

Observatorio de la Ciudad de Alcobendas

SDE N° 270

Encuesta de Calidad Percibida
de los Usuarios del TEATRO
AUDITORIO CIUDAD DE
ALCOBENDAS

Septiembre 2016



ÍNDICE

1. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO.....	1
2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS.....	5
3. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO SEGÚN EL ESPECTÁCULO AL QUE SE HA ASISTIDO	12
4. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS DE AMIGOS DEL TEATRO AUDITORIO CON ESTA SOCIEDAD	13
5. PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS DEL TIPO DE ESPECTÁCULO A PROGRAMAR EN EL TEATRO AUDITORIO	14
6. UTILIZACIÓN DE LAS DISTINTAS MODALIDADES DE ABONO DEL TEATRO AUDITORIO.....	17
7. SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS.....	18
8. RESUMEN Y CONCLUSIONES	19
DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA.....	22
FICHA TÉCNICA	25

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

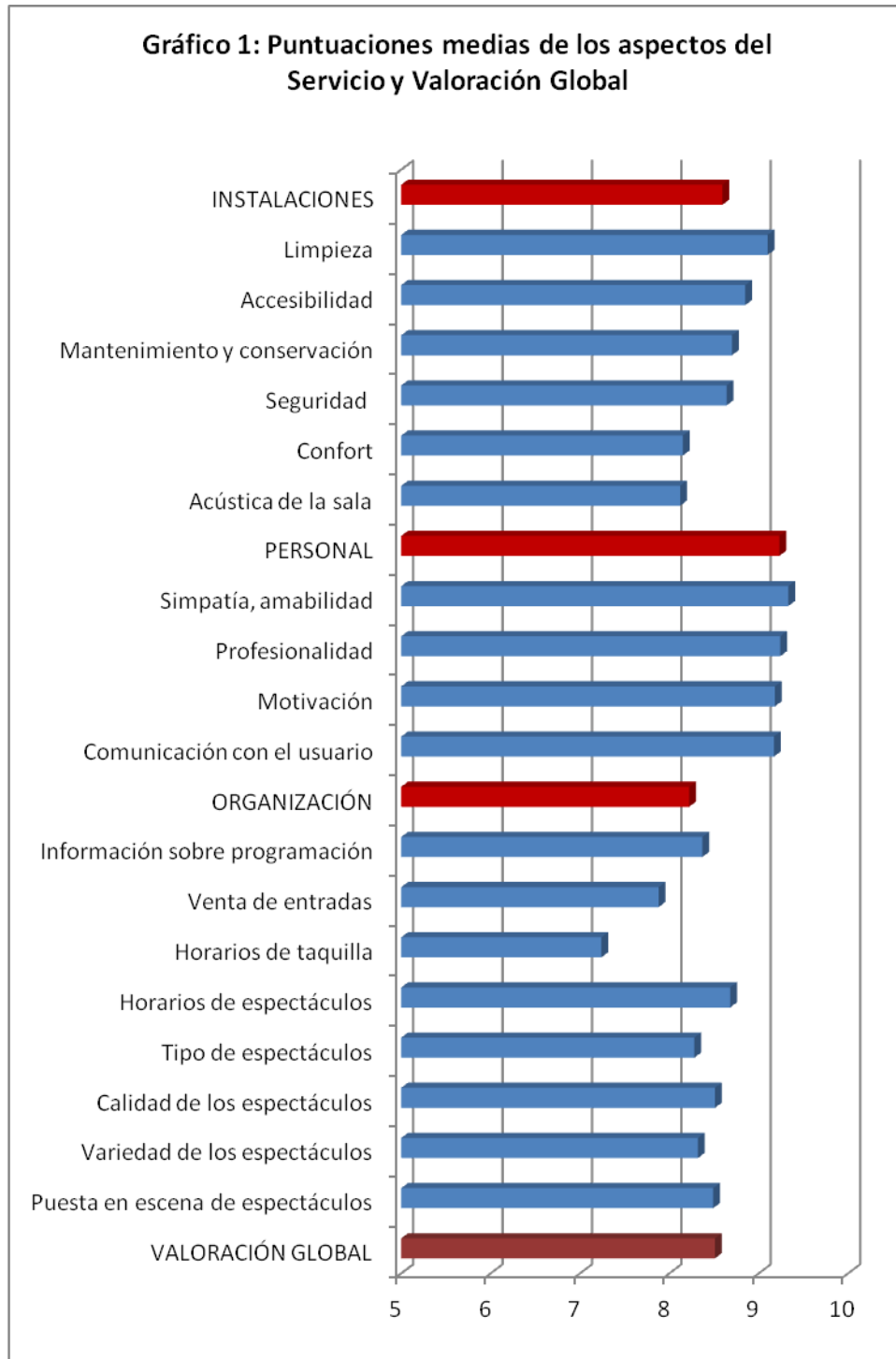
Aspectos del Servicio	Media	Moda	S
<i>Instalaciones</i>	8,59	10	1,37
Limpieza	9,10	10	1,03
Accesibilidad	8,85	10	1,31
Mantenimiento y conservación	8,70	10	1,24
Seguridad	8,64	10	1,23
Confort	8,15	8	1,62
Acústica de la sala	8,12	10	1,79
<i>Personal</i>	9,23	10	1,01
Simpatía, amabilidad	9,33	10	0,98
Profesionalidad	9,24	10	0,94
Motivación	9,18	10	1,05
Comunicación con el usuario	9,17	10	1,07
<i>Organización</i>	8,22	8	1,45
Información sobre programación	8,37	10	1,54
Venta de entradas	7,88	8	1,79
Horarios de taquilla	7,24	8	1,97
Horarios de espectáculos	8,68	8	1,21
Tipo de espectáculos	8,28	8	1,36
Calidad de los espectáculos	8,51	9	1,21
Variedad de los espectáculos	8,32	8	1,29
Puesta en escena de espectáculos	8,49	9	1,21
Valoración Global	8,51	9	0,97

El conjunto de aspectos del Servicio que resulta mejor valorado por los usuarios es el relativo al *Personal*, que alcanza una puntuación media de 9,23 puntos en la escala 1-10, con una moda (puntuación más frecuente) de 10 puntos y una desviación típica $S = 1,01$ puntos, que nos indica una apreciable coincidencia de los usuarios cuando valoran este conjunto de aspectos. El aspecto de este conjunto que resulta mejor valorado es el relativo a la *Simpatía* (9,33 puntos), mientras que el que presenta una puntuación más baja es el referido a la *Comunicación con el usuario* (9,17 puntos).

Por el contrario, el conjunto de aspectos que resulta peor valorado es el que denominamos *Organización*, que ofrece una puntuación media de 8,22 puntos, con una moda de 8 puntos y una mayor dispersión de las puntuaciones ($S = 1,45$). El aspecto del conjunto que presenta una valoración más alta es el relativo a los *Horarios de los espectáculos* (8,68 puntos), mientras que el que la presenta más baja es el que se refiere a la *Horarios de taquilla* (7,24 puntos), de manera semejante a lo observado en la anterior encuesta en el Teatro Auditorio.

Por su parte, el conjunto de aspectos denominado *Instalaciones* recibe una puntuación media de 8,59 puntos, con moda de 10 puntos y una moderada dispersión de puntuaciones ($S = 1,37$). El aspecto de este conjunto que resulta mejor valorado es la *Limpieza* (9,10 puntos), en tanto que el que recibe la valoración más baja es la *Acústica de la sala* (8,12 puntos), también de forma semejante a lo observado en la anterior encuesta.

Finalmente, la *Valoración Global* del Servicio alcanza una puntuación media de 8,51 puntos, con una moda de 9 puntos y una modesta desviación típica ($S = 0,97$), que nos indica una considerable 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 2014 Y EN LA DE 2016**

Aspectos del Servicio	Puntuaciones medias		Diferencia 2014-2016
	2014	2016	
Instalaciones	8,81	8,59	-0,22
Limpieza	9,29	9,10	-0,19
Accesibilidad	8,95	8,85	-0,10
Mantenimiento y Conservación	9,04	8,70	-0,34
Seguridad	8,87	8,64	-0,23
Confort	8,40	8,15	-0,25
Acústica de la sala	8,33	8,12	-0,21
Personal	9,41	9,23	-0,18
Simpatía	9,50	9,33	-0,17
Profesionalidad	9,46	9,24	-0,22
Motivación	9,31	9,18	-0,13
Comunicación con usuario	9,36	9,17	-0,19
Organización espectáculos	8,41	8,22	-0,19
Información sobre programación	8,49	8,37	-0,12
Venta de entradas	8,29	7,88	-0,41
Horarios de taquilla	7,59	7,24	-0,35
Horarios de espectáculos	8,76	8,68	-0,08
Tipo de espectáculos	8,47	8,28	-0,19
Calidad de los espectáculos	8,70	8,51	-0,19
Variedad de los espectáculos	8,42	8,32	-0,10
Puesta en escena de espectáculos	8,56	8,49	-0,07
Valoración Global del Servicio	8,71	8,51	-0,20

Como vemos, todos los conjuntos de aspectos han experimentado un ligero descenso en sus puntuaciones medias (alrededor de 0,20 puntos). Y observamos asimismo que todos los aspectos, individualmente considerados, muestran bajadas de puntuación, siendo las más notables las correspondientes a los aspectos *Mantenimiento y conservación* (-0,34 puntos), *Venta de entradas* (-0,41 puntos) y *Horarios de taquilla* (-0,35 puntos).

Por su parte, la *Valoración Global del Servicio* presenta una leve disminución de puntuación (-0,20 puntos con respecto a la encuesta de 2014).

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.

Relaciones significativas entre las variables	
VARIABLES DE CLASIFICACIÓN	VARIABLES VALORATIVAS
Sexo	Limpieza instalaciones Accesibilidad instalaciones Conservación instalaciones Seguridad instalaciones Horario espectáculos Tipo de espectáculos Calidad espectáculos Variedad espectáculos Puesta escena espectáculos Valoración Global
Edad	Accesibilidad instalaciones Confort instalaciones Acústica de la sala
Nivel de estudios	Limpieza instalaciones Conservación instalaciones Seguridad instalaciones Simpatía personal Profesionalidad personal Motivación personal Horario de taquilla Horario espectáculos Valoración Global
Ocupación	Seguridad instalaciones

	Venta de entradas Horario de taquilla
Frecuencia de asistencia	Conservación instalaciones Confort instalaciones Acústica sala Seguridad instalaciones Simpatía personal Profesionalidad personal Motivación personal Comunicación usuario personal Información sobre espectáculos Venta de entradas Horario de taquilla Variedad espectáculos Puesta en escena espectáculos Valoración Global
Lugar de residencia	Calidad de espectáculos
Condición de socio	Conservación instalaciones Confort instalaciones Acústica sala

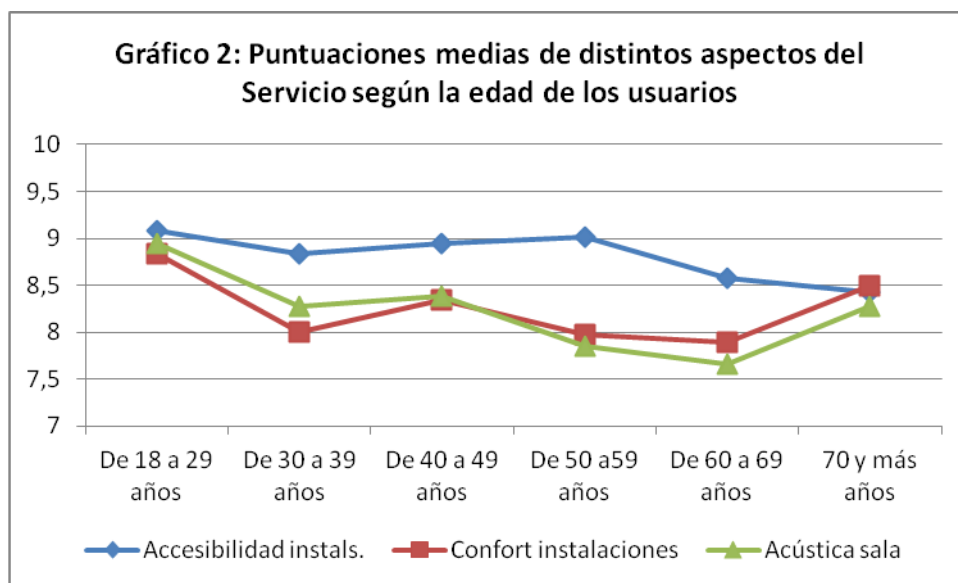
- El **Sexo** de los encuestados es una de las variables sociodemográficas que resulta discriminante de la valoración de más aspectos del Servicio, además de la *Valoración Global* del mismo. Como vemos, todos los aspectos reflejados en la tabla siguiente resultan mejor valorados por las mujeres que por los hombres, al igual que sucede con la Valoración Global del Servicio.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el sexo		
	Hombres	Mujeres	Conjunto
Accesibilidad instalaciones	8,67	8,95	8,85
Confort instalaciones	8,44	8,83	8,70
Acústica de la sala	8,46	8,74	8,64
Horario espectáculos	8,35	8,85	8,68
Tipo de espectáculos	7,97	8,43	8,28
Calidad espectáculos	8,30	8,62	8,51
Variedad espectáculos	8,05	8,46	8,32
Puesta escena espectáculos	8,30	8,61	8,50
Valoración Global	8,37	8,59	8,52

- La **Edad** de los encuestados discrimina sus puntuaciones a ciertos aspectos de las instalaciones. La pauta valorativa general, aunque se da un repunte valorativo en el grupo de 70 y más años, es que a mayor edad de los encuestados peor valoración de estos aspectos.

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
Accesibilidad instals.	9,08	8,84	8,95	9,02	8,57	8,42
Confort instalaciones	8,83	8,00	8,35	7,98	7,89	8,50
Acústica sala	8,95	8,27	8,39	7,85	7,66	8,27

*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.

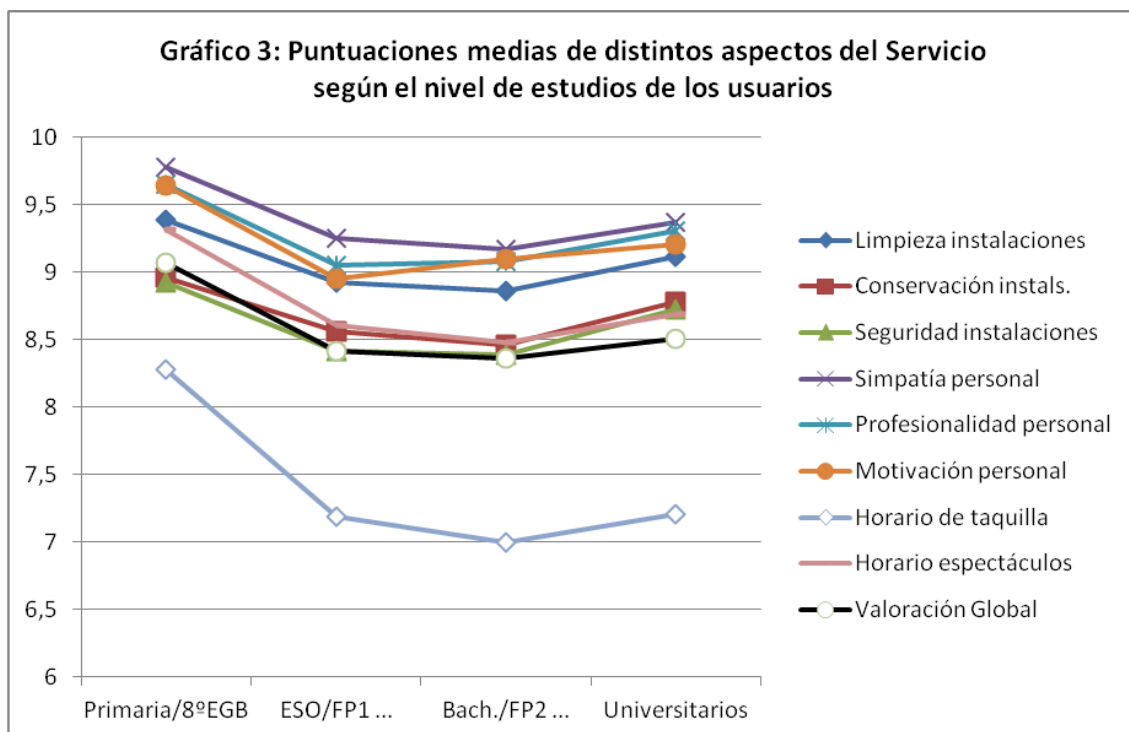


- El **Nivel educativo** de los encuestados parece condicionar su valoración de un buen número de aspectos del Servicio, así como de su *Valoración Global* del mismo. La pauta

valorativa general, aunque se da un repunte valorativo en los universitarios, es que a mayor nivel educativo de los encuestados peor valoración de estos aspectos y más baja *Valoración Global*.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el nivel de estudios			
	Primarios/ 8ºEGB	ESO/FP1/ 1º-2º BUP/etc.	3ºBUP/FP2/ Bach./etc.	Universitarios
Limpieza instalaciones	9,39	8,93	8,86	9,12
Conservación instals.	8,96	8,56	8,46	8,78
Seguridad instalaciones	8,93	8,42	8,39	8,73
Simpatía personal	9,78	9,25	9,17	9,37
Profesionalidad personal	9,65	9,05	9,08	9,31
Motivación personal	9,64	8,95	9,10	9,21
Horario de taquilla	8,28	7,19	7,00	7,21
Horario espectáculos	9,32	8,61	8,48	8,69
Valoración Global	9,07	8,42	8,36	8,51

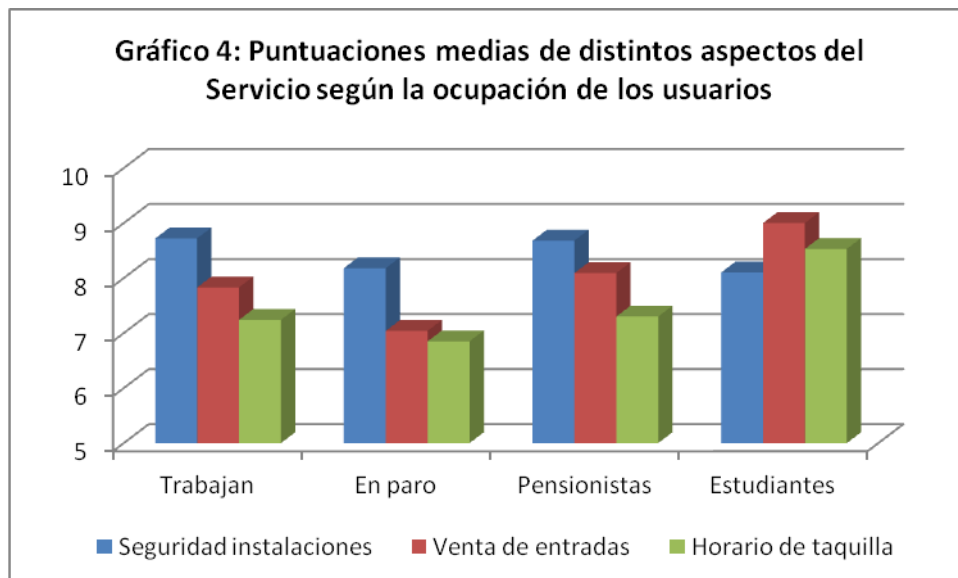
*Se ha suprimido el grupo educativo “Menos que Primarios” porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.



- La **Ocupación** de los encuestados resulta discriminante de su valoración de varios aspectos del servicio. La diferencia más destacable es que los estudiantes son los que valoran más alto tanto la *Venta de entradas* como el *Horario de taquilla* y que los que trabajan son los que valoran mejor la Seguridad de las instalaciones. Por otro lado, son los estudiantes quienes peor valoran la *Seguridad de las instalaciones* y son los encuestados que están en paro los que peor valoran los otros dos aspectos.

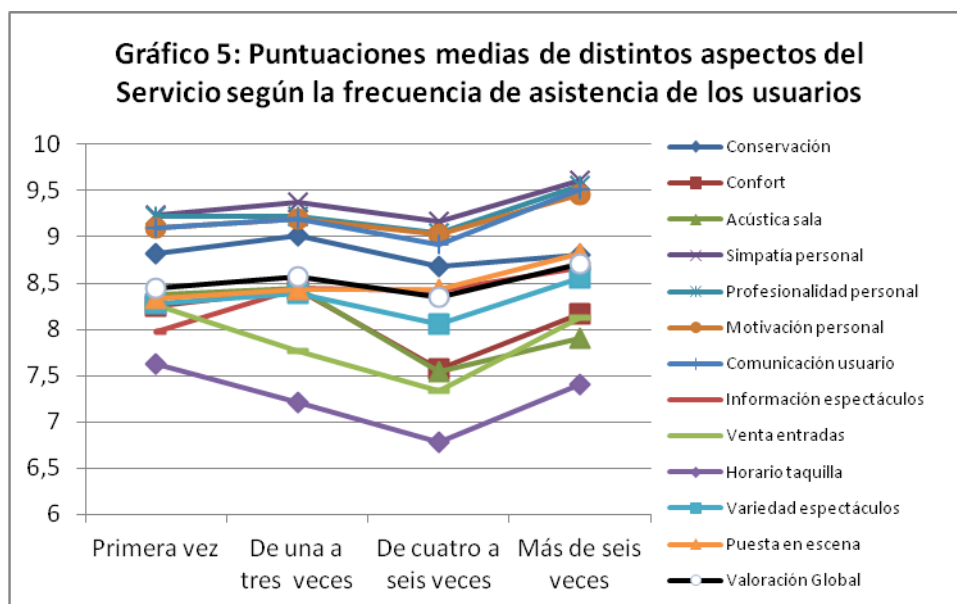
ASPECTOS	Puntuaciones medias según la ocupación			
	<i>Trabajan</i>	<i>En paro</i>	<i>Pensionistas</i>	<i>Estudiantes</i>
Seguridad instalaciones	8,72	8,18	8,68	8,10
Venta de entradas	7,83	7,04	8,09	9,00
Horario de taquilla	7,24	6,85	7,30	8,53

*Se ha suprimido el grupo de actividad “Labores del hogar” 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 es la variable que afecta a la valoración de una mayor cantidad de aspectos del Servicio (doce aspectos) y a la *Valoración Global* de éste por parte de los usuarios. La pauta valorativa general es a mayor frecuencia de asistencia peor valoración de estos aspectos, aunque puede observarse un apreciable 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			
	Primera vez	De una a tres veces	De cuatro a seis veces	Más de seis veces
Conservación	8,82	9,02	8,68	8,80
Confort	8,25	8,43	7,57	8,16
Acústica sala	8,38	8,44	7,54	7,90
Simpatía personal	9,23	9,38	9,16	9,61
Profesionalidad personal	9,22	9,22	9,04	9,55
Motivación personal	9,10	9,20	9,03	9,46
Comunicación usuario	9,10	9,20	8,92	9,52
Información espectáculos	7,97	8,44	8,42	8,66
Venta entradas	8,27	7,77	7,34	8,12
Horario taquilla	7,62	7,21	6,78	7,40
Variedad espectáculos	8,28	8,39	8,06	8,55
Puesta en escena	8,34	8,43	8,43	8,82
Valoración Global	8,45	8,57	8,35	8,71



- El **Lugar de Residencia** de los encuestados solamente discrimina su valoración de la *Calidad de los espectáculos* programados. Los residentes en Madrid capital y en la región de Madrid son quienes presentan las puntuaciones más altas para ambos aspectos, mientras que los residentes en Alcobendas (especialmente en las urbanizaciones) son quienes las ofrecen más bajas.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según lugar de residencia				
	<i>Alcobendas casco urbano</i>	<i>Alcobendas urbanizaciones</i>	<i>S. Sebastián de los Reyes</i>	<i>Madrid Capital</i>	<i>Madrid Región</i>
Calidad del espectáculo	8,44	8,17	8,47	8,68	8,98

*Se han suprimido los grupos de los residentes en el resto de España y en el extranjero porque su tamaño en la muestra es demasiado reducido para considerarlo a efectos de generalización.

- El que los encuestados sean o no **socios** de **Amigos del Teatro Auditorio** resulta discriminante de su valoración de la *Conservación* y el *Confort* de las instalaciones y de la *Acústica de la sala*. Observamos que los socios arrojan una puntuación media inferior a la de los usuarios que no lo son en los tres aspectos. Esta pauta valorativa puede tener que ver con el hecho, que ya advertimos en las tres anteriores encuestas realizadas en el Teatro Auditorio, de que los socios presentan una frecuencia de asistencia al Teatro Auditorio muy superior a los no socios: el 78,2% de los socios, frente al 22,1% de los no socios, ha asistido al Teatro Auditorio cuatro o más veces (en los últimos tres meses antes de realizarse la encuesta).

ASPECTOS	Puntuaciones medias según condición de socio		
	<i>Socios</i>	<i>No socios</i>	<i>Conjunto</i>
Conservación y mantmto.	8,48	8,79	8,70
Confort instalaciones	7,85	8,30	8,16
Acústica de la sala	7,69	8,33	8,13

3. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO SEGÚN EL ESPECTÁCULO AL QUE SE HA ASISTIDO

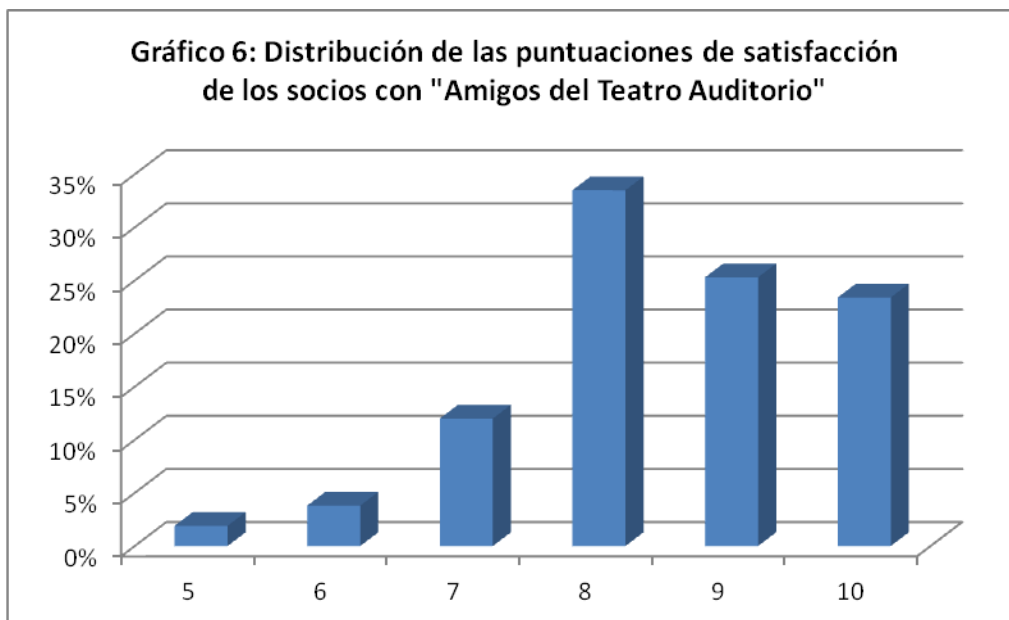
El que los usuarios encuestados hayan **asistido a uno u otro espectáculo** también discrimina su valoración de tres aspectos del Teatro Auditorio: el *Confort* y la *Acústica de la sala* (también en las dos anteriores encuestas eran los dos aspectos de las instalaciones que presentaban diferencias de valoración en virtud del espectáculo al que se asistía) y la *Venta de entradas*.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el espectáculo				
	Circo G. Juggling	Teatro Reikiavik	Teatro Alí Babá y ...	Teatro Lavar, ...	Música Stacey Kent
Confort instalaciones	7,89	7,97	8,70	8,22	7,79
Acústica sala	8,33	7,24	9,00	7,48	7,92
Venta entradas	7,90	8,00	8,32	7,89	8,29

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el espectáculo			
	Humor Espinete ...	Música Los Rockids	Danza Gala Danza	Danza Sara Baras
Confort instalaciones	7,98	8,56	8,28	8,30
Acústica sala	7,86	8,53	8,20	8,34
Venta entradas	7,44	7,88	8,32	7,38

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

El 29% de los encuestados pertenecen a la sociedad de *Amigos del Teatro Auditorio* y arrojan una puntuación media de satisfacción con esta sociedad de 8,47 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 1,19 puntos. Esta puntuación media concedida por los socios a la sociedad *Amigos del Teatro Auditorio* es prácticamente igual (+0,03 puntos) a la que le dieron en la encuesta de 2014.



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

En el cuestionario de esta encuesta 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 (y dejando ahora a un lado la preferencia por *Otros espectáculos*, que consideraremos con más detalle más adelante), el *Teatro* ocupa el primer lugar de sus preferencias (8,74 puntos en promedio), seguido de *Otras músicas* (8,47 puntos) y del *Ballet-Danza* (7,12 puntos). La *Zarzuela* ocupa el último lugar en su escala de preferencias (5,95 puntos). Este orden de preferencias es muy semejante al que mostraban las dos anteriores encuestas realizadas en el Teatro Auditorio. Hay que hacer notar que, salvo en el caso de “Otras músicas” y “Otros espectáculos”, las desviaciones típicas son 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	2,32
Otras músicas (jazz, folk, ...)	8,47	8	1,19
Ballet, Danza	7,12	8	2,28
Ópera	6,42	7	2,66
Zarzuela	5,95	5	2,67
Teatro	8,74	10	1,84
Otros espectáculos	9,02	10	1,47

Además, hay que tener en cuenta que, aunque sin expresar una puntuación de preferencia, 45 encuestados han marcado su preferencia por la *Música Clásica*, 58 por *Otras músicas*, 49 por el *Ballet-Danza*, 34 por la *Ópera*, 42 por la *Zarzuela*, 141 por el *Teatro* y 16 por *Otros espectáculos*.

Sólo 54 encuestados (el 9,9%) han señalado 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 *Infantiles* (20%), los *Musicales* (18,5%) y los *Monólogos* (12,3%).

Otros Tipos de Espectáculos	N	%
Infantiles	13	20,0
Musicales	12	18,5
Monólogos	8	12,3
Humor	5	7,7
Comedias	4	6,2
Circo	3	4,6
Conciertos	3	4,6
Flamenco	3	4,6
Cabaret	2	3,1
Teatro alternativo	2	3,1
Comedia	1	1,5
Conciertos auto	1	1,5
Hip Hop y otros	1	1,5
Magia	1	1,5
Musicales niños	1	1,5
Musicales-Monólogos	1	1,5
Música Pop	1	1,5
Música Rap	1	1,5
Teatro independiente	1	1,5
Teatro infantil	1	1,5
TOTAL	65	100,0

*Los % lo son sobre el total de propuestas hechas por los encuestados

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	6,23	7,54

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según la 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	6,29	6,18	6,78	6,77	7,20	8,50
Ópera	6,25	5,30	6,38	6,48	6,94	8,60
Zarzuela	4,56	4,55	5,73	6,51	6,62	8,00
Otros espectáculos	6,50	9,55	9,27	9,00	8,00	-

*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 ocupación			
	Trabajan	En paro	Pensionistas	Estudiantes
Música Clásica	6,57	7,67	7,47	6,55
Ópera	6,03	7,40	7,68	6,73
Zarzuela	5,66	6,81	7,25	4,90
Teatro	8,99	8,65	8,05	8,30

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

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*, la *Ópera* y la *Zarzuela* tiende a incrementarse con el aumento de la edad de los encuestados (pero no por *Otros espectáculos*, que muestra un perfil de preferencia inverso). El Nivel Educativo no arroja diferencias de preferencia estadísticamente significativas y la Ocupación muestra algunas, pero sin que se observe un claro patrón en virtud de la actividad del encuestado.

6. UTILIZACIÓN 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 uso que los encuestados hacen de las distintas modalidades de abono que se les ofrecen. Como puede observarse en la tabla siguiente, las dos modalidades más empleadas por los encuestados son el *Abono general* y las *Promociones*, que suponen un 29,8% y un 8%, respectivamente, si se considera el total de encuestados, y que alcanzan el 56% y el 15%, si consideramos solamente los que han usado cualquiera de estas modalidades para asistir al Teatro Auditorio el día que respondieron a la encuesta.

MODALIDAD DE ABONO	Usan esta modalidad de Abono		
	N	%	% ajustado
Abono general	163	29,8	56,0
Abono alternativo	43	7,9	14,8
Abono familia	41	7,5	14,1
Promociones	44	8,0	15,1
NS/NC y por libre	256	46,8	-
Total	547	100,0	100,0

El que los encuestados usen una u otra modalidad de abono para asistir al Teatro Auditorio solamente discrimina su valoración de la *Acústica de la sala* y su *Valoración Global* del Servicio, resultando que los que asisten en la modalidad de *Promociones* son quienes más altas puntuaciones presentan y que los que lo hacen en la modalidad *General* son quienes las presentan más bajas.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según modalidad abono			
	General	Alternativo	Familia	Promociones
Acústica sala	7,70	8,37	8,65	8,88
Valoración Global	8,41	8,68	8,65	8,83

7. 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 147 encuestados (el 27%) ha hecho uso de ese espacio, anotando un total de 192 sugerencias y observaciones. En la tabla siguiente detallamos sólo aquellas sugerencias con frecuencia superior a uno (suman 126).

Observaciones y sugerencias	N	%
Mejorar acústica y sonido	28	22,2
Mejorar la programación en calidad y variedad	18	14,3
Butacas más anchas y espaciadas	17	13,5
Mejorar la venta de entradas	10	7,9
Puntualidad en el comienzo de los espectáculos	7	5,6
Ascensor entre plantas	6	4,8
Horario de taquillas más amplio	5	4,0
Más obras de teatro	4	3,2
Poner una cafetería	4	3,2
Modificar la mampara de cristal del anfiteatro	4	3,2
Mejorar la climatización	4	3,2
Concierto de Año Nuevo en Abono General	3	2,4
Más sesiones por espectáculo	3	2,4
Programar para público 12 a 16 años	3	2,4
Más variedad de espectáculos	2	1,6
Mejorar la venta entradas por internet	2	1,6
No exigir comprar 5 espectáculos a la vez	2	1,6
Vigilar apagado de los teléfonos móviles	2	1,6
Más información sobre la programación	2	1,6
Total	126	100,0

Como vemos, las sugerencias más frecuentes se refieren a que se mejore la acústica o el sonido en la sala (22,2%), a que se mejore la programación (14,3%) y a que se mejoren las butacas (13,5%). La primera y la última de estas tres fueron también las dos más frecuentes en la anterior encuesta en el Teatro Auditorio.

8. RESUMEN Y CONCLUSIONES

La explotación estadística de los datos de la Encuesta de Calidad Percibida del Teatro Auditorio “Ciudad de Alcobendas” de 2016 permite llegar a una serie de **conclusiones** que resumimos seguidamente:

- La **valoración general del servicio** (*Valoración Global*) es notablemente alta, pues alcanza **8,51 puntos de media en la escala 1-10**, presentando las puntuaciones de los encuestados una considerable homogeneidad (desviación típica $S = 0,97$ puntos).
- El **conjunto de aspectos estándares** del Servicio relativo al **Personal** es el que obtiene **la valoración más alta**, con una puntuación media de **9,23 puntos**, mientras que el conjunto de aspectos que obtiene **la más baja** es el que denominamos **Organización**, con una puntuación media de **8,22 puntos**. El conjunto de aspectos relativo a las **Instalaciones** alcanza una puntuación media de **8,59 puntos**.
- Todos los aspectos relacionados con el **Personal** son los que reciben las **calificaciones más altas**, mientras que son los aspectos **Horarios de taquillas** y **Venta de entradas** los que las reciben **más bajas** (7,24 puntos y 7,88 puntos, respectivamente: los mismos aspectos que en las dos anteriores encuestas).
- Al cruzar las variables de clasificación sociodemográfica y tipológica de los encuestados con las variables valorativas del Servicio, hemos encontrado que todas las primeras discriminan de manera estadísticamente significativa la valoración por parte de los usuarios encuestados de uno o varios aspectos del Servicio y, en algunos casos, su *Valoración Global* del mismo. El **sexo**, el **nivel de estudios** y la **frecuencia de asistencia** al 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.

- El que los usuarios encuestados hayan **asistido a uno u otro espectáculo** también **discrimina su valoración** de tres aspectos del Teatro Auditorio: el *Confort* y la *Acústica de la sala* (también en las dos anteriores encuestas eran los dos aspectos de las instalaciones que presentaban diferencias de valoración en virtud del espectáculo al que se asistía) y la *Venta de entradas*.
- Los encuestados que pertenecen a la **Sociedad de Amigos del Teatro Auditorio** arrojan una **puntuación media de satisfacción con esta sociedad de 8,47 puntos en la escala 1-10**, con moda de 8 puntos y una moderada desviación típica de 1,19 puntos. Esta puntuación media concedida por los socios a su sociedad es prácticamente igual a la que le dieron en la encuesta de 2014.
- El **Teatro** es el **tipo de espectáculo que prefieren los encuestados**, pues arrojan una puntuación media de 8,74 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 5,95 puntos. Existen diferencias de preferencia estadísticamente significativas en función del sexo, la edad y la ocupación de los encuestados.
- Los **abonos General, Alternativo y Familia y las Promociones** han sido utilizados al asistir al Teatro Auditorio por aproximadamente un 30%, un 8%, un 7% y un 8%, respectivamente, de los usuarios encuestados.
- Un total de **147 encuestados** (el 27%) **ha efectuado sugerencias u observaciones para la mejora del servicio**. De las 192 que han anotado, las que arrojan mayores porcentajes se refieren a que se mejore la acústica o el sonido en la sala (22%), a que se mejore la programación (14%) y que se mejoren las butacas (casi el 14%).

- 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">• Limpieza de las instalaciones• Simpatía del Personal• Profesionalidad del Personal• Motivación del Personal• Comunicación con el usuario	<ul style="list-style-type: none">• Horarios de taquilla• Venta de entradas

DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA

Distribución de los encuestados por Sexo

Sexo	N	%
Hombre	177	32,4
Mujer	362	66,2
NC	8	1,5
Total	547	100,0

Distribución de los encuestados por grupo de Edad

Grupo de Edad	N	%
Menos de 18 años	18	3,3
De 18 a 29 años	25	4,6
De 30 a 39 años	84	15,4
De 40 a 49 años	137	25,0
De 50 a 59 años	140	25,6
De 60 a 69 años	103	18,8
70 y más años	38	6,9
NS/NC	2	0,4
Total	547	100,0

Distribución de los encuestados por Nivel de Estudios

Nivel de Estudios	N	%
Menos que Primarios	6	1,1
Primarios/Hasta 8º EGB	30	5,5
EGB/ESO/FP1/1º ó 2º BUP/FP grado medio	59	10,8
3ºBUP/COU/FP2 ó grado superior/Bachillerato	129	23,6
Universitarios	316	57,8
NS/NC	7	1,3
Total	547	100,0

Distribución de los encuestados por Ocupación

Ocupación	N	%
Trabaja	357	65,3
Parado	28	5,1
Pensionista	119	21,8
Ama de Casa	18	3,3
Estudiante	22	4,0
NS/NC	3	0,5
Total	547	100,0

Distribución de los encuestados por Lugar de Residencia

Lugar Residencia	N	%
Alcobendas casco urbano	259	47,3
Alcobendas urbanizaciones	38	6,9
San Sebastián de los Reyes	62	11,3
Madrid capital	97	17,7
Madrid Región	59	10,8
Otros lugares	11	2,0
NS/NC	21	3,8
Total	547	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	164	30,0
De una a tres veces	169	30,9
De cuatro a seis veces	105	19,2
Más de seis veces	106	19,4
NS/NC	3	0,5
Total	547	100,0

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

Condición de socio	N	%
SÍ es socio	161	29,4
NO es socio	376	68,7
NS/NC	10	1,8
Total	547	100,0

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

Espectáculo	N	%
Circo <i>Gandini Juggling</i>	74	13,5
Teatro <i>Reikiavik</i>	36	6,6
Teatro infantil <i>Alí Babá y los 40 ladrones</i>	49	9,0
Teatro <i>Lavar, marcar y enterrar</i>	63	11,5
Música <i>Stacey Kent</i>	92	16,8
Humor <i>Espinete no existe</i>	59	10,8
Música <i>Los Rockids</i>	52	9,5
Danza <i>Gala Día de la Danza</i>	31	5,7
Danza <i>Sara Baras</i>	91	16,6
Total	547	100,0

FICHA TÉCNICA

En la Encuesta de Calidad Percibida del Teatro Auditorio “Ciudad de Alcobendas” de 2016 se han recogido cuestionarios de un total de 547 usuarios. El trabajo de campo ha sido realizado, en la modalidad de encuesta por cuestionarios autoadministrados, entre el 15.04.2016 y el 28.05.2016.

En condiciones estadísticas convencionales (nivel de confianza de $2\sigma = 95,5\%$; $p = q = 0,50$), una muestra aleatoria de 547 individuos sobre una población muy numerosa arroja un error muestral de $\pm 4,28\%$, para datos globales porcentuales, considerado comúnmente como aceptable a efectos de generalización de los resultados de la encuesta.