

Informe Ejecutivo: Análisis Multivariado Joropo al Parque 2023

Dirección Observatorio de Cultura y Gestión del Conocimiento

2023-08-04

Introducción

El presente documento tiene como objetivo presentar modelos multivariantes para medir las características por generaciones (Baby Boom, Generación X, Millenials y Centennials) en el Festival Joropo al Parque del año 2023. En este contexto, surge el interés por comprender cómo las Características de los asistentes varían entre las distintas generaciones presentes en el festival.

Las generaciones, caracterizadas por los diferentes grupos de edad, pueden tener distintas perspectivas, influencias culturales y preferencias musicales, lo que puede afectar sus elecciones en términos de las actividades que eligen disfrutar durante el evento.

Para abordar el objetivo, se aplicarán modelos logísticos que permitan cuantificar y analizar las preferencias por generaciones en el Festival Joropo al Parque. Estos modelos utilizarán datos recopilados a través de encuestas en el festival, la información se obtuvo mediante una técnica de sondeo llamada interceptación aleatoria que consiste en abordar al entrevistado en el evento directamente; la selección de las personas fueron a criterio del encuestador.

El análisis de estas características proporcionará una visión de la percepción generacional presente en el Festival Salsa al Parque. Los resultados de este análisis podrán ser utilizados para generar estrategias en el desarrollo de eventos de los festivales al parque.

Metodología

Se utilizó un modelo logístico para identificar las características de las generaciones. Este modelo permitió analizar el impacto de un grupo de variables independientes o relevantes en relación con una variable binaria denominada variable dependiente. En este caso, se crearon cuatro variables binarias para representar cada una de las generaciones. Cada variable se estableció en 1 si el individuo pertenecía a la Generación correspondiente, y en 0 en caso contrario. De esta manera, el modelo logístico permitió investigar cómo estas variables influían en las características distintivas de cada Generación.

El planteamiento del modelo se expone la siguiente manera:

$$\text{Logit}(Gen_i) = \log\left(\frac{P_{Gen_i}}{1-P_{Gen_i}}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

Para P_{Gen_i} la probabilidad de pertenecer a la Generación i-ésima (Baby Boom, Generación X, Millenials y Centennials), X_1, X_2, \dots, X_p son las variables para identificar el grupo y $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$ son los coeficientes del modelo, el β_i se interpretan como la asociación negativa o positiva de la variable X_i frente a la variable binaria que representa la Generación.

Para el análisis las preguntas se armaron los siguientes grupos de pregunta, según las temáticas y orientación de las preguntas:

- Grupo 1: Características de los Asistentes (Preguntas 1 a 8).
- Grupo 2: Hábitos y asistencia a eventos similares (Preguntas 9 a 16)
- Grupo 3: Evaluación de la satisfacción y gastos (Preguntas 17 a la 23)
- Grupo 4: Temas transversales de cultura ciudadana (Pregunta 24)
- Grupo 5: Turismo (Preguntas 25 a 28)

Análisis de Resultados

Los resultados del análisis se obtienen al interpretar los coeficientes (β) del modelo, seleccionando aquellos que sean estadísticamente significativos. La significancia se establece utilizando un nivel de confianza del 10%, lo que permite flexibilidad en la caracterización. Esta flexibilidad se debe a los tamaños de muestra y a las respuestas homogéneas de las generaciones en estudio.

Resultados Caracterización de Asistentes

En la siguiente tabla se compilan los resultados los modelos por cada Generación, en donde se interpreta lo siguiente:

1. Para los menores de edad que asistieron al evento, con una probabilidad mayor al 80% asistieron con familiares, mientras que tiene probabilidad por debajo del 32% han escuchado música de artista nacionales y asistir a presentaciones en vivo, finalmente la probabilidad de asistir solo o con pareja está por debajo de 12%
2. Los centennials se caracterizaron por asistir al evento con amigos en un 60% aproximadamente. Consideran que la edad mínima de entrada debería estar entre los 13 y los 17 años. Manifestaron que la principal intención de asistir al

evento fue la curiosidad por conocer el festival y que lo más importante era poder bailar, encontrarse con amigos y obtener la entrada gratis. La forma en que se transportaron al festival fue principalmente mediante servicio de transporte privado pedido por aplicación o utilizando Transmilenio. La probabilidad de asistir con familiares, de haber escuchado a artistas nacionales y de haber asistido al festival al menos una vez fue inferior al 38%.

3. Los millennials mostraron una alta probabilidad del 62% de asistir al evento en compañía de su pareja sentimental, mientras que la posibilidad de ir con familiares o llegar en carro particular, Sitp o taxi fue inferior al 38%. Entre los aspectos que consideraron de gran importancia destacaron la oportunidad de conocer nuevos grupos o bandas, la curiosidad por el evento y las agrupaciones que se presentaban. Además, valoraron la experiencia de bailar o presenciar actuaciones de baile en el festival.
4. La Generación X se destacó con una alta probabilidad, superando el 64%, de asistir entre 3 y 4 veces al festival. Han mostrado reconocimiento y han presenciado presentaciones en vivo tanto de artistas locales como de artistas distritales. La asistencia con familiares fue común, mientras que la probabilidad de acudir exclusivamente con pareja y amigos es baja, llegando al 34%. Además, optaron mayormente por utilizar Transmilenio como medio de transporte para llegar al evento.
5. Los Baby boomers se destacaron con una probabilidad del 61% de asistir al festival solos o con compañeros de trabajo. Han sido asistentes durante más de 5 años, y valoran enormemente la experiencia de ver bailar y el hecho de que el evento sea gratuito. Además, reconocen a artistas nacionales y están familiarizados con su música. En cuanto al transporte, optaron mayormente por utilizar carro particular, taxi o Sitp para llegar al festival.

Resumen de modelo logístico grupo 1

Generacion	Pregunta	Beta(B)	Error Estándar	Z-value	P-value	Exp (B)	P_Gen X
0.Menores de edad	P1_6.Otro. ¿Cuál? Sí	2.07	1.24	1.67	0.09	7.95	0.89
0.Menores de edad	P1_4.Familiares Sí	1.85	0.44	4.26	0.00	6.38	0.86
0.Menores de edad	P6_3.ART_NAC.Ha.escuchado.música.de.los.artistas.que.reconoce Sí	-0.76	0.39	-1.95	0.05	0.47	0.32
0.Menores de edad	P6_2.ART_DIS.Ha.asistido.a.alguna.de.sus.presentaciones.en.vivo,.fuera.de.este.festival Sí	-1.24	0.74	-1.68	0.09	0.29	0.22
0.Menores de edad	P1_5.Solo.(a) Sí	-1.99	1.02	-1.95	0.05	0.14	0.12
0.Menores de edad	P1_2.Novio(a)/esposo(a)/pareja/cónyuge Sí	-2.20	1.02	-2.15	0.03	0.11	0.10
1.Centennials	P8.cómo.llegó.al.festival Servicio de transporte privado pedido por aplicación	2.68	1.09	2.45	0.01	14.53	0.94
1.Centennials	P4_2.Importante Encontrarse con otros amigos	1.48	0.61	2.44	0.01	4.40	0.81
1.Centennials	P4_2.Importante Ir a bailar	1.39	0.54	2.58	0.01	4.00	0.80

Generacion	Pregunta	Beta(B)	Error Estándar	Z-value	P-value	Exp (B)	P_Gen X
1.Centennials	P4_1.Muy.ImportanteCuriosidad por conocer este festival	0.98	0.59	1.67	0.09	2.67	0.73
1.Centennials	P4_2.ImportantePorque es gratis	0.92	0.48	1.90	0.06	2.50	0.71
1.Centennials	P4_2.ImportanteLos grupos y artistas que se presentan	0.84	0.49	1.71	0.09	2.31	0.70
1.Centennials	P1_1.Amigos(as)Sí	0.82	0.20	4.14	0.00	2.27	0.69
1.Centennials	P4_2.ImportanteConocer más grupos o bandas	0.80	0.47	1.72	0.09	2.24	0.69
1.Centennials	P3.Desde.qué.edad.considera.usted.que.debería.permitirse.el.ingreso.al.Festival.Joropo.al.Parque13 a 17 años	0.47	0.25	1.83	0.07	1.59	0.61
1.Centennials	P8.cómo.llegó.al.festivalTransmilenio	0.40	0.22	1.81	0.07	1.50	0.60
1.Centennials	P6_3.ART_DIS.Ha.escuchado.música.de.los.artistas.que.reconoceSí	-0.50	0.20	-2.57	0.01	0.60	0.38
1.Centennials	P1_4.FamiliaresSí	-0.55	0.19	-2.88	0.00	0.58	0.37
1.Centennials	P2.cuántas.versiones.del.Festival.ha.asistido2	-0.90	0.42	-2.15	0.03	0.41	0.29
1.Centennials	P4_3.No.tan.importanteCuriosidad por conocer este festival	-0.92	0.48	-1.90	0.06	0.40	0.28
1.Centennials	P2.cuántas.versiones.del.Festival.ha.asistido1	-0.96	0.37	-2.60	0.01	0.38	0.28
1.Centennials	P2.cuántas.versiones.del.Festival.ha.asistido4	-1.91	0.85	-2.25	0.02	0.15	0.13
1.Centennials	P2.cuántas.versiones.del.Festival.ha.asistido3	-2.32	0.83	-2.79	0.01	0.10	0.09
2.Millennials	P1_2.Novio(a)/espos(a)/pareja/cónyugeSí	0.49	0.23	2.16	0.03	1.64	0.62
2.Millennials	P1_4.FamiliaresSí	-0.48	0.21	-2.31	0.02	0.62	0.38
2.Millennials	P8.cómo.llegó.al.festivalCarro particular	-0.68	0.38	-1.81	0.07	0.50	0.34
2.Millennials	P4_2.ImportanteLos grupos y artistas que se presentan	-0.76	0.43	-1.78	0.08	0.47	0.32
2.Millennials	P4_2.ImportanteCuriosidad por conocer este festival	-0.84	0.42	-2.00	0.05	0.43	0.30
2.Millennials	P8.cómo.llegó.al.festivalTaxi	-0.91	0.45	-2.02	0.04	0.40	0.29
2.Millennials	P4_2.ImportantePasaba por acá	-0.93	0.47	-1.99	0.05	0.40	0.28
2.Millennials	P4_2.ImportantePorque es gratis	-0.96	0.43	-2.24	0.03	0.38	0.28
2.Millennials	P4_1.Muy.ImportanteConocer más grupos o bandas	-1.04	0.53	-1.98	0.05	0.35	0.26
2.Millennials	P4_2.ImportanteConocer más grupos o bandas	-1.06	0.41	-2.57	0.01	0.35	0.26
2.Millennials	P4_2.ImportanteIr a bailar	-1.08	0.53	-2.06	0.04	0.34	0.25
2.Millennials	P4_2.ImportanteVer bailar	-1.11	0.61	-1.82	0.07	0.33	0.25
2.Millennials	P4_1.Muy.ImportanteCuriosidad por conocer este festival	-1.14	0.49	-2.33	0.02	0.32	0.24
2.Millennials	P8.cómo.llegó.al.festivalSitp	-1.15	0.51	-2.26	0.02	0.32	0.24
2.Millennials	P4_2.ImportanteEncontrarse con otros amigos	-1.28	0.65	-1.96	0.05	0.28	0.22
2.Millennials	P4_1.Muy.ImportanteLos grupos y artistas que se presentan	-1.37	0.48	-2.84	0.00	0.26	0.20
2.Millennials	P4_1.Muy.ImportantePasaba por acá	-1.39	0.54	-2.56	0.01	0.25	0.20
2.Millennials	P4_1.Muy.ImportantePorque es gratis	-1.77	0.67	-2.66	0.01	0.17	0.15
2.Millennials	P4_1.Muy.ImportanteOtro	-2.28	1.15	-1.98	0.05	0.10	0.09
3.Generación X	P2.cuántas.versiones.del.Festival.ha.asistido4	2.40	0.94	2.57	0.01	11.07	0.92
3.Generación X	P2.cuántas.versiones.del.Festival.ha.asistido3	2.38	0.88	2.71	0.01	10.85	0.92
3.Generación X	P4_2.ImportanteOtro	1.79	0.95	1.89	0.06	6.00	0.86
3.Generación X	P6_2.ART_DIS.Ha.asistido.a.alguna.de.sus.presentaciones.en.vivo,.fuera.de.este.festivalSí	1.00	0.28	3.64	0.00	2.73	0.73

Generacion	Pregunta	Beta(B)	Error Estándar	Z-value	P-value	Exp (B)	P_Gen X
3.Generación X	P6_2.ART_NAC.Ha.asistido.a.alguna.de.sus.presentaciones.en.vivo,.fuera.de.este.festivalSí	0.88	0.26	3.45	0.00	2.42	0.71
3.Generación X	P1_4.FamiliaresSí	0.78	0.25	3.15	0.00	2.19	0.69
3.Generación X	P6_1.ART_DIS.Reconoce.alguno(a).o.algunos(as).de.los(as).artistasSí	0.57	0.28	2.00	0.05	1.76	0.64
3.Generación X	P6_1.ART_NAC.Reconoce.alguno(a).o.algunos(as).de.los(as).artistasSí	0.42	0.25	1.65	0.10	1.52	0.60
3.Generación X	P8.cómo.llegó.al.festivalTransmilenio	-0.66	0.30	-2.20	0.03	0.52	0.34
3.Generación X	P1_1.Amigos(as)Sí	-0.68	0.32	-2.13	0.03	0.50	0.34
3.Generación X	P1_2.Novio(a)/espos(a)/pareja/cónyugeSí	-0.77	0.37	-2.08	0.04	0.46	0.32
4.Baby Boom	P1_3.Compañeros(as).de.trabajo/estudioSí	2.12	0.74	2.87	0.00	8.37	0.89
4.Baby Boom	P4_1.Muy.ImportanteVer bailar	1.73	0.94	1.84	0.07	5.67	0.85
4.Baby Boom	P2.cuántas.versiones.del.Festival.ha.asistido Más de 5	1.29	0.73	1.76	0.08	3.63	0.78
4.Baby Boom	P4_1.Muy.ImportantePorque es gratis	1.24	0.73	1.69	0.09	3.46	0.78
4.Baby Boom	P8.cómo.llegó.al.festivalSitp	1.23	0.43	2.87	0.00	3.41	0.77
4.Baby Boom	P8.cómo.llegó.al.festivalTaxi	0.92	0.43	2.16	0.03	2.52	0.72
4.Baby Boom	P8.cómo.llegó.al.festivalCarro particular	0.68	0.41	1.68	0.09	1.98	0.66
4.Baby Boom	P6_1.ART_NAC.Reconoce.alguno(a).o.algunos(as).de.los(as).artistasSí	0.68	0.23	2.91	0.00	1.97	0.66
4.Baby Boom	P1_5.Solo.(a)Sí	0.66	0.27	2.47	0.01	1.93	0.66
4.Baby Boom	P6_3.ART_NAC.Ha.escuchado.música.de.los.artistas.que.reconoceSí	0.45	0.23	1.98	0.05	1.57	0.61
4.Baby Boom	P1_1.Amigos(as)Sí	-0.97	0.32	-3.07	0.00	0.38	0.27

Resultados Hábitos y asistencia a eventos similares

En la siguiente tabla se compilan los resultados los modelos por cada Generación, en donde se interpreta lo siguiente:

1. Los menores de edad con una probabilidad mayor del 70% afirmaron que el lugar de realización del evento fue malo y las vías y el acceso de entrada fue pésimo, y calificaron la cantidad de baños como malo
2. Los centennials, con una probabilidad mayor del 65%, expresan su descontento respecto al lugar donde se realizó el evento, calificándolo como deficiente. Mayoritariamente, se informaron acerca del festival a través de internet y ven estos festivales como el escenario ideal para disfrutar de música en vivo
3. Los millennials con una probabilidad mayor de 65% de enterarse del evento en su lugar de trabajo o estudio y asistir a presentaciones en vivo mensualmente y tienen una baja probabilidad de ir a concierto al aire libre o festivales, y de enterarse de los festivales por radio

4. La Generación X manifiesta una alta probabilidad de 75% de enterarse por radio de la convocatoria
5. Los Baby boomers destacan con una probabilidad superior al 75% de escuchar música a través de descargas en sus PCs o celulares. Además, disfrutan de la música en vivo, ya sea en plataformas pagas o gratuitas, así como en la radio digital y YouTube. Estos apasionados de la música asisten a presentaciones de manera mensual y son frecuentes pagadores en eventos musicales. Asimismo, muestran preferencia por la música de artistas reconocidos.

Resumen de modelo logístico grupo 2

Generación	Pregunta	Beta(B)	Error Estándar	Z-value	P-value	Exp (B)	P_Gen X
0.Menores de edad	P10.A.qué.escenarios.de.música.en.vivo.(presencial).asiste.usted.principalmente.para.o.ir.joropoOtro	2.75	1.30	2.12	0.03	15.67	0.94
0.Menores de edad	P15_8.Las.vías.y.entrad as.de.acces o.al.evento Pésimo	2.63	1.43	1.84	0.07	13.92	0.93
0.Menores de edad	P15_5.La.cantidad.de.bañosMalo	1.19	0.67	1.77	0.08	3.27	0.77
0.Menores de edad	P12.Usted.paga.para.asistir.a.esas.presentacionesNunca	0.83	0.47	1.76	0.08	2.29	0.70
1.Centennials	P15_2.El.lugar.donde.se.realizó.el.eventoMalo	1.24	0.64	1.95	0.05	3.47	0.78
1.Centennials	P16.16..medio.se.entró.de.este.eventoInternet	0.74	0.25	2.94	0.00	2.09	0.68
1.Centennials	P11_2.Presentaciones.virtualesNs/Nr	0.63	0.31	2.01	0.04	1.88	0.65
1.Centennials	P10.A.qué.escenarios.de.música.en.vivo.(presencial).asiste.usted.principalmente.para.o.ir.joropoFestivales	0.63	0.37	1.71	0.09	1.88	0.65
1.Centennials	P10.A.qué.escenarios.de.música.en.vivo.(presencial).asiste.usted.principalmente.para.o.ir.joropoNinguno	0.63	0.38	1.67	0.09	1.87	0.65
1.Centennials	P16.16..medio.se.entró.de.este.eventoTelevisión	-0.58	0.33	-1.78	0.08	0.56	0.36
2.Millennials	P16.16..medio.se.entró.de.este.eventoSu lugar de estudio o trabajo	1.06	0.48	2.23	0.03	2.89	0.74
2.Millennials	P12.Usted.paga.para.asistir.a.esas.presentacionesFrecuentemente	0.78	0.42	1.85	0.06	2.19	0.69
2.Millennials	P16.16..medio.se.entró.de.este.eventoOtro, ¿Cuál?	0.72	0.31	2.31	0.02	2.06	0.67
2.Millennials	P11_1.Presentaciones.en.vivoMensualmente	0.62	0.29	2.18	0.03	1.86	0.65
2.Millennials	P12.Usted.paga.para.asistir.a.esas.presentacionesNunca	0.42	0.23	1.83	0.07	1.52	0.60
2.Millennials	P10.A.qué.escenarios.de.música.en.vivo.(presencial).asiste.usted.principalmente.para.o.ir.joropoConciertos al aire libre	-0.90	0.33	-2.73	0.01	0.41	0.29
2.Millennials	P10.A.qué.escenarios.de.música.en.vivo.(presencial).asiste.usted.principalmente.para.o.ir.joropoFestivales	-1.09	0.37	-2.97	0.00	0.34	0.25

Generación	Pregunta	Beta(B)	Error Estándar	Z-value	P-value	Exp (B)	P_Gen X
2.Millennials	P10.A.qué.escenarios.de.música.en.vivo.(presencial).asiste.usted.principalmente.para.oir.joropoNinguno	-1.23	0.38	-3.22	0.00	0.29	0.23
2.Millennials	P16.16..medio.se.entró.de.este.eventoRadio	-1.56	0.76	-2.05	0.04	0.21	0.17
3.Generación X	P16.16..medio.se.entró.de.este.eventoRadio	1.10	0.49	2.22	0.03	3.00	0.75
3.Generación X	P11_2.Presentaciones.virtualesNs/Nr	-0.68	0.40	-1.73	0.08	0.50	0.34
3.Generación X	P11_1.Presentaciones.en.vivoMensualmente	-0.77	0.42	-1.83	0.07	0.47	0.32
4.Baby Boom	P9.A.través.de.qué.medio.escucha.usted.joropo.habitualmentePlataformas pagas de streaming (Spotify, Deezer, Itunes, etc.)	1.10	0.49	2.22	0.03	3.00	0.75
4.Baby Boom	P9.A.través.de.qué.medio.escucha.usted.joropo.habitualmenteYoutube	1.10	0.49	2.22	0.03	3.00	0.75
4.Baby Boom	P11_2.Presentaciones.virtualesTrimestralmente	1.10	0.49	2.22	0.03	3.00	0.75
4.Baby Boom	P13.Cuando.escucha.música.habitualmente,.usted.prefiere...Escuchar los artistas y canciones que ya conoce	1.10	0.49	2.22	0.03	3.00	0.75
4.Baby Boom	P16.16..medio.se.entró.de.este.eventoTelevisión	1.10	0.49	2.22	0.03	3.00	0.75
4.Baby Boom	P9.A.través.de.qué.medio.escucha.usted.joropo.habitualmenteMúsica en vivo (bares, auditorios, festivales, etc.)	-0.68	0.40	-1.73	0.08	0.50	0.34
4.Baby Boom	P9.A.través.de.qué.medio.escucha.usted.joropo.habitualmenteVersión gratuita de plataformas de streaming (Spotify, Deezer, Itunes, etc.)	-0.68	0.40	-1.73	0.08	0.50	0.34
4.Baby Boom	P11_1.Presentaciones.en.vivoMensualmente	-0.68	0.40	-1.73	0.08	0.50	0.34
4.Baby Boom	P12.Usted.paga.para.asistir.a.esas.presentacionesNunca	-0.68	0.40	-1.73	0.08	0.50	0.34
4.Baby Boom	P14_2.Artistas.distritalesSigue igual	-0.68	0.40	-1.73	0.08	0.50	0.34
4.Baby Boom	P9.A.través.de.qué.medio.escucha.usted.joropo.habitualmenteMúsica descargada en computador o celular	-0.77	0.42	-1.83	0.07	0.47	0.32
4.Baby Boom	P9.A.través.de.qué.medio.escucha.usted.joropo.habitualmenteRadio digital	-0.77	0.42	-1.83	0.07	0.47	0.32
4.Baby Boom	P10.A.qué.escenarios.de.música.en.vivo.(presencial).asiste.usted.principalmente.para.oir.joropoOtro	-0.77	0.42	-1.83	0.07	0.47	0.32
4.Baby Boom	P12.Usted.paga.para.asistir.a.esas.presentacionesFrecuentemente	-0.77	0.42	-1.83	0.07	0.47	0.32
4.Baby Boom	P14_2.Artistas.distritalesMejóro	-0.77	0.42	-1.83	0.07	0.47	0.32

Resultados Evaluación de satisfacción y gastos

En la siguiente tabla se compilan los resultados los modelos por cada Generación, en donde se interpreta lo siguiente:

1. Los menores de edad que asistieron al evento mostraron un alto interés en el joropo, con una probabilidad por encima del 72%. Sin embargo, la probabilidad de hacer amigos en el festival fue inferior al 35%, indicando que la mayoría de ellos asistió sin acompañantes. Además, muestran poca probabilidad de conocer las propuestas de los bailarines y se enteraron del evento

principalmente a través de las redes sociales oficiales de SCR D o de los artistas participantes.

2. Los Baby boom manifestaron con una probabilidad del 80% que la zona de emprendedores fue mala y una baja probabilidad del 40% que asistieron para ir hacer amigos y que el interés por la música sea reciente.

Resumen de modelo logístico grupo 3

Generacion	Pregunta	Beta(B)	Error Estándar	Z-valor	P-valor	Exp (B)	P_Gen X
0.Menores de edad	P20.Su.interés.por.la.música.y.la.danza.llanera.esReciente	0.93	0.37	2.54	0.01	2.55	0.72
0.Menores de edad	P19_2.Hacer.amigos(as)Sí	-0.63	0.36	-1.74	0.08	0.53	0.35
0.Menores de edad	P19_6.Conocer.propuestas.de.bailarines.y.bailadoresSí	-0.93	0.45	-2.06	0.04	0.39	0.28
0.Menores de edad	P17.17.medio.de.Internet.se.enteró.de.este.eventoRedes sociales oficiales de Idartes o de la SCR D (facebook, Instagram, tik tok, twitter)	-2.86	1.50	-1.90	0.06	0.06	0.05
0.Menores de edad	P17.17.medio.de.Internet.se.enteró.de.este.eventoRedes sociales de los artistas (facebook, Instagram, tik tok, twitter)	-3.18	1.74	-1.82	0.07	0.04	0.04
1.Centennials	P20.Su.interés.por.la.música.y.la.danza.llanera.esReciente	0.83	0.21	4.04	0.00	2.30	0.70
3.Generación X	P20.Su.interés.por.la.música.y.la.danza.llanera.esReciente	-1.10	0.39	-2.84	0.00	0.33	0.25
4.Baby Boom	P23.Cómo.calificaría.en.general.la.zona.de.emprendimiento Mala	1.43	0.80	1.79	0.07	4.16	0.81
4.Baby Boom	P19_2.Hacer.amigos(as)Sí	-0.40	0.23	-1.77	0.08	0.67	0.40
4.Baby Boom	P20.Su.interés.por.la.música.y.la.danza.llanera.esReciente	-1.53	0.41	-3.76	0.00	0.22	0.18

Resultados Cultura Ciudadana

En la siguiente tabla se compilan los resultados los modelos por cada Generación, en donde se interpreta lo siguiente:

1. Los menores de edad, con una probabilidad mayor al 75%, expresan que se sienten poco dispuestos a ayudar a mejorar la movilidad en las vías de la ciudad durante los días del festival, optando por utilizar transporte público. También manifiestan interés en aprender a clasificar los residuos que se generan y en mantener limpia a Bogotá.
2. Los millennials, con una probabilidad por encima del 78%, muestran poco interés en aprender a clasificar los residuos que se generan y en depositarlos adecuadamente en los lugares dispuestos para separación de residuos durante el festival. No obstante, expresan su compromiso en mantener limpia a Bogotá.

Resumen de modelo logístico grupo 4

Generación	Pregunta	Beta (B)	Error Estándar	Z-value	P-value	Exp(B)	P_Gen X
0. Menores de edad	P24_4. Ayudar a mejorar la movilidad en las vías de la ciudad durante los días del festival asistiendo en transporte público Poco dispuesto	1.35	0.48	2.82	0.00	3.87	0.79
0. Menores de edad	P24_2. Aprender a clasificar los residuos que se generan Poco dispuesto	1.22	0.59	2.06	0.04	3.40	0.77
0. Menores de edad	P24_1. Mantener limpia a Bogotá Poco dispuesto	1.12	0.50	2.23	0.03	3.06	0.75
2. Mille nials	P24_2. Aprender a clasificar los residuos que se generan Nada dispuesto	1.70	0.72	2.37	0.02	5.47	0.85
2. Mille nials	P24_3. Depositar los residuos durante el festival en los lugares dispuestos para separación de residuos Nada dispuesto	1.41	0.66	2.15	0.03	4.11	0.80
2. Mille nials	P24_1. Mantener limpia a Bogotá Nada dispuesto	1.25	0.62	2.03	0.04	3.51	0.78