

Observatorio de la ciudad

SDE N° 167

**ENCUESTA DE CALIDAD PERCIBIDA
DEL TEATRO AUDITORIO**

Octubre 2009



**Concejalía de Planificación y Calidad,
Organización, Estudios y Evaluación,
Secretaría General, Asesoría Jurídica,
Contratación y Patrimonio
y Servicios Generales**



ÍNDICE

1. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO	1
2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADO	7
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 PROGRAMADO EN EL TEATRO AUDITORIO	16
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

PUNTUACIONES MEDIAS DADAS A LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO

Aspectos del Servicio	Media	Moda	S
<i>Instalaciones</i>	8,13	8	1,62
Limpieza	8,82	10	1,17
Accesibilidad	8,49	10	1,53
Mantenimiento y conservación	8,50	10	1,35
Seguridad	8,24	8	1,50
Confort	7,35	8	2,10
Acústica de la sala	7,36	8	2,06
<i>Personal</i>	8,96	10	1,17
Simpatía, amabilidad	9,12	10	1,09
Profesionalidad	8,97	10	1,15
Motivación	8,87	10	1,23
Comunicación con el usuario	8,89	10	1,20
<i>Organización</i>	7,93	8	1,73
Venta de entradas	7,47	8	2,23
Espectáculos programados	7,63	8	1,58
Información sobre programación	8,03	8	1,78
Horarios de espectáculos	8,60	10	1,32
Valoración Global	8,18	8	1,11

El conjunto de aspectos del Servicio que resulta mejor valorado por los usuarios es el relativo al *Personal*, que alcanza una puntuación media de 8,96 puntos en la escala 1-10, con una moda (puntuación más frecuente) de 10 puntos y una desviación

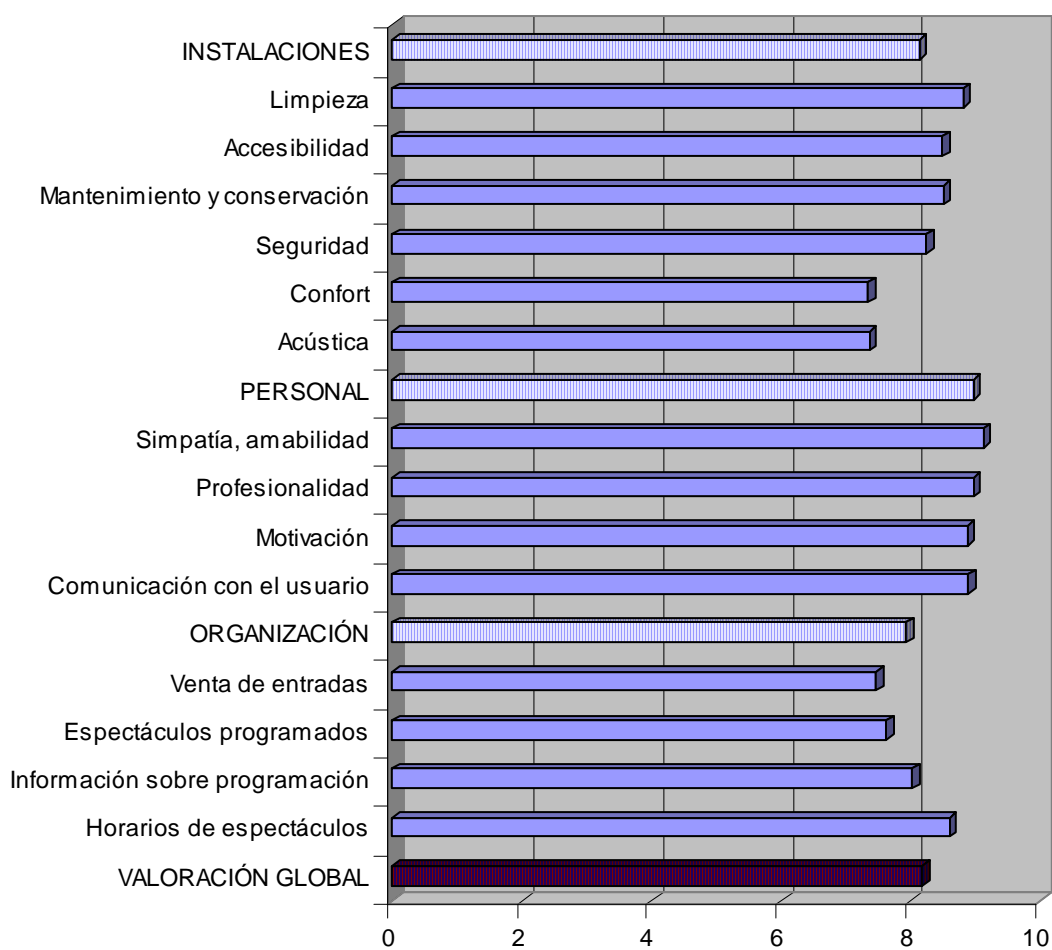
típica $S = 1,17$, que nos indica una escasa dispersión de las puntuaciones que dan los usuarios a este conjunto de aspectos. El aspecto de este conjunto que resulta mejor valorado es el relativo a la *Simpatía* (9,12 puntos), mientras que el que presenta una puntuación más baja es el referido a la *Motivación* (8,87 puntos).

Por el contrario, el conjunto de aspectos que resulta peor valorado es el que denominamos *Organización*, que ofrece una puntuación media de 7,93 puntos, con una moda de 8 puntos y una considerable dispersión de las puntuaciones ($S = 1,73$). 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 *Venta de entradas* (7,47 puntos).

Por su parte, el conjunto de aspectos denominado *Instalaciones* recibe una puntuación media de 8,13 puntos, con moda de 8 puntos y una dispersión de puntuaciones de cierta entidad ($S = 1,62$). El aspecto de este conjunto que resulta mejor valorado es la *Limpieza* (8,82 puntos), en tanto que el que recibe la valoración más baja es el *Confort de la sala* (7,35 puntos).

Finalmente, la *Valoración Global* del Servicio alcanza una puntuación media de 8,18 puntos (0,04 puntos más que en la encuesta de 2006), con una moda de 8 puntos y una discreta desviación típica ($S = 1,11$), que nos indica una notable coincidencia entre los usuarios a la hora de valorar globalmente el Servicio.

Gráfico 1: Puntuaciones medias de los aspectos estándares del 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 2006 Y EN LA DE 2009

Aspectos del Servicio	Puntuaciones medias		Diferencia 2006-2009
	2006	2009	
<i>Instalaciones</i>	8,30	8,13	-0,17
Limpieza	9,02	8,82	-0,20
Accesibilidad	8,70	8,49	-0,21
Mantenimiento y Conservación	8,59	8,50	-0,09
Seguridad	8,44	8,24	-0,20
Confort	7,45	7,35	-0,10
Acústica de la sala	7,62	7,36	-0,26
<i>Personal</i>	8,80	8,96	+0,16
Simpatía	8,97	9,12	+0,15
Profesionalidad	8,86	8,97	+0,11
Motivación	8,69	8,87	+0,18
Comunicación con usuario	8,68	8,89	+0,21
<i>Organización</i>	7,75	7,93	+0,18
Venta de entradas	7,41	7,47	+0,06
Espectáculos programados	7,43	7,63	+0,20
Información sobre programación	7,66	8,03	+0,37
Horarios de espectáculos	8,48	8,60	+0,12
Valoración Global	8,14	8,18	+0,04

Tal como observamos, todos los aspectos de las *Instalaciones* han experimentado apreciables descensos en sus puntuaciones medias, mientras que, inversamente, todos los aspectos del *Personal* y de la *Organización* muestran incrementos de puntuación. Los aumentos de puntuación más destacados son los correspondientes a los aspectos *Comunicación con el usuario* (+0,21 puntos),

Espectáculos programados (+0,20 puntos) y, sobre todo, *Información sobre la programación* (+0,37 puntos). El descenso de puntuación más notable se observa en el aspecto *Acústica de la sala* (-0,26 puntos). Por su parte, la *Valoración Global del Servicio* arroja un ligero aumento de puntuación de 4 centésimas (apenas ha variado desde la encuesta de 2004, que arrojó 8,16 puntos en la *Valoración Global del Servicio*).

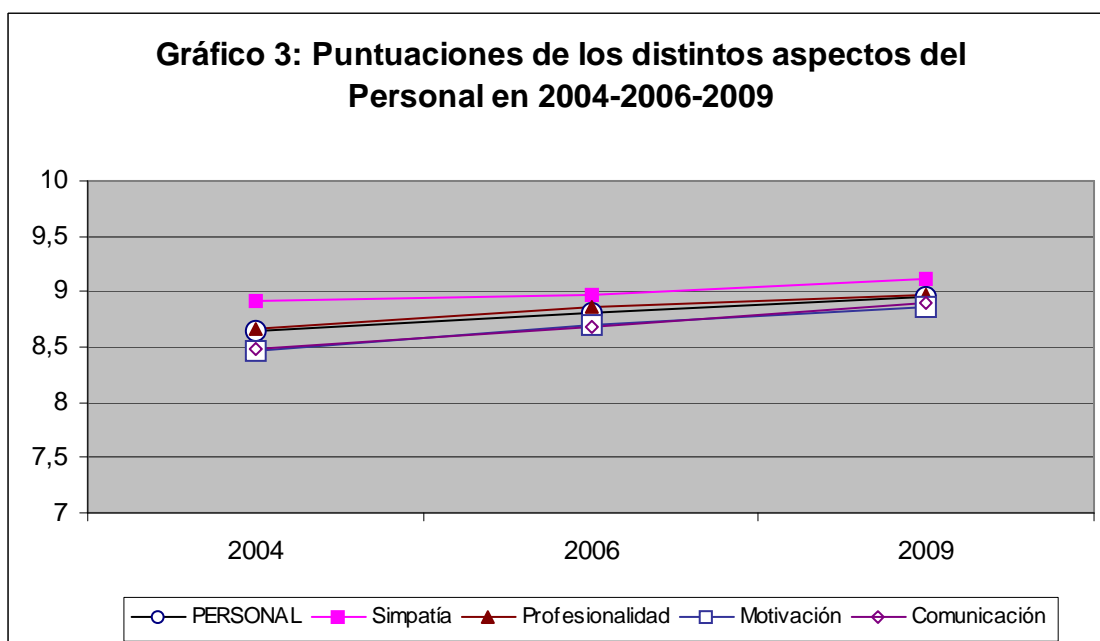
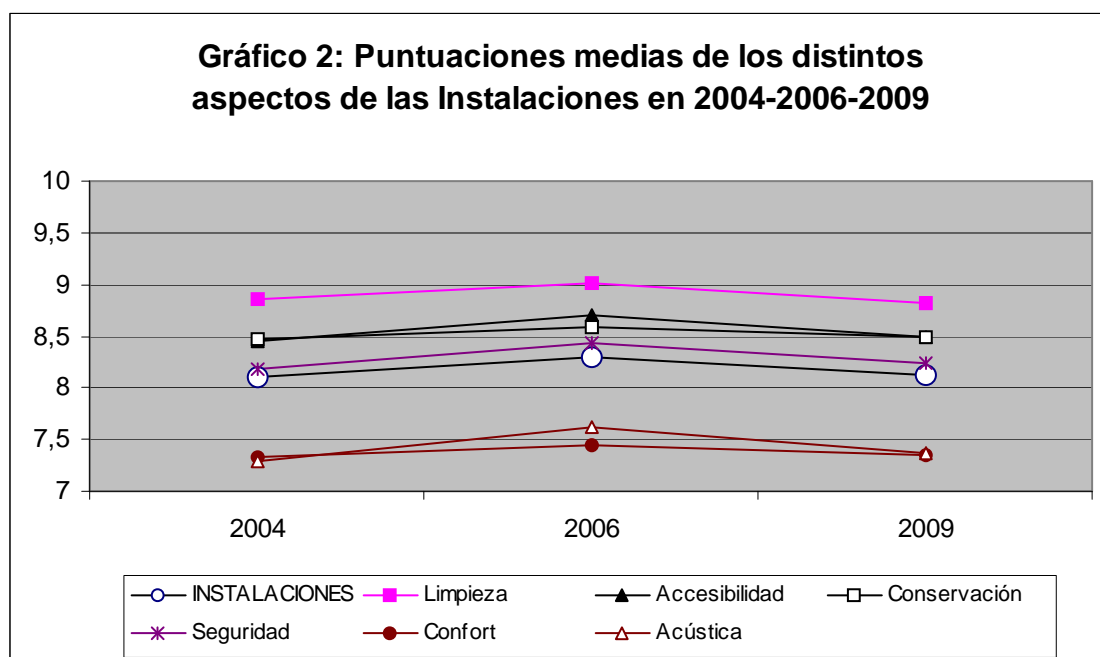
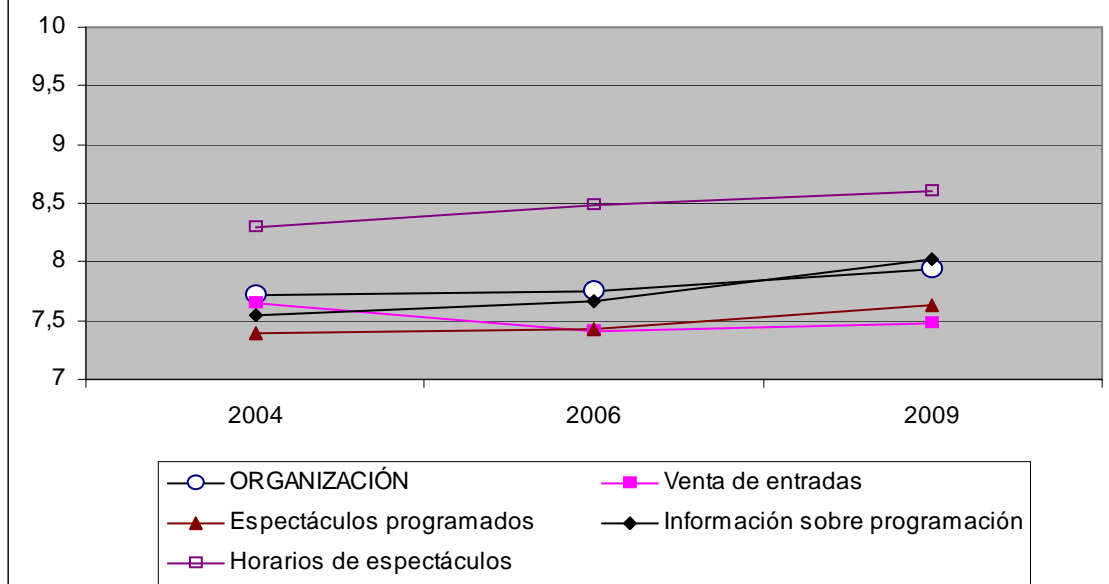


Gráfico 4: Puntuaciones medias de los distintos aspectos de la Organización en 2004-2006-2009



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

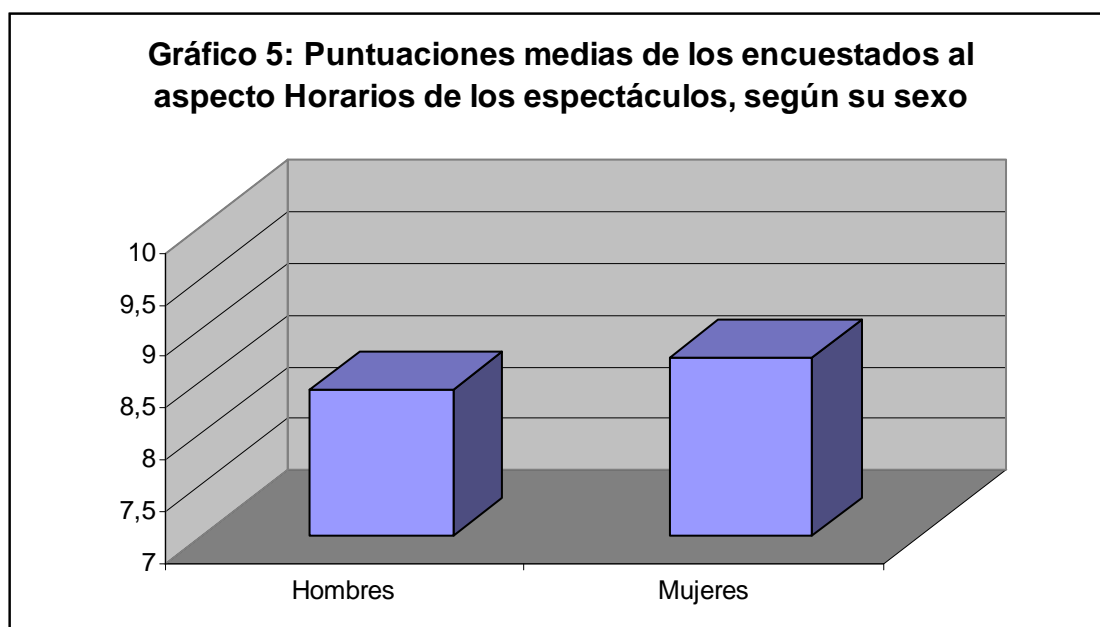
Hemos cruzado, con intención exploratoria, todas las variables de clasificación de los encuestados (sexo, edad, nivel de estudios, etc.) con todas las variables valorativas incluidas en el cuestionario de la encuesta. Observando los resultados de esta operación, hemos encontrado que únicamente algunas 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>	Horarios de espectáculos
<i>Edad</i>	Mantenimiento y conservación instals. Seguridad de instalaciones Confort de instalaciones Profesionalidad del personal Motivación del personal Comunicación con usuario Venta de entradas Valoración Global del Servicio
<i>Nivel de estudios</i>	Limpieza de instalaciones Confort de instalaciones Simpatía, amabilidad del personal Profesionalidad del personal Comunicación con usuario Valoración Global del Servicio
<i>Ocupación</i>	Mantenimiento y conservación instals. Espectáculos programados

	Valoración Global del Servicio
<i>Frecuencia de asistencia</i>	Mantenimiento y conservación instals. Confort de instalaciones Acústica de la sala Venta de entradas
<i>Condición de socio</i>	Acústica de la sala

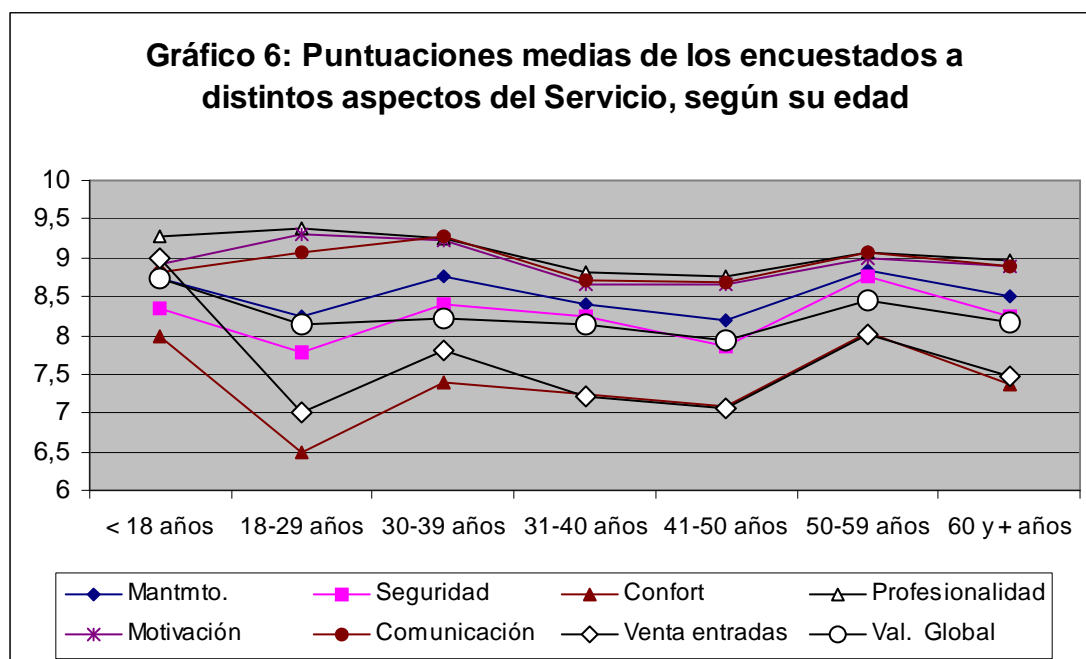
- El **Sexo** de los encuestados discrimina únicamente su valoración de los *Horarios de los espectáculos*: las mujeres conceden una puntuación más elevada a este aspecto del servicio (8,72 puntos versus 8,41 de los hombres).

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el espectáculo visto		
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Conjunto</i>
Horarios espectáculos	8,41	8,72	8,60



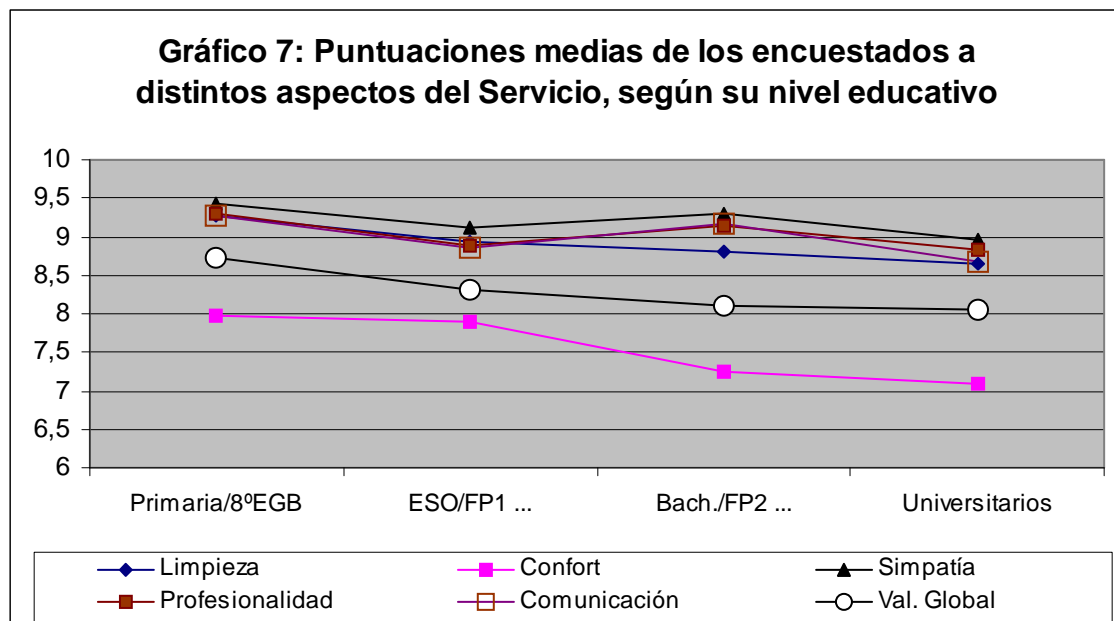
- La **Edad** de los encuestados es la variable sociodemográfica que resulta discriminante de la valoración de más aspectos del Servicio y también de la *Valoración Global* del mismo. No apreciamos una pauta valorativa clara ni para estos aspectos ni para la *Valoración Global* en función de la edad de los encuestados, pues hay grupos de edad que presentan la puntuación media más baja para algunos aspectos y la más alta para otros. En cualquier caso, puede observarse que aspectos como el *Confort* o la *Venta de entradas* son los aspectos peor valorados para la mayoría de los grupos de edad.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el grupo de edad						
	< 18	De 18 a	De 30 a	De 40 a	De 50 a	60 y más	Conjunto
Mantmt./ cons.	8,73	8,25	8,77	8,41	8,20	8,85	8,50
Seguridad	8,36	7,79	8,40	8,24	7,86	8,75	8,24
Confort	8,00	6,50	7,40	7,24	7,09	8,03	7,37
Profesionalidad	9,27	9,38	9,25	8,80	8,77	9,08	8,98
Motivación	8,91	9,30	9,23	8,66	8,66	9,00	8,88
Comunicación	8,82	9,08	9,27	8,70	8,68	9,07	8,89
Venta entradas	9,00	7,00	7,81	7,22	7,05	8,01	7,48
Val. Global	8,73	8,13	8,23	8,13	7,94	8,45	8,18



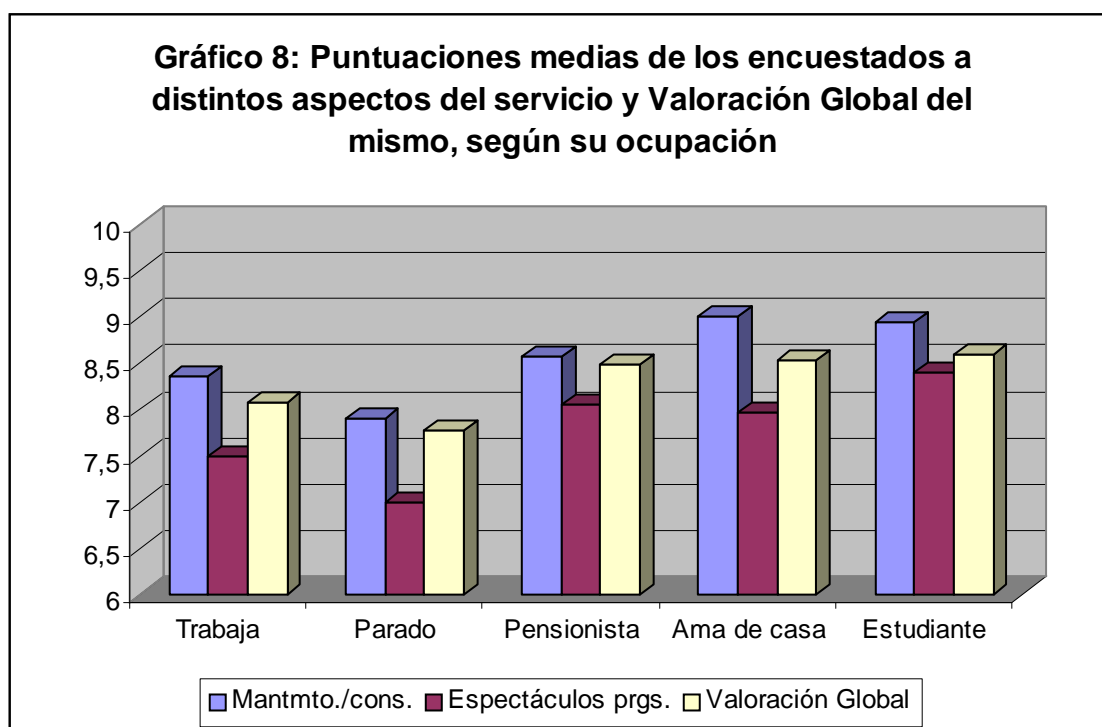
- El **Nivel de Estudios** de los encuestados también parece afectar a su valoración de un buen número de aspectos del Servicio, así como a su *Valoración Global* del mismo. Observamos que el patrón valorativo general es que cuanto mayor es el nivel educativo de los encuestados menor es la puntuación que ofrecen para todos los aspectos considerados, con un repunte entre los encuestados con nivel educativo de *Bachillerato y similares*, que presentan puntuaciones medias más altas que los encuestados con nivel educativo más bajo para los aspectos relacionados con el personal del Teatro Auditorio que les atiende.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según el nivel de estudios				
	Primarios/ 8ºEGB	ESO/FP1 1º-2º BUP/etc.	3ºBUP/FP2/ Bach./etc. e	Universitarios	Conjunto
Limpieza	9,27	8,94	8,81	8,65	8,81
Confort	7,97	7,89	7,24	7,09	7,34
Simpatía	9,42	9,11	9,30	8,96	9,12
Profesionalidad	9,31	8,88	9,15	8,82	8,96
Comunicación	9,27	8,86	9,18	8,67	8,89
Val. Global	8,73	8,30	8,10	8,05	8,17



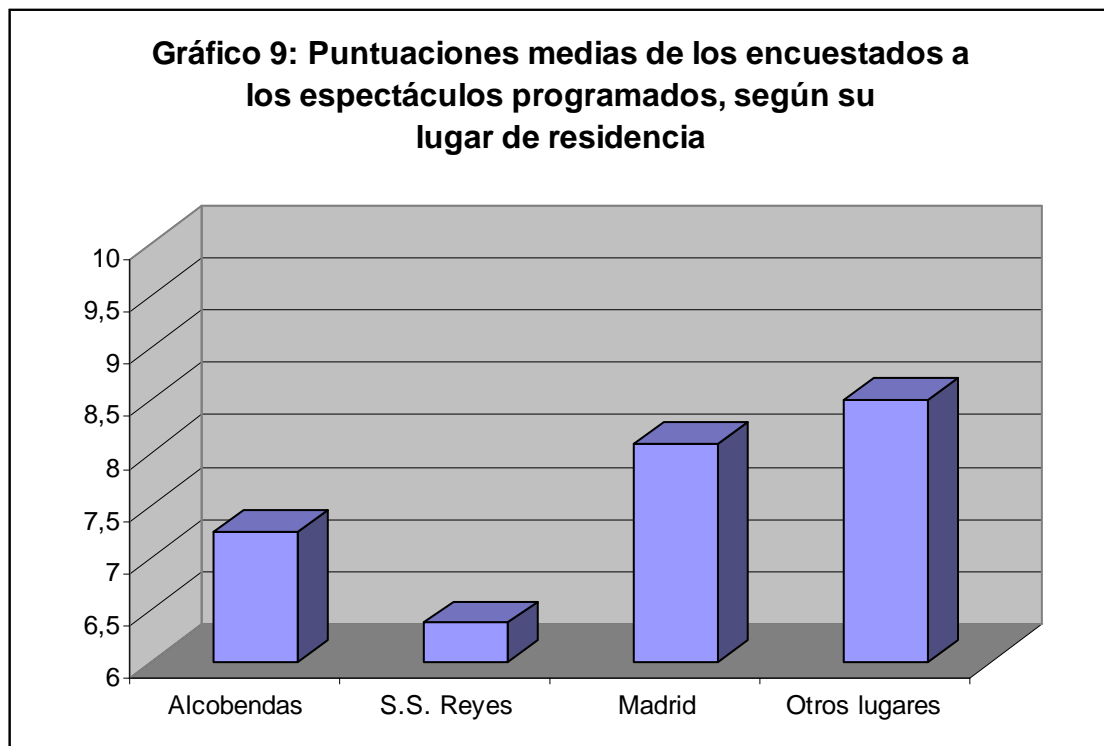
- La **Ocupación** de los encuestados resulta discriminante de su valoración del *Mantenimiento y conservación* de las instalaciones y de los *Espectáculos programados* y de la *Valoración Global* del Servicio. Las amas de casa puntúan más alto que los demás usuarios encuestados el primero de los aspectos, mientras que los Estudiantes puntúan más alto el segundo. La *Valoración Global* del Servicio también recoge su puntuación más alta de los Estudiantes.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según la actividad					
	<i>Trabaja</i>	<i>Parado</i>	<i>Pensionista</i>	<i>Ama de Casa</i>	<i>Estudiante</i>	<i>Conjunto</i>
Mantmtto./cons.	8,36	7,90	8,58	9,00	8,94	8,51
Espectáculos prgs.	7,50	7,00	8,05	7,97	8,39	7,65
Valoración Global	8,07	7,78	8,48	8,53	8,59	8,18



- El **Lugar de Residencia** de los encuestados solamente incide sobre su valoración del aspecto *Espectáculos programados*. Resulta notorio que los residentes en *San Sebastián de los Reyes* presentan las puntuaciones más bajas para este aspecto, mientras que los residentes en *Otros lugares* ofrecen las más altas (la mayor parte de las personas pertenecientes a esta última categoría residen en municipios del área geográfica al norte de Alcobendas).

ASPECTO	Puntuaciones medias según el lugar de residencia				
	<i>Alcobendas</i>	<i>SanSe Reyes</i>	<i>Madrid</i>	<i>Otros lugares</i>	<i>Conjunto</i>
Espectáculos programados	7,25	6,38	8,08	8,50	7,43

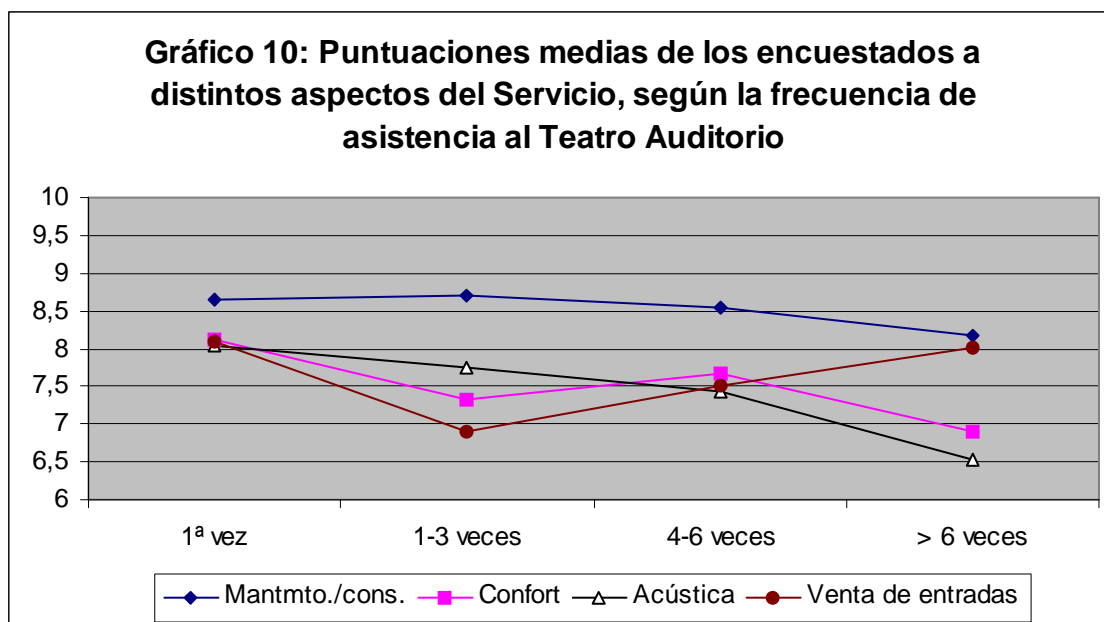


- La **Frecuencia de Asistencia** al Teatro Auditorio en los últimos tres meses antes de la realización de la encuesta también afecta a la valoración de los usuarios de

diversos aspectos del Servicio. Podemos observar que para los aspectos *Mantenimiento y conservación* y *Acústica de la sala* resulta claro el patrón valorativo de que a mayor frecuencia de asistencia, peor valoración de los usuarios. El aspecto *Confort* sigue una pauta semejante, pero con un repunte valorativo por parte de los usuarios encuestados que dicen haber asistido al Teatro Auditorio de cuatro a seis veces. El aspecto *Venta de entradas* ofrece una caída de la puntuación muy considerable cuando los encuestados han asistido entre una y tres veces al Teatro Auditorio, pero luego la puntuación se recupera y casi llega a alcanzar la de aquellos que asisten por primera vez al Teatro Auditorio cuando la frecuencia de asistencia de los usuarios supera las seis veces en los tres meses anteriores a la realización de la encuesta.

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>	<i>Conjunto</i>
Mantmtto./cons.	8.66	8.70	8.55	8.16	8.51
Confort	8.12	7.33	7.66	6.91	7.38
Acústica	8.03	7.74	7.44	6.54	7.36
Venta de entradas	8.09	6.90	7.52	8.01	7.49

Gráfico 10: Puntuaciones medias de los encuestados a distintos aspectos del Servicio, según la frecuencia de asistencia al Teatro Auditorio



- Finalmente, el que los encuestados sean o no socios de **Amigos del Teatro Auditorio** sólo resulta discriminante de su valoración del aspecto *Acústica de la sala*. Observamos que los socios arrojan una puntuación media inferior a la de los usuarios que no lo son. Esta pauta valorativa puede tener que ver con el hecho de que el 76,5% 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 37,9% de los no socios.

ASPECTOS	Puntuaciones medias según condición de socio		
	<i>Socios</i>	<i>No socios</i>	<i>Conjunto</i>
Acústica	6,82	7,68	7,33

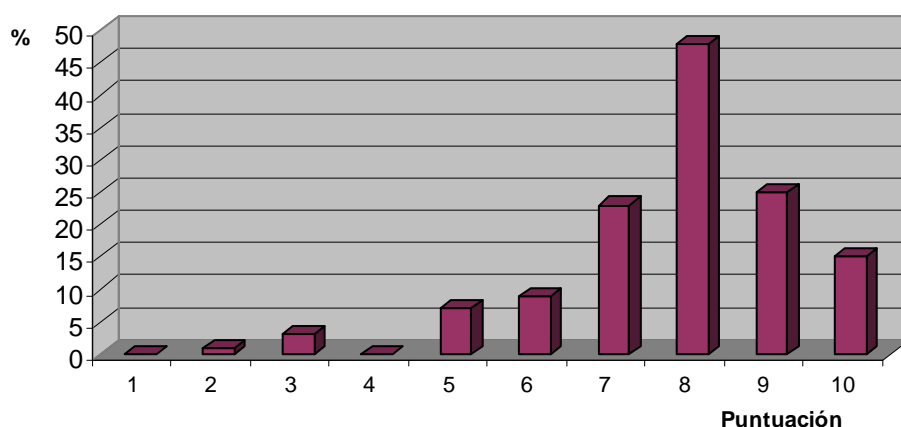
Por otro lado, si consideramos la **Valoración Global** del Servicio **en función de las variables valorativas estándares** (las comprendidas en los conjuntos *Instalaciones, Personal y Organización*), el análisis estadístico pone de manifiesto que bastan solamente ocho variables (*Limpieza, Acústica de la sala, Simpatía y Profesionalidad del Personal, Venta de Entradas, Espectáculos programados, Información sobre la programación y Horario de los espectáculos*) para explicar el 59% de la variabilidad de las puntuaciones de la **Valoración Global** del Servicio. Por tanto, las puntuaciones de esas ocho variables son las que mejor sirven para predecir las puntuaciones de esta última. Por otra parte, el análisis estadístico también muestra que las variables *Acústica de la sala* y *Espectáculos programados*, por ese orden de importancia, son las que correlacionan más fuertemente con la variable **Valoración Global** del Servicio cuando se aísla su relación del efecto de la otras variables relativas a los distintos aspectos del Servicio.

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

Los 136 encuestados que pertenecen a la sociedad de *Amigos del Teatro Auditorio* arrojan una puntuación media de satisfacción con esta sociedad de 7,79 puntos en la escala 1-10, con moda de 8 puntos y una moderada desviación típica de $S = 1,55$. Esta puntuación media concedida por los socios a su sociedad es 0,69 puntos superior a la que le dieron los mismos en la encuesta de 2006.

No se dan diferencias de puntuación de los socios encuestados estadísticamente significativas en virtud de las variables de clasificación sociodemográfica utilizadas salvo en el caso del *lugar de residencia*, observándose que los socios residentes en Alcobendas arrojan una puntuación media de 7,84 puntos en la valoración de la sociedad *Amigos del Teatro Auditorio*, frente a los 6,25 puntos de los socios residentes en San Sebastián de los Reyes y los 8,00 puntos de los socios residentes en Madrid o en otro lugar distinto de los anteriores.

Gráfico 11: Frecuencia de puntuaciones de satisfacción de los encuestados socios de Amigos del Teatro Auditorio con esta sociedad

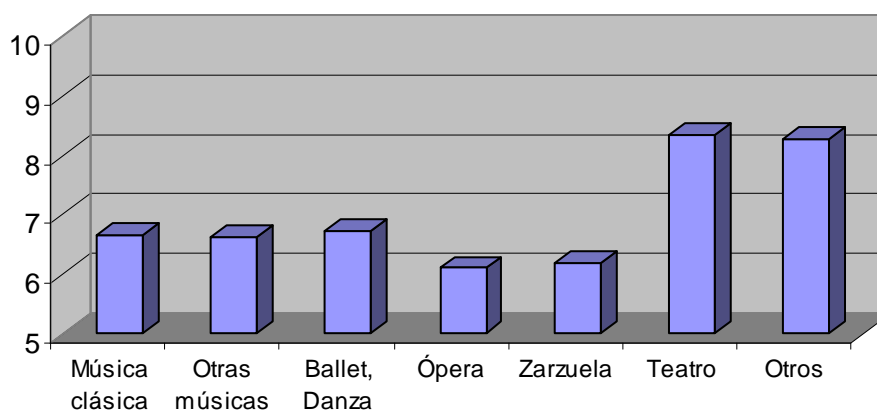


4. PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS DEL TIPO DE ESPECTÁCULO PROGRAMADO EN EL TEATRO AUDITORIO

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 (8,35 puntos en promedio), seguido del *Ballet* y la *Danza* (6,72 puntos). La Ópera ocupa el último lugar en su escala de preferencias (6,10 puntos).

Tipo de espectáculo	Media	Moda	S
Música clásica	6,66	8	2,65
Otras músicas (jazz, folk, ...)	6,63	8	2,49
Ballet, Danza	6,72	8	2,28
Ópera	6,10	6	2,74
Zarzuela	6,18	8	2,51
Teatro	8,35	10	2,07
Otros	8,27	10	1,81

Gráfico 12: Grado de preferencia de los encuestados por distintos tipos de espectáculos (escala 1-10)



En la tabla anterior se han reflejado las puntuaciones medias de los encuestados en la escala de preferencia del tipo de espectáculo utilizada, pero hay una cantidad apreciable de usuarios que no habiendo otorgado una puntuación a uno u otro tipo de espectáculo sí lo ha señalado como de su preferencia. En la tabla siguiente se muestra la distribución de frecuencias de esas preferencias de tipo de espectáculo aunque no lo hayan puntuado, lo cual puede contribuir a determinar mejor cuál es el tipo de espectáculo que los encuestados prefieren que se programe en el Teatro Auditorio:

Tipos de Espectáculos señalados como preferidos aunque no se puntúen en la escala de preferencia	N	% (*)
Música clásica	39	15,7
Otras músicas	30	15,0
Ballet, Danza	53	25,9
Ópera	32	16,0
Zarzuela	53	26,8
Teatro	96	45,5
Otros	45	35,6

(*) % sobre el total de encuestados que han señalado su preferencia por ese espectáculo

Como puede verse, el perfil de preferencia de los encuestados recogido en la tabla que refleja sus puntuaciones escalares se mantiene para la mayoría de los tipos de espectáculos, puesto que la jerarquía de la intensidad electiva se reproduce: el teatro recibe la mayor cantidad de elecciones de preferencia, seguido por la danza y el teatro, apareciendo la Ópera y Otras músicas como los tipos de espectáculo que menos elecciones reciben. Sin embargo, la Zarzuela, que en puntuación de la escala de preferencia arroja 6,18 puntos (el segundo tipo de espectáculo menos elegido), surge ahora como uno de los preferidos en mayor medida, a la par prácticamente que el Ballet y la Danza.

Un total de 45 usuarios han señalado en la encuesta su preferencia por *Otros espectáculos*, aunque sólo 29 de ellos han expresado su grado de preferencia en la

escala correspondiente. Para detallar cuáles son esos otros espectáculos mostramos la tabla siguiente:

Otros Tipos de Espectáculos	N	%
Musicales	10	22,2
Humor	5	11,1
Comedia	3	6,7
Gospel	3	6,7
Infantiles	3	6,7
Cantantes	2	4,4
Flamenco	2	4,4
Ballet Clásico	1	2,2
Circo	1	2,2
Conciertos de solistas	1	2,2
Variedades	1	2,2
Otros	4	8,9
Sin concretar	9	20,0
Total	45	100,0

Si ahora cruzamos las puntuaciones de preferencia dadas a los distintos tipos de espectáculo 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	
	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
Ballet, Danza	6,11	7,11

	Puntuaciones medias según el grupo de Edad					
	< 18	De 18 a	De 30 a	De 40 a	De 50 a 59 años	60 y más años
Música Clásica	4,44	5,50	5,61	6,00	7,51	8,22
Zarzuela	4,14	5,50	5,31	5,73	6,57	7,50

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según la Ocupación				
	Trabaja	Parado	Pensionista	Ama de Casa	Estudiante
Música Clásica	6,55	6,78	7,57	7,50	4,70
Otras Músicas	6,82	6,11	5,67	5,08	7,91
Zarzuela	6,07	5,57	7,36	6,76	4,25

ESPECTÁCULO	Puntuaciones medias según el Lugar de Residencia		
	Alcobendas	S.S. Reyes	Madrid
Otras Músicas	6,92	4,53	5,80
Ballet, Danza	6,73	5,15	8,20

* No se han considerado los encuestados residentes en otros lugares por no alcanzar un número suficientemente representativo a efectos de generalización de sus preferencias

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* se incrementa con el aumento de la edad de los encuestados, géneros para los que también observamos las mayores puntuaciones en la escala de preferencia por parte de los pensionistas y las amas de casa. Asimismo, los estudiantes y los residentes en Alcobendas son quienes muestran la mayor preferencia por *Otras músicas*, mientras que son los residentes en Madrid los que manifiestan una mayor preferencia por el *Ballet* y la *Danza*.

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	Grado de preferencia por el tipo de espectáculo			
	<i>Música Clásica</i>	<i>Ballet, Danza</i>	<i>Ópera</i>	<i>Teatro</i>
Ballet <i>Ballet Nacional España</i>	6,50	7,76	6,23	7,92
Danza <i>Amor brujo</i>	6,00	7,50	5,71	8,59
Zarzuela <i>La verbena de la Paloma</i>	7,72	7,40	7,40	9,09
Otra música <i>La Vida es ritmo</i>	5,00	5,30	4,00	7,25
Teatro <i>Llama un inspector</i>	5,85	5,97	5,81	9,25
Otra música <i>Los Golden en serio</i>	5,58	6,68	5,37	8,16
Música Clásica Orquesta <i>Fil Valencia</i>	8,00	6,56	6,81	8,07

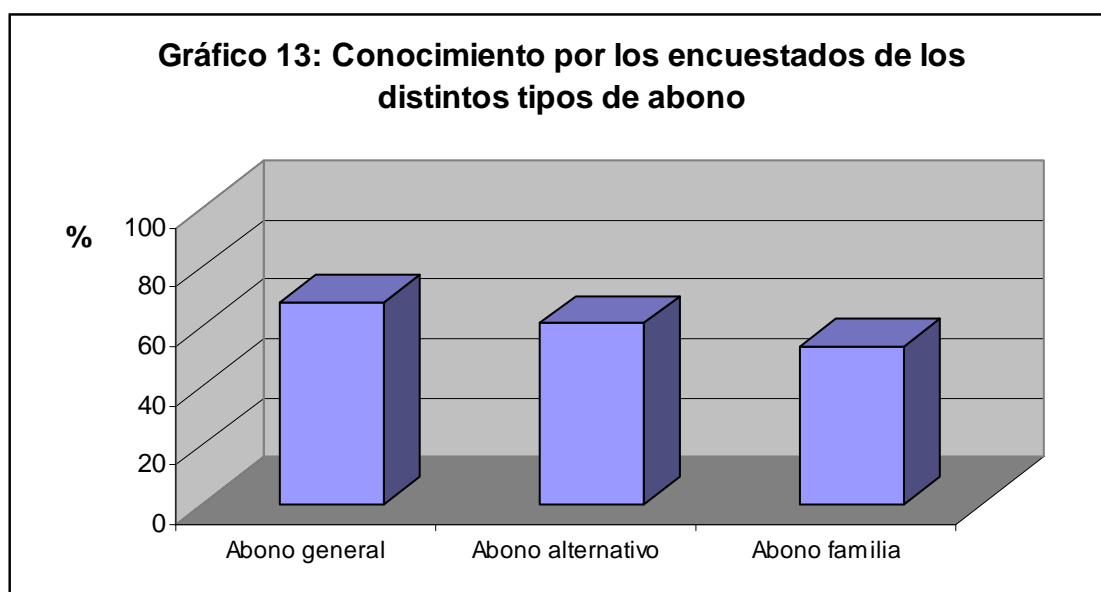
Como puede verse en la tabla, existe una cierta correspondencia entre el tipo de espectáculo al que se asiste (en el que ha sido encuestado el usuario) y el grado de preferencia mostrado por un tipo u otro de espectáculo (no hay diferencias de preferencia estadísticamente significativas para Otras músicas y para la Zarzuela en función del espectáculo al que se asistió). Así, quienes asistieron al espectáculo del Ballet Nacional de España o de la Danza del “Amor Brujo” arrojan las mayores puntuaciones de preferencia para el tipo Ballet/Danza; o quienes asistieron al concierto de la Orquesta Filarmónica de Valencia ofrecen la mayor puntuación de preferencia para el tipo Música Clásica.

Sin embargo, en el caso del teatro, este tipo de espectáculo no sólo recibe la mayor puntuación de preferencia por parte de quienes asistieron a la representación de la obra teatral “Llama un inspector”, sino que ofrece las mayores puntuaciones de preferencia de la mayoría de los usuarios encuestados, sea cual sea la tipología del espectáculo concreto al que asistieron. Esto confirma el resultado de que el género teatral resulta actualmente el tipo de espectáculo preferido para los usuarios del Teatro Auditorio, al menos a la luz de los datos de esta encuesta.

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 grado de 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 68% y un 61%, respectivamente, de encuestados que los conocen, mientras que el *Abono familia* solamente es conocido por el 53% de los usuarios encuestados.

Tipo de Abono	Conocen este tipo de Abono	
	N	%
Abono general	249	68,2
Abono alternativo	223	61,1
Abono familia	195	53,4



Si diferenciamos el grado de conocimiento de estas modalidades de abono en virtud de si los usuarios encuestados tienen o no la condición de socio de *Amigos del Teatro Auditorio*, resulta claro que los socios de esta sociedad poseen un grado de conocimiento de las tres modalidades de abono muy superior al de aquellos usuarios encuestados que no forman parte de la misma, tal como puede verse en la tabla siguiente:

TIPO DE ABONO	Encuestados que conocen los distintos tipos de abono (%)	
	SOCIOS	NO SOCIOS
Abono general	96,1	66,1
Abono alternativo	97,4	63,2
Abono familia	94,3	57,2

Igualmente, si diferenciamos el grado de conocimiento de las modalidades de abono en función del lugar de residencia del encuestado, observamos que las tres modalidades de abono resultan conocidas en mayor grado por los residentes en Alcobendas que por el resto, salvo en los casos del *Abono alternativo* y del *Abono familiar*, para los que los residentes en San Sebastián de los Reyes arrojan los mayores porcentajes de usuarios que los conocen. El hecho de que el número de encuestados residentes en esta última localidad sólo alcance las 17 personas aconseja tomar este resultado con prudencia a la hora de generalizarlo.

TIPO DE ABONO	Encuestados que conocen los distintos tipos de abono (%)			
	<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	82,3	76,5	66,2	76,9
Abono alternativo	81,3	85,7	62,7	72,7
Abono familia	76,6	78,6	55,0	63,6

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 126 encuestados (el 35%) ha hecho uso de ese espacio, anotando un total de 195 sugerencias y observaciones.

Observaciones y sugerencias	N	%
Mejorar la acústica de la sala	21	10,8
Organizar mejor la venta de entradas	21	10,8
Más variedad de espectáculos	12	6,2
Mejorar la programación en general	11	5,6
Mejorar la comodidad de las butacas	10	5,1
Más ópera	10	5,1
Mejorar la información sobre la programación	9	4,6
No obligar a comprar tantas entradas para mantener abono	8	4,1
Mejorar la climatización	7	3,6
Precios menores	7	3,6
Ampliar horarios de venta de entradas	6	3,1
Más ventajas para socios	6	3,1
Todo está bien	6	3,1
Facilitar más la compra de entradas	5	2,6
Más conciertos de música clásica	5	2,6
Más plazas de socio	5	2,6
Poner una cafetería	5	2,6
Otras	41	21,0
Total	195	100,0

Como vemos, los dos mayores porcentajes de sugerencias se refieren a las demandas de que se mejore la acústica de la sala y de que se organice mejor la venta de entradas (11% en ambos casos). Las siguientes observaciones y sugerencias más frecuentes se refieren a que haya una mayor variedad de espectáculos y que se mejore la programación en general (aproximadamente un 6% en ambos casos), y podemos

observar que se señalan también con cierta frecuencia que se mejore la comodidad de las butacas (más anchas, más espacio entre filas) y que se programe más ópera (5% en ambos casos). El resto de sugerencias u observaciones arrojan porcentajes menores y hay un 21% del total que son muy variadas y no las podemos agrupar en categorías temáticas de cierta entidad.

7. RESUMEN Y CONCLUSIONES

La explotación estadística de los datos de la Encuesta de Calidad Percibida del Teatro Auditorio “Ciudad de Alcobendas” de 2009 permite llegar a una serie de **conclusiones** que resumimos seguidamente:

- La **valoración general del servicio** (*Valoración Global*) es **notablemente alta**, pues alcanza **8,18 puntos de media en la escala 1-10**, presentando las puntuaciones de los encuestados una acusada homogeneidad (desviación típica, *S*, de 1,11 puntos).
- El **conjunto de aspectos estándares** del Servicio relativo al *Personal* es el que obtiene **la valoración más alta**, con una puntuación media de 8,96 puntos (*S* = 1,17), mientras que el conjunto de aspectos que obtiene **la más baja** es el que denominamos *Organización*, con una puntuación media de 7,93 puntos (*S* = 1,73). El conjunto de aspectos relativo a las *Instalaciones* alcanza una puntuación media de 8,13 puntos (*S* = 1,62).
- Todos los aspectos relacionados con el *Personal* son los que reciben las **calificaciones más altas**, mientras que son los aspectos *Confort* y *Acústica de la sala* los que las reciben **más bajas** (7,35 puntos y 7,36 puntos de media, 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, salvo el lugar de residencia, 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** y el **Nivel Educativo** de los encuestados son las variables de clasificación que

poseen **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 ocho variables (*Limpieza*, *Acústica de la sala*, *Simpatía* y *Profesionalidad* del Personal, *Venta de Entradas*, *Espectáculos programados*, *Información sobre la programación* y *Horario de los espectáculos*) para explicar el 59% de la variabilidad de las puntuaciones de la *Valoración Global* del Servicio y son, por consiguiente, las que mejor predicen esta última. Por otra parte, el análisis estadístico también muestra que la variable *Acústica de la sala* y *Espectáculos programados* son las que correlacionan más fuertemente con la variable *Valoración Global* del Servicio.
- Los encuestados que pertenecen a la **Sociedad de Amigos del Teatro Auditorio** arrojan una **puntuación media de satisfacción con esta sociedad de 7,79 puntos en la escala 1-10**, con moda de 8 puntos y una moderada desviación típica de $S = 1,55$. Esta puntuación media concedida por los socios a su sociedad es 0,69 puntos superior a la que le dieron los mismos en la encuesta de 2006. No se dan diferencias de puntuación de los socios encuestados estadísticamente significativas en virtud de las variables de clasificación sociodemográfica utilizadas salvo en el caso del *lugar de residencia*, observándose que los socios residentes en Alcobendas arrojan una puntuación media de 7,84 puntos en la valoración de la sociedad *Amigos del Teatro Auditorio*, frente al promedio de 7,13 puntos de los socios residentes en otros lugares.
- El **Teatro** es el **tipo de espectáculo que prefieren los encuestados**, pues arrojan una puntuación media de 8,35 en una escala 1-10 de preferencia. El tipo de espectáculo menos preferido por los encuestados es la Ópera, que recibe una puntuación media en la misma escala de 6,10 puntos.

- Los **abonos General, Alternativo y Familia** resultan conocidos por un 68%, un 61% y un 53%, respectivamente, de los usuarios encuestados.
- Un total de **126 encuestados** (el 35%) **ha efectuado sugerencias u observaciones para la mejora del servicio**. De las 195 que han anotado, las que arrojan mayores porcentajes se refieren a las demandas de **mejorar la acústica de la sala y organizar mejor la venta de entradas** (ambas con un 11%) **y a que haya más variedad de espectáculos y que se mejore la programación en general** (aproximadamente un 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 > 8,75 puntos)	Principales DEBILIDADES (Puntuación media < 7,50 puntos)
<ul style="list-style-type: none"> • Simpatía del Personal • Profesionalidad del Personal • Motivación del Personal • Comunicación con el usuario • Limpieza de las instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Confort de las Instalaciones • Acústica de la sala • Venta de entradas

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 <i>Ballet Nacional España</i>	39	10,7
Danza <i>Amor brujo</i>	44	12,1
Zarzuela <i>La verbena de la Paloma</i>	23	6,3
Otra música <i>La Vida es ritmo</i>	23	6,3
Teatro <i>Llama un inspector</i>	57	15,3
Otra música <i>Los Golden en serio</i>	64	17,5
Música Clásica	116	31,8
Total	365	100,0

Distribución de los encuestados por Sexo

Sexo	N	%
Hombre	137	37,5
Mujer	221	60,5
NC	7	1,9
Total	365	100

Distribución de los encuestados por grupo de Edad

Grupo de Edad	N	%
Menos de 18 años	12	3,3
De 18 a 29 años	24	6,6
De 30 a 39 años	50	13,7
De 40 a 49 años	81	22,2
De 50 a 59 años	101	27,7
60 y más años	91	24,9
NC	6	98,4
Total	365	100

Distribución de los encuestados por Nivel de Estudios

Nivel de Estudios	N	%
Menos que Primarios	8	2,2
Primarios/Hasta 8º EGB	40	11,0
EGB/ESO/FP1/1º ó 2º BUP/FP grado medio	59	16,2
3ºBUP/COU/FP2 ó grado superior/Bachillerato	84	23,0
Universitarios	163	44,7
NS/NC	11	3,0
Total	365	100

Distribución de los encuestados por Ocupación

Ocupación	N	%
Trabaja	235	64,4
Parado	11	3,0
Pensionista	52	14,2
Ama de Casa	41	11,2
Estudiante	19	5,2
NC	7	1,9
Total	365	100

Distribución de los encuestados por Lugar de Residencia

Lugar Residencia	N	%
Alcobendas	240	65,8
S.S. Reyes	21	5,8
Tres Cantos	6	1,6
Madrid	83	22,7
Otros	7	1,9
NC	8	2,2
Total	365	100

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	38	10,4
De una a tres veces	132	36,2
De cuatro a seis veces	88	24,1
Más de seis veces	99	27,1
NS/NC	8	2,2
Total	365	100

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

Condición de socio	N	%
Sí es socio	136	37,3
No es socio	217	59,5
NS/NC	12	3,3
Total	365	100

FICHA TÉCNICA

En la Encuesta de Calidad Percibida del Teatro Auditorio “Ciudad de Alcobendas” de 2009 se han recogido cuestionarios de un total de 365 usuarios. El trabajo de campo ha sido realizado, en la modalidad de encuesta por cuestionarios autoadministrados, entre el 28.03.2009 y el 30.05.2009.

En condiciones estadísticas convencionales ($\sigma = 2$; $p = q = 0,50$), una muestra aleatoria de 365 individuos sobre una población muy numerosa arroja un error muestral de $\pm 5,2\%$, 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.