

Informe 2011

ÍNDICE INFORME 2011

1. Introducción.....	2
2. Contenidos del Festival.....	4
1. Tema anual.....	5
2. Talleres.....	5
3. Espectáculos en foros.....	7
4. Espectáculos en calles.....	9
5. Exposiciones.....	10
6. Curso de capacitación.....	11
7. Ambientación y señalética.....	13
3. Público.....	14
1. Escuelas.....	14
2. Público general.....	16
4. Campaña de comunicación.....	17
1. Cambio de logotipo / Imagen 2011.....	17
2. Página web.....	18
3. Difusión en medios.....	19
4. Ruedas de prensa.....	20
5. Redes sociales.....	21
6. Impresos.....	23
7. Publicidad en calle.....	24
5. Patrocinios y Programa Padrino.....	24
6. Ingresos y egresos.....	27
7. Estudio de percepción del público (CEED).....	29
8. Equipo de trabajo.....	31
9. Conclusiones.....	32
10. Anexos.....	33
1. Archivo fotográfico.....	33
2. Plano.....	42



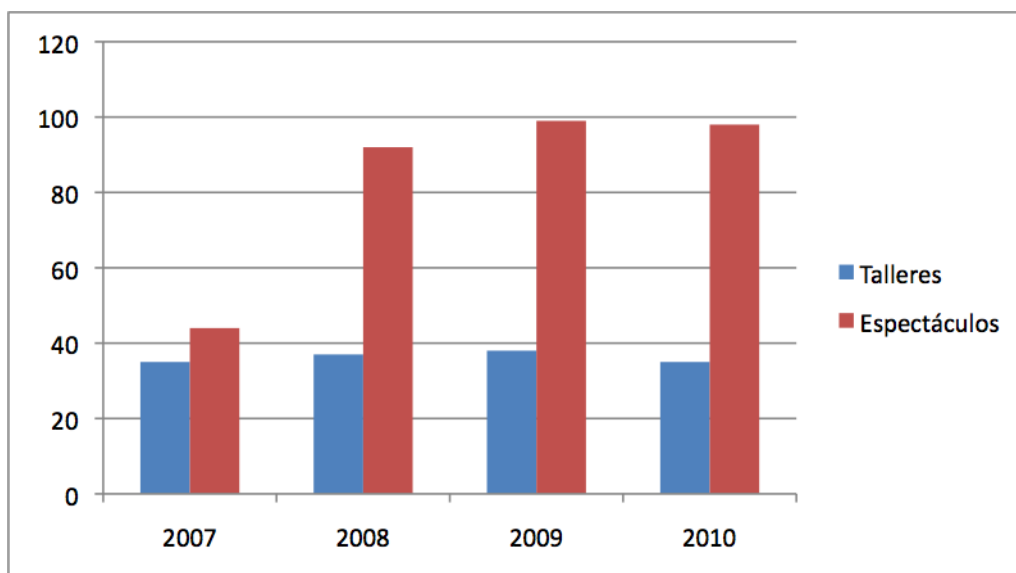
1. INTRODUCCIÓN.

Papirolas nace en 1995 como parte de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, al advertirse la necesidad de crear un espacio exclusivo para niños y jóvenes con programas educativos, divertidos y espectaculares con el objetivo de potenciar su participación y creatividad.

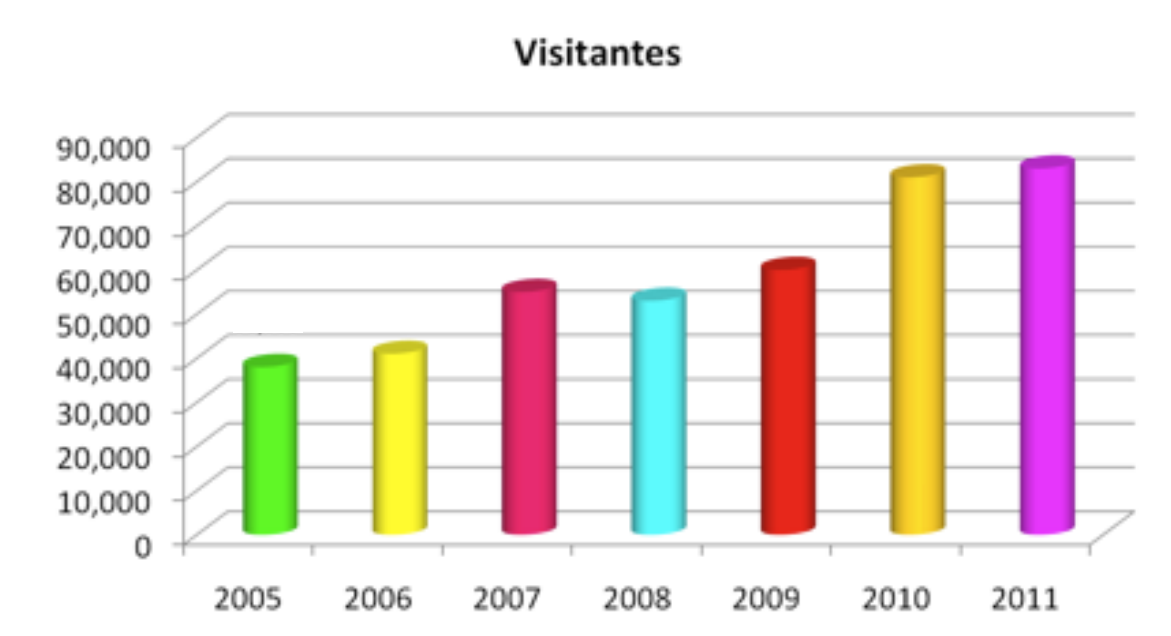
El festival se realizó los primeros años en Expo Guadalajara. Posteriormente en las plazas públicas de la ZMG, y de 2003 a 2010 en Calle 2, espacio de la Universidad de Guadalajara localizado en Zapopan. Desde su inicio ha consistido en una exposición de talleres interactivos para niños y jóvenes, combinados con espectáculos artísticos diversos.

Para el 15 aniversario del Festival realizado en marzo del 2010, Papirolas recibió 80,000 visitantes en 6 días, dentro de los cuáles figuraron 110 escuelas de preescolar y primaria, 51 públicas y 59 privadas. Contó con 35 talleres interactivos, en cuya organización y financiamiento participaron 8 instituciones y 8 empresas. Las artes escénicas estuvieron presentes en el Festival con 98 funciones de grupos locales, nacionales e internacionales. El programa cultural lució con la exposición interactiva *El mundo según Mafalda*, mediante la colaboración del Museo El Barrilete de Córdoba, Argentina. Debido a su éxito la exposición se extendió dos meses después de haber finalizado el Festival, en el Museo Raúl Anguiano de Guadalajara, con 5,000 visitantes.

CANTIDAD DE TALLERES Y ESPÉCTÁCULOS



Papirolas se ha posicionado en el público jalisciense debido a la continuidad de su realización y a la necesidad de actividades culturales y educativas en el público infantil y juvenil.



En el 2011, con el cambio de administración, se decidió reflexionar respecto de la historia y repensar la actualidad de Papirolas, razón por la cual realizamos un ejercicio de planeación estratégica institucional que arrojó como resultado la siguiente Misión:

Misión Papirolas: Contribuir al desarrollo cultural, creativo, educativo, intelectual, físico y de valores humanos universales, con el fin de fomentar la consciencia social en niños, niñas, jóvenes y su entorno. Lo anterior a través de la organización de actividades diversas y de un Festival anual innovador, lúdico y de calidad, que contenga manifestaciones culturales y formativas.

De la misma manera reformulamos el **Objetivo general del Festival anual 2011:** Llevar a cabo un festival de excelencia en contenidos, imagen y participación, en el que a través de actividades variadas, se fomente la creatividad y se amplíe el espectro cultural y educativo de los y las asistentes. Asimismo, crear consciencia de su relación con el agua como derecho humano esencial para el pleno disfrute de la vida de todos y todas.

Seguidamente, se reformuló la estructura institucional quedando de la siguiente manera:

Líneas estratégicas:

1. Línea estratégica de Promoción e Ingresos.

(Patrocinios, Difusión, Publicidad, Escuelas).

Acciones de comunicación, procuración de fondos y comercialización que posibiliten proporcionar la imagen y los insumos necesarios para sostener la misión.

2. Línea estratégica de Educación y Cultura.

(Talleres, Artes Escénicas, Música, Tema Anual, Ambientación, Capacitación).

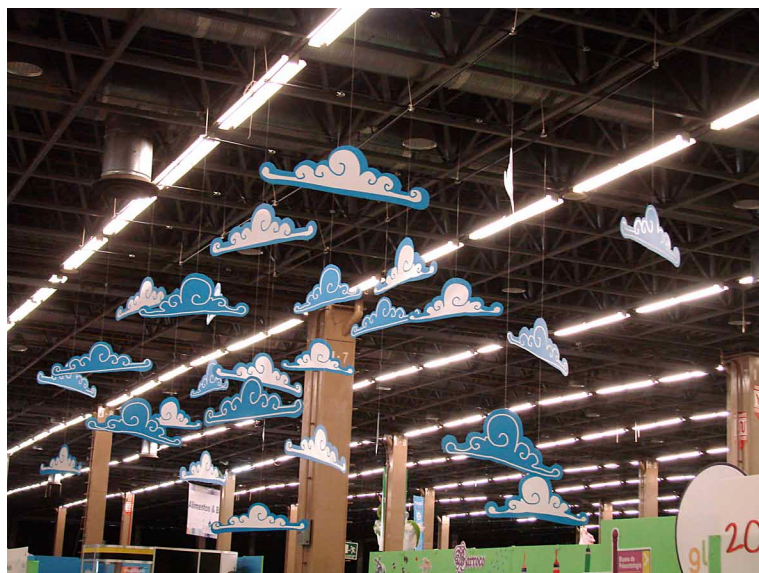
Creación y aplicación de estrategias que incidan en el desarrollo cultural, creativo, educativo, intelectual, físico y de valores humanos universales de niños, niñas, jóvenes y su entorno, a través de una labor multidisciplinar y compleja.

3. Línea estratégica de Administración.

(Producción, Montaje, Edición y Diseño, Servicio Social, Administración/Recursos Humanos).

Manejo óptimo de los recursos financieros, humanos y materiales de la institución, que permitan sostener la misión, así como la calidad de vida de quienes la componen.

Después de 5 años, las gestiones permitieron volver a la sede Expo-Guadalajara en la que el Festival Papirolas inició, cuyas instalaciones brindan seguridad, funcionalidad para el tipo de evento, son modernas y de fácil acceso para la población. Por ello es que su regreso significaba una meta importante. Asimismo, como un objetivo institucional respecto de esta edición, se planteó también el regreso del público joven a Papirolas, además de mantener el espíritu de creatividad e innovación para los niños y las niñas. Es así que exprofeso para ellos, se creó el Pabellón Cool, cuya intención fue brindar un espacio a jóvenes de entre los 13 y 18 años.



2. CONTENIDOS DEL FESTIVAL.

2.1. TEMA ANUAL.

«El agua como derecho humano esencial para el pleno disfrute de la vida de todos».



El tema anual se decidió con base en la importancia que el agua tiene para el ser humano y para el planeta en general. El 26 de julio del 2010, la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas declaró al agua y a su saneamiento, como «Derecho humano esencial para el pleno disfrute de la vida y de todos los derechos humanos». Lo anterior debido a que aproximadamente 884 millones de personas carecen de acceso al agua potable y más de 2.600 millones de personas no tienen acceso al saneamiento básico. Lo anterior implica entre otras cosas, que el Estado está obligado a garantizar a toda la población el acceso económico al agua potable y el saneamiento de la misma, por lo que el servicio que permita dicho acceso y su saneamiento, no podrá privatizarse con fines de lucro.

Más allá de ello retomamos el tema del agua porque:

El Festival se celebraría en el mes de mayo, época de mayor calor y sequía, razón por la cual se decidió abordar el tema de la **conciencia sobre el uso** responsable y austero del agua.

Quisimos poner de manifiesto los lazos afectivos que tenemos con el agua, desde el **Disfrute**.

Deseamos acercar a los visitantes a las diferentes formas en que nos **relacionamos** con el agua.

Es el **componente primordial** de nuestro cuerpo, pero también de placer.

El agua es además...

Una herramienta.

Inspiración de las artes plásticas.

Componente de vida.

Catalizador de procesos.

Esencial para la ciencia.



2.2. TALLERES.

Para este 2011 Papirolas ofreció diversas actividades creativas, experimentales y vivenciales, con las que se estimuló la capacidad creadora de los niños y jóvenes, y se amplió su espectro cultural y educativo. Asimismo, se creó consciencia sobre la relación afectiva con el agua, y se logró la reproducción de lo aprendido en algunos talleres, en su ambiente cotidiano.

El programa de talleres se distribuyó de la siguiente forma:

Pabellón para Bajitos: de 3 a 6 años.

Pabellón Picudos Medianos: de 7 a 9 años.

Pabellón Picudos Grandes: de 10 a 12 años.

Pabellón Cool: de 13 a 18 años.



Papirolas se actualizó también en cuanto a los temas con los que se vincularon los talleres. Temas de interés y variado contenido para el desarrollo integral de niños y jóvenes. De esta manera se trabajaron 12 temas a saber: Fomento a la lectura; Educación ambiental; Expresión artística; Identidad cultural; Salud; Deporte; Nutrición; Medios de comunicación; Educación científica; Participación Ciudadana y Responsabilidad Social. Especial mención merece el tema de las Tecnologías de información, de nueva creación en Papirolas, del que estuvo a cargo la compañía Intel.

En total se ofrecieron 49 talleres; 8 de ellos, se encaminaron específicamente a estimular la creatividad en las y los asistentes, además de contar con 4 módulos de autopintado, en donde los visitantes de todas las edades compartían las pinturas y los espejos para pintarse, favoreciendo también la convivencia. Con el objeto de ampliar el panorama cultural y educativo, se realizó un taller por cada uno de los temas antes mencionados. Asimismo, y con la intención de crear consciencia sobre la relación afectiva con el agua, se colocaron reflexiones alusivas en los muros de la exposición en general. Cerca del 50% de los talleres se encaminaron a crear dicha consciencia (5 del pabellón Bajitos; 12 de Picudos y 6 del pabellón Cool), y se realizó una reunión con Talleristas para informar sobre dicho tema.



Taller Museo de las Bellas Aguas



Taller ¿Cómo se hace un programa de radio?

sión y Valores de Papirolas, se realizaron dos capacitaciones con contenidos como crear dinámicas de bajo impacto ambiental y educación especial para la inclusión de niños con discapacidades diversas.

Otra de las metas de los talleres, respondía a lograr la reproducción de la experiencia vivida por los asistentes en su ambiente cotidiano. En este caso fueron más de 5 talleres los que acertaron esta apuesta.

Es importante destacar que previo al evento, y para guardar concordancia ideológica entre los talleristas y la Misión y Valores de Papirolas, se realizaron dos capacitaciones con contenidos como crear dinámicas de bajo impacto ambiental y educación especial para la inclusión de niños con discapacidades diversas.

Es importante destacar que previo al evento, y para guardar concordancia ideológica entre los talleristas y la Misión y Valores de Papirolas, se realizaron dos capacitaciones con contenidos como crear dinámicas de bajo impacto ambiental y educación especial para la inclusión de niños con discapacidades diversas.



2.3 ESPECTÁCULOS EN FOROS.

Destacados espectáculos locales y nacionales (teatro, música, narración oral) se presentaron también en la edición 2011 del Festival, para lo cual se dispuso de dos foros.

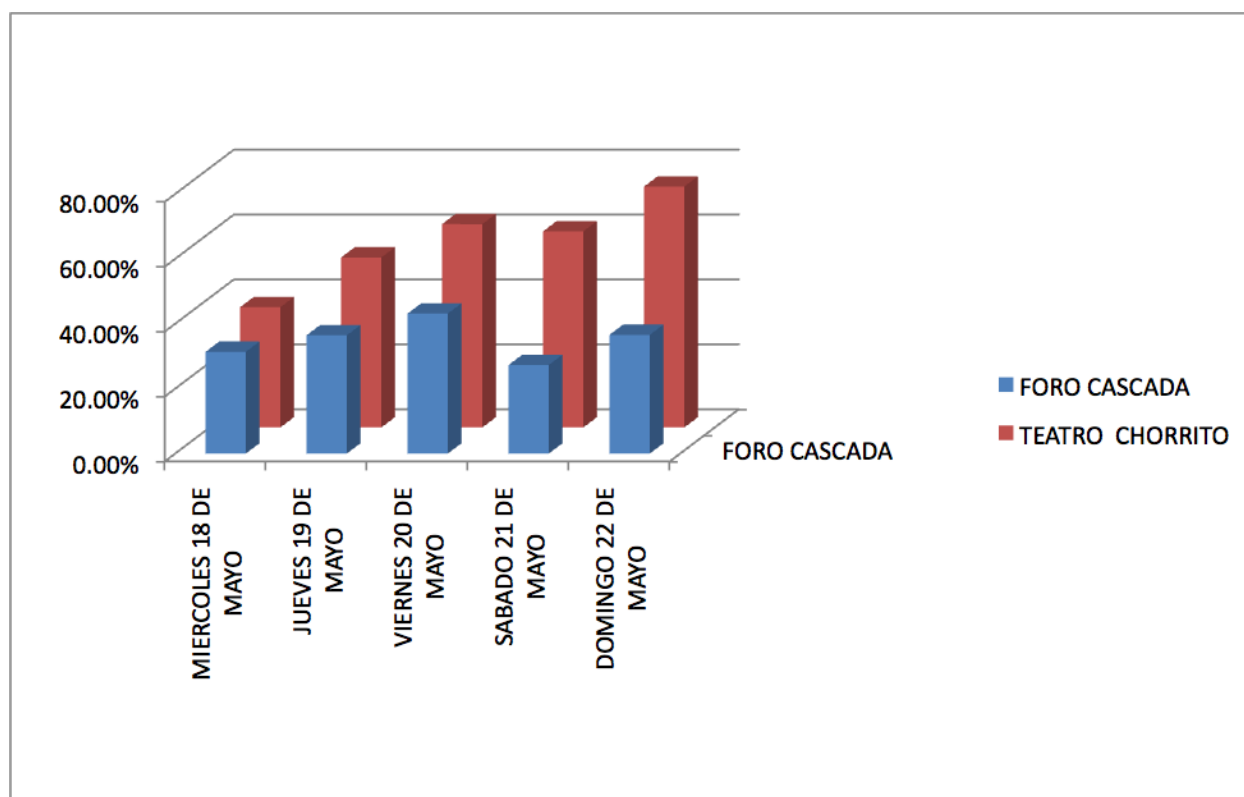
El Foro Cascada, recinto que brindó entretenimiento y espectáculos con capacidad de 750 personas.

El Teatro Chorrito, un espacio dedicado a la narración oral, con capacidad para albergar a 350 personas.

En total contamos con 65 presentaciones de espectáculos en teatros (8 espectáculos diferentes), y con exhibiciones artísticas. Los porcentajes respecto del aforo total en cada uno de los espacios, se muestran a continuación:



Rock para niños, Los Patita de perro





Por qué la danza, Academia de Danza Doris Topete



Concierto, Mexkla



Rock para niños, Los Patita de perro



2.4 ESPECTÁCULOS EN CALLES.

Los espectáculos en las calles de Papirolas 2011, tuvieron en total 54 intervenciones en distintos momentos. Estos espectáculos dan vida y el ambiente de Festival que caracteriza a Papirolas. En esta edición contamos con 4 distintos: *Performance* «baile sorpresa» que consistió en un baile con música y coreografía modernas, de géneros variados, con canciones que hablaban del *agua*. Esta intervención estuvo dirigida por Mauricio Cedeño con coreografía de Josué Valderrama. Los bailarines fueron estudiantes de la escuela Escena 3 de danza contemporánea y tuvieron 5 intervenciones.

Mary Camarena, vocalista del grupo Radaid quien realizó 2 intervenciones de canto. Jaramar Soto, cantante alternativa, tuvo 4 intervenciones con canciones de su propia autoría para Papirolas y basadas también en el tema del agua.

El hada cuentacuentos Jesica Cortés, realizó 37 presentaciones en diferentes lugares abiertos del festival. Finalmente Zaikocirco realizó 2 intervenciones (inauguración y clausura) con desfile, zancos, música y máscaras.



Jaramar



Performance, Escena 3

2.5 EXPOSICIONES.

Las exposiciones visitan y promueven la creatividad de las y los asistentes al Festival. En esta ocasión Papirolas creó el Área Descúbrelo, que presentó en diferentes lugares del festival 8 exposiciones provenientes de museos, centros y organizaciones culturales importantes de la ciudad de Guadalajara. El objetivo fue concentrar gran parte de la oferta cultural de la ciudad en el festival, con el fin de contribuir a que la población conozca dicha oferta y se interese en visitarla en otras fechas y en sus propias sedes. Las exposiciones presentadas fueron:



Exposición, SkaTonalá

Por el Trompo, Museo Interactivo:

- Te esfumas. Exposición creativa que previene el tabaquismo.

Por el Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara:

- Monstruos tecnológicos. Exposición de monstruos contruidos con materiales reciclados.



Exposición, Malecón de los trompos gigantes

Por el Instituto de Cultura de Tonalá:

- PopTonalá. Exhibición de tenis Converse pintados por los artesanos de dicha villa alfarera con técnicas tradicionales.
- Skatos. Exposición de tablas de patinaje pintadas también por artesanos.
- Trompos gigantes. Colección de 12 trompos de madera, pintados a mano, de 2 metros de altura cada uno.

Exposición, Pop Tonalá





Exposición, Monstruos tecnológicos

Por el Grupo de Teatro Infantil Litio:

- Exposiciones de títeres de diferentes grupos locales de titiriteros.

Por el Museo de Títeres:

- Exhibición de una parte de la colección que exhibirá dicho museo.

Por el Museo de Cera:

- Exposición de una sala del Museo de Cera.

2.6 CURSO DE CAPACITACIÓN PAPIROLAS 2011 PARA PROMOTORES CULTURALES Y DOCENTES.

Esta fue la primera ocasión en la que se planteó una capacitación para docentes y personas que trabajan con niños y niñas en el marco del Festival anual. Lo anterior nos llevó a crear los sistemas para ello. Se logró la asistencia de 46 personas durante los cuatro días de capacitación.

Las temáticas impartidas fueron las siguientes:

- Trabajar con niños con discapacidad.
- Educación ambiental y nuevas energías.
- Derechos de los niños, niñas y adolescentes.
- Promoción de la lectura.

Al efecto, se llevó a cabo una evaluación respecto de los 4 talleres a los y las participantes, los que en algunos casos asistieron a más de 1 taller. Vale la pena recalcar algunos elementos.

En cuanto a los temas abordados en los talleres, les parecieron en general pertinentes, de primera necesidad, actuales y prioritarios.

En todos los casos contestaron que sí pudieron reproducir lo aprendido en sus respectivos espacios. Destacan aquellas apreciaciones que refieren que ahora cuentan con ideas y estrategias para tratar a los menores en el salón de clases, detectar y canalizar niños con autismo, diseñar pensando en las capacidades y necesidades diferentes, adecuar los espacios, así como a entender mejor a sus



alumnos. Que el tema de la educación ambiental y nuevas energías, es un tema tangible para todos, pero es necesario aterrizarlo al nivel de los niños. En el caso de los derechos de los niños y las niñas, experimentaron el valor de cumplir las obligaciones y la necesidad de que los niños conozcan sus derechos desde pequeños a través de los profesores y los padres. Manifestaron finalmente que ahora conocen otras técnicas y estrategias de lectura que agradecerían a los alumnos y lograrían los propósitos de la lecto-escritura en cuanto a que la nueva reforma propone investigación y comprensión de lo leído, y que los temas sí son acordes a lo que tienen que trabajar en la escuela.

La retroalimentación que hicieron a las talleristas y a los materiales resultó muy favorable en ambos casos, ya que hacen mención de la preparación, alto nivel ético, profesionalismo, interés, entrega y dedicación de quienes impartieron los talleres. En cuanto a los materiales utilizados, se hizo referencia a lo atractivo, didáctico, llamativo, fácil de conseguir e interesante (lectura); útil, idóneo, pertinente, concreto y técnico; innovador e interactivo de los mismos. El trato resultó amable, agradable y profesional, correcto y respetuoso; existió integración de equipo de los que tomaron todas las capacitaciones.

El taller «Trabajar con niños con discapacidad», fue impartido por Gloria Guadalupe Almaraz y Luz Milagros Ortiz Castor Ramírez, ambas maestras del Instituto Hellen Keller, especializado en educación para niñas invidentes y con años de experiencia en el campo de las discapacidades.

El taller «Educación ambiental y nuevas energías» fue facilitado por Helga Jager, quien ha incursionado en el tema de las nuevas energías desarrolladas a lo largo del mundo, en especial en Europa, y las posibilidades que esto ofrece para salvar al planeta.

El taller de los «Derechos de los niños, niñas y adolescentes», estuvo a cargo de Beatriz Arredondo, quien trabaja día con día con menores en situación de calle, en las reconocidas organizaciones de la sociedad civil Movimiento de Apoyo a Menores Abandonados (MAMA AC) y Casa del Niño Trabajador, mismas que implementan el enfoque de derechos en el acompañamiento y formación de los mismos.

Finalmente, la «Promoción de la lectura», fue impulsada en el taller facilitado por María Tránsito Campechano Covarrubias; maestra de educación primaria con amplia experiencia en el tema no solo frente a grupo, sino en espacios públicos y capacitaciones.





Para terminar, en los comentarios generales, se hace alusión a la importancia de organizar este tipo de talleres, ya que no se encuentran o no están al alcance de los maestros y promotores culturales

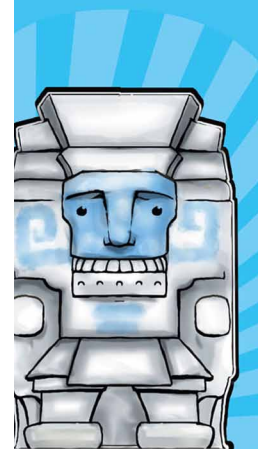
2.7 AMBIENTACIÓN Y SEÑALÉTICA.

La ambientación es también parte total del Festival. Promueve la creatividad de los asistentes y refuerza el tema anual. En esta ocasión se invitó al artista Juan Medina para su realización. Se integró con elementos acordes al tema del agua, sus colores y un tratamiento novedoso. El vestíbulo de ingreso del Festival se llamó El Mar, en donde se colocó una gran escultura de Tláloc: el dios del agua de los aztecas, el cual echaba brisa de agua al público de forma aleatoria, lo que sorprendía a quienes en el momento

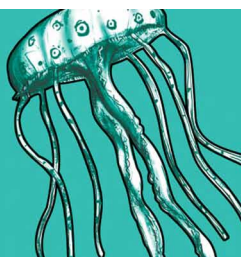
pasaban. Igualmente se colocaron mamparas institucionales con motivos de agua diversos. Mensajes del agua se posicionaron en las mamparas de los talleres. Figuras ligeras colgantes como la Medusa, con cuyos tentáculos interactuó el público. Las entradas a los pasillos del festival lucían con nubes y lluvia por las que pasaba la gente. La proyección en el piso de mensajes del agua e imagen que se movía al interrumpir un sensor que proyectaba la sensación de agua en movimiento, tuvo mucho éxito. Se idearon dos lugares de descanso llamados Lago Omm y Lago Shhh. Se compuso música ambiental específica para el Lago Shhh, donde se propició el descanso con elementos sonoros relacionados con el agua. Variadas figuras colgantes adornaron el festival con personajes acuáticos reales y de la fantasía como un ajolote bañándose en una tina, un pez globo naranja y una llamativa sirena. Cabe señalar que se realizaron 24 diseños diferentes de banderolas y pendones para señalética, y 14 diseños distintos para letreros en general. Las calles de este a oeste tuvieron los nombres de ríos, y las de norte a sur el nombre de glaciares. La cafetería

Pabellón
Bajitos

3 a 6
años



Lago Ohm



se llamó Oasis y el salón de capacitación para docentes, Arrecife.

3. PÚBLICO.

En Jalisco viven **3,675,341 niños y niñas** de 0 a 19 años, que representan el 50% de la población de esta entidad (INEGI). Por tal razón, la Universidad de Guadalajara dentro de su programa cultural brinda un espacio único en su género dedicado a éste sector de la población.

En las primeras ediciones, el Festival Papirolas enfocaba sus actividades en niños de 0 a 13 años, sin embargo, con el ánimo de atender a



una población que tiene la necesidad de estímulos culturales, creativos y educativos innovadores, Papirolas se dio a la tarea, en nuestra edición 2011, de convocar al público adolescente y joven, ofreciendo actividades para población de 3 a 18 años de edad. Se promovió además la asistencia de padres de familia y profesores de distintos niveles educativos de escuelas públicas y privadas; gestores culturales y personal de organizaciones de la sociedad civil que trabajan con niños, con jóvenes y en temas educativos.

El festival Papirolas 2011 tuvo una duración de 5 días. Los 3 primeros recibió, de 9 a 16 horas, exclusivamente a escuelas tanto públicas como privadas, de preescolar a preparatoria; de 16 a 20 horas ingresó público general. Los dos últimos días el horario fue de 9 a 20 horas, en los que Papirolas estuvo abierto al público general.

3.1. ESCUELAS.

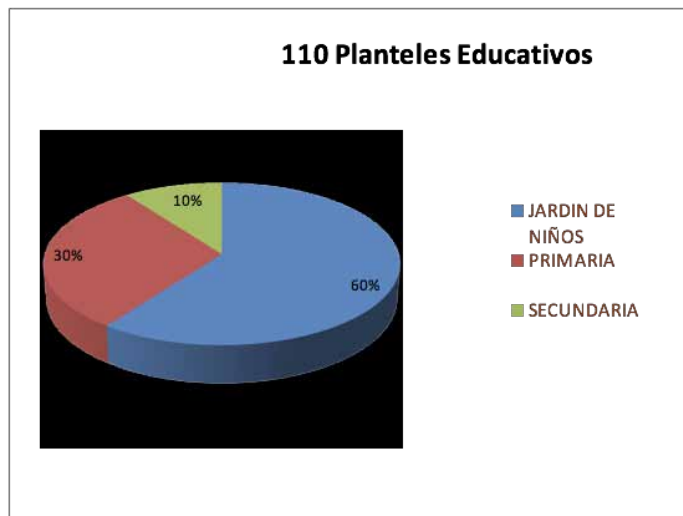
Las escuelas asisten a Papirolas en grupos acompañados de sus profesores. Van desde preescolar hasta preparatorias. Al visitar el Festival se les ofreció un recorrido que incluyó



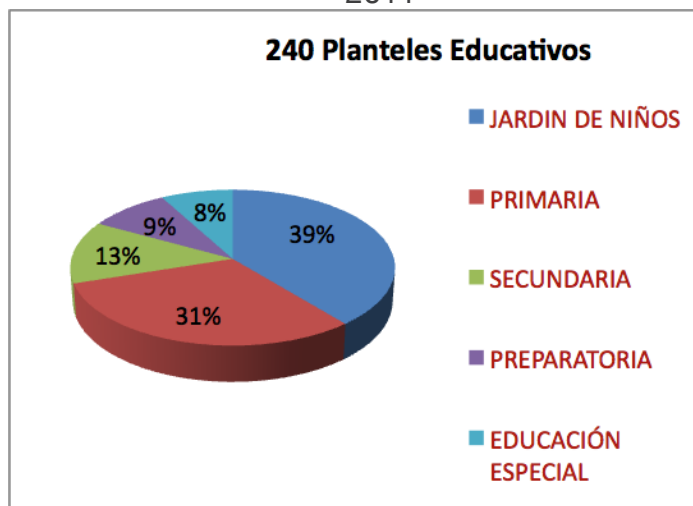
un taller, un espectáculo y una visita al área de exposiciones, museos y stands, pudiendo elegir la fecha y uno de los seis horarios disponibles, desde las 9:00, hasta las 18:30 hrs. En este Festival 2011 se tuvieron logros significativos ya que asistieron 240 escuelas, lo que representó poco más del 100% de aumento en comparación al 2010.

Gráficas de asistencia de grupos escolares:

2010



2011



Por primera vez se llevó a cabo el Programa Padrino beneficiando a 2,600 alumnos de 13 escuelas, albergues y asociaciones filantrópicas de escasos recursos, siendo algunas de las beneficiadas las siguientes:

- Escuela Tierra y Libertad, con 350 alumnos.
- Escuela Belisario Domínguez, con 407 alumnos.
- Escuela 18 de Marzo, con 769 alumnos.
- Escuela 20 de Noviembre, con 658 alumnos.
- Albergues como Los Pinos, Pedacito de cielo, MAMA A.C., Santa María del Tepeyac, Niños y Adolescentes en Armonía, con 650 alumnos.
- Organizaciones como Hellen Keller, que atiende a niños ciegos y Ciriac, que ofrece sus servicios a menores y mayores con parálisis cerebral, ambos con 81 alumnos.

Se trabajó en la actualización y la ampliación de la base de datos de escuelas; de 80, a más de 1,500 (90% privadas y 10% públicas). Además se hicieron las gestiones con la Secretaría de Educación Jalisco (SEJ), que nos proporcionó una base de datos de 7,863 escuelas. De la misma manera, se invitó a Papirolas a 44 preparatorias locales y regionales, la mayoría pertenecientes al SEMS-UDG.

3.2. PÚBLICO GENERAL.

Se considera que el cambio de sede impactó positivamente en el número de asistentes al Festival en esta 16ª edición, ya que el público se incrementó de 80 mil en el 2010 a 83,000 en el 2011.

El público general se compone de niños, niñas, jóvenes, maestros y padres de familia. Las familias asistentes pertenecen en su mayoría a la clase media y media-alta de la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG). Los niños asisten principalmente con sus mamás, cuya edad promedio oscila entre los 25 y 35 años.

No obstante lo anterior, el festival otorga cortesías para la asistencia de niños de escasos recursos que se encuentran en alguna institución u organización social, como los Sistemas DIF de los diferentes municipios que integran la ZMG. Asimismo, mediante el Programa Padrino, el Festival consigue financiamiento de fundaciones donantes y empresas que pagan la entrada de niños procedentes de escuelas marginadas, albergues y asociaciones filantrópicas.

El Festival fomenta también la asistencia de niños con discapacidades, por lo que se capacita tanto a talleristas y prestadores de servicio social, como al personal en general para tal efecto; cuenta además con talleres, espectáculos y actividades especiales para este público. En el 2011 se recibieron a niños con daño cerebral, a niños Down y a niños ciegos y débiles visuales.



550 estudiantes provenientes de 12 universidades y escuelas de ZMG participaron como prestadores de servicio social.

El público de Papirolas es fiel al Festival y ha asistido en promedio durante 3 años consecutivos.

4. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.

El 2011 ha sido un parteaguas en la vida del Festival Papirolas. Su regreso a la sede original, el replanteamiento de contenidos y la adecuación de su modelo de negocios, han dado paso a la consolidación de este gran programa cultural. Dado lo anterior, se realizó una alianza estratégica con la agencia de publicidad Alquimia, que consistió en el diseño de una campaña de comunicación acorde a los cambios efectuados. Ésta incluyó la actualización del logotipo institucional, la creación de una imagen anual acorde al tema del *agua* y el diseño de diversos elementos de comunicación visual y diseño gráfico que atrajeran al nuevo público (adolescentes y jóvenes), sin descuidar al público cautivo que son los niños de preescolar y primaria.

4.1 CAMBIO DE LOGOTIPO / IMAGEN 2011

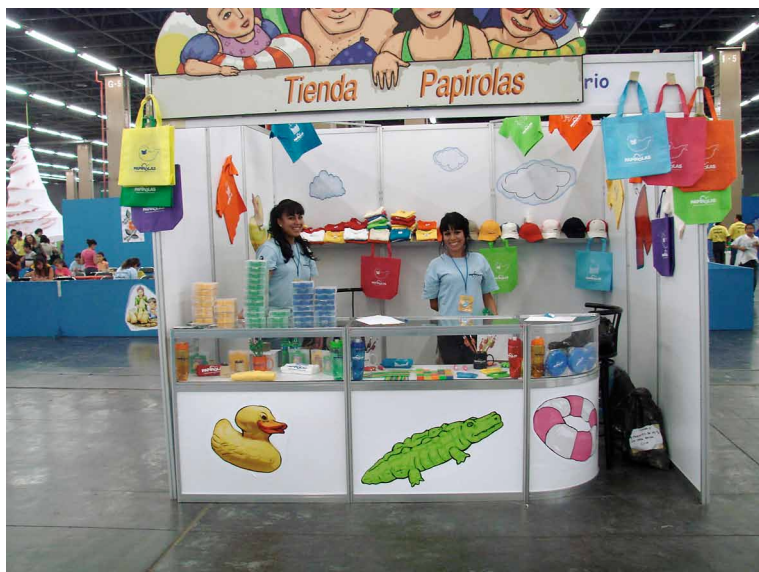
Como parte de la restructuración de Papirolas se rediseñó el logotipo y la imagen institucional, buscando su actualización y frescura, acordes a los cambios realizados por la nueva administración. La nueva imagen se hizo presente en la papelería institucional, a través de: tarjetas de presentación, hojas membretadas, sobres, carpetas y 10 tipos distintos de gafetes. Asimismo en los impresos promocionales, consistentes en: postal/volante; invitaciones; *press wall* y programa general. Los diseños publicitarios también contemplaron la nueva imagen: espectaculares, vallas y el pendón gigante.



De la misma manera, el logo de Papirolas se hizo presente en 24 diferentes diseños de banderolas y pendones; 14 distintos letreros para señalética; en la página web y en los souvenirs.

Concretamente en este último rubro se ofrecieron los siguientes productos en cinco stands, distribuidos de forma estratégica por toda la Expo:





- Goma de borrar
- Lapiz flexible
- Bolígrafo Zépelin
- Bolsa Nonwoven
- Lapiz Twister
- Rompecabezas
- Porta Cd
- Bolígrafo
- Clip Zíper
- Cilindro
- Gorra combinada
- Gorra batalla
- Taza blanca
- Taza naranja

- Taza azul
- Playera juvenil
- Playera niño
- Playera bebé
- Crayolas
- Máscaras

Los stands fueron cubículos abiertos solo por la parte de enfrente y decorados con figuras diversas, algunas de ellas con el tema del agua.



4.2 PÁGINA WEB.

La página web fue un elemento de vital importancia informativa durante el festival. El diseño del sitio se cambió incorporando una imagen más fresca y moderna, con la intención de hacerlo más atractivo para el público objetivo: los niños y los jóvenes. El contenido contempla además sitios para otros públicos del festival como los



padres de familia y profesores, patrocinadores, reporteros de medios de comunicación, talleristas y artistas, escuelas y otros interesados. La página web incluye a partir de 2011 la historia del Festival, información general, datos de contacto, programa de actividades y tema anual; sala de prensa virtual, galería de imágenes y patrocinadores 2011. Por primera vez se crearon los sitios institucionales en Facebook, Twitter y YouTube, cuyos vínculos aparecen también en la web. A pesar de haber tenido lista la página web con la información general del evento solo dos semanas previas a la inauguración, se registraron más de 100 mil visualizaciones de la misma, de forma directa y a través de las redes sociales.

4.3 DIFUSIÓN EN MEDIOS.

Con la intención de informar a la población sobre el tema anual y el programa de actividades 2011, así como posicionar la imagen de Papirolas como un festival de calidad, innovador y de excelencia en contenidos, se planteó una campaña de difusión que contempló:

- 2 ruedas de prensa.
- 25 entrevistas en radio con el staff de Papirolas.
- 10 entrevistas en radio con artistas de los espectáculos presentados.
- Instalación de una Sala de prensa virtual en nuestra página web antes y durante el Festival y una Sala de prensa física durante los 5 días del Festival.
- 32 inserciones de prensa con el apoyo de la Unidad de Medios UDG: 12 en El Informador, 3 en Mural, 12 en Público y 5 en la Gaceta de la UDG.
- 35 inserciones en prensa mediante convenios directos de intercambio: 12 en Público, 4 en Ocio y 19 en Ocho Columnas.
- 47 notas publicadas en prensa.
- 3 notas especiales en los suplementos Ocio y Primera Fila.
- Cobertura especial de televisión con programas alusivos en Canal 44, Revista Clover y Megacanal.
- 4 controles remotos de radio durante el festival: Radio UDG, RMX y Radio DK.
- 2 318 spots de 20" en 10 estaciones de radio.
- 2 150 spots de 20" en 4 estaciones de televisión.
- 93 inserciones en Internet durante 2 semanas en las páginas web de la Universidad de Guadalajara, de la Gaceta Universitaria y del CUAAD.





4.4 RUEDAS DE PRENSA.

Se llevaron a cabo dos ruedas de prensa. La primera previa al inicio del Festival, el 4 de mayo de 2011, misma que fue presidida por el Doctor Marco Antonio Cortés Guardado, Rector General de la Universidad de Guadalajara. También formaron parte del presidium el Doctor Mario Alberto Orozco Abundis, Rector del Centro de Arte Arquitectura y Diseño; la Licenciada Mónica Stettner Carrillo, Directora Ejecutiva de la Fundación Universidad de Guadalajara y la Licenciada Marcela García Bátiz, Directora de Papirolas. Se llevó a cabo en el Museo de las Artes de la Universidad de Guadalajara con gran convocato-

ria y variedad de medios de comunicación como televisión, radio, medios impresos y electrónicos. Se contó con la asistencia de 20 medios, de la que resultaron 20 notas.

La segunda rueda de prensa se realizó en las instalaciones de Papirolas dentro de Expo Guadalajara, el último día del festival, 22 de mayo de 2011. Fue presidida por el Maestro Igor Lozada, director de Cultura UDG y la Licenciada Marcela García Bátiz, directora de Papirolas. Asistieron nueve medios de comunicación de los cuales, el 100% publicó o transmitió nota periodística.

4.5 REDES SOCIALES.

En el caso de las redes sociales, se realizó una campaña de acuerdo a las necesidades de difusión y comunicación del evento, cuyos objetivos se dividieron en tres etapas:

Etapas 1. Del 11 de abril al 11 de mayo del 2011.

Se creó un perfil del festival en dos cuentas: una de Facebook y otra de Twitter, así como en Flickr, Youtube y Bit.ly para apoyo en la estrategia de difusión; mismas que fueron actualizadas antes, durante y después de los días del festival.



Se actualizaron diariamente los perfiles de ambas cuentas, con trivias, acertijos, concursos y mensajes que generaron expectativa entre los usuarios y posibles visitantes al Festival, dándose respuesta a todos los comentarios y preguntas de los usuarios. Durante la rueda de prensa del 4 de mayo, se realizó una actualización de información en tiempo real, para dar a conocer los detalles del festival, además de incluir en el perfil imágenes y un video sobre el evento.

Etapas 2. Del 12 al 17 de mayo del 2011.

En esta etapa se actualizaron los perfiles con información básica e imágenes, la descripción de los talleres, los espectáculos, las novedades de la 16ta edición, así como trivias y concursos donde se obsequiaron cortesías dobles para asistir al evento, entre otras cosas.

Etapas 3. Del 18 al 24 de mayo del 2011.

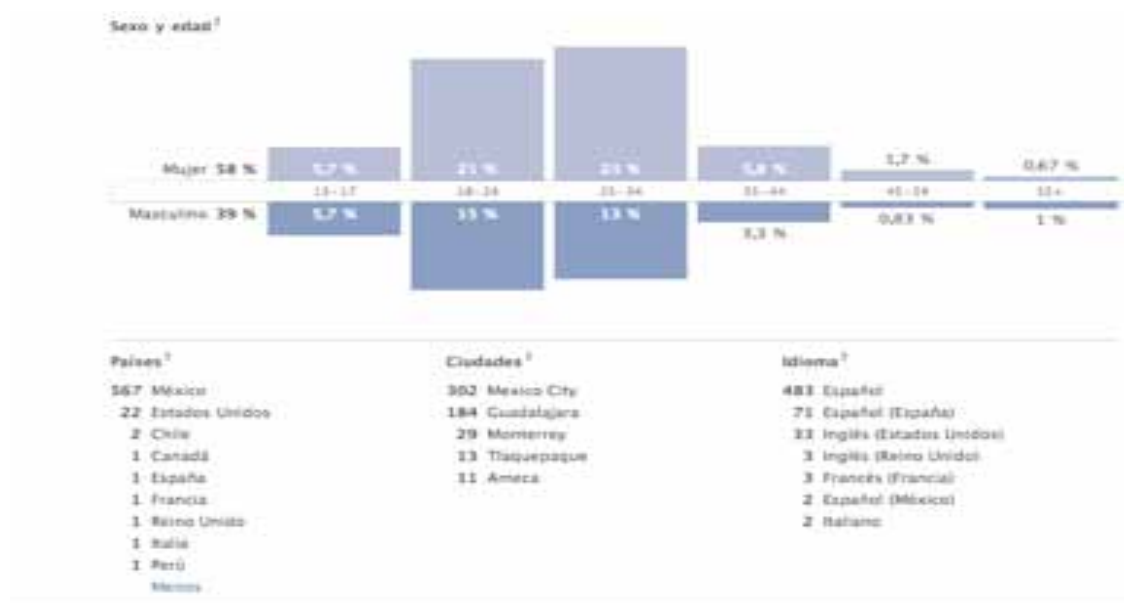
En esta etapa se actualizaron los perfiles con la información que se generó en los talleres y espectáculos, el ambiente en los pasillos, las notas de prensa, imágenes y videos. Para atraer la atención de los *amigos* y *seguidores*, se crearon invitaciones para los espectáculos a manera de eventos en Facebook, con lo que los usuarios podían enterarse con oportunidad del horario y fecha del evento y agendarlo para asistir. Las actualizaciones fueron por lo menos cuatro veces al día.

Durante las seis semanas en que se registró el estudio de las redes sociales creadas, se reportaron los siguientes datos:

Facebook del 18 de abril al 25 de mayo:

- Nuevos *Me gusta*: 614
- Total de *Me gusta*: 599
- Visualizaciones de las publicaciones: 105,902
- Comentarios sobre las publicaciones: 790
- Total de usuarios activos: 1,850.
- Actualizaciones de la página: 50.





Características demográficas: Como se observa en el cuadro anterior, el país que más usuarios tuvo fue México, con 302 visitas desde el Distrito Federal, 184 de Guadalajara, seguido por 29 visitas de Monterrey. Sin embargo es importante señalar que existieron 22 visitas de Estados Unidos, así como de otros países como Chile, España, Canadá, Francia y Reino Unido. El 58% de mujeres entre los 25 y 35 años de edad son quienes predominaron en el uso. En cuanto al rango de jóvenes entre 13 y 17 años se tuvo una participación de 5.7% del total de seguidores, lo que implica que los que los papás siguen siendo los más interesados en conocer las actividades de Papirolas para poder llevar a sus hijos.

Twitter del 18 de abril al 25 de mayo

- Tweets: 145
- Seguidores: 113
- Siguiendo: 320
- Listas: 2
- ReTweets: 41

Se tuvieron 11 *replies* o contestaciones a mensajes enviados, respecto de la participación de las trivias y/o concursos que se realizaron durante la campaña, o al retroalimentar algún comentario de los usuarios. Asimismo, 113 Tweets que hablaron de Papirolas 2011, haciendo mención en sus mensajes de @papirolasgdl, #Papirolas2011, Papirolas. Con esto se ganaron más seguidores al invitarlos a seguir las actividades.

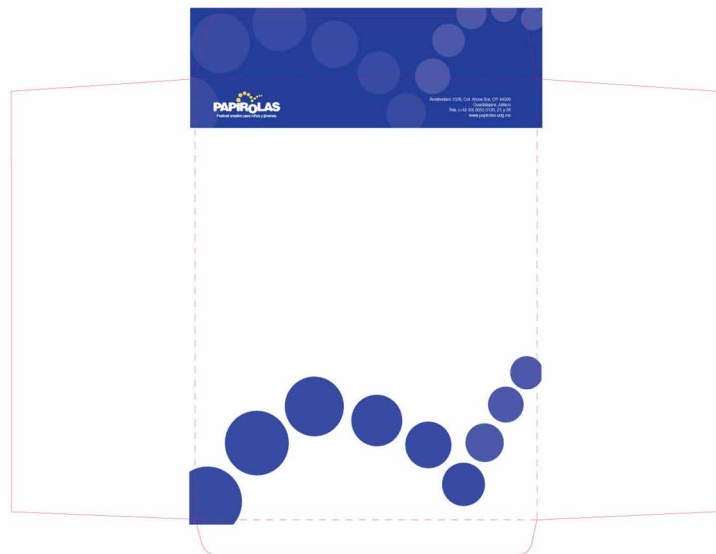
De lo anterior, podemos concluir que en general la campaña se puede calificar como exitosa, ya que se logró atraer algunos de los usuarios del año anterior, así como captar el interés de nuevos, estos últimos fueron la gran mayoría. La exposición de la información generada fue muy buena, al lograr más de cien mil visualizaciones de la página, lo que confirma que este tipo de medios son un excelente apoyo para que el producto cautive al consumidor de manera permanente. Se logró compartir el contenido que se quería dar a conocer sobre las actividades previas, durante y al finalizar el festival y se mantuvo el diálogo con el público meta en tiempo real.

Una parte importante es que los usuarios compartieron sus necesidades de información, sugerencias y/o comentarios mediante Facebook y Twitter, que fueron una oficina las 24 horas del día, lo cual fue una ventaja para conversar y resolver en el instante lo solicitado. La interacción mediante las redes sociales con los usuarios fue de manera dinámica mediante la utilización de otras herramientas como Youtube, Flickr, Twitpic, Bitly, etcétera, a través de la creación de álbumes con imágenes del programa principal y de los espectáculos de Papirolas y videos de las actividades que se estuvieron llevando a cabo.

4.6 IMPRESOS.

Como ya se comentó en el apartado de cambio de logotipo e imagen 2011, ésta permeó no solo en impresos, sino en los diseños, página web, souvenirs, etc. Con relación a los impresos, una parte tuvo que ver con la Papelería institucional. Respecto de ella, se imprimieron:

- Tarjetas de presentación
- Hojas membretadas
- Sobres
- Carpetas
- Gafetes (10 tipos distintos)





En cuanto a los impresos promocionales, se realizaron:

- Postales/volantes (100 mil)
- Invitaciones (1000)
- *Press Wall* (1)
- Programa general (100 mil)

4.7 PUBLICIDAD EN CALLE.

La publicidad en calle fue parte de la estrategia de difusión y comunicación que re realizó para el evento. Al respecto, se colocaron 15 vallas y 4 espectaculares en lugares estratégicos del 3 al 20 de mayo.

5. PATROCINIOS Y PROGRAMA PADRINO.

El modelo de patrocinios del Festival Papirolas 2011 también fue renovado. En los años previos, existía un modelo comercial basado en la venta de stands y en el intercambio de productos varios por stand comercial. Este fue un rubro de ingresos poco significativo en el 2010, ya que constituyó solo el 33% del total de ingresos en efectivo. Vale la pena señalar que las empresas que compraban stands eran en gran medida de comida, mismas que recuperaban su inversión vendiendo sus productos durante el Festival.

En la edición 2011 de Papirolas se diseñó un modelo de patrocinios más actualizado. Se elaboraron paquetes de patrocinios con beneficios publicitarios atractivos además del stand, y se les fijó un precio acorde al valor del evento. Lo anterior fue el resultado del análisis de tres variables: evaluación del festival; las necesidades económicas para su realización, manteniendo su filosofía cultural y educativa; y los precios del mercado. Fue así como se realizó una prospección de ingresos con posibles clientes, privilegiando el regreso al Festival de editoriales y librerías, escuelas e instituciones de educación. Se realizaron alianzas estratégicas con empresas de tecnologías de información y organizaciones de cuidado del medio ambiente, así como grandes marcas con capacidad de financiar de manera altruista este festival de alto



Stand del Grupo Milenio



impacto social. Hay que hacer notar que el Festival es un espacio ideal para el posicionamiento positivo de marcas, ante un público de más de 80,000 mil niños, jóvenes, maestros y papás, así como de medios de comunicación y autoridades diversas.

Los resultados lograron el objetivo, ya que volvieron las editoriales y librerías a Papirolas y se limitó considerablemente la venta de comida. En cuanto a los ingresos vía patrocinios y otros, se obtuvieron \$ 8,021,841.94 pesos sin IVA, lo cual representó un aumento de 162% respecto al 2010. Los patrocinios en especie, aumenta-



Stand de Kole

Los beneficios ofrecidos a los patrocinadores, son distintos de acuerdo con el monto aportado. Algunos de ellos son: publicidad en prensa, TV, radio, programas de mano, *banners* ligados a la ambientación; ingreso a escuelas, pantallas gigantes, logotipo en talleres, *loop* de inauguración, *banner* de ingreso a foros y el espacio para promocionar sus productos en un stand.



Stand del Grupo Tomo

ron un 327% con respecto al 2010, constituyendo aproximadamente un 43% de ahorro respecto de los egresos del festival.

Los montos que se solicitaron vía patrocinios iniciaron a partir de 1 millón de pesos, (donativos líderes) hasta donativos menores de 25,000 pesos.



Stand del Fondo de Cultura Económica



A continuación, se muestra la relación de Patrocinadores Papirolas 2011:

1	Ayto. de Guadalajara
2	Ayto. Zapopan
3	CEA
4	Coca Cola
5	Colorcitos
6	Conafor
7	Conagua
11	Cultura Tonalá
13	Dirección de Medios UDG
14	Dulces Pigüi
15	Edmax
16	Educal
17	Emman
18	Escena 3
19	Fondo de Cultura Económica
21	Fundación UDG.
22	Gónvill
23	Grupo Milenio
24	Grupo Tomo
26	IEPCJ.
27	INAH.
28	Intel
29	Kole
31	Litio
32	Megacable
33	Museo de Cera
34	Museo de Títeres
35	Ocho Columnas



Press wall



Stand Trillas

36	Óptica Devlin
37	Pinturas Prisa
38	Rigoló
39	Sam's Club
40	Selva Mágica
41	Siapa
42	Telmex
43	Trillas
44	Trompo Mágico



Programa Padrino Papirolas:

Stand de Pinturas Prisa

El Padrino Papirolas es un programa con sentido social que se desarrolla con el fin de que el Festival sea un vínculo entre niños de organizaciones y entidades educativas de escasos recursos y empresas o instituciones socialmente responsables. Dichas empresas o fundaciones donantes, pueden financiar la asistencia de niños y niñas a Papirolas. Su asistencia al Festival les brinda la oportunidad de experimentar toda la gama de actividades culturales y educativas, al mismo tiempo que se divierten de forma creativa y lúdica. En este año, empresas como PWC (Price Water House Coopers) y fundaciones como Expo Guadalajara y Corporativa de Fundaciones subsidiaron el boleto de entrada de los menores internados en albergues como Los Pinos, Pedacito de cielo, MAMA A.C., Santa María del Tepeyac, Niños y Adolescentes en Armonía; así como las organizaciones Hellen Keller, que atiende a niñas ciegas y Ciriac, que ofrece sus servicios a menores con parálisis cerebral.

Como ya se informó en el apartado de escuelas, el Programa Padrino benefició en total a 2,600 alumnos de escasos recursos de 13 escuelas, así como de los albergues y asociaciones arriba mencionados.

6. INGRESOS Y EGRESOS.

Para efecto de los Ingresos y Egresos del Festival 2011, es importante resaltar que éste tuvo una duración de 5 días, en lugar de los 6 días que tuvo la edición 2010. Esto impacta en los rubros tanto de visitantes, como económicos. En el cuadro siguiente, se muestra el comportamiento comparativo de los ingresos propios, frente al costo total del Festival durante el 2010 y 2011. Cabe resaltar que el presupuesto ordinario anual de Papirolas (presupuesto público), disminuyó en el 2011 con respecto al 2010, por lo que la recaudación de ingresos extraordinarios fue todo un reto para el equipo de trabajo en el 2011.



INFORME DE INGRESOS Y EGRESOS DE PAPIROLAS				
<i>Fuente</i>	<i>Ingresos</i>	<i>2010 Ingresos sin iva</i>	<i>2011 Ingresos sin iva</i>	<i>Comentarios</i>
Patrocinios y cursos	Ingresos en efectivo	\$1,760,915.00	\$2,464,447.04	De 6 días cambiamos a 5
Patrocinios	Ingresos en especie	\$1,300,000.00	\$5,557,394.90	
Total Ingresos propios		\$3,060,915.00	\$8,021,841.94	162% de incremento
<i>Fuente</i>	<i>Egresos</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	
Presupuesto ordinario	Gastos fijos y operativos, enero a mayo	\$2,700,000.00	\$2,610,000.00	
Cultura UDG	Renta espacio (2010 Calle 2) (2011 Expo Guadalajara)	\$492,000.00	\$2,691,333.26	
Cultura UDG	Talleres, espectáculos, ambientación	\$1,320,000.00	\$1,163,730.42	
Ingresos propios en efectivo	Algunos gastos Festival más gastos de operación junio a dic.	\$1,760,915.00	\$1,526,248.00	
Total Egresos en efectivo		\$6,272,915.00	\$7,991,311.68	
<i>Fuente</i>	<i>Especie</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	
Ingresos propios en especie	Gastos publicidad, talleres, espectáculos	\$1,300,000.00	\$5,557,394.90	
Total Egresos		\$7,572,915.00	\$13,548,706.58	78% de incremento

Los resultados obtenidos han sido afortunados, ya que el ingreso propio del 2011 con respecto al 2010 creció en un 162%, y no obstante el aumento del gasto del Festival en el 2011 debido a la renta de Expo Guadalajara, el egreso en general solamente aumentó en un 78% con respecto al 2010. Vale la pena señalar que en el 2011, varios rubros de gastos importantes disminuyeron en comparación con el año anterior como gastos de operación, talleres, espectáculos y ambientación.



7. ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO.

Con la intención de pulsar la percepción de los distintos tipos de públicos asistentes a Papirolas 2011 (niños, adolescentes, maestros, padres de familia y asistentes en general), y verificar con ello la composición del público; el impacto respecto del cambio de sede; el costo y la seguridad del ambiente; los talleres, exposiciones y espectáculos ofrecidos; la creatividad y el aprendizaje desarrollados en los mismos; la calidad de los talleristas; el trato ofrecido; la originalidad; sugerencias respecto de temáticas a abordar en ediciones posteriores; la consciencia respecto de su relación con el agua, etcétera, se encargó al Centro de Estudios Estratégicos de la UDG (CEED), la realización de una evaluación que consistió en la aplicación de 1, 085 encuestas, a través de 25 encuestadores, a lo largo de los cinco días del festival. A continuación se muestra lo más representativo de cada uno de los públicos entrevistados:

Niños y niñas: El 33.6% de los niños que asistieron a Papirolas oscila entre los 11 y 12 años de edad. En su mayoría, el 55.3% se trata de niñas, mientras que el 44.7% es de niños.

El 98.4% de los niños evaluaron el taller al que asistieron como excelente, y el 34.8% mencionó que lo que aprendieron en el taller fue la elaboración de manualidades (figuras de barro, papel, plastilina, máscaras, entre otras.). El 45.6% comentó que a partir de su visita a Papirolas, su relación con el agua cambio, en el sentido de que hay que cuidarla más en los momentos de lavarse los dientes, usar al baño, regar las plantas, lavar automóviles o trastes, por citar algunos ejemplos. El 41% de los niños visitaron algún espectáculo evaluándolos en su mayoría (87.6%) como excelentes o buenos. El tema más propuesto por los niños para la futura edición del festival fue La Naturaleza con el 37.1% (entre los que destacan: el cuidado de los ecosistemas y la tala de árboles). El 41.7% de los asistentes infantiles comentaron que lo que más les gustó de Papirolas fueron los talleres ofrecidos, seguido con un 16.1% de lo que aprendieron en el festival. Al 59% de los niños les gustaría volver a asistir a Papirolas.

Adolescentes: La edad oscilante de los asistentes adolescentes a Papirolas fue de 13 a 14 años en un 36.3%, seguida de 15 a 16 años en un 32.1%. Para el 66.5% de los jóvenes se trataba de su primera vez en el festival Papirolas, lo que demuestra el cumplimiento de la meta respecto a la atracción al Festival del público joven. El 54.2% se enteraron de Papirolas por la escuela y el 27.1% lo hizo a través de algún medio de comunicación, destacando en primer lugar la televisión (55.2%) seguido de la radio (17.2%).

El 52.6% de los jóvenes encuestados asistieron a Papirolas en grupo escolar y el 30.7% en compañía de la familia. El medio ambiente fue un tema que les interesó al 45.1% de los adolescentes y por ello lo proponen para el tema de la próxima edición. El 88.4% de los adolescentes participaron en algún taller, evaluándolos el 52.1% como buenos. Asimismo, el 35.8% mencionó que aprendieron en el taller nuevas habilidades manua-



les, seguido de la importancia de cuidar el agua en un 27.4%. En general los diferentes elementos que ofreció Papirolas fueron evaluados como buenos y excelentes. El 44.2% de los jóvenes evaluaron como excelente la atención del personal y al 66.5% les pareció bueno el horario. Finalmente, al 35.3% de los adolescentes lo que más les gustó fueron los talleres y el 51.6% mencionaron que si volverían asistir a Papirolas.

Profesores: En términos generales los profesores evaluaron la calidad del taller al que asistieron sus alumnos, así como el material brindado, la originalidad y la capacitación de los talleristas como buena. El 57% de los maestros evaluaron como excelente la seguridad del ambiente, como bueno con un 63% el costo de la entrada, sin embargo mencionaron que eran escasos los lugares para esperar a los niños. El 48% de los maestros ya habían asistido a Papirolas en años anteriores y al 41.7% les pareció mejor esta edición que las pasadas. Por otra parte, el 90% de los profesores si volverían asistir a Papirolas y la recomendarían.

Padres de familia y asistentes en general: El 63.8% de los padres y público en general se enteraron del Festival a través de algún medio de comunicación, siendo la televisión el medio más mencionado por el 46.7% de los asistentes. El 61.8% de los entrevistados, ya habían asistido con anterioridad al Festival, y el 52.4% opinó que fue mejor Papirolas 2011 en relación a años anteriores.

Al preguntarles sobre algunos elementos de Papirolas, los asistentes respondieron con un 49.4% que la atención que se les brindó a los niños y niñas fue excelente así como la seguridad del ambiente en un 51.3%. En términos generales el público evaluó la calidad del taller, así como el material brindado y la variedad de temas como bueno, asimismo el 51.4% evaluó la capacidad de los talleristas como excelente, seguido de la originalidad del taller (47.4%).

El 34.2% del público sí asistió a los espectáculos, los que evaluaron como de excelente calidad, así como los detalles técnicos del evento. Por otra parte, se mostró cierta indiferencia al preguntar sobre los stands, porque el 53.5% del público mencionó que no les pareció atractivo un stand en particular. Para el 78.7% de los asistentes, Papirolas sí cumplió sus expectativas; y el 97.8% de los padres y asistentes en general sí volvería a asistir a Papirolas en su siguiente edición, pero esperarían mas talleres para niños pequeños (12.5%). La calificación promedio que los padres de familia y los asistentes en general otorgaron al Festival Papirolas fue de un 8.4.





8. EQUIPO DE TRABAJO.

Debido al cambio en la Dirección de Papirolas, a cargo de la Licenciada Marcela García Bátiz, se conformó un equipo de profesionales en diversas áreas que permitió en poco tiempo realizar un Festival que cumpliera con la Misión institucional trazada. El equipo de trabajo que llevó a cabo la edición 2011 de Papirolas fue:

DIRECTORA

Marcela García Bátiz

GERENTE GENERAL

Brenda Pérez Fonseca

GERENTE DE EDUCACIÓN Y CULTURA

Araceli Aguerrebere Salido

COORDINADORA DE PATROCINIOS Y PUBLICIDAD

Gabriela Delgado Valdez

COORDINADOR DE ESCUELAS

Martín Ruiz Navarro

COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN

Norma Castillo Díaz

COORDINADORA DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA

Angélica Vega González



COORDINADORA DE DIFUSIÓN
Mariana González Márquez
COORDINADOR DE EDICIÓN Y DISEÑO
Óscar René González Aguilar
COORDINADORA DE TALLERES
Laura Bordes Muller
COORDINADORA DE SERVICIO SOCIAL
Felicitas Cortés Fonseca
SERVICIO SOCIAL
Triny Palafox Aceves
SERVICIO SOCIAL
Patricia Estrada Gutiérrez
ASISTENTE DE DIRECCIÓN
Patricia Becerra Santiago
PLANEACIÓN Y CAPACITACIÓN
Gerardo Moya García
ASISTENTE DE PATROCINIOS
Odette Ramírez Noriega
ASISTENTE DE ADMINISTRACIÓN
Sofía Yabeth Zamora Sánchez

9. CONCLUSIONES.

De los informes recabados por cada una de las áreas de trabajo; la evaluación de los resultados obtenidos; los estudios realizados por fuera del equipo, tales como los de percepción del público, así como los de medios de comunicación y redes sociales, nos llevan a concluir que la edición de Papirolas 2011 cumplió con la misión propuesta.

Lo anterior se deduce de su éxito en la asistencia del público, contemplando la reducción de un día, respecto del Festival 2010, en especial de jóvenes; el aumento en los ingresos vía patrocinadores, tanto en especie como en efectivo; el ahorro que esto significó para el costo total del mismo; el aumento del 100% en la inscripción de escuelas en comparación con el 2010, así como los 2,600 alumnos de escasos recursos, beneficiados por el Programa Padrino; el inicio de la capacitación a docentes y personas que trabajan con niños y niñas, en temáticas de actualidad y necesidad cotidiana para ellos y ellas. De la misma manera, el uso de las redes sociales como medio de difusión e información; y la apreciación positiva respecto de la calidad y variedad de los talleres, espectáculos y exposiciones, así como de sus facilitadores y artistas.

La evaluación interna institucional nos marcará el paso para seguir mejorando y ofrecer al público que asista a Papirolas 2012 la mejor de las sorpresas.



10. ANEXOS

1. ARCHIVO FOTOGRÁFICO.



Corte de listón



Inauguración



Taller Museo de las Bellas Aguas

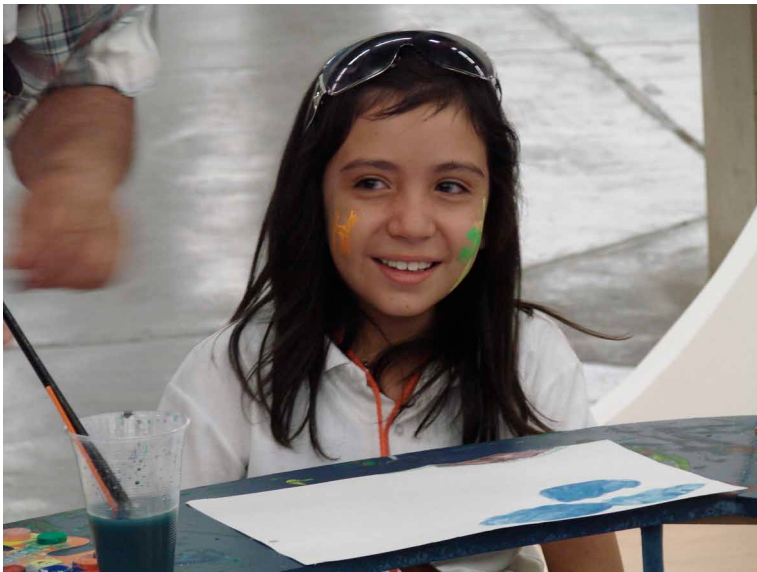
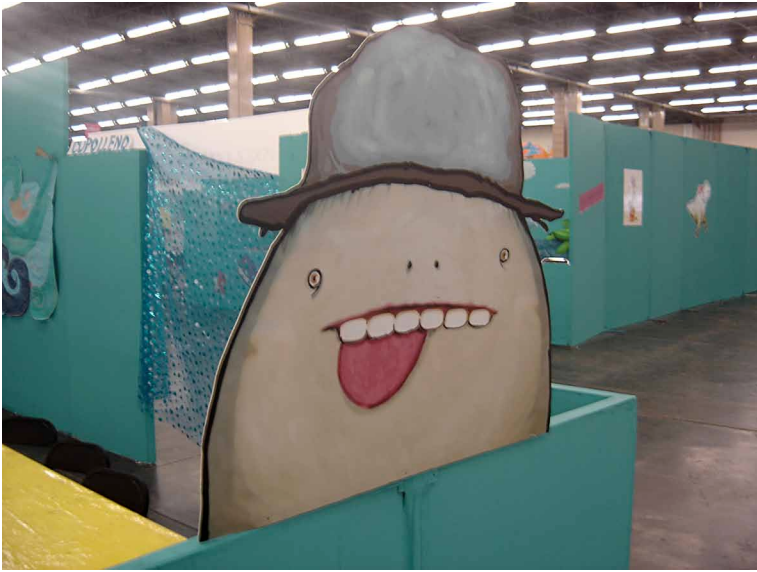


Ballet Folclórico Infantil de la UdeG





Stand del Museo de Títeres





Taller de Papiroflexia





Stand de la Secretaría de Seguridad-Guadalajara



Romeo y Julieta para niños, A la Deriva Teatro





Taller de Brigadas de Guardabosques-Guadalajara



Stand de Grupo Milenio

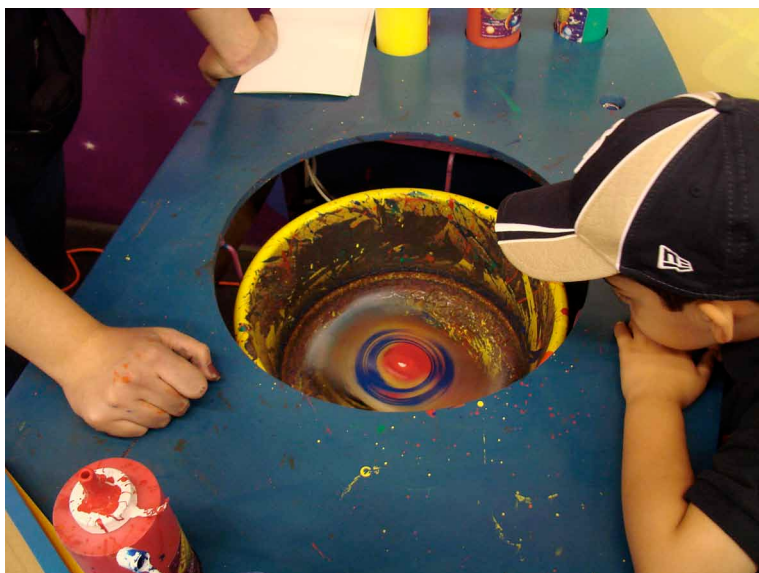


El Mar, vestíbulo de ingreso al Festival Papirolas



Taller de Intel Aprender, Comunidad tecnológica





Stand de Pinturas Prisa



Taller Nuestras raíces

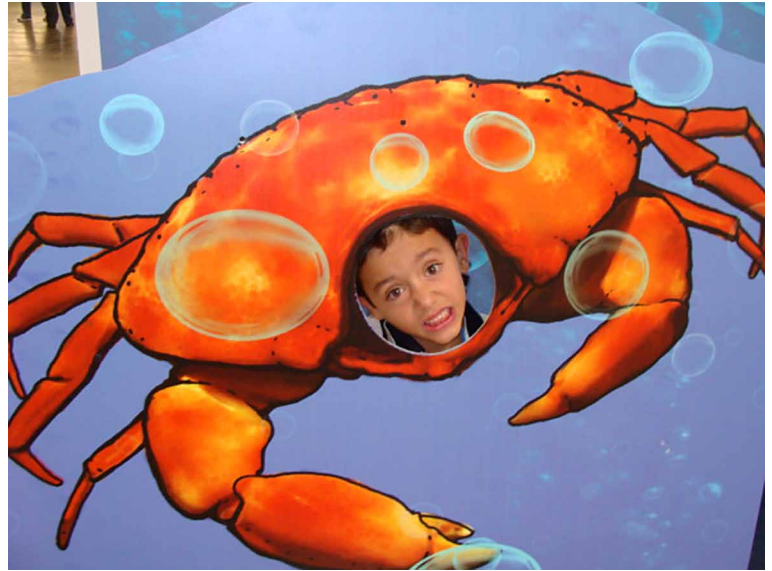


Taller Ponte las pilas





Taller Top chef





Taller de Intel Aprender, Comunidad tecnológica



Teatricuenteando, Tony Navarro



Zaikocirco, clausura.



Cuentos para no dormir, Luna Morena





Módulos de autopintado



Stand de Litio



2. PLANO.

