Índice

Resumen…….....1
Índice……2

1. Introducción
   1.1 Situación económica general de la danza en México……...…….3
   1.2 A manera de justificación……...…..... .6
   1.3 Referente al objetivo de la presente investigación……...11
   1.4 Acerca de los límites y alcances……..12
   1.5 De la relevancia…….....14

2. Estudios del mercado cultural en México
   2.1 De la danza contemporánea…….....15
   2.2 De la industria cultural, sus subsectores y similitudes y diferencias entre la Industria cultural y las demás Industrias según Gàmir…….....……18
   2.3 Del porqué es importante hacer investigaciones respecto al consumo cultural en nuestro país
      2.3.1 De los incipientes intentos de investigación en el mercado cultural…….....23
      2.3.2 Del producto cultural, sus niveles y sus fases en comparación con otros productos industriales....26
      2.3.3 De que en México no existen instituciones destinadas al estudio del consumo cultural y de la funcionalidad de investigaciones anteriores…….38
      2.3.4 De las empresas culturales sus niveles y subdivisiones de las mismas……....40
      2.3.5 Del porqué es necesario que las empresas culturales conozcan los gustos del público……48
      2.3.6 Del público como medio para alcanzar la sustentabilidad del trabajo artístico y del concepto de público……..…….…51
      2.3.7 De la importancia de los estudios del mercado como medio para moldear al público….……....55
      2.3.8 De la importancia que tiene que el público conozca su próximo evento a seleccionar……58
   2.4 De los comportamientos del consumidor según Blackwell y Miniard……61
   2.5 De la búsqueda de *lo redituable* en la cultura……..……68
   2.6 Del fomentar una "capacidad de disfrute del arte" en el público.....75
   Recapitulando e infiriendo……...……79

3. Utilidad del *marketing* cultural en la danza
   3.1 Encuadre de la danza dentro de los componentes del modelo de *marketing*…….....80
   3.2 Proceder de investigaciones anteriores en relación con la presente investigación……....86
   Recapitulando e infiriendo……95

4. Procedimiento práctico
   4.1 Introducción a la investigación práctica…….……...96
   4.2 Descripción del problema de la investigación y nombramiento de la hipótesis guía……98
   4.3 Resultados…….……...100
   Análisis y discusión……114
   Conclusiones…….. ……....121

Anexo1 (encuesta)..……....124
Bibliografía…….....129