

Observatorio de la ciudad

SDE N° 206
ENCUESTA DE CALIDAD PERCIBIDA DE
LOS USUARIOS DEL *TEATRO*
AUDITORIO CIUDAD DE ALCOBENDAS
Junio 2012



Área de Gobierno
Administración Municipal

Departamento
Planificación y Evaluación



ÍNDICE

1. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO	1
2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS	6
3. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS DE <i>AMIGOS DEL TEATRO AUDITORIO</i> CON ESTA SOCIEDAD	15
4. PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS DEL TIPO DE ESPECTÁCULO A PROGRAMAR EN EL TEATRO AUDITORIO	17
5. CONOCIMIENTO DE LAS DISTINTAS MODALIDADES DE ABONO DEL TEATRO AUDITORIO	21
6. SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS	23
7. RESUMEN Y CONCLUSIONES	25
DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA	28
FICHA TÉCNICA	31

1. VALORACIÓN POR LOS ENCUESTADOS DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO EN EL TEATRO AUDITORIO

Aspectos del Servicio	<i>Media</i>	<i>Moda</i>	<i>S</i>
<i>Instalaciones</i>	8,49	10	1,35
Limpieza	8,98	10	1,14
Accesibilidad	8,73	10	1,28
Mantenimiento y conservación	8,68	9	1,17
Seguridad	8,63	10	1,20
Confort	8,04	8	1,53
Acústica de la sala	7,88	8	1,78
<i>Personal</i>	9,08	10	1,26
Simpatía, amabilidad	9,19	10	1,12
Profesionalidad	9,12	10	1,06
Motivación	9,00	10	1,56
Comunicación con el usuario	8,99	10	1,28
<i>Organización</i>	8,08	8	1,44
Información sobre programación	8,56	10	1,40
Venta de entradas	7,63	8	1,90
Horarios de taquilla	6,95	8	1,97
Horarios de espectáculos	8,60	9	1,22
Tipo de espectáculos	8,05	8	1,25
Calidad de los espectáculos	8,36	8	1,14
Variedad de los espectáculos	8,08	8	1,35
Puesta en escena de espectáculos	8,39	8	1,26
Valoración Global	8,41	8	0,92

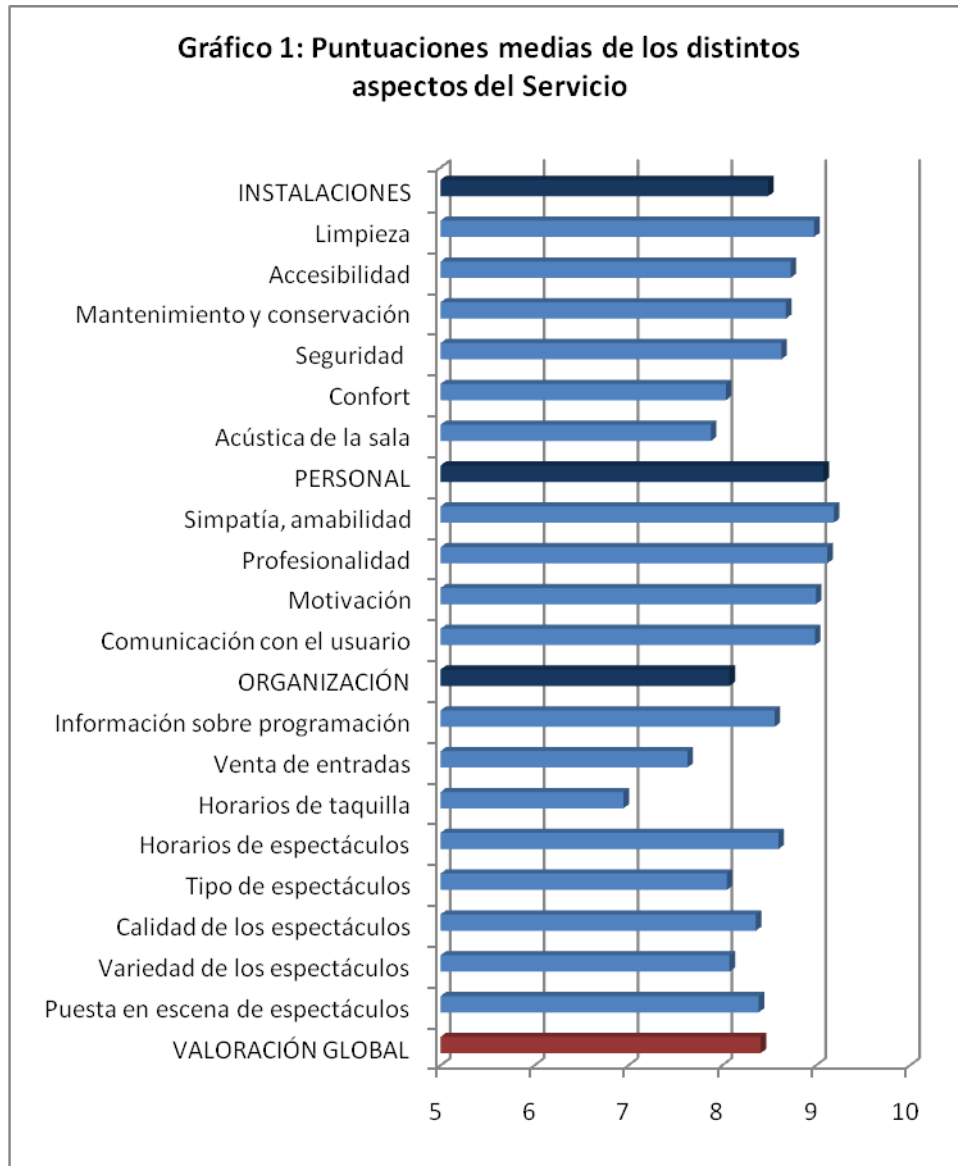
El conjunto de aspectos del Servicio que resulta mejor valorado por los usuarios es el relativo al *Personal*, que alcanza una puntuación media de 9,08 puntos en la escala 1-10, con una moda (puntuación más frecuente) de 10 puntos y una desviación típica $S = 1,26$, que nos indica una discreta dispersión de las puntuaciones que dan los usuarios a este conjunto de aspectos. El aspecto de este conjunto que resulta mejor valorado es el

relativo a la *Simpatía* (9,19 puntos), mientras que el que presenta una puntuación más baja es el referido a la *Comunicación con el usuario* (8,99 puntos).

Por el contrario, el conjunto de aspectos que resulta peor valorado es el que denominamos *Organización*, que ofrece una puntuación media de 8,08 puntos, con una moda de 8 puntos y una mayor dispersión de las puntuaciones ($S = 1,44$). El aspecto del conjunto que presenta una valoración más alta es el relativo a los *Horarios de los espectáculos* (8,60 puntos), mientras que el que la presenta más baja es el que se refiere a la *Horarios de taquilla* (6,95 puntos).

Por su parte, el conjunto de aspectos denominado *Instalaciones* recibe una puntuación media de 8,49 puntos, con moda de 10 puntos y una moderada dispersión de puntuaciones ($S = 1,35$). El aspecto de este conjunto que resulta mejor valorado es la *Limpieza* (8,98 puntos), en tanto que el que recibe la valoración más baja es la *Acústica de la sala* (7,88 puntos).

Finalmente, la *Valoración Global* del Servicio alcanza una puntuación media de 8,41 puntos (0,23 puntos más que en la encuesta de 2009), con una moda de 8 puntos y una muy discreta desviación típica ($S = 0,92$), que nos indica una acusada coincidencia entre los usuarios a la hora de valorar globalmente el Servicio.



Si ahora comparamos los resultados de esta encuesta de calidad percibida del Teatro Auditorio con los de la anterior, el contraste de puntuaciones medias de los aspectos estándares del servicio y de la *Valoración Global* del mismo puede verse en la tabla siguiente:

COMPARACIÓN DE LA VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS ESTÁNDARES DEL SERVICIO EN LA ENCUESTA DE 2009 Y EN LA DE 2012

Aspectos del Servicio	Puntuaciones medias		Diferencia 2009-2012
	2009	2012	
<i>Instalaciones</i>	8,13	8,49	+0,36
Limpieza	8,82	8,98	+0,16
Accesibilidad	8,49	8,73	+0,24
Mantenimiento y Conservación	8,50	8,68	+0,18
Seguridad	8,24	8,63	+0,39
Confort	7,35	8,04	+0,69
Acústica de la sala	7,36	7,88	+0,52
<i>Personal</i>	8,96	9,08	+0,12
Simpatía	9,12	9,19	+0,07
Profesionalidad	8,97	9,12	+0,15
Motivación	8,87	9,00	+0,13
Comunicación con usuario	8,89	8,99	+0,10
<i>Organización espectáculos</i>	7,93	8,08	+0,15
Información sobre programación	8,03	8,56	+0,53
Venta de entradas	7,47	7,63	+0,16
Horarios de taquilla	*	6,95	-
Horarios de espectáculos	8,60	8,60	0
Tipo de espectáculos	*	8,05	-
Calidad de los espectáculos	*	8,36	-
Variedad de los espectáculos	*	8,08	-
Puesta en escena de espectáculos	*	8,39	-
Valoración Global del Servicio	8,18	8,41	+0,23

*Estos ítems no figuraban en el cuestionario de la encuesta de 2009. Los referidos a los espectáculos puede entenderse que se reunían en la encuesta de 2009 bajo el rótulo genérico de “Espectáculos programados”, aspecto que alcanzó en esa encuesta la puntuación media de 7,63 puntos

Tal como observamos, todos los conjuntos de aspectos han experimentado un ligero incremento en sus puntuaciones medias, algo más acusado en el caso del referido a las Instalaciones, donde el aumento de puntuación es de 0,36 puntos. Y observamos asimismo que también todos los aspectos, individualmente considerados, muestran

incrementos de puntuación. Los aumentos de puntuación más destacados se aprecian en los aspectos *Confort* y *Seguridad* de las Instalaciones (+0,69 puntos y +0,39 puntos, respectivamente) y en la *Acústica de la sala* (+0,52 puntos), así como en la *Información sobre la programación* (+0,53 puntos).

Por su parte, la *Valoración Global del Servicio* arroja un leve aumento de puntuación, que ya hemos señalado, de algo más de dos décimas con respecto a la encuesta de 2009.

2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS

Hemos cruzado, con intención exploratoria, todas las variables de clasificación de los encuestados (sexo, edad, nivel de estudios, etc.) con todas las variables valorativas incluidas en el cuestionario de la encuesta. Observando los resultados de esta operación, hemos encontrado que únicamente algunas de las variables de clasificación discriminan la valoración de los encuestados sobre los aspectos del servicio considerados y su valoración global del mismo, de manera que sólo reflejamos a continuación los cruces de variables cuyos resultados son estadísticamente significativos (nivel de significación $\alpha = 0,05$), obviando los restantes. Así, el análisis estadístico practicado pone de manifiesto que solamente las variables de clasificación siguientes están relacionadas significativamente con algunas de las variables valorativas del Servicio:

Relaciones significativas entre las variables	
VARIABLES DE CLASIFICACIÓN	VARIABLES VALORATIVAS
<i>Sexo</i>	Calidad de los espectáculos
<i>Edad</i>	Motivación del personal Comunicación con usuario Información sobre la programación Horarios de taquilla Horarios de los espectáculos Valoración Global del Servicio
<i>Nivel de estudios</i>	Conservación de instalaciones Venta de entradas Horarios de taquilla Calidad de los espectáculos Valoración Global del Servicio
<i>Ocupación</i>	Venta de entradas Horarios de taquilla Horarios de los espectáculos Tipo de espectáculos Valoración Global del Servicio
<i>Frecuencia de asistencia</i>	Confort de instalaciones Acústica de la sala
<i>Condición de socio</i>	Limpieza de instalaciones Confort de instalaciones Acústica de la sala Información sobre la programación Calidad de los espectáculos

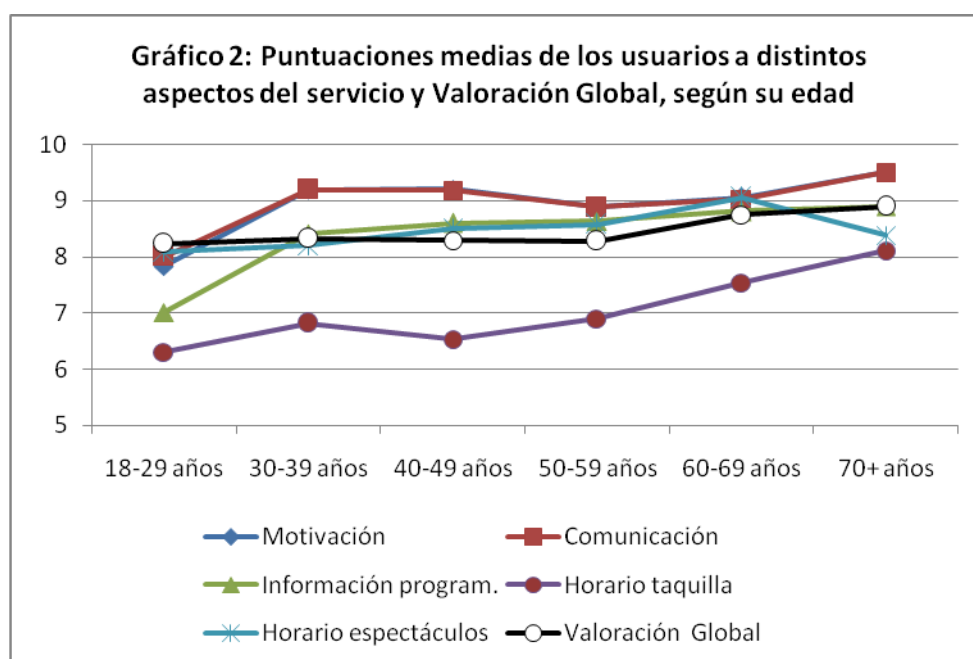
- El **Sexo** de los encuestados discrimina únicamente su valoración de la *Calidad de los espectáculos*: las mujeres conceden una puntuación más elevada a este aspecto de la Organización de los espectáculos (8,48 puntos *versus* 8,17 de los hombres).

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el espectáculo visto		
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	Conjunto
Horarios espectáculos	8,17	8,48	8,36

- La **Edad** de los encuestados es la variable sociodemográfica que resulta discriminante de la valoración de más aspectos del Servicio y también de la *Valoración Global* del mismo. La pauta valorativa general, a pesar de algunas ligeras inflexiones, es que a mayor edad de los encuestados mejor valoración de estos aspectos y mayor puntuación de la *Valoración Global*. Puede observarse además que el aspecto *Horarios de taquilla* es el peor valorado para todos de los grupos de edad.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el grupo de edad					
	De 18 a 29 años	De 30 a 39 años	De 40 a 49 años	De 50 a 59 años	De 60 a 69 años	70 y más años
Motivación	7,83	9,19	9,20	8,88	9,05	9,50
Comunicación	8,00	9,19	9,18	8,88	9,02	9,50
Información program.	7,01	8,40	8,60	8,63	8,81	8,90
Horarios taquilla	6,30	6,82	6,53	6,90	7,54	8,11
Horario espectáculos	8,09	8,20	8,49	8,57	9,05	8,38
Valoración Global	8,23	8,33	8,29	8,28	8,75	8,90

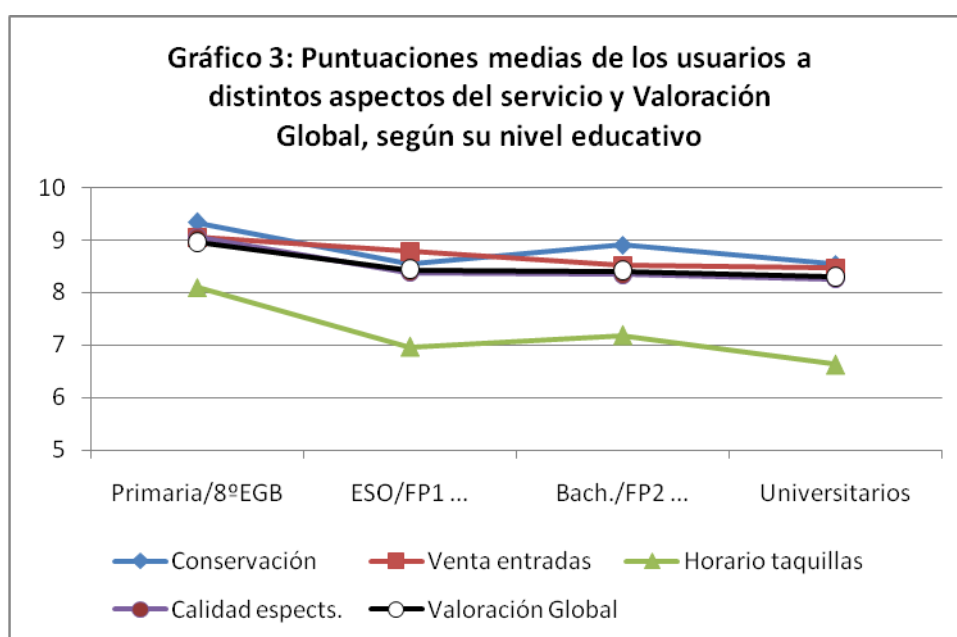
*Se ha suprimido el grupo de edad “Menos de 18 años” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.



- El **Nivel de Estudios** de los encuestados también parece afectar a su valoración de unos cuantos aspectos del Servicio, así como a su *Valoración Global* del mismo. Observamos que el patrón valorativo general es que cuanto mayor es el nivel educativo de los encuestados menor es la puntuación que ofrecen para todos los aspectos considerados y para la *Valoración Global*, con un leve repunte entre los encuestados con nivel educativo de “3ºBUP/FP2/Bachillerato y similares”. De nuevo podemos ver que el aspecto *Horarios de taquilla* es el aspecto que peor valoran todos los grupos educativos.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el nivel de estudios			
	<i>Primarios/ 8ºEGB</i>	<i>ESO/FP1/ 1º-2º BUP/etc.</i>	<i>3ºBUP/FP2/ Bach./etc.</i>	<i>Universitarios</i>
Conservación	9,33	8,55	8,91	8,54
Venta entradas	9,05	8,79	8,52	8,47
Horarios taquilla	8,10	6,96	7,19	6,63
Calidad espects.	9,05	8,38	8,34	8,26
Valoración Global	8,95	8,43	8,41	8,29

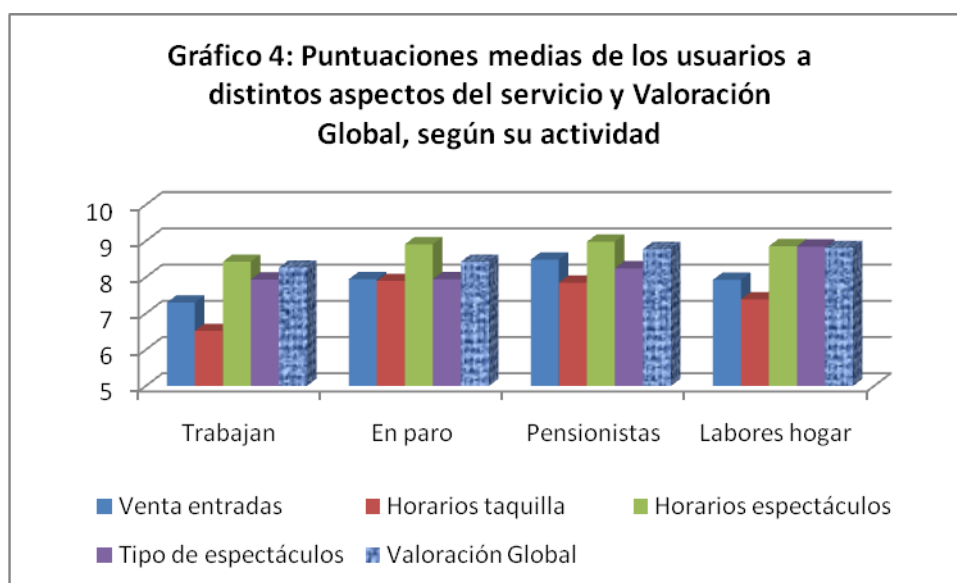
*Se ha suprimido el grupo educativo “Menos que Primarios” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.



- La **Ocupación** de los encuestados resulta discriminante de su valoración de varios aspectos de la Organización de los espectáculos y de la *Valoración Global* del Servicio. La diferencia más destacable es que las personas que trabajan valoran más bajo que el resto todos estos aspectos y también presentan una menor *Valoración Global del Servicio*. Las puntuaciones medias más altas para la *Valoración Global* las arrojan las personas pensionistas y con actividad en labores del hogar. Y de nuevo apreciamos que el aspecto *Horarios de taquilla* es el que resulta valorado peor por todos los grupos de actividad.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según la actividad			
	<i>Trabajan</i>	<i>En paro</i>	<i>Pensionista</i>	<i>Labores del hogar</i>
Venta entradas	7,30	7,95	8,49	7,93
Horarios taquilla	6,52	7,90	7,85	7,39
Horarios espectáculos	8,43	8,91	8,98	8,86
Tipo de espectáculos	7,94	7,95	8,25	8,85
Valoración Global	8,27	8,43	8,78	8,81

*Se ha suprimido el grupo de actividad “Estudiantes” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.



- El **Lugar de Residencia** de los encuestados solamente incide sobre su valoración del aspecto *Limpieza* de las Instalaciones. Los residentes en San Sebastián de los Reyes y en Madrid son quienes presentan las puntuaciones más altas para este aspecto, mientras que los residentes en “Otros lugares” ofrecen las más bajas.

ASPECTO	Puntuaciones medias según lugar de residencia			
	<i>Alcobendas</i>	<i>S. Sebastián de los Reyes</i>	<i>Madrid</i>	<i>Otros lugares</i>
Limpieza instalaciones	8,88	9,28	9,28	8,60

*Se ha suprimido el grupo de los residentes en Tres Cantos porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

- La **Frecuencia de Asistencia** al Teatro Auditorio en los últimos tres meses antes de la realización de la encuesta afecta a la valoración de los usuarios de solamente dos aspectos del Servicio: el *Confort* de las Instalaciones y la *Acústica de la sala*. Tanto uno como otro muestran una pauta valorativa en la que a mayor frecuencia de asistencia peor valoración, aunque en ambos casos observamos y ligero repunte de las puntuaciones medias en aquellos usuarios que han asistido al Teatro Auditorio más de seis veces.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según frecuencia de asistencia			
	<i>Primera vez</i>	<i>De una a tres veces</i>	<i>De cuatro a seis veces</i>	<i>Más de seis veces</i>
Confort	8,62	8,11	7,70	7,92
Acústica sala	8,82	8,09	7,24	7,62

- El que los encuestados sean o no socios de **Amigos del Teatro Auditorio** resulta discriminante de su valoración de varios aspectos relativos a las Instalaciones, de la *Información sobre la programación* y de la *Calidad de los espectáculos* programados. Observamos que los socios arrojan una puntuación media inferior a la

de los usuarios que no lo son en todos estos aspectos, salvo en el relativo a la *Información sobre la programación*. Esta pauta valorativa puede tener que ver con el hecho, que ya advertimos en la encuesta de 2009, de que el 77,5% los socios presentan una frecuencia de asistencia al Teatro Auditorio de cuatro o más veces (en los últimos tres meses antes de realizarse la encuesta) frente al 26,8% de los no socios que asisten al Teatro Auditorio con esa frecuencia.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según condición de socio		
	<i>Socios</i>	<i>No socios</i>	Conjunto
Limpieza instalaciones	8,80	9,10	8,97
Confort instalaciones	7,82	8,24	8,06
Acústica de la sala	7,45	8,20	7,88
Información programación	8,81	8,37	8,55
Calidad espectáculos	8,12	8,54	8,36

- Finalmente, el que los usuarios encuestados hayan **asistido a uno u otro espectáculo** también discrimina su valoración de varios aspectos de las Instalaciones, de la Organización de los espectáculos y la *Valoración Global* del Servicio. En lo referido a los aspectos de las Instalaciones, solamente reflejamos aquí la valoración el *Confort* y la *Acústica de la sala* por considerarlos más relevantes en su relación con el espectáculo al que se asiste. Los espectadores de los dos espectáculos de música (*Raphael* y *Revólver*) son quienes ofrecen una mejor valoración del *Confort* y los de estos dos y los del espectáculo de humor (*Ticket*) son los que mejor valoran la *Acústica de la sala*. Los espectadores del espectáculo *Raphael* y del teatro *Veraneantes*, junto con los espectadores del espectáculo *Revólver*, son también quienes mejor valoran la *Calidad de los espectáculos* y los que mayor puntuación dan en la *Valoración Global del Servicio*.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el						
	<i>C.N. Danza</i>	<i>Humor Ticket</i>	<i>Música Raphael</i>	<i>Música Revólver</i>	<i>T-C-M Plecs</i>	<i>Teatro Macbeth</i>	<i>Teatro Veraneantes</i>
Confort	7,67	7,83	8,74	8,45	8,05	7,74	7,67
Acústica sala	7,62	8,50	8,37	8,64	7,74	6,95	7,75
Tipo espectáculos	8,02	7,77	8,48	8,34	7,95	7,63	8,40
Calidad espects.	8,30	8,18	8,97	8,53	8,16	7,93	8,80
Variedad espects.	7,71	8,00	8,50	8,36	8,24	7,76	8,40
Valoración Global	8,28	8,21	8,73	8,67	8,32	8,18	8,50

Gráfico 5: Puntuaciones medias de los usuarios al Confort de las instalaciones y a la Acústica de la sala, según el espectáculo al que asistieron

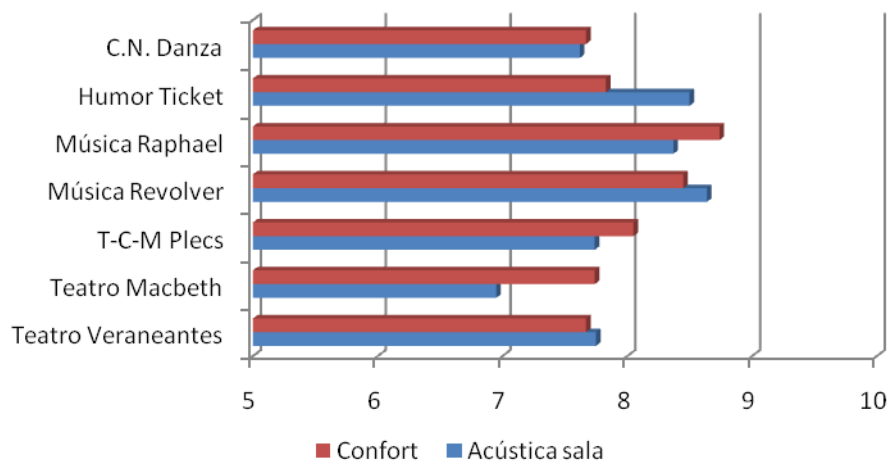
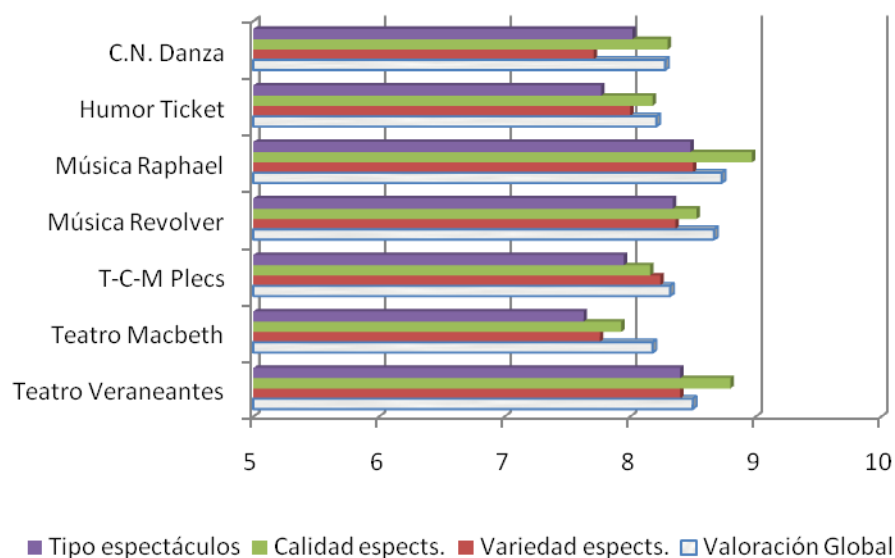


Gráfico 6: Puntuaciones medias de los usuarios a distintos aspectos de la Organización de los espectáculos y Valoración Global del Servicio, según el tipo de espectáculo al que asistieron



Por otro lado, si consideramos la **Valoración Global** del Servicio **en función de las variables valorativas estándares** (las comprendidas en los conjuntos *Instalaciones*, *Personal* y *Organización*), el análisis estadístico pone de manifiesto que bastan solamente siete variables (*Puesta en escena de los espectáculos*, *Tipo de espectáculos*, *Horarios de taquilla*, *Seguridad de las instalaciones*, *Confort de las instalaciones*, *Comunicación con el usuario* y *Conservación de las instalaciones*, por ese orden de importancia en la correlación parcial) para explicar el 54% de la variabilidad de las puntuaciones de la *Valoración Global* del Servicio. Por tanto, las puntuaciones de esas siete variables son las que mejor sirven para predecir las puntuaciones de esta última.

3. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS DE *AMIGOS DEL TEATRO AUDITORIO* CON ESTA SOCIEDAD

El 40% de los encuestados pertenecen a la sociedad de *Amigos del Teatro Auditorio* y arrojan una puntuación media de satisfacción con esta sociedad de 8,15 puntos en la escala 1-10 (en la que 1 es el mínimo de satisfacción y 10 el máximo), con moda de 8 puntos y una moderada desviación típica de $S = 1,35$. Esta puntuación media concedida por los socios a la sociedad *Amigos del Teatro Auditorio* es 0,36 puntos superior a la que le dieron en la encuesta de 2009.

Existen diferencias de puntuación de los socios encuestados estadísticamente significativas en virtud de las variables de clasificación sociodemográfica utilizadas. Así, la **edad** de los socios discrimina su puntuación del aspecto *Limpieza* de las instalaciones, de los *Horarios de taquilla*, de los *Horarios de los espectáculos* y de la *Valoración Global del Servicio*; su **ocupación** discrimina su puntuación de los aspectos *Venta de Entradas* y *Horarios de taquilla*; su **lugar de residencia** discrimina su puntuación de la *Limpieza* de las instalaciones; y su **frecuencia de asistencia** al Teatro Auditorio la de la *Venta de entradas*. En lo que se refiere a la edad, el patrón valorativo general es que a mayor edad del socio, más alta puntuación de todos los aspectos mencionados y de la *Valoración Global*. En lo relativo a la ocupación o actividad del socio, vemos que son los socios pensionistas quienes mejor valoran tanto la *Venta de entradas* como los *Horarios de taquilla* y que son los que trabajan quienes los valoran peor. Los socios encuestados que arrojan una mayor puntuación para el aspecto *Limpieza* son los residentes en Madrid, mientras que los que la ofrecen menor son los que residen en “Otras residencias” (categoría en la que hemos reunido todos los lugares distintos de Alcobendas y Madrid). Finalmente, la frecuencia de asistencia al Teatro Auditorio en los últimos tres meses antes de la encuesta parece que discrimina la puntuación de los socios del aspecto *Venta de entradas*, de manera que son los que han asistido más veces los que presentan una puntuación más alta.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el grupo de edad			
	<i>De 30 a 39 años</i>	<i>De 40 a 49 años</i>	<i>De 50 a 59 años</i>	<i>De 60 a 69 años</i>
Limpieza instals.	7,43	8,75	8,82	9,07
Horarios taquilla	4,71	6,46	7,03	7,53
Horarios espectács.	7,29	8,17	8,89	9,03
Valoración Global	7,86	8,08	8,21	8,74

*Se han suprimido los grupos de edad “Menos de 18 años”, “De 18 a 29 años” y “70 y más años” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según la actividad			
	<i>Trabajan</i>	<i>En paro</i>	<i>Pensionista</i>	<i>Labores del hogar</i>
Venta de entradas	7,16	8,60	8,67	7,86
Horarios de taquilla	6,49	7,80	7,81	7,57

*Se ha suprimido el grupo de actividad “Estudiantes” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

ASPECTO	Puntuaciones medias según el lugar de residencia		
	<i>Alcobendas</i>	<i>Madrid</i>	<i>Otras residencias</i>
Limpieza de instalaciones	8,84	9,25	7,67

ASPECTO	Puntuaciones medias según la frecuencia de asistencia		
	<i>De una a tres veces</i>	<i>De cuatro a seis veces</i>	<i>Más de seis veces</i>
Venta de entradas	7,15	6,94	8,26

*Se ha suprimido la categoría “Esta es la primera vez” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

4. PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS DEL TIPO DE ESPECTÁCULO A PROGRAMAR EN EL TEATRO AUDITORIO

En el cuestionario de esta encuesta también se ha incluido una pregunta referida al tipo de espectáculo que los usuarios prefieren que se programe en el Teatro Auditorio. Los encuestados han respondido a esta cuestión puntuando en una escala de 1 (mínima preferencia) a 10 (máxima preferencia) diversas clases de espectáculo. Como vemos en la tabla siguiente, el *Teatro* ocupa el primer lugar de sus preferencias (8,61 puntos en promedio), seguido de *Otras músicas* (7,24 puntos) y de la *Música Clásica* (6,80 puntos). La *Zarzuela* ocupa el último lugar en su escala de preferencias (6,39 puntos). Hay que hacer notar que las desviaciones típicas son en todos los casos considerablemente elevadas ($S \geq 2$), indicativo de una importante heterogeneidad en las puntuaciones de preferencia.

Tipo de espectáculo	Media	Moda	S
Música clásica	6,80	8	2,46
Otras músicas (jazz, folk, ...)	7,24	8	2,21
Ballet, Danza	6,75	7	2,38
Ópera	6,62	8	2,23
Zarzuela	6,39	5	2,46
Teatro	8,61	10	2,00

El 15% de los usuarios encuestados han señalado en la encuesta su preferencia por *Otros espectáculos*. En la tabla siguiente se muestran cuáles son esos espectáculos. Como vemos, los que se citan más frecuentemente son los de *Humor* (16,6%), el *Flamenco* y los *Musicales* (ambos 11,9%) y los *Conciertos* (sin determinar de qué tipo) y la *Magia* (también ambos 9,5%).

Otros Tipos de Espectáculos	N	%
Humor	11	16,6
Flamenco	8	11,9
Musicales	8	11,9
Conciertos	6	9,5
Magia	6	9,5
Circo	3	4,7
Cómicos	3	4,7
Infantiles	3	4,7
Monólogos	3	4,7
Alternativos	2	2,4
Cine	2	2,4
Conferencias	2	2,4
Grupos <i>underground</i>	2	2,4
Musicales	2	2,4
Performances	2	2,4
Sombras chinescas	2	2,4
Teatro independiente	2	2,4
Variedades	2	2,4
Total	68	100,0

Si ahora cruzamos las puntuaciones de preferencia dadas a los distintos tipos de espectáculos que pueden programarse en el Teatro Auditorio con las principales variables de clasificación sociodemográfica de los encuestados, los resultados son los siguientes (se muestran solamente los cruces cuyo resultado es estadísticamente significativo):

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según el sexo	
	Hombre	Mujer
Ballet, Danza	6,00	7,26

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según el grupo de edad					
	De 18 a 29 años	De 30 a 39 años	De 40 a 49 años	De 50 a 59 años	De 60 a 69 años	70 y más años
Música Clásica	6,13	5,47	6,53	7,11	6,87	9,00
Otras Músicas	7,38	6,44	7,96	7,43	6,03	6,50
Zarzuela	5,13	6,13	5,51	6,40	7,71	8,01

*Se ha suprimido el grupo de edad "Menos de 18 años" porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según la actividad			
	<i>Trabajan</i>	<i>En paro</i>	<i>Pensionistas</i>	<i>Labores del hogar</i>
Ballet, Danza	6,81	4,93	7,21	7,33
Zarzuela	6,15	5,43	7,57	7,50

*Se ha suprimido el grupo de actividad “Estudiantes” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según lugar de residencia			
	<i>Alcobendas</i>	<i>S. Sebastián de los Reyes</i>	<i>Madrid</i>	<i>Otros lugares</i>
Ballet, Danza	6,83	5,00	6,81	7,67
Zarzuela	6,36	4,79	7,03	6,50

*Se ha suprimido el grupo de los residentes en Tres Cantos porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según frecuencia de asistencia			
	<i>Primera vez</i>	<i>De una a tres veces</i>	<i>De cuatro a seis veces</i>	<i>Más de seis veces</i>
Ópera	6,29	5,95	6,90	7,37

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según condición de socio	
	<i>Socios</i>	<i>No socios</i>
Otras músicas	6,79	7,67
Ópera	7,10	6,14
Zarzuela	6,77	5,95

Como vemos en las tablas precedentes, las mujeres muestran una mayor preferencia que los hombres por el *Ballet* y la *Danza* y la preferencia por la *Música Clásica* y la *Zarzuela* tiende a incrementarse con el aumento de la edad de los encuestados (no así las “Otras Músicas”, que muestran un perfil de preferencias fluctuante). El *Ballet/Danza* y la *Zarzuela* son géneros para los que también observamos las mayores puntuaciones en la escala de preferencia por parte de los pensionistas y las personas que se dedican a las labores del hogar. También observamos que son los que residen en Madrid y en “Otros lugares” quienes muestran mayor preferencia por la *Zarzuela* y que son los encuestados que residen en “Otros lugares” los que presentan una mayor preferencia por el *Ballet/Danza*. Por último, son los encuestados socios de

Amigos del Teatro Auditorio los que en mayor medida prefieren que se programe *Ópera* y *Zarzuela*, mientras que son los otros encuestados quienes en mayor grado prefieren que se programen espectáculos de “Otras músicas”.

Finalmente, si consideramos la relación existente entre el grado de preferencia por un tipo de espectáculo determinado y el hecho de haber asistido a un espectáculo de uno u otro tipo (momento en el que el usuario ha sido encuestado), los resultados son los que podemos observar en las tablas siguientes (sólo mostramos los cruces entre estas variables estadísticamente significativos):

ESPECTÁCULO al que se asistió	Grado de preferencia por el tipo de espectáculo		
	<i>Otras músicas</i>	<i>Ballet, Danza</i>	<i>Ópera</i>
Ballet/Danza <i>Cía. Nacional Danza</i>	6,49	7,83	7,33
Humor <i>Ticket</i>	7,39	5,94	5,20
Música <i>Raphael</i>	7,67	6,71	6,47
Música <i>Revólver</i>	8,15	6,53	6,48
Teatro/Circo/Música <i>Plecs</i>	7,65	7,00	6,36
Teatro <i>Macbeth</i>	6,73	5,64	7,09
Teatro <i>Veraneantes</i>	6,78	5,71	5,29

Como puede verse en la tabla, existe una cierta correspondencia entre el tipo de espectáculo al que se asiste (en el que ha sido encuestado el usuario) y el grado de preferencia mostrado por un tipo u otro de espectáculo (no hay diferencias estadísticamente significativas en las puntuaciones medias de preferencia por música clásica, zarzuela y teatro en función del espectáculo al que se asistió). Así, quienes asistieron al espectáculo de la Compañía Nacional de Danza arrojan las mayores puntuaciones de preferencia para el tipo ballet/danza; quienes asistieron a los espectáculos de música de *Raphael* y *Revólver* son quienes presentan las mayores puntuaciones para “Otras músicas” (distintas de la clásica). También resulta notable que los asistentes al espectáculo de danza/ballet y al teatro clásico *Macbeth* sean los que en mayor medida prefieren que se programe ópera.

5. CONOCIMIENTO POR LOS ENCUESTADOS DE DISTINTAS MODALIDADES DE ABONO DEL TEATRO AUDITORIO

También se ha incluido en el cuestionario de esta encuesta una pregunta sobre el conocimiento que los usuarios del Teatro Auditorio tienen respecto de las distintas modalidades de abono que se les ofrecen. Como puede observarse en la tabla siguiente, las dos modalidades más conocidas son el *Abono general* y el *Abono alternativo*, con un 66,8% y un 61,2%, respectivamente, de encuestados que los conocen, mientras que el *Abono familia* solamente es conocido por el 55,2% de los usuarios encuestados.

MODALIDAD DE ABONO	Conocen esta modalidad de Abono	
	N	%
Abono general	289	66,8
Abono alternativo	264	61,2
Abono familia	239	55,2

Si diferenciamos el conocimiento de estas modalidades de abono en relación con las variables de clasificación de los encuestados, el resultado es el que se muestra en las tablas siguientes:

MODALIDAD DE ABONO	Conocen la modalidad de abono según el grupo de edad (%)					
	<i>De 18 a 29 años</i>	<i>De 30 a 39 años</i>	<i>De 40 a 49 años</i>	<i>De 50 a 59 años</i>	<i>De 60 a 69 años</i>	<i>70 y más años</i>
Abono General	41,7	57,7	81,2	77,3	76,9	60,0
Abono Alternativo	41,7	53,8	76,6	71,6	69,8	33,3
Abono Familia	50,1	50,3	75,1	66,2	51,9	22,2

*Se ha suprimido el grupo de edad "Menos de 18 años" porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

MODALIDAD DE ABONO	Conocen la modalidad de abono según el lugar de residencia (%)			
	<i>Residen en Alcobendas</i>	<i>Residen en S.S. Reyes</i>	<i>Residen en Madrid</i>	<i>Residen en otro lugar</i>
Abono general	81,0	58,3	61,2	53,8
Abono alternativo	76,5	45,8	58,3	30,8
Abono familia	69,1	50,0	47,9	30,8

*Se ha suprimido el grupo de los residentes en Tres Cantos porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

MODALIDAD DE ABONO	Conocen la modalidad de abono según condición de socio (%)	
	SOCIOS	NO SOCIOS
Abono general	93,3	58,8
Abono alternativo	83,5	55,9
Abono familia	72,8	52,6

La observación de las tablas anteriores pone de relieve que los encuestados que en mayor medida conocen las distintas modalidades de abono son los de los grupos de edad *De 40 a 49 años* y *De 50 a 59 años*, los residentes en *Alcobendas* y los que son socios de *Amigos del Teatro Auditorio*.

El **nivel de estudios** de los encuestados solamente discrimina de manera estadísticamente significativa el conocimiento del *Abono Alternativo* (cuanto mayor es el nivel educativo mayor es el porcentaje de encuestados que lo conoce, pasando del 35,3% de aquellos con nivel de estudios “Primarios/EGB” al 74,0% con nivel de estudios “Universitarios”). La **ocupación** o actividad de los encuestados solamente discrimina el conocimiento del *Abono General* (los pensionistas y las personas que se dedican a las labores de hogar arrojan los mayores porcentajes de encuestados que lo conocen: 76,2% y 86,7%, respectivamente, frente al 75,8% y al 47,6% de quienes trabajan y están desempleados, respectivamente). El **sexo** de los encuestados no resulta discriminante de su conocimiento de las distintas modalidades de abono.

6. SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS

En el cuestionario de la Encuesta de Calidad Percibida del Teatro Auditorio hemos abierto un espacio para que los encuestados expresen sus *sugerencias* y *observaciones* para un mejor servicio. Un total de 131 encuestados (el 30,2%) ha hecho uso de ese espacio, anotando un total de 169 sugerencias y observaciones. En la tabla siguiente detallamos sólo aquellas sugerencias con frecuencia superior a uno.

Observaciones y sugerencias	N	%
Mejorar la acústica	19	11,4
Menores precios	13	7,6
Ampliar horarios de taquillas	10	5,7
Mejorar sistema de venta de entradas	10	5,7
Butacas más separadas/más anchas	8	4,8
Mejorar accesibilidad para minusválidos	6	3,8
Mejorar visibilidad en primeras filas	6	3,8
Poner guardarropa	5	2,9
Mejorar climatización	5	2,9
Más puntualidad comienzo espectáculos	5	2,9
Más espectáculos	5	2,9
Poner un bar	3	1,9
Más WC o más amplios	3	1,9
Más descansos en los espectáculos	3	1,9
Más teatro	3	1,9
Más rock	3	1,9
Más variedad de espectáculos	3	1,9
Empezar antes los espectáculos	3	1,9
Más entradas para los no socios	3	1,9
Más música/ópera	2	1,0
Más zarzuela	2	1,0
Más calidad de espectáculos	2	1,0
Otras	47	27,4
Total	169	100,0

Como vemos, las sugerencias más frecuentes se refieren a que se mejore la acústica de la sala (11%) y a que se ofrezcan precios más baratos para las entradas de los espectáculos (8%), seguidas de que se amplíen los horarios de taquilla y de se

mejore la venta de entradas (6% en ambos casos). El resto de sugerencias u observaciones arrojan porcentajes menores y hay un 27% del total que son solamente unitarias y muy variadas.

7. RESUMEN Y CONCLUSIONES

La explotación estadística de los datos de la Encuesta de Calidad Percibida del Teatro Auditorio “Ciudad de Alcobendas” de 2012 permite llegar a una serie de **conclusiones** que resumimos seguidamente:

- La **valoración general del servicio** (*Valoración Global*) es notablemente alta, pues alcanza **8,41 puntos de media en la escala 1-10**, presentando las puntuaciones de los encuestados una considerable homogeneidad (desviación típica $S = 0,92$ puntos).
- El **conjunto de aspectos estándares** del Servicio relativo al *Personal* es el que obtiene **la valoración más alta**, con una puntuación media de **9,08 puntos**, mientras que el conjunto de aspectos que obtiene **la más baja** es el que denominamos *Organización*, con una puntuación media de **8,08 puntos**. El conjunto de aspectos relativo a las *Instalaciones* alcanza una puntuación media de **8,49 puntos**.
- Todos los aspectos relacionados con el *Personal* son los que reciben las **calificaciones más altas**, mientras que son los aspectos *Horarios de taquillas*, *Venta de entradas* y *Acústica de la sala* los que las reciben **más bajas** (6,95 puntos, 7,63 puntos y 7,88 puntos, respectivamente).
- Al cruzar las variables de clasificación sociodemográfica y tipológica de los encuestados con las variables valorativas del Servicio, hemos encontrado que todas las clasificatorias discriminan de manera estadísticamente significativa la valoración por parte de los usuarios de uno o varios aspectos del Servicio y, en algunos casos, su *Valoración Global* del mismo. La **edad**, el **nivel educativo**, la **ocupación** y la **condición de socio** de *Amigos del Teatro Auditorio* de los encuestados son las variables de clasificación que presentan un **mayor poder discriminante sobre las puntuaciones de una mayor cantidad de aspectos del servicio y sobre la**

Valoración Global. Remitimos al lector a las tablas correspondientes de este Informe para observar el detalle de esas segmentaciones.

- Al considerar la **Valoración Global del Servicio en función de las variables valorativas estándares** (las comprendidas en los conjuntos *Instalaciones*, *Personal* y *Organización*), el análisis estadístico pone de manifiesto que bastan solamente siete variables (*Puesta en escena de los espectáculos*, *Tipo de espectáculos*, *Horarios de taquilla*, *Seguridad de las instalaciones*, *Confort de las instalaciones*, *Comunicación con el usuario* y *Conservación de las instalaciones*, por ese orden de importancia en la correlación parcial) para explicar el 54% de la variabilidad de las puntuaciones de la *Valoración Global* del Servicio y son, por consiguiente, las que mejor predicen esta última.
- Los encuestados que pertenecen a la **Sociedad de Amigos del Teatro Auditorio** arrojan una **puntuación media de satisfacción con esta sociedad de 8,15 puntos en la escala 1-10**, con moda de 8 puntos y una moderada desviación típica de $S = 1,35$. Esta puntuación media concedida por los socios a su sociedad es 0,36 puntos superior a la que le dieron los mismos en la encuesta de 2009. Existen diferencias de puntuación de los socios encuestados estadísticamente significativas en virtud de su edad, ocupación, lugar de residencia y frecuencia de asistencia al Teatro Auditorio.
- El *Teatro* es el **tipo de espectáculo que prefieren los encuestados**, pues arrojan una puntuación media de 8,61 en una escala 1-10 de preferencia. El tipo de espectáculo menos preferido por los encuestados es la *Zarzuela*, que recibe una puntuación media en la misma escala de 6,39 puntos. Existen diferencias de preferencia estadísticamente significativas en función de todas las variables de clasificación sociodemográfica y tipológica de los encuestados.
- Los **abonos General, Alternativo y Familia** resultan conocidos por un 67%, un 61% y un 55%, respectivamente, de los usuarios encuestados.

- Un total de **131 encuestados** (el 30%) **ha efectuado sugerencias u observaciones para la mejora del servicio**. De las 169 que han anotado, las que arrojan mayores porcentajes se refieren a que se mejore la acústica de la sala (11%) y se ofrezcan precios más baratos para las entradas de los espectáculos (8%), seguidas de que se amplíen los horarios de taquilla y de se mejore la venta de entradas (6% en ambos casos).

- Se puede concluir que las principales **fortalezas y debilidades del Servicio** en lo que se refiere a sus **aspectos estándares de calidad** son las siguientes:

Principales FORTALEZAS (Puntuación media $\geq 9,00$ puntos)	Principales DEBILIDADES (Puntuación media $\leq 8,00$ puntos)
<ul style="list-style-type: none"> • Simpatía del Personal • Profesionalidad del Personal • Motivación del Personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Acústica de la sala • Venta de entradas • Horarios de taquilla

DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA

Distribución de los encuestados por tipo de espectáculo al que han asistido cuando han contestado a la encuesta

Espectáculo	N	%
Ballet/Danza <i>Cía. Nacional Danza</i>	100	23,1
Humor <i>Ticket</i>	39	9,0
Música <i>Raphael</i>	81	18,7
Música <i>Revólver</i>	55	12,7
Teatro/Circo/Música <i>Plecs</i>	68	15,7
Teatro <i>Macbeth</i>	69	16,0
Teatro <i>Veraneantes</i>	21	4,9
Total	432	100,0

Distribución de los encuestados por Sexo

Sexo	N	%
Hombre	166	38,4
Mujer	266	61,6
Total	432	100

Distribución de los encuestados por grupo de Edad

Grupo de Edad	N	%
Menos de 18 años	6	1,5
De 18 a 29 años	21	4,9
De 30 a 39 años	44	10,1
De 40 a 49 años	110	25,4

De 50 a 59 años	129	29,9
De 60 a 69 años	102	23,5
70 y más años	21	4,9
Total	432	100,0

Distribución de los encuestados por Nivel de Estudios

Nivel de Estudios	N	%
Menos que Primarios	6	1,5
Primarios/Hasta 8º EGB	39	9,0
EGB/ESO/FP1/1º ó 2º BUP/FP grado medio	47	10,8
3ºBUP/COU/FP2 ó grado superior/Bachillerato	111	25,7
Universitarios	226	52,2
NS/NC	3	0,7
Total	432	100,0

Distribución de los encuestados por Ocupación

Ocupación	N	%
Trabaja	277	64,2
Parado	35	8,2
Pensionista	84	19,4
Ama de Casa	29	6,7
Estudiante	6	1,5
Total	432	100,0

Distribución de los encuestados por Lugar de Residencia

Lugar Residencia	N	%
Alcobendas	268	61,9
S.S. Reyes	45	10,4
Tres Cantos	6	1,5
Madrid	87	20,1
Otros	24	5,6
NC	2	0,4
Total	432	100,0

Distribución de los encuestados según la Frecuencia de Asistencia al Teatro Auditorio en los últimos tres meses antes de la encuesta

Frecuencia	N	%
Primera vez	66	15,3
De una a tres veces	163	37,7
De cuatro a seis veces	89	20,5
Más de seis veces	113	26,1
NS/NC	2	0,4
Total	432	100,0

Distribución de los encuestados por su Condición de Socio de *Amigos del TACA*

Condición de socio	N	%
Sí es socio	172	39,9
No es socio	248	57,5
NS/NC	11	2,6
Total	432	100,0

FICHA TÉCNICA

En la Encuesta de Calidad Percibida del Teatro Auditorio “Ciudad de Alcobendas” de 2012 se han recogido cuestionarios de un total de 432 usuarios. El trabajo de campo ha sido realizado, en la modalidad de encuesta por cuestionarios autoadministrados, entre el 17.03.2012 y el 13.05.2012.

En condiciones estadísticas convencionales ($\sigma = 2$; $p = q = 0,50$), una muestra aleatoria de 432 individuos sobre una población muy numerosa arroja un error muestral de $\pm 4,81\%$, aproximadamente, considerado comúnmente como aceptable. Sin embargo, el hecho de que el muestreo realizado no sea propiamente aleatorio aconseja tomar con prudencia los resultados de esta encuesta a efectos de generalización.