

# Encuesta Pyrenaica 2009

## Análisis de los resultados

Antonio Ortega

**C**ON objeto de conocer el perfil de los lectores de *Pyrenaica*, el tipo de actividad que desarrollan, sus preferencias en cuanto a temas tratados en la revista y el grado de aceptación de la misma, a finales de septiembre de 2009 se ofreció a los lectores la posibilidad de tomar parte en una encuesta diseñada con ese fin. Las conclusiones que se han obtenido y que se exponen a continuación, tienen su base en las 656 respuestas recibidas.

### CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

- Encuesta realizada a través de la web de *Pyrenaica*, dirigida por la empresa Test Media.
- Fecha de realización: del 25 de septiembre al 5 de octubre de 2009.
- Número de suscriptores de *Pyrenaica*: 22916.
- Número de encuestas necesarias para la fiabilidad del sondeo: 500.
- Número de encuestas registradas y enviadas: 779.
- Número de encuestas válidas recibidas: 656.
- Votación artículos y fotografías: Del 11 al 22 de diciembre de 2009, realizada directamente desde *Pyrenaica*.
- Número de correos enviados: 550.
- Objetivo número de respuestas: 110.
- Respuestas recibidas: 127.



**N**o resulta fácil realizar una encuesta a un colectivo tan grande. De hecho, sólo para empezar hay que superar cuatro problemas iniciales: el miedo a que los resultados no sean de nuestro agrado, el coste económico, la escasa infraestructura con que cuenta *Pyrenaica* y, superados éstos, el hecho de que los lectores no se presten a responder. Sin embargo, hacía 21 años que no consultábamos la opinión del lector y había llegado la hora de hacerlo, máxime cuando llevábamos más de tres años de preparativos.

Superados los cuatro problemas y coincidiendo con la salida del número de septiembre, consideramos que era el momento oportuno. Eso sí, había que adaptarse a los tiempos actuales y, en lugar de enviar un formulario a un cierto número de personas seleccionadas, se decidió realizar el sondeo *online* a través de la web. A fin de asegurar la calidad y veracidad de los datos, todas las personas interesadas en recibir la encuesta tenían que solicitarlo y registrarse previamente para ello.

No teníamos temor al resultado, la carencia de medios la superamos contratando a una empresa que nos diera soporte y, visto el presupuesto, contábamos con medios económicos para hacer frente al reto. Para subsanar el temor a que la gente no contestara, ofrecimos como premio un libro a las 300 primeras encuestas recibidas. La respuesta fue excelente, pues enseguida se duplicó esa cantidad y hubo que cerrar la recepción de cuestionarios 18 días antes de lo previsto, superado en 156 el número de respuestas necesarias para que los datos tuviesen la necesaria validez estadística.

El coste económico ha sido elevado. Los servicios de la empresa Test Media han ascendido a 6604,34 € y el envío de libros a los participantes –se optó por premiar a todos– ha supuesto 2853,60 €. En total 9457,94 € sin contar el valor de los obsequios. Pero creemos que ha merecido la pena.

## PERFIL DE LOS LECTORES

El perfil medio del lector que ha contestado la encuesta correspondería a un hombre de entre 36 y 50 años de edad, residente en Bizkaia y que practica simple montañismo.

### Localización geográfica

Los residentes en Gipuzkoa han sido algo reacios a contestar la encuesta, pues aunque suponen el 44,2 % de las personas que reciben *Pyrenaica*, sólo alcanzan el 33,1 % de las encuestas completadas. Por el contrario, los residentes en Bizkaia (el 29,1 %) han sido los más participativos, ya que han supuesto el 38,9 % de las respuestas recibidas. En el apartado *Resto* se contabilizan las respuestas recibidas de las provincias de Alicante (1), Asturias (2), Barcelona (3), Cantabria (2), Castellón (1), Girona (1), Madrid (8), Málaga (1), La Rioja (3), Sevilla (1) y Valladolid (1).

Territorio	Respuestas recibidas	% sobre total respuestas	% Suscriptores
Araba	118	18,0	16,8
Bizkaia	255	38,9	29,1
Gipuzkoa	217	33,1	44,2
Nafarroa	41	6,3	7,1
Iparralde	1	0,2	0,1
Resto	24	3,7	2,7
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### Sexo

Las mujeres también han sido reacias a contestar la encuesta, pues aunque suponen el 27,3 % del número total de federados en la EMF, sólo han aportado el 15,7 % de las respuestas recibidas.

Sexo	Respuestas	Porcentaje	% Federados
Mujer	103	15,7	27,3
Hombre	553	84,3	72,7
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



### Edad

El segmento de edad que más ha contestado la encuesta es el comprendido entre 36 y 50 años, seguido bastante de cerca por los que tienen de 21 a 35 años.

Edad	Respuestas recibidas	Porcentaje
20 ó menos años	9	1,4
21 - 35 años	233	35,5
36 - 50 años	290	44,2
51- 65 años	118	18,0
66 ó más años	6	0,9
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>100,0</b>

### ¿Qué actividad realizas?

En las respuestas a esta cuestión, más de la mitad de los encuestados dicen practicar montañismo, marchas y travesías. No hay que desdeñar al colectivo que practica bici de montaña, escalada y esquí, ya que en conjunto supondrían casi 7000 personas. Entre los 44 que indican otra actividad, 10 practican esquí de fondo.

Actividad que realiza	Respuestas	Porcentaje
Montañismo	595	31,3
Marchas y travesías	409	21,5
Alpinismo	220	11,6
Bici de montaña	186	9,8
Escalada/Boulder	145	7,6
Esquí alpino/Snowboard	127	6,7
Esquí de travesía	121	6,4
Carreras trails	56	2,9
Otra	44	2,3

## OTRAS PUBLICACIONES Y PÁGINAS WEB

### Revistas de montaña

A la pregunta *¿sueles leer o consultar de forma habitual alguna otra revista relacionada con el mundo de la montaña?*, una gran mayoría que alcanza el 87,3 % de los encuestados, manifiesta hacerlo.

Otras revistas	Respuestas	Porcentaje
Sí	573	87,3
No	83	12,7
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>100,0</b>

La revista más leída o consultada por los lectores de *Pyrenaica* es *Euskal Herria* (26,9 %), seguida por *Desnivel* (23,0 %) y *El Mundo de los Pirineos* (22,5 %). Bastante por debajo quedan *Grandes Espacios* (8,5 %) y *Campo Base* (6,8 %).

### Web de montaña

Igualmente, a la pregunta *¿sueles consultar páginas web relacionadas con la montaña y la escalada?*, casi el 90 % de los encuestados ha contestado afirmativamente.

Web montaña	Respuestas	Porcentaje
Sí	590	89,9
No	66	10,1
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>100,0</b>

Tras la pregunta, se solicitaba de forma abierta que nos indicasen la web que solían visitar, por lo que ha habido quienes han contestado con una sola web y quienes lo hacen con varias. La más visitada resulta ser *Mendikat*, citada por el 36,9 % de los encuestados, seguida por *Mendiak* (25,6 %), *Barrabes* (18,5 %), *Pirineos3000* (18,0 %) y *Desnivel* (15,1 %). Las páginas de clubes y federaciones aparecen pocas veces mencionadas, destacando únicamente la de la EMF con el 4,7 %.

### Pyrenaica.com

A la pregunta *¿sueles visitar aunque sea esporádicamente la web de pyrenaica.com?*, el 61,4 % de los encuestados contesta afirmativamente, siendo la *Hemeroteca* la sección más valorada por quienes nos visitan. De cara a mejorar las ofertas de nuestra página web, pedíamos también que nos indicasen si echaban algo en falta en ella. A esta cuestión sólo ha respondido el 47,3 % de los que afirman consultarla. De ellos, el 18,8 % no echan en falta nada y entre quienes piden más temas la dispersión es total, mezclando en muchos casos el contenido de la revista con el de la web.

pyrenaica.com	Respuestas	Porcentaje
Sí	403	61,4
No	253	38,6
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>100,0</b>

Interés	Mucho	Poco	Nada
Hemeroteca	58,3	37,0	4,7
Último número de la revista	53,6	40,4	6,0
Rincón del Tachamontes	49,7	42,9	7,4
Encargar libros	21,3	62,6	16,1

## LA REVISTA

Es ésta la sección donde se aborda más directamente la valoración de la revista, planteando para ello diferentes cuestiones

### Temas de interés

A este respecto, en la primera pregunta solicitamos la valoración del interés que tienen diversas temáticas o contenidos de la revista para el desarrollo y disfrute de la afición del encuestado. Los resultados muestran con cierta claridad que el mayor interés se centra en los mapas y rutas, quedando en último lugar la reseña de vías de escalada. Sin embargo no hay ni un solo tema que no interese nada al 50 % de los encuestados.

Interés en porcentaje (%)	Mucho	Algo	Nada
Mapas y rutas	93,0	6,6	0,5
Actualidad sobre montaña	64,9	31,7	3,4
Problemas medioambientales	54,0	42,2	3,8
Entrevistas, biografías y perfiles	29,3	63,4	7,3
Meteorología	51,5	41,2	7,3
Historia, cultura y etnografía	43,3	48,0	8,7
Novedades de material y ropa	40,5	49,4	10,1
Expediciones o viajes lejanos	41,3	48,2	10,5
Entrenamiento y nutrición	45,6	43,4	11,0
Contenidos de tipo literario	24,2	56,3	24,2
Competiciones, calendarios, novedades	23,9	44,4	31,7
Reseñas de vías de escalada	23,5	34,9	41,6

### Temas tratados

A la pregunta *¿recuerdas algún tema en especial que haya tratado la revista en el último año y que te haya gustado?*, tan sólo el 35,8 % responde afirmativamente. Pese a ello, 311 personas (47,4 %), responden aportando algún artículo que les ha resultado atractivo. Dado que la segunda parte de la pregunta era abierta, la dispersión en los artículos elegidos es muy grande. Sin embargo, el artículo "Recorridos circulares por refugios pirenaicos" destaca de forma clara para la mayoría de los lectores que aportan este dato, seguido por los números monográficos de "Montaña subterránea" y "Gredos" y, ya a cierta distancia, por "Puna de Atacama". Más tarde volveremos a este tema.

Temas tratados	Respuestas	Porcentaje
Sí	235	35,8
En este momento no	421	64,2
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>100,0</b>

### ¿Sobra o falta algo en Pyrenaica?

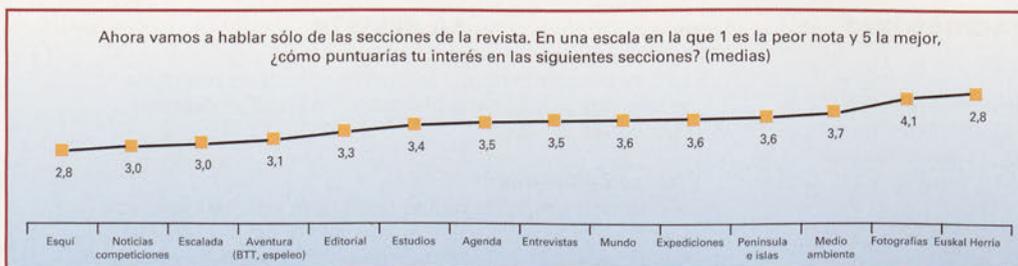
Esta pregunta tenía carácter abierto, por lo que la dispersión de las respuestas es enorme. Sólo han respondido a ella el 47,1 % de los encuestados y lo único cuantificable que podemos mencionar es el 16,5 % en cuya opinión a la revista no le sobra ni le falta nada.

### Interés de las secciones de Pyrenaica

En el siguiente cuadro resumimos la puntuación media sobre 5 que los encuestados dan a cada una de las secciones temáticas de la revista. Nos parece reseñable el hecho de que ninguna de ellas suspenda y que 8 alcancen el notable.

## Encuesta Pyrenaica

Ahora vamos a hablar sólo de las secciones de la revista. En una escala en la que 1 es la peor nota y 5 la mejor, ¿cómo puntuarías tu interés en las siguientes secciones? (medias)



### Contenidos de la revista

En la siguiente pregunta proponemos a los lectores que valoren diferentes aspectos referentes a los contenidos de la revista. En conjunto, el 63,2 % de los encuestados consideran estos aspectos de *Pyrenaica* como buenos o excelentes, contra el 7,1 % que los valoran como malos o muy malos.

Valoración en %	Excelente	Buena	Igual que otras revistas	Mala	Muy mala
Variación de temas	5,6	53,6	33,7	6,6	0,5
Calidad de artículos	9,5	63,6	22,9	3,8	0,2
Interés de contenidos	7,5	55,3	31,3	5,4	0,5
Utilidad de los artículos	8,1	48,5	33,0	9,6	0,8
Amenidad de la revista	12,2	52,1	27,8	7,3	0,6

### Diseño y calidad visual de la revista

En este apartado, el 67,8 % de los encuestados considera los diferentes aspectos formales de *Pyrenaica* como buenos o excelentes, contra el 6,5 % que los valora como malos o muy malos. Cabe destacar entre ellos, la valoración que se hace de las fotos y de la portada de la revista, consideradas por más del 80 % de los encuestados como buenas o excelentes.

Valoración en %	Excelente	Buena	Igual que otras revistas	Mala	Muy mala
Portada	22,3	59,2	13,7	4,6	0,2
Fotos	31,9	51,1	13,0	3,7	0,3
Mapas y croquis	13,4	48,1	27,6	10,1	0,8
Maquetación	6,9	45,6	40,2	6,7	0,6
Cantidad de texto	4,7	56,5	32,5	5,8	0,5
Tamaño de letra	8,4	58,9	27,2	4,9	0,6

### ¿Conservas los números de *Pyrenaica*?

Las respuestas han sido las siguientes:

	Respuestas	Porcentaje
Los conservo todos	519	79,2
Sólo algunos	129	19,7
No conservo ninguno	7	1,1

### ¿Recuerdas alguna publicidad que hayas visto en *Pyrenaica*?

	Respuestas	Porcentaje
Sí	486	74,2
No estoy seguro	131	20,0
No. Nunca me fijó	38	5,8

A fin de recabar información acerca del impacto de la publicidad que aparece en nuestras páginas, pedíamos que los encuestados nos indi-

caran cuáles eran los anuncios que recordaban. Para ello propusimos una lista con trampa, pues faltaban anuncios y, por el contrario, había unas cuantas firmas que nunca se han anunciado en *Pyrenaica*. Sin embargo, también se ofrecía una parte abierta para que los lectores tuviesen la posibilidad de indicar otra publicidad que recordaran. El anunciante más recordado ha sido

*Bestard*, seguido de *Petzl* y *Roca*, pero en segundo lugar quedó curiosamente *Ternua*, que no se anuncia en *Pyrenaica*. En la lista abierta se impuso *Banoa*, seguida de *Club Marco Polo*, *Mendiko Etxea* y *Aralar Kirolak*.

### Preguntas finales

Los resultados de la encuesta indican que cada ejemplar de la revista *Pyrenaica* es hojeada o leída por 2,01 personas. Un dato curioso se refiere a los libros preferidos como regalo por completar la encuesta, pues el 69,4 % de los encuestados optaron por *Cien cumbres de la montaña ibérica*, de Luis Alejos. Muy por detrás quedaron el tomo III de la *Historia testimonial del montañismo vasco* (12,4 %) y *Vascos en el Himalaya* (12,1 %), ambos escritos por Antxon Iturriza.

### CONCLUSIONES:

Lo que más interesa a los lectores son las rutas por montaña sin grandes complicaciones, aunque se encuentren en países lejanos, lo que coincide con la actividad que mayoritariamente realizan.

Los lectores demandan un mayor porcentaje de euskera en la revista.

7,3 es la puntuación media que dan los lectores a la revista *Pyrenaica*.

## EL EUSKERA EN PYRENAICA

Hemos dejado esta cuestión para el final, debido a la complejidad de análisis del mismo. Teníamos verdadero interés en conocer la opinión de los lectores con respecto al uso del euskera en *Pyrenaica*, pues en la anterior encuesta realizada en 1988 no se abordó la cuestión abiertamente. No obstante, entonces los artículos en euskera fueron los menos valorados, con una nota media de 2,64 puntos sobre 5. El uso del euskera contaba en aquella época con un 30 % de defensores, un 27 % de opositores, un 30 % de indiferentes y un 13 % que no manifestó su opinión.

En esta ocasión hemos solicitado directamente la opinión de los encuestados sobre el porcentaje de la revista que, a su juicio, debería ser en euskera. Quienes han optado por responder la propia encuesta en castellano, estiman que el 38,6 % del contenido debería ser en euskera. Por el contrario, entre quienes han realizado la encuesta en euskera este porcentaje asciende hasta el 63,9 %. Tal vez más significativo que esta declaración de intenciones resulte el hecho de que el 25,6 % de los encuestados ha optado por realizar la encuesta completamente en euskera. Sin embargo, a la hora de votar artículos, también puede resultar significativo que los escritos en euskera siguen estando en último lugar.

Otro dato que llama la atención en esta cuestión es el hecho de que entre las mujeres la opción idiomática por el euskera (el 32 %) es más elevada que entre los hombres (el 24,4 %). Igualmente significativo resulta que el rango de edad que más ha optado por el euskera es el comprendido entre los 21 y los 35 años (el 40,3 %). Por el contrario, en el rango mayoritario a la hora de completar la encuesta, entre los 36 y los 50 años, sólo elige el euskera el 18,3 % de los participantes.

## VALORACIÓN GLOBAL

Tras la encuesta detallada sobre los aspectos citados de la revista, se pedía a los lectores que puntuaran *Pyrenaica* en su conjunto. El resultado nos da una puntuación media de 7,3 sobre 10, con el desglose preciso que damos a continuación:

Nota	Respuestas	Porcentaje
1	0	0,0
2	4	0,6
3	5	0,8
4	16	2,4
5	24	3,7
6	86	13,1
7	194	29,6
8	237	36,2
9	79	12,1
10	10	1,5

## LOS MEJORES ARTÍCULOS

Terminada la recogida de datos del cuestionario precedente, entre el 11 y el 22 de diciembre, en unas fechas no muy idóneas porque todo el mundo estaba pensando en las fiestas navideñas, lanzamos un nuevo sondeo a los 550 lectores que habían respondido la encuesta y constaban como suscriptores o federados de *Pyrenaica*. Una vez más, la respuesta superó todas nuestras previsiones.

Más allá de la sencilla recogida de datos, este sondeo pretendía por primera vez en la historia, dejar en manos de los lectores la decisión de los Premios *Pyrenaica de Artículos y Fotografía de Montaña*. En deferencia por tanto hacia quienes participaron en la encuesta, esta vez serían sus votos quienes eligiesen los mejores artículos y las fotografías preferidas de los cuatro números del año 2009. El sondeo incluía por tanto también el número de diciembre y obligaba al votante a tener los 4 números de 2009 a la vista para hacerlos llegar sus puntuaciones. Estos datos representan para nosotros una importante información acerca de sus gustos, prescindiendo ya de toda declaración de intenciones, pues cada votante debía indicar simplemente el primero, segundo y tercer premios, tanto entre los artículos como en las colecciones de fotografía.

Otorgando tres puntos al primero, dos al segundo y uno al tercero, los diez primeros artículos clasificados fueron los siguientes:

### Artículos

1	Los otros Cervinos	125
2	La Senda de Camille	102
3	Puna de Atacama	60
4	Isla de La Palma	41
5	El Recuerdo de Íñigo Pineda	35
6	La canal del agua	35
7	Valdegovía, el valle de los mil años	35
8	Honradez y ética en la montaña	34
9	Crónica de exploraciones en Gorbeia	31
10	De la Torca del Carlista a los hielos polares	26

Cabe reseñar que en total hubo votos para 39 artículos diferentes, todos los publicados en 2009 excepto tres de Espeleología. De ellos, un total de 25 artículos distintos recibieron el primer puesto según el voto de algún encuestado, lo que nos da una idea de la variedad de perfiles de lector que tiene *Pyrenaica*.

Si ordenamos estos artículos por temas asignando a éstos los votos recibidos, podemos confeccionar un ranking temático del año 2009, cuyo resultado sería aproximadamente el siguiente<sup>1</sup>:

Nos resulta sorprendente el segundo puesto que alcanza la Espeleología, ligado sin duda a la aceptación que tuvo entre los lectores el monográfico *Montaña subterránea*. Este dato coincide con el obtenido en la encuesta sobre la revista, pues ese número gozó de gran aceptación. Con toda probabilidad, si el monográfico hubiera tratado sobre otra cuestión o zona, el segundo puesto habría sido ocupado por otro tema.

1	Pirineos y Picos de Europa	192
2	Espeleología	111
3	Montañas lejanas	95
4	Península e islas	68
5	Expediciones	53
6	Opinión	41
7	Euskal Herria	35
8	Medio Ambiente	25
9	Bici de montaña	19
10	Escalada	13

### Fotografía

Con el mismo sistema de puntuación, el resultado de la votación para las colecciones fotográficas de los números del año 2009 fue el siguiente:

1	Udazkena	270
2	Glaciar de Baltoro	218
3	Paisaia Patagonikoak	156
4	La magia del subsuelo	98

## COMENTARIO Y VALORACIÓN FINAL

En primer lugar, el equipo de redacción de la revista *Pyrenaica* quiere manifestar su agradecimiento a esas 656 personas que han tomado parte en la encuesta, dándonos a conocer su opinión y manifestándonos la orientación de sus gustos y preferencias. También nos satisface especialmente que el trabajo del equipo y el resultado del mismo hayan recibido una alta valoración en la encuesta.

Por otra parte, nos ha resultado llamativo que en los veintinueve años transcurridos desde la anterior encuesta, los gustos de nuestros lectores han variado muy poco. Siguen queriendo mayoritariamente una revista que abarque todos los temas del variopinto mundo de la montaña, prestando especial atención a nuestros montes más cercanos y, en su caso, a otras cimas más lejanas pero asequibles técnicamente a la mayoría de los montañeros, cuidando la fotografía y el medio ambiente, abriendo las páginas de la revista a los artículos de opinión y ampliando los contenidos en euskera, pero todo ello sin perder de vista otros temas más minoritarios que cuentan con cantidad de adeptos.

Nos resulta sorprendente que el grupo temático referente a las montañas de Euskal Herria siga siendo el más solicitado, pero no sea, sin embargo, el más votado en el concurso. Es un campo temático del que, por cierto, apenas recibimos hoy colaboraciones. A pesar de ello, adelantamos a los amantes de esta temática, que el próximo número de *Pyrenaica* será un monográfico dedicado a los paisajes de Euskal Herria.

Para terminar, debemos mencionar que las orientaciones que se obtienen en la encuesta no se podrán llevar a la práctica sin la colaboración de los lectores, pues la revista *Pyrenaica* sigue nutriéndose prioritariamente de los artículos que espontáneamente nos envían. Esto marca en ocasiones la pauta de los cauces que sigue el montañismo actual. Además, hay que recordar igualmente que *Pyrenaica* continúa siendo una revista completamente *amateur*, donde ni el director, ni el equipo de redacción, ni quien hace los mapas, ni quienes escriben los artículos o envían las fotografías cobran nada por estas aportaciones. □

<sup>1</sup> Prescindimos para este cálculo del artículo ganador, "Los otros Cervinos", pues aunque figura clasificado como "Montañas del mundo", reúne montañas de diferentes ámbitos geográficos, incluida Euskal Herria.