



Teatro Calderón

LA OPINIÓN DE LOS ESPECTADORES





TRABAJO REALIZADO POR:

*Ayuntamiento de Valladolid
Área de Cultura y Turismo
Secretaría Ejecutiva*

DIRECCIÓN DEL ESTUDIO Y AUTOR DEL INFORME:

Gerardo García Álvarez, sociólogo

COLABORADORA:

Silvia Gutiérrez Valverde, socióloga

TRABAJO DE CAMPO:

Equipo Teatro Calderón, coordinado por Gerardo García Álvarez

FOTOGRAFÍAS:

Gerardo Sanz

EDITA:

Ayuntamiento de Valladolid

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Alfredo Pérez

IMPRIME:

Imprenta Maas - Valladolid

DEPÓSITO LEGAL:

VA-241+2016

ÍNDICE

SALUDA DEL ALCALDE	7
PRESENTACIÓN	9
A] TOTAL DE ESPECTADORES: ABONADOS Y NO ABONADOS	12
1. Perfil de los espectadores del Teatro Calderón	13
1.1. Perfil sociológico	13
1.1.1. Sexo	14
1.1.2. Edad	16
1.1.3. Nivel de estudios	18
1.1.4. Situación ocupacional	20
1.1.5. Cualificación profesional	23
1.1.6. Procedencia de los espectadores	24
1.1.7. ¿Cómo suele adquirir las entradas?	25
1.2. Perfil como consumidores de representaciones culturales y/o artísticas	29
1.2.1. Disciplinas artísticas que más le interesan	29
1.2.2. Otros espacios culturales de Valladolid donde acuden los espectadores del Teatro Calderón	32
1.2.3. Índice de fidelidad al Teatro Calderón	34
1.3. Síntesis de resultados: características más relevantes de los espectadores. Diferencias entre abonados y no abonados	37
2. Medios a través de los cuales se informan habitualmente de la programación.	41
2.1. Medios que utilizan para informarse	41
2.2. Medios de información preferentes	44
3. Valoración del Teatro Calderón.	47
3.1. Grado de satisfacción con el funcionamiento	47
3.2. Grado de satisfacción con la oferta	49
3.3. Por qué van al Teatro Calderón y qué es lo que más les gusta y lo que menos	53
3.3.1. Principal motivo por el que los espectadores van al Teatro Calderón	53
3.3.2. Qué es lo que más le gusta	56
3.3.3. Lo que menos le gusta	60
4. Nivel de interés en hacerse abonado del Calderón.	65
4.1. Disposición a hacerse abonado	65
4.2. Principal dificultad para ser abonado	69
4.3. Interés del pago a plazos	70
B] SÓLO ESPECTADORES ABONADOS	74
5. Aspectos relativos al funcionamiento del abono.	75
5.1. Tipos de abono	75
5.2. Fidelidad de los abonados	76
5.3. Cómo adquieren el abono y si están interesados en el pago fraccionado	77
5.4. Preferencias sobre el calendario de programación del abono y los horarios	78

6. Opinión sobre el contenido del abono.	81
6.1. Valoración global de la Temporada	81
6.2. Espectáculos que más le han gustado	83
6.3. Espectáculos que menos le han gustado	85
6.4. Tipos de espectáculo qué potenciaría y cuáles quitaría o disminuiría	86
ANEXOS	
Anexos:	89
A.1. Comentarios y sugerencias de los encuestados	89
A.2. Cuestionario	92

SALUDA

No creo incurrir en exageración al calificar al Teatro Calderón de Valladolid como la infraestructura cultural más relevante de la Comunidad de Castilla y León, y uno de los teatros de referencia en España. Su longevidad -ya cumplidos los 150 años- y lo prolífico y variado de su programación, que supera anualmente las 200 representaciones de todo tipo de artes escénicas, con más de 100.000 espectadores al año, de toda edad y condición, le hacen dignísimo acreedor a tal título.

Es un orgullo para todos los vecinos y vecinas de Valladolid contar entre nuestro patrimonio cultural con un Teatro como el Calderón, y lo demostramos siendo usuarios frecuentes del mismo.

Los datos que arroja el estudio realizado hace ya un año, y que hoy ponemos en circulación, bajo la batuta de Gerardo García Álvarez, decano del Colegio Oficial de Sociólogos y Politólogos de Castilla y León, son fiel reflejo de la estrecha relación que se ha ido configurando a lo largo de tantos años entre la ciudad y su principal teatro. Una relación afectuosa que, como es lógico, no está exenta de exigencia.

Valladolid quiere al Teatro Calderón, puedo afirmarlo sin lugar a duda, pero quiere también que mantenga el más alto nivel en su programación, y así lo ponen de manifiesto tanto los usuarios esporádicos, como los abonados -fieles abonados que suponen el principal sustento de la entidad- en sus respuestas a la larga batería de preguntas que se les han formulado.

Los datos que arroja este riguroso estudio son una valiosa guía para la toma de decisiones sobre programas y servicios culturales en nuestra ciudad, y confiamos que sirvan e interesen a todos los que en este campo participan, sea desde la responsabilidad profesional, desde el afán investigador o, por qué no, desde la mera y siempre saludable afición a las artes.

Para quienes ocupamos el gobierno municipal, principal soporte institucional del Teatro Calderón, será también un elemento de apoyo que nos permita la máxima eficacia en la tarea de proveer de los recursos necesarios para que nuestro Calderón siga haciendo historia y contribuyendo al enriquecimiento de la vida cultural de Valladolid.

Mi enhorabuena y mensaje de ánimo y agradecimiento a los equipos técnicos que se encargan de elaborar año tras año una propuesta de máxima calidad, y a todos los usuarios del teatro por su exigente fidelidad. Esperamos estar a la altura de unos y otros y contribuir a que la larga historia del Calderón no deje de enriquecerse en los próximos años.

Valladolid, diciembre de 2015

Óscar Puente Santiago
Alcalde de Valladolid



PRESENTACIÓN

Gerardo García Álvarez*

En el momento en el que pasamos la encuesta a los usuarios del Teatro Calderón (abril-junio de 2013) el consumo de *actividades culturales de pago*¹ en España estaba en sus momentos más bajos, después de un periodo, bastante largo ya, de detrimento en el sector de la cultura, como nos lo confirman los datos proporcionados por la SGAE, en el *Anuario SGAE 2014 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*², referidos al año 2013.

La conclusión del Anuario de ese año es que el sector vive uno de sus peores momentos. Pero si ahondamos algo más en el tema, podemos ver que el problema no es de ahora: tras un periodo de crecimiento del consumo cultural en España, que se prolonga hasta los primeros años de este siglo, la tendencia a la baja comenzó ya en el año 2008, aunque es en el último tercio del año 2012 donde el descenso es más pronunciado. Por ejemplo, según dicho informe, las artes escénicas han acumulado unas pérdidas entre los años 2008 y 2013 del 30,4% en el número de representaciones, del 34,3% en la asistencia y del 23% en recaudación. Algo parecido ha ocurrido con la música: por lo que se refiere a la música clásica, las caídas en estos cinco años han sido del 18,7% en el número de conciertos, del 17,9% en el número de espectadores y del 17,2% en la recaudación; y por lo que respecta a la música popular, dichos descensos llegan al 25,5% en el número de conciertos, al 33,2% en la asistencia y al 19,2% en la recaudación³.

Una primera lectura de estos datos nos llevaría a pensar que estamos ante un desinterés total por este tipo de eventos y actividades culturales. Pero la cosa va más allá de las simples especulaciones. Si prestamos atención a los datos de asistencia a eventos gratuitos, subvencionados, o productos culturales en oferta, vemos que esa asistencia es

bastante superior a la media. Es más, si en este informe ojeamos los datos de consumo televisivo y radiofónico, observaremos que se produce un ligero aumento de tiempo diario consumido. Por tanto, no podemos afirmar que estamos ante un declive cultural o una falta de interés de los ciudadanos hacia la cultura. Más bien, el análisis de los datos nos apunta a que el problema no hay que buscarlo en los espectadores o usuarios sino en el contexto socioeconómico en el que estamos.

Así, aparte de la influencia de los cambios en los hábitos de consumo cultural, que no podemos minusvalorar, a nadie se le oculta la fuerte incidencia que ha tenido en el descenso de la venta de entradas para asistir a actividades y eventos culturales la crisis económica, el paro, la precariedad laboral, la piratería, etc.; a lo que se ha venido a sumar la subida del IVA cultural en el último tercio del año 2012, que ha terminado por devastar el panorama audiovisual de nuestro país, dejando asolados los sectores de las artes escénicas, musicales y audiovisuales.

En este contexto de crisis económica y descenso del poder adquisitivo de los ciudadanos, antes señalado, a los espectadores les resulta muy difícil asumir el coste de ese incremento del IVA, por lo que el precio de las entradas no se puede subir, viéndose, por tanto, el empresario obligado a asumirlo. Pero, como esa inversión no le merece la pena, deja de producir espectáculos de este tipo, generándose, como consecuencia, un fuerte descenso en la producción y la oferta. Así, por ejemplo, según el Anuario antes mencionado, comparando los datos del año 2012 con los de 2013, vemos que en este año se produce un 43,41 % menos de espectáculos de danza y desciende un 10,95% el número de sesiones de cine. Este descenso en la oferta influye, lógicamente, en la disminución de los espectadores, como se

¹ Incluimos en el concepto de "*actividades culturales de pago*" aquellas que tienen un coste para el público, es decir aquellas a las que los usuarios acceden pagando una entrada, que se supone son las de mayor calidad, ya que esta es la que justifica dicho pago. Esto no quiere decir que las actividades gratuitas para el público no tengan calidad, que la mayoría la tienen, y algunas muy alta. Pero a las de pago, la calidad se la da por supuesto, ya que es ésta la que en teoría hace que el público pague para asistir a la actuación y en la que se basa su éxito de taquilla.

² <http://www.anuariosgae.com/home.html>

³ En las cifras indicadas de recaudación está incluido el IVA, por lo que, con la subida en el último tercio de 2012, si consideramos los ingresos libres de impuestos, la reducción es bastante mayor.

pone de manifiesto, por ejemplo, en el número de asistentes a conciertos en 2013, que desciende un 4,3%, y en el de espectadores de cine de ese mismo año, que bajó un 13,51% con respecto al año anterior.

Pero, como hemos afirmado antes, esto no quiere decir que haya bajado el interés por el consumo cultural; porque, según el informe, el índice de asistencia a eventos culturales gratuitos, como puede ser el teatro de calle, las actividades en los centros cívicos, etc, es proporcionalmente mayor al de otros años. Ocurre lo mismo cuando se reduce el precio de algún evento cultural, como es el caso del día del espectador o la fiesta del cine. Otro indicador podemos verlo en la evolución de los medios televisivos y radiofónicos, que han aumentado su consumo medio diario, convirtiéndose, para muchos, en una alternativa refugio para el ocio en un tiempo de crisis⁴. Por lo que no estamos ante una situación de desinterés por las actividades y eventos culturales, sino que el análisis de los datos nos induce a pensar que, en este contexto de crisis económica y descenso del poder adquisitivo de los ciudadanos, el factor determinante es el precio de dichas actividades culturales, que los espectadores no están dispuestos a pagar, pues iría en detrimento de otros gastos a los que, en estas circunstancias, dan prioridad.

Este contexto afecta de manera importante al Teatro Calderón, lo mismo que a los demás espacios escénicos de la ciudad, en la doble dirección de la oferta y la demanda: por una parte, la reducción del presupuesto, debido a la crisis, incide, lógicamente, de manera negativa en la cantidad y calidad de la programación, y por otra, la pérdida de poder adquisitivo de los vecinos dificulta el acceso de éstos a dicha programación.

A pesar de ello, el Calderón ha realizado un gran esfuerzo durante estos años de crisis por que su oferta se viera lo menos afectada posible, tanto en cantidad como en calidad, ofreciendo a los espectadores una programación que no desmereciera la de los años anteriores, en los que la coyuntura económica afectaba mucho menos que en el momento actual al poder adquisitivo de los espectadores, tratando de ajustarla lo mejor posible a sus

gustos e intereses, así como a su disponibilidad económica para el consumo cultural.

Con esta encuesta a los espectadores se ha intentado conocer su opinión y valoración sobre la programación ofertada por el Teatro Calderón, así como sobre los distintos aspectos que configuran su funcionamiento como equipamiento cultural público al servicio de la población de Valladolid: medios a través de los que se informa de la programación, valoración de dicha oferta, disciplinas artísticas que más interesan al público, asistencia a otros espectáculos en la ciudad, lo que más y lo que menos gusta del Calderón, grado de satisfacción con el funcionamiento del teatro y el trato con el público, sugerencias de mejora, etc, y, todo ello, diferenciando asociados y no asociados. (Ver el cuestionario en los anexos).

El momento elegido para hacer la encuesta (finales del primer semestre de 2013) ha sido precisamente aquel en el que, como antes he comentado, la crisis en el sector de las artes escénicas estaba golpeando de manera más fuerte. Porque queríamos pulsar la opinión de los usuarios del Teatro sobre lo que se les estaba ofreciendo y como se posicionaban en ese momento ante las artes escénicas (sus gustos, preferencias, demandas de mejora, condicionantes económicos, etc.) con vistas a hacer las adaptaciones y ajustes necesarios para responder a las expectativas de los usuarios en el marco de los condicionantes económicos que la coyuntura del momento presentaba.

La encuesta fue respondida por un total de 1.407⁵ espectadores, de los cuales el 40% eran abonados y el 60% no abonados. Los cuestionarios fueron autocumplimentados directamente por los participantes, para lo que, a la entrada del teatro, se fueron repartiendo dichos cuestionarios según la gente iba entrando al espectáculo, con el fin de que quienes quisieran lo cubrieran y lo entregarán a la salida de la representación. No hubo, por tanto selección previa de una muestra. La única limitación para contestar el cuestionario era que lo hubiese contestado ya anteriormente en algún otro espectáculo del teatro.

Se optó por esta metodología en la recogida de información porque (razones económicas aparte)

⁴ Desde 2008 a 2013 el consumo de televisión ha aumentado de media 17 minutos diarios, lo que supone un crecimiento del 7,5% durante el periodo, situándose en el año 2013 en 246 minutos de consumo diario. La radio, con un consumo medio diario de 111 minutos en 2013, también ha experimentado un crecimiento significativo (el 6,7%). Un incremento que contrasta con el acusado descenso de ingresos publicitarios durante los último cinco años, tanto en la televisión como en la radio: en el periodo 2008-2013 dicho descenso ha sido del 44,7% en televisión y del 37,1% en la radio.

⁵ Para este tamaño muestral, el margen máximo de error estadístico para un nivel de confianza del 95% y en los supuestos más desfavorables ($p=q=50$) es de $\pm 2,66$.

por las propias características del objeto a investigar no era viable (ni técnica ni económicamente) una selección previa de la muestra⁶ ni la contestación de los cuestionarios mediante encuestador. La finalidad del estudio era conocer la opinión de los espectadores sobre el Calderón, constituyendo el núcleo central de dicha valoración los espectáculos que iban a ver. Pero a estos espectáculos los espectadores llegan en aluvión y en número elevado, por distintas puertas y en un cortísimo lapso de tiempo (el que dura la entrada), y con el único interés de disfrutar del espectáculo, por lo que no se le pueden detener más de 5-10 segundos para explicarles de qué va la encuesta y motivarles a que la contesten.

Esta metodología de autoselección como encuestado y auto cumplimentación del cuestionario presenta, como es lógico, limitaciones, fundamentalmente en lo que se refiere a la representatividad de la muestra, ya que al ser totalmente voluntaria la participación (con la sola limitación de que no hubiese contestado antes el cuestionario), se pueden producir sesgos incontrolables. Pero por la experiencia que hemos tenido en la recogida de información en otros ámbitos con esta misma

metodología (SEMINCI, LAVA, etc.) en los que el público es cualificado y está motivado, y con el tamaño de la muestra resultante (1.407 espectadores que han respondido durante las representaciones realizadas a lo largo de dos meses), consideramos que los datos podemos tomarlos como suficientemente representativos del colectivo de espectadores del Teatro Calderón.

Esperamos que los resultados que aporta este informe resulten de interés, no solo para el Ayuntamiento, con vistas a tenerlos en cuenta en sus programaciones futuras en el Calderón, sino también para todos aquellos agentes públicos y privados que trabajan dentro del ámbito de las artes escénicas en Valladolid, así como para los espectadores, actuales y futuros, que son los destinatarios últimos de las distintas programaciones.

Finalmente es preciso agradecer su esfuerzo a todos aquellos espectadores que han contestado el cuestionario, ya que sin su colaboración hoy no podríamos disponer de una información tan rica y valiosa sobre los intereses, demandas, expectativas, preferencias y críticas de los usuarios del teatro.

Gerardo García Álvarez

***Autor del estudio Teatro Calderón**

La opinión de los espectadores

⁶ Aparte de por las razones que señalan a continuación, para la selección de la muestra no se podían establecer cuotas previas (por ejemplo de sexo y edad), porque se desconocía la estructura demográfica del universo (los espectadores), cuyo conocimiento era precisamente uno de los objetivos del estudio.



**A] TOTAL DE ESPECTADORES:
ABONADOS Y NO ABONADOS**

1

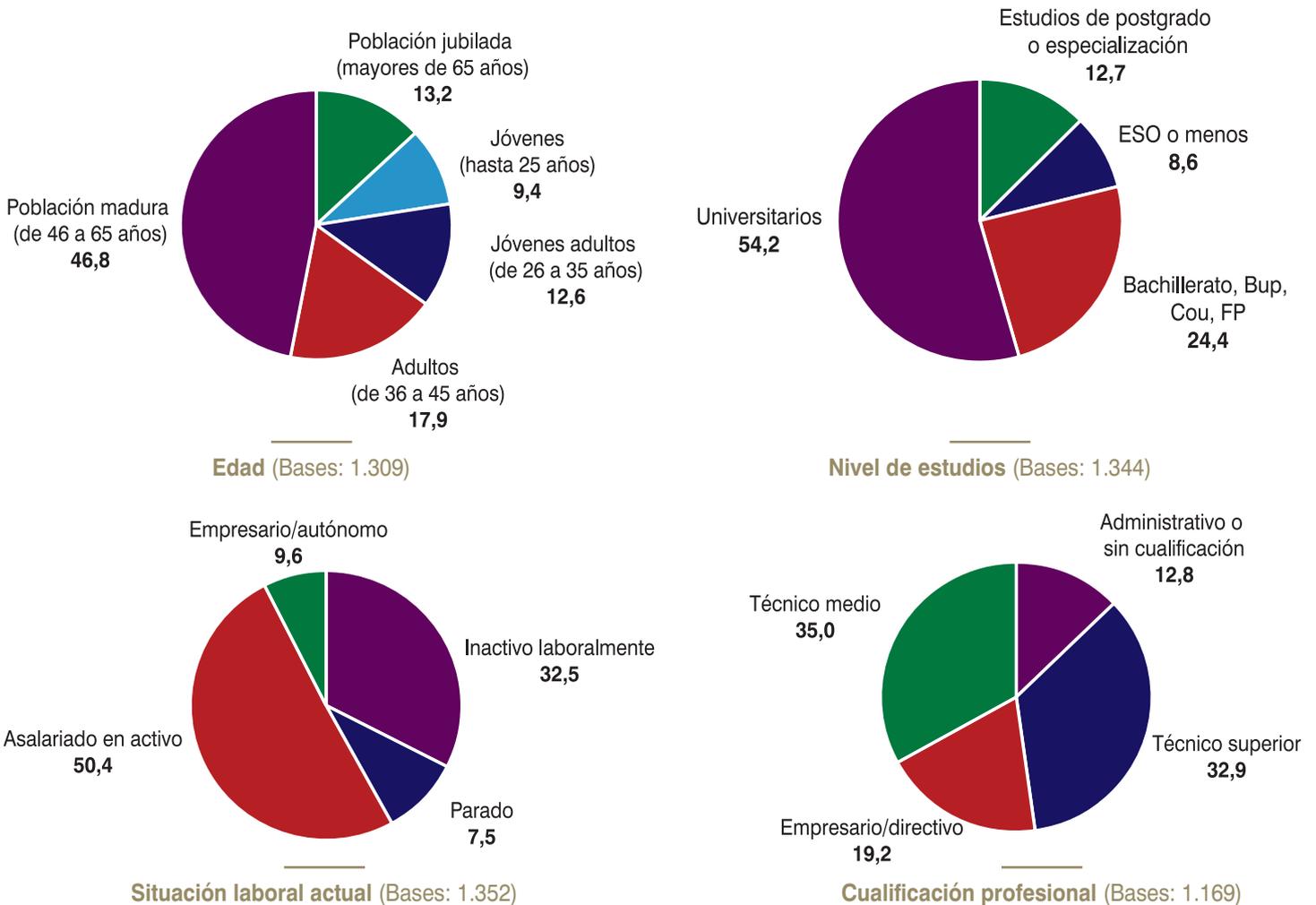
PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TEATRO CALDERÓN

1.1 PERFIL SOCIOLÓGICO

Como primera aproximación podemos decir que el público del Calderón se caracteriza por ser predominantemente femenino (el 66% son mujeres), de edad madura (con una media de edad de 48,85 años), con alto nivel de formación (el 67% tiene estudios universitarios) y alto

nivel de cualificación profesional (el 77% son técnicos o directivos). (ver gráfico 1.1). Otros dos rasgos que caracterizan a este público son: su alto nivel de consumo cultural y su fidelidad a la programación del teatro.

Gráfico 1.1. Edad, nivel de estudios, situación laboral y cualificación profesional.



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013.

No obstante, estos rasgos varían en intensidad según se trate de abonados y no abonados, como podemos ver en el cuadro 1.1. La diferencia fundamental que se observa entre uno y otro colectivo es la edad: **al colectivo de abonados lo podemos caracterizar como de edad mayor (su media de edad es de 57,5, años, y con un índice de jubilados muy elevado –el 37%–) y al colectivo de no abonados como de edad madura (con una media de edad de 42,8 años y un índice de personas trabajando muy alto –el 65,6%–).** Pero también se obser-

van diferencias significativas, aunque no muy intensas, respecto al nivel de estudios y la cualificación profesional (la proporción de titulados superiores, así como de los que son empresarios o directivos es bastante mayor entre los abonados que entre los no abonados) y también sobre la procedencia. Por lo que se refiere al índice de fidelidad, lógicamente es mucho mayor entre los abonados, ya que este es un rasgo que caracteriza a este colectivo y le diferencia de los no abonados, como después veremos.

Cuadro 1.1. Perfil sociodemográfico de los abonados y no abonados del Teatro Calderón

		No abonado	Abonado	Total	(Bases)
Sexo	Hombre	31,3	32,9	32,0	(419)
	Mujer	68,7	67,1	68,0	(892)
Edad	Jóvenes (hasta 25 años)	13,3	2,4	9,2	(118)
	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	18,1	2,9	12,3	(158)
	Adultos (de 36 a 45 años)	22,4	11,2	18,1	(233)
	Población madura (de 46 a 65 años)	41,0	56,6	47,0	(604)
	Población jubilada (mayores de 65 años)	5,2	26,9	13,5	(173)
	Media de edad	42,8	57,5	48,4	(1.286)
Nivel de estudios	ESO o menos	11,8	4,0	8,8	(114)
	Bachillerato, BUP, COU o FP	28,2	18,5	24,5	(318)
	Diplomatura	22,1	25,3	23,3	(303)
	Licenciatura	26,7	36,7	30,5	(3979)
	Estudios de postgrado	11,3	15,5	12,9	(168)
Situación laboral actual	Trabaja	65,8	51,1	60,1	(785)
	Jubilado / pensionista	9,9	37,1	20,4	(267)
	Parado	9,9	3,4	7,4	(96)
	Estudiante	10,6	2,2	7,4	(96)
	Trabajo doméstico no remunerado	3,8	6,3	4,7	(62)
Si está trabajando o ha trabajado, ¿cuál es su cualificación profesional?	Empresario/directivo	17,6	23,0	19,8	(224)
	Técnico superior	32,7	32,2	32,5	(368)
	Técnico medio	36,7	32,2	35,0	(396)
	Administrativo o sin cualificación	13,0	12,5	12,8	(145)
Procedencia	Valladolid ciudad	70,1	93,2	79,1	(1042)
	Otro municipio de la provincia	20,0	5,5	14,3	(189)
	Otra provincia o CCAA	9,9	1,4	6,6	(87)
Total muestra		60,3	39,7	100,0	
<i>(Bases del total de la muestra)</i>		<i>(808)</i>	<i>(533)</i>	<i>(1.341)</i>	

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

En los apartados siguientes detallamos algunos de estos rasgos, comparándolos con los de la población de

Valladolid mayor de 15 años, así como con los participantes de la SEMINCI y los espectadores del LAVA.

1.1.1. Sexo

Por lo que se refiere al sexo, entre los espectadores del Teatro Calderón se da un claro **predominio de la pobla-**

ción femenina, en una proporción muy superior a la que se da en el conjunto de la población de Valladolid (68%

frente al 53%). Lo que quiere decir que entre los usuarios del Calderón las mujeres tienen un peso bastante mayor al de su peso demográfico en el conjunto de la población.

Este predominio de las mujeres se viene constatando, de manera general, en casi todas las actividades culturales. Pero en las de pago y de alta calidad se suelen atenuar las diferencias en función del sexo, ya que, aparte del coste de dichas actividades, que juega a favor de los varones, las mujeres suelen ir con su pareja

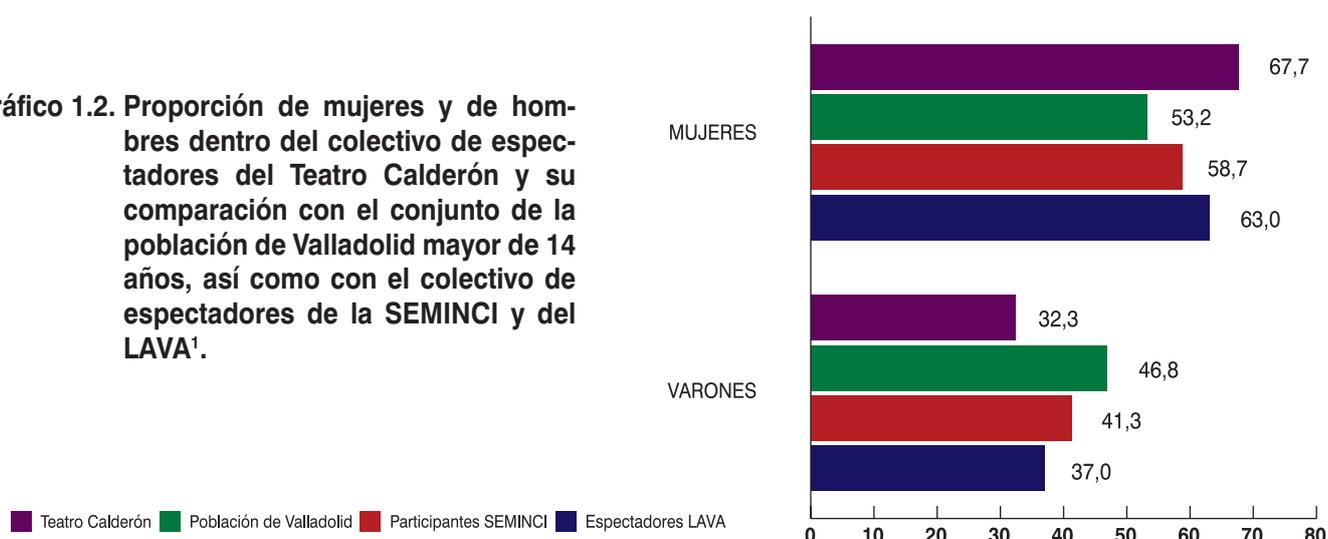
en un porcentaje muy superior al de otras actividades. Pero, a pesar de ello, si comparamos estos datos con los de otros programas culturales similares, como es la SEMINCI o el LAVA, observamos que la proporción de mujeres es superior entre los espectadores del Calderón que entre los demás, lo que constituye un rasgo específico del público del Calderón (ver gráfico 1.2). Unas diferencias que se mantienen en todos los grupos de edad, como podemos ver en el cuadro 1.2.

Cuadro 1.2. Proporción de hombres y mujeres dentro de los espectadores del Teatro Calderón de cada grupo de edad y su comparación con la distribución por sexos en la población de Valladolid, en los participantes de SEMINCI y en los espectadores del LAVA*. (Datos referidos, en todos los casos, a población mayor de 14 años).

	Espectadores Teatro Calderón		Población de Valladolid		Participantes SEMINCI		Espectadores LAVA	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Jóvenes (hasta 25 años)	32,7	67,3	50,9	49,1	32,7	67,3	32,3	67,7
Jóvenes adultos (de 26 a 35)	29,9	70,1	50,3	49,7	40,2	59,8	36,8	63,2
Adultos (de 36 a 45)	35,1	64,9	49,2	50,8	48,1	51,9	36,9	63,1
Población madura (de 46 a 65)	30,9	69,1	46,4	53,6	38,4	61,3	36,4	63,6
Población jubilada (+ de 65)	35,3	64,7	41,6	58,4	52,3	47,7	55,2	44,8
Total	32,3	67,7	46,8	53,2	41,3	58,7	37,0	63,0

*Fuente: Para los datos del Teatro Calderón: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013; para los datos de Valladolid: Padrón Municipal de Valladolid del 1 de julio de 2013; para los datos de SEMINCI: Encuesta participantes SEMINCI 2011; y para los datos del LAVA: Encuesta a los espectadores del LAVA 2013.

Gráfico 1.2. Proporción de mujeres y de hombres dentro del colectivo de espectadores del Teatro Calderón y su comparación con el conjunto de la población de Valladolid mayor de 14 años, así como con el colectivo de espectadores de la SEMINCI y del LAVA¹.



¹ La encuesta a los espectadores del LAVA se hizo en el primer año de funcionamiento de este espacio (en 2012). Un dato que conviene tener en cuenta en todas las comparativas que en este capítulo se hacen de los espectadores del Calderón con los del LAVA, ya que, al no estar todavía consolidado este último espacio, puede que tampoco estuviera configurado el perfil de sus espectadores, al tratarse de su primer año de apertura al público.

1.1.2. Edad

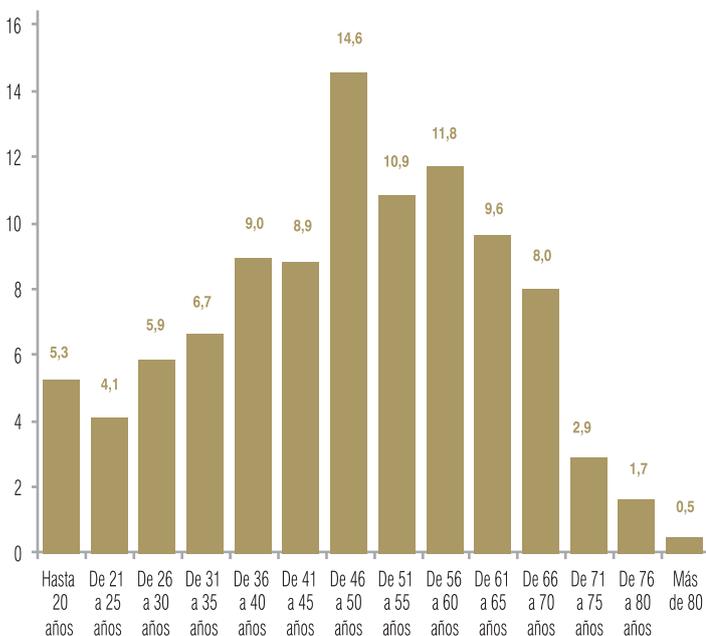
Como vemos en el gráfico 1.3.a, el grueso de los espectadores del Calderón (el 65%) tiene entre 36 y 65 años, una franja de edad que podemos caracterizar como población madura, tirando a mayor. Tanto la población joven (menores de 36 años) como la población jubilada (mayores de 65), tienen un peso bastante reducido: el 22% y el 13%, respectivamente.

Pero esta estructura de edad varía considerablemente según se trate de abonados y no abonados, como podemos ver en gráfico 1.3.b). Aunque en ambos casos predomina la población adulta (35 a 65 años), **entre los abonados tiene un peso muy importante la población mayor de 65 años (supone el 27% del total de abonados), mientras el de la población joven (menores de 35) resulta insignificante (el 5%). Por el contrario, entre los no abonados sucede a la inversa: la población joven tiene un peso relevante (supone casi la tercera parte –el 31,5%– de los no abonados), mientras el de la población jubilada resulta insignificante (el 5%).** Lo que se traduce en una media de edad muy diferente en ambos casos: de 57,5 años en el caso de los abonados y de 42,6 en el caso de los no abonados.

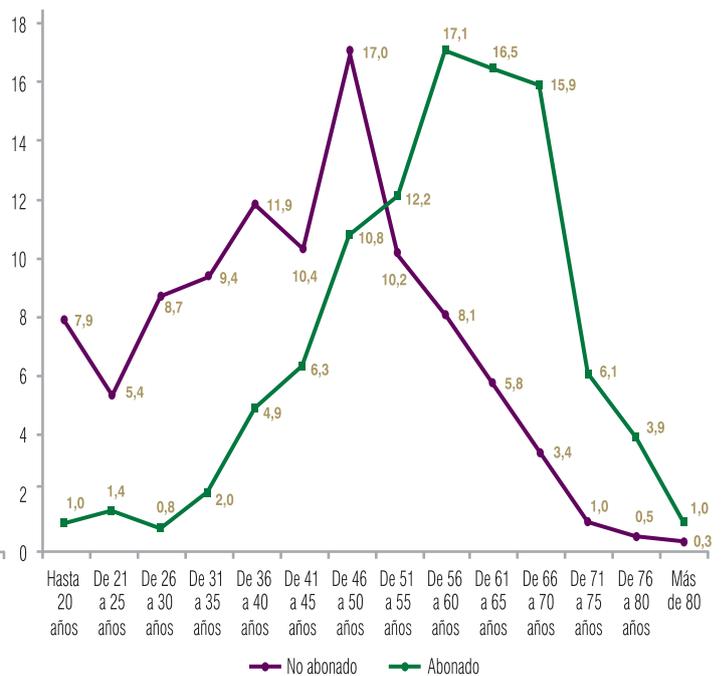
Comparando la estructura de edad del conjunto de los espectadores del Calderón con la del conjunto de la población de Valladolid mayor de 15 años, así como con la de los de los espectadores de la SEMINCI y del LAVA, observamos una gran similitud entre los usuarios del Calderón y los del LAVA, pero una gran diferencia en ambos casos con los participantes de la SEMINCI, donde la población joven supone casi la mitad (el 43%) de los participantes en el Festival. Y comparando la estructura de población de estos tres colectivos con los de la población de Valladolid, a efectos de representatividad, vemos que entre los espectadores del Calderón y del LAVA, el peso de los menores de 46 años es similar al que este grupo de edad tiene en el conjunto de la población (es decir, su representatividad se ajusta a su peso demográfico) mientras que los mayores de 46 años tienen un peso mucho mayor del que le corresponde por su peso demográfico (es decir, están sobre-representados). En el caso de la SEMINCI sucede lo contrario. Está sobre-representada la población joven, mientras se da una infrarrepresentación de la población madura y jubilada (ver gráfico 1.4).

Gráfico 1.3. Distribución por quinquenios de los espectadores del Teatro Calderón

a. Distribución porcentual de los participantes

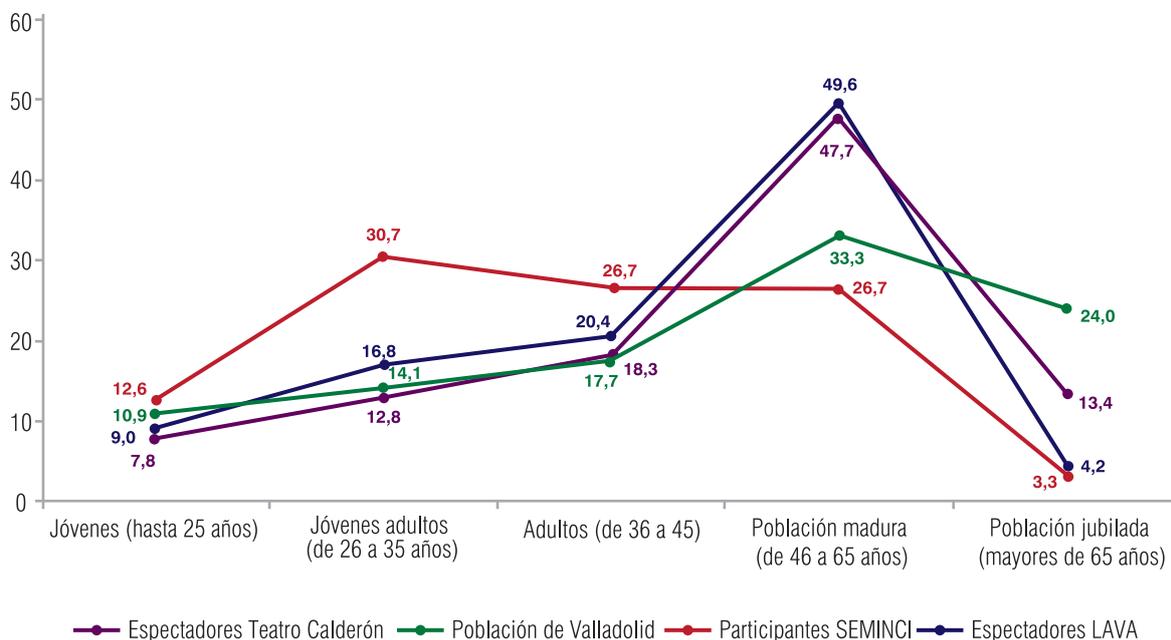


b. Distribución porcentual de los participantes, según se trate de abonados o no



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013.

Gráfico 1.4. Proporción que cada grupo de edad (mayores de 14 años) representa en el conjunto de los espectadores del Calderón y en el conjunto de la población de Valladolid, así como entre los espectadores de la SEMINCI y del LAVA.



Fuente: Para los datos del Teatro Calderón: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013; para los datos de Valladolid: Padrón Municipal de Valladolid del 1 de julio de 2013; para los datos de SEMINCI: Encuesta participantes SEMINCI 2011; y para los datos del LAVA: Encuesta a los espectadores del LAVA 2013.

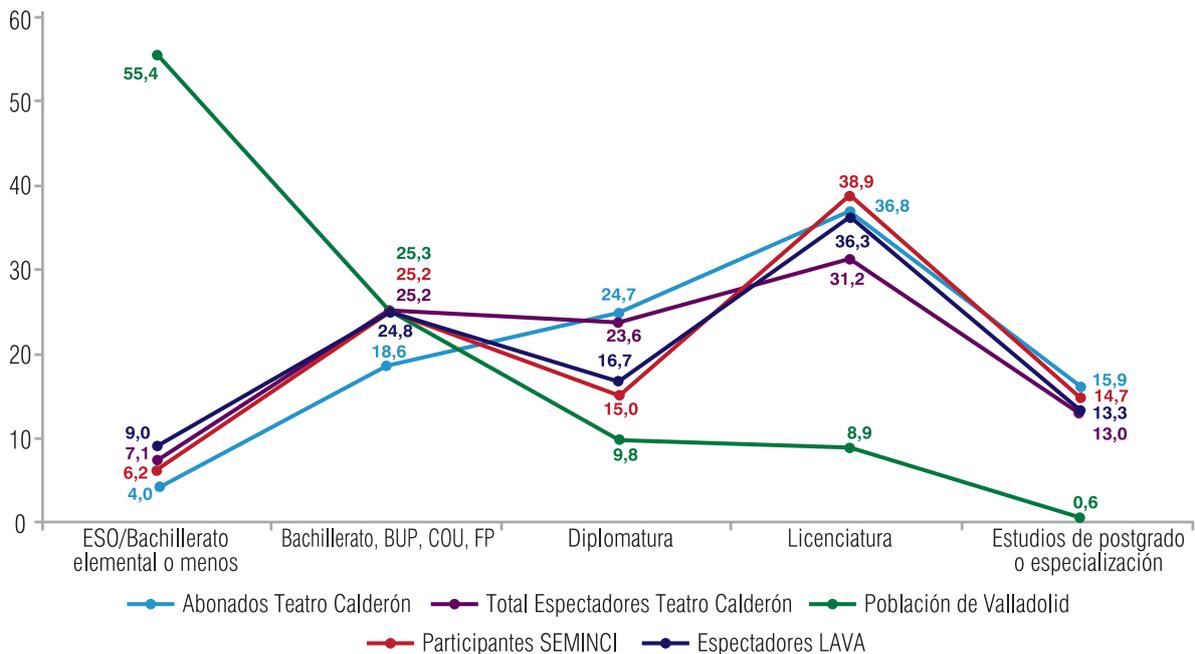


1.1.3. Nivel de estudios

El nivel de estudios de los espectadores del Calderón es muy alto si lo comparamos con la media de la población de la ciudad: las dos terceras partes –el 67%– tienen estudios universitarios, mientras la proporción de titulados universitarios en el conjunto de la población mayor de 14 años es del 19%. (Ver gráfico 1.5). Unas diferencias que se incrementan significativamente si nos centramos solo en los abonados, que es el público típico del Calderón y más identificado con él. Como podemos comprobar en el mismo gráfico 1.5, el 77,5% tienen estudios universitarios –el 37% licenciatura y el 16% estudios de posgrado.⁸ Similares diferencias se observan también entre los espectadores de la SEMINCI y del LAVA con respecto al conjunto de la población. De lo que cabe deducir, como hipótesis razonable, que

dichas diferencias con respecto a la media de la población no son propias del colectivo de espectadores del Calderón sino del conjunto de consumidores de espectáculos culturales de calidad, y que, por tanto, van asociadas, no a la identificación con la programación específica del Teatro, sino al nivel formativo del consumidor cultural, situándose el Calderón en el estrato más alto, en cuanto a nivel de estudios se refiere, pero similar al de otros espacios de programación cultural de calidad en la ciudad⁹. Una hipótesis que se ve reforzada con los datos del cuadro 1.3, donde pone de manifiesto que esas grandes diferencias en el nivel de estudios entre todos los espacios culturales analizados y el conjunto de la población se dan en todos los grupos de población.

Gráfico 1.5. Nivel de estudios de los espectadores del Teatro Calderón (diferenciando total y abonados) y, a efectos comparativos, nivel de estudios de los espectadores de la SEMINCI y del LAVA, así como del conjunto de la población de Valladolid. (Datos referidos a mayores de 14 años).



Fuente: Para los datos del Teatro Calderón: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013; para los datos de Valladolid: Encuesta a los vecinos en SEMINCI 2011; para los datos de SEMINCI: Encuesta participantes SEMINCI 2011; y para los datos del LAVA: Encuesta a los espectadores del LAVA 2013.

⁸ El índice de estudios universitarios en el conjunto de los espectadores del Teatro Calderón está bastante por debajo del de los espectadores de SEMINCI y del LAVA por la incidencia de los no abonados, donde la proporción de espectadores con estudios universitarios es muy inferior a la que se da entre los abonados (60% entre los no abonados frente al 77,5%, entre los abonados, es decir, una diferencia de 17 puntos porcentuales, como podemos comprobar en el cuadro 1.1. Aunque en dichas diferencias la variable que más incide parece ser que es la identificación con la programación del Calderón, también tiene su incidencia la variable edad en cuanto tal. Como se puede ver en el cuadro citado, la proporción de jóvenes es bastante mayor entre los no abonados que entre los abonados, y gran parte de ellos todavía están estudiando, por lo que, al preguntarle por el nivel de estudios terminados, se está produciendo un sesgo hacia las titulaciones no universitarias en el caso de los no abonados con respecto a los abonados. Por tanto, aunque este sesgo no explica, por sí mismo, una diferencia tan alta de nivel formativo entre unos y otros, parece lógico tomar como representativo del público del Calderón, a efectos comparativos, el nivel de estudios de los abonados.

⁹ Aunque no disponemos de datos a este respecto de otros espacios similares de programación cultural (Delibes, Teatro Zorrilla, etc.), que nos pudiera confirmar esta hipótesis, la veremos indirectamente reforzada más adelante, cuando hablemos del nivel de consumo cultural de los espectadores del Calderón –la inmensa mayoría son usuarios de otros espacios de programación cultural de calidad existentes en la ciudad–.

Cuadro 1.3. Nivel de estudios de los espectadores del Teatro Calderón (diferenciando total espectadores y solo asociados), y nivel de estudios de la población de Valladolid, de los participantes de SEMINCI y de los espectadores del LAVA, dentro de cada grupo de edad. (Datos referidos a población mayor de 14 años).

1. Espectadores del Teatro Calderón:

a. Total espectadores

	Jóvenes (de 15 a 25 años)	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	Adultos (de 36 a 45 años)	Población madura (de 46 a 65 años)	Población jubilada (mayores de 65)	Total
ESO/ Bachill. elemental o menos	25,7	3,6	2,1	5,8	10,8	7,1
Bachillerato, BUP, COU, FP	37,6	29,5	24,6	22,6	24	25,2
Diplomatura	13,9	25,3	22,9	25	23,4	23,6
Licenciatura	14,9	28,3	35,2	32,3	34,1	31,2
Estudios de post. o especialización	7,9	13,3	15,3	14,3	7,8	13,0
(Bases)	(101)	(166)	(236)	(616)	(167)	(1.286)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

b. Abonados

	Jóvenes (de 15 a 25 años)	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	Adultos (de 36 a 45 años)	Población madura (de 46 a 65 años)	Población jubilada (mayores de 65)	Total
ESO/ Bachill. elemental o menos	16,7			2,6	8,0	4,0
Bachillerato, BUP, COU, FP	25,0	28,6	18,5	16,1	22,4	18,6
Diplomatura		21,4	16,7	27,5	24,8	24,7
Licenciatura	50,0	35,7	42,6	35,5	36,0	36,8
Estudios de post. o especialización	8,3	14,3	22,2	18,3	8,8	15,9
(Bases)	(12)	(14)	(54)	(273)	(125)	(478)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

2. Población de Valladolid

	Jóvenes (de 15 a 25 años)	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	Adultos (de 36 a 45 años)	Población madura (de 46 a 65 años)	Población jubilada (mayores de 65)	Total
ESO/ Bachill. elemental o menos	48,2	49,1	47,1	55,9	73,5	55,4
Bachillerato, BUP, COU, FP	43,1	28,6	28,3	21,4	15,0	25,3
Diplomatura	3,6	11,0	12,7	12,5	4,7	9,8
Licenciatura	5,1	10,6	11,1	9,4	6,3	8,9
Estudios de post. o especialización		0,7	0,8	0,8	0,4	0,6
(Bases)	(137)	(273)	(244)	(392)	(253)	(1.299)

Fuente: Encuesta a los vecinos en SEMINCI 2011

3. Participantes SEMINCI

	Jóvenes (de 15 a 25 años)	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	Adultos (de 36 a 45 años)	Población madura (de 46 a 65 años)	Población jubilada (mayores de 65)	Total
ESO/ Bachill. elemental o menos	12,3	3,2	2,6	7,7	25,6	6,1
Bachillerato, BUP, COU, FP	47,5	18,1	22,4	24,7	32,6	25,1
Diplomatura	7,4	18,6	14,5	15,3	11,6	15,0
Licenciatura	27,2	40,6	44,0	39,5	18,6	38,8
Estudios de post. o especialización	5,6	19,6	16,5	12,8	11,6	14,9
(Bases)	(162)	(404)	(352)	(352)	(43)	(1.313)

Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

4. Espectadores del LAVA

	Jóvenes (de 15 a 25 años)	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	Adultos (de 36 a 45 años)	Población madura (de 46 a 65 años)	Población jubilada (mayores de 65)	Total
ESO/ Bachill. elemental o menos	23,0	5,1		9,6	17,2	8,4
Bachillerato, BUP, COU, FP	37,7	22,2	19,7	25,9	24,1	25,0
Diplomatura	8,2	14,5	15,5	18,6	27,6	16,7
Licenciatura	21,3	37,6	50,7	34,0	17,2	36,2
Estudios de post. o especialización	9,8	20,5	14,1	11,9	13,8	13,7
(Bases)	(61)	(117)	(142)	(344)	(29)	(693)

Fuente: Encuesta a los espectadores del LAVA 2013

1.1.4. Situación ocupacional

Considerado el público del Calderón en su conjunto, vemos que se caracteriza por ser un **colectivo predominantemente ocupado laboralmente** (el 61% trabaja), con un peso relativamente bajo de la población sin ocupación laboral (el 25% está jubilado o es ama de casa, el 8% están parados y el 7% están estudiando. Estos últimos, a efectos de ocupación, pueden asimilarse al de ocupados laboralmente). Comparando estos datos con

los del conjunto de la población de Valladolid mayor de 14 años, vemos que ese índice de ocupación laboral (el 61% si no incluimos los estudiantes y 68%, si los incluimos¹⁰) es muy superior al de la media de la población (casi 20 puntos), mientras que, en consecuencia, el de inactividad laboral es muy inferior, como se ve en el cuadro 1.4 y gráfico 1.6.

¹⁰ Incluimos a los estudiantes dentro de la categoría "activos laboralmente", porque a pesar de que el INE los considera como población inactiva, su situación ocupacional hace que los estudiantes se parezcan sociológicamente mucho más a la población activa (trabajadores y parados) que a la inactiva (jubilados, amas de casa, etc.). Por tanto, en este estudio, en la variable ocupación (o situación ocupacional) incluiremos a los estudiantes dentro del colectivo de población activa u ocupada laboralmente, por considerar que el estudio, a efectos sociológicos, es equiparable al trabajo, en el sentido de que es la actividad o trabajo que la sociedad ha asignado al que se está formando, de la que se deriva un rol social que genera un perfil sociológico que se asemeje más a la población activa que a la inactiva laboralmente.

Cuadro 1.4. Situación ocupacional de los espectadores del Teatro Calderón (mayores de 14 años) en cada grupo de edad, y, a efectos comparativos, situación ocupacional en cada grupo de edad de la población de Valladolid.

a. Espectadores del Teatro Calderón

	Jóvenes (de 15 a 25 años)	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	Adultos (de 36 a 45 años)	Población madura (de 46 a 65 años)	Población jubilada (mayores de 65)	Total
Trabaja	16,8	78,0	90,7	68,8	5,1	61,3
Jubilado/a / o pensionista			1,3	17,9	84,0	20,1
Parado/a	12,9	17,3	5,9	6,8	0,6	7,6
Estudiante	69,3	4,8		0,2	0,6	6,2
Trabajo doméstico no remunerado	1,0		2,1	6,3	9,7	4,8
(Bases)	(101)	(168)	(237)	(615)	(175)	(1.296)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

b. Población de Valladolid

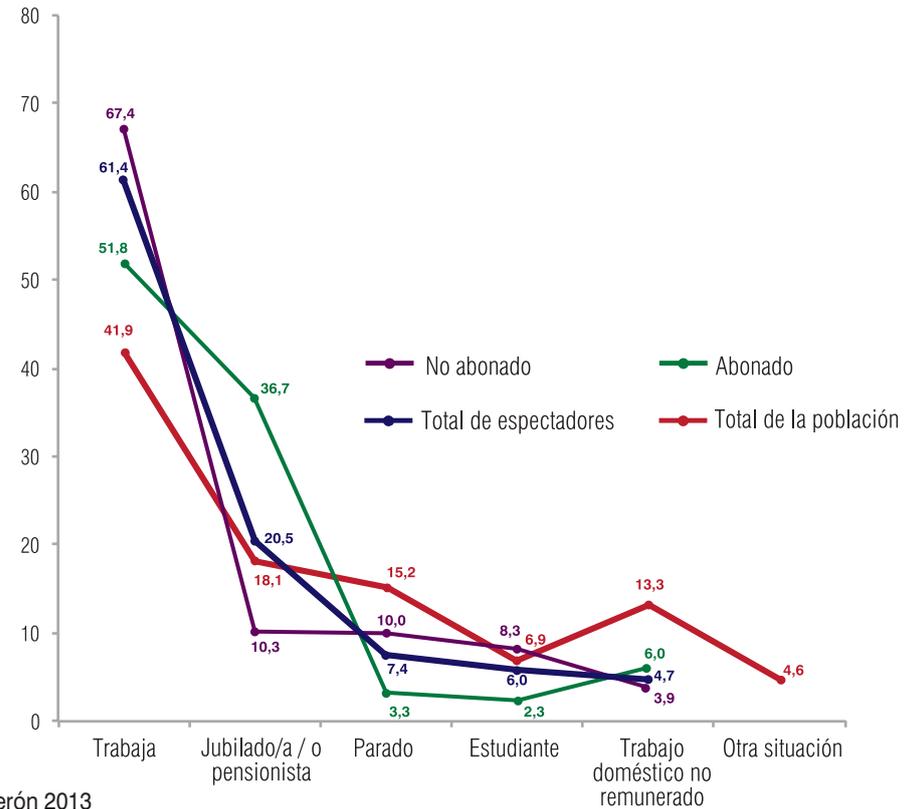
	Jóvenes (de 15 a 25 años)	Jóvenes adultos (de 26 a 35 años)	Adultos (de 36 a 45 años)	Población madura (de 46 a 65 años)	Población jubilada (mayores de 65)	Total
Trabaja	18,2	63,7	69,3	43,4	2,4	41,9
Jubilado/a / o pensionista		0,7	1,6	16,6	64,8	18,1
Parado	15,3	22,7	18,4	16,3	2,0	15,2
Estudiante	58,4	2,6	0,4	0,5		6,9
Trabajo doméstico no remunerado	2,9	2,2	7,8	19,1	27,3	13,3
Otra situación	5,1	8,1	2,5	4,1	3,6	4,6
(Bases)	(137)	(273)	(244)	(392)	(253)	(1.299)

Fuente: Encuesta a los vecinos en SEMINCI 2011

No obstante, el perfil ocupacional de los espectadores del Teatro Calderón varía mucho según se trate de abonados o no abonados. Aunque en ambos casos la proporción de los que trabajan es bastante superior a la media de la población de la ciudad, entre ambos colectivos se dan unas diferencias muy notables a este respecto: como se ve en el gráfico 1.6, entre los abonados, la proporción de los que están trabajando (52%) y también la de los que están en paro o estudiando (3% y 2%, respectivamente) es muy inferior a la que se da entre

los no abonados (67%, 8%, y 10%, respectivamente), mientras que la proporción de jubilados y amas de casa es mucho mayor entre los abonados que entre los no abonados (43% frente a 14%), de modo que, mientras entre los abonados el número de inactivos laboralmente se acerca al de los activos (representan más de cuatro de cada diez), entre los no abonados representan una proporción muy pequeña (uno y medio de cada diez), configurándose este último colectivo básicamente con población activa laboralmente.

Gráfico 1.6. Situación ocupacional del conjunto de los espectadores del Teatro Calderón y diferencias entre abonados y no abonados. Comparación con la situación ocupacional del conjunto de la población de Valladolid. (Datos referidos a mayores de 14 años).

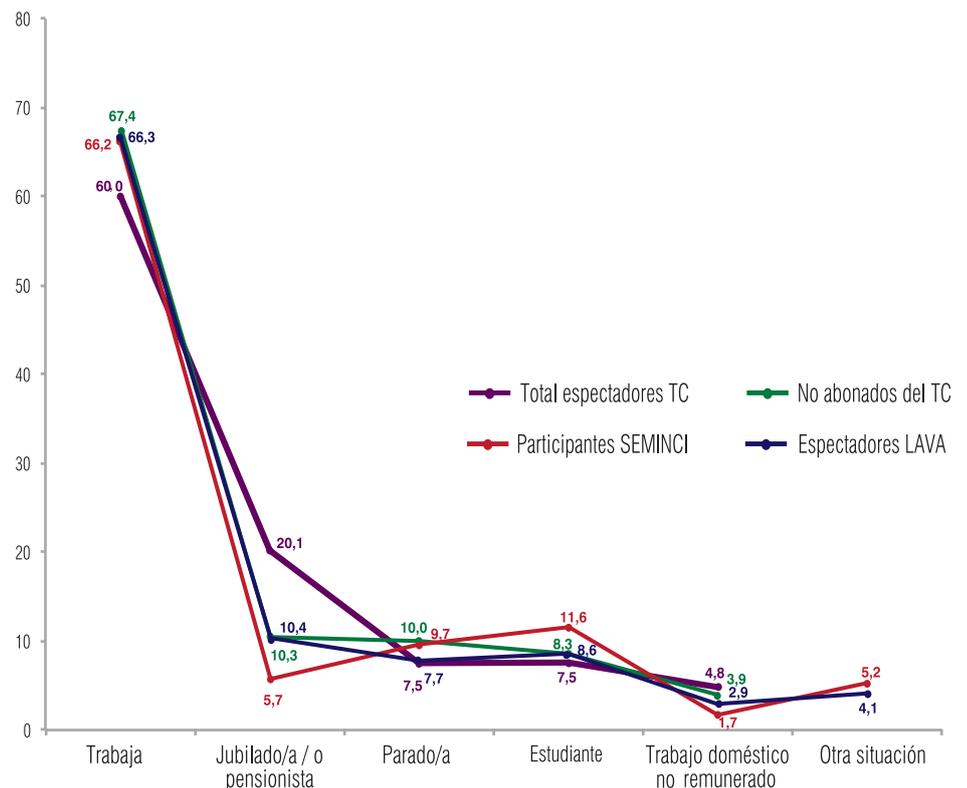


Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Comparando el perfil ocupacional de los espectadores del Calderón con el de los espectadores de la SEMINCI y del LAVA, se observa que es muy similar entre los tres espacios. Esta similitud con SEMINCI y del LAVA se da

especialmente dentro del colectivo de los no abonados, pues dentro del colectivo de los abonados las diferencias con los otros dos espacios escénicos son mayores (ver gráfico 1.7).

Gráfico 1.7. Situación ocupacional de los espectadores del Teatro Calderón (diferenciando total y solo no abonados) y, a efectos comparativos, situación ocupacional de los participantes de SEMINCI y de los espectadores del LAVA. (Datos referidos a mayores de 14 años).



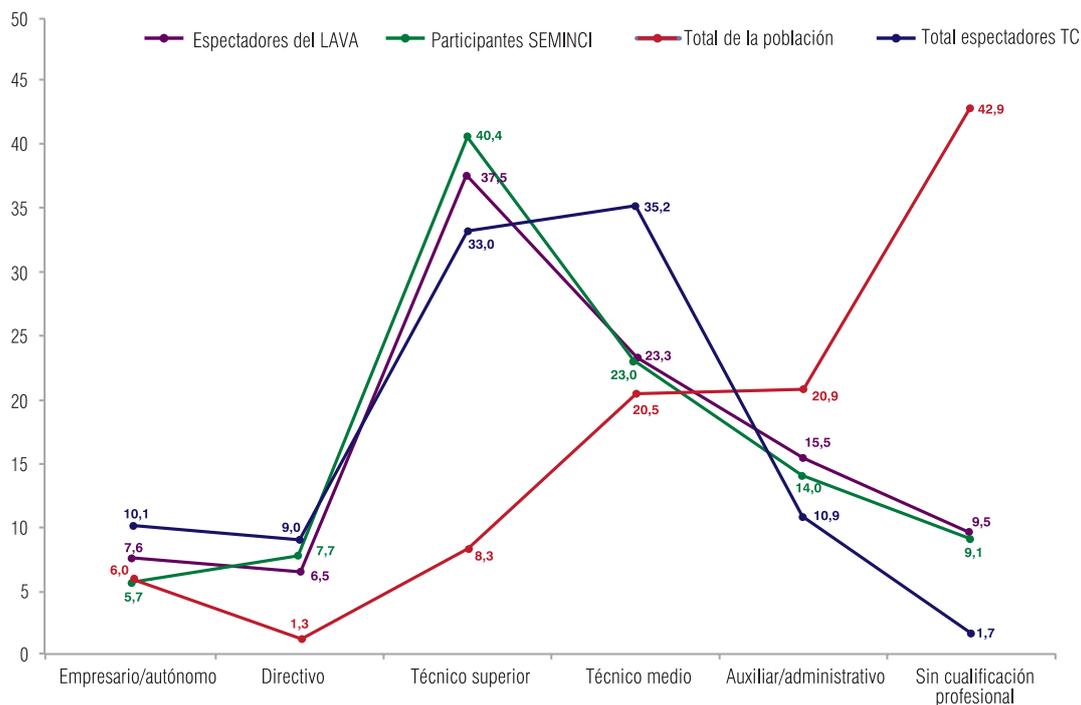
Fuente: Para los datos del Teatro Calderón: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013; para los datos de Valladolid: Encuesta a los vecinos en SEMINCI 2011; para los datos de SEMINCI: Encuesta participantes SEMINCI 2011; y para los datos del LAVA: Encuesta a los espectadores del LAVA 2013.

1.1.5. Cualificación profesional

Otra variable que contribuye a definir el perfil sociológico de los espectadores es la cualificación profesional. Aunque los datos solo se refieren a los que están trabajando o han trabajado antes, nos aporta una información, que, complementada con el nivel de estudios, que hemos visto anteriormente, nos sirve para definir el estatus sociocultural de los espectadores. Como vemos en el gráfico 1.8, el perfil profesional de los espectadores que actualmente trabajan o han trabajado antes, es muy alto: más de la mitad (el 52%) son empresarios, directivos o técnicos superiores y una tercera parte (el 35%) técnicos medios -unos índices muy superiores a los que se dan en la población en general-, mientras que la proporción de personas con cualificaciones profesionales bajas es muy reducido (el 13%) cuando en el conjunto de la población los niveles bajos de cualificación profesional representan el 64% del total de la

población que trabaja o ha trabajado. Lo que pone de manifiesto que **un rasgo característico del público del Teatro Calderón es su alto nivel profesional, que, al carecer de datos sobre la variable económica, podemos tomarlo, junto al nivel de estudios, como indicador para aproximarnos al estatus social de los espectadores.** Por lo que, a tenor de estos datos y los anteriores de nivel de estudios y actividad laboral podemos afirmar que la gran mayoría de los espectadores del Teatro Calderón se sitúan en los estratos sociales medio/alto y alto de la sociedad vallisoletana. Un perfil que es bastante similar al de los espectadores del LAVA y de la SEMINCI (ver gráfico 1.8). Finalmente, cabe señalar que respecto a la cualificación profesional de los espectadores del Calderón no se observan diferencias relevantes entre abonados y no abonados.

Gráfico 1.8. Cualificación profesional de los espectadores del Teatro Calderón, de la población de Valladolid, de los participantes de SEMINCI y de los espectadores del LAVA



Fuente: Para los datos del Teatro Calderón: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013; para los datos de Valladolid: Encuesta a los vecinos en SEMINCI 2011; para los datos de SEMINCI: Encuesta participantes SEMINCI 2011; y para los datos del LAVA: Encuesta a los espectadores del LAVA 2013.

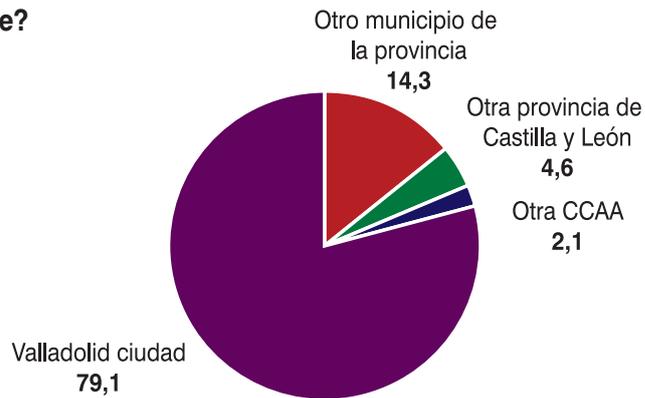
1.1.6. Procedencia de los espectadores

Como parece lógico, la gran mayoría (el 79%) de los espectadores del Calderón procede de la ciudad de Valladolid. Era algo esperado. Pero resulta importante constatar que **dos de cada diez de los espectadores procede de fuera del municipio** (el 14% de los municipios del entorno y el 7% de otras provincias), lo cual es un dato relevante en sí mismo, por cuanto denota que

el interés de la programación del teatro trasciende el interés local e incluso provincial. (Ver gráfico 1.9).

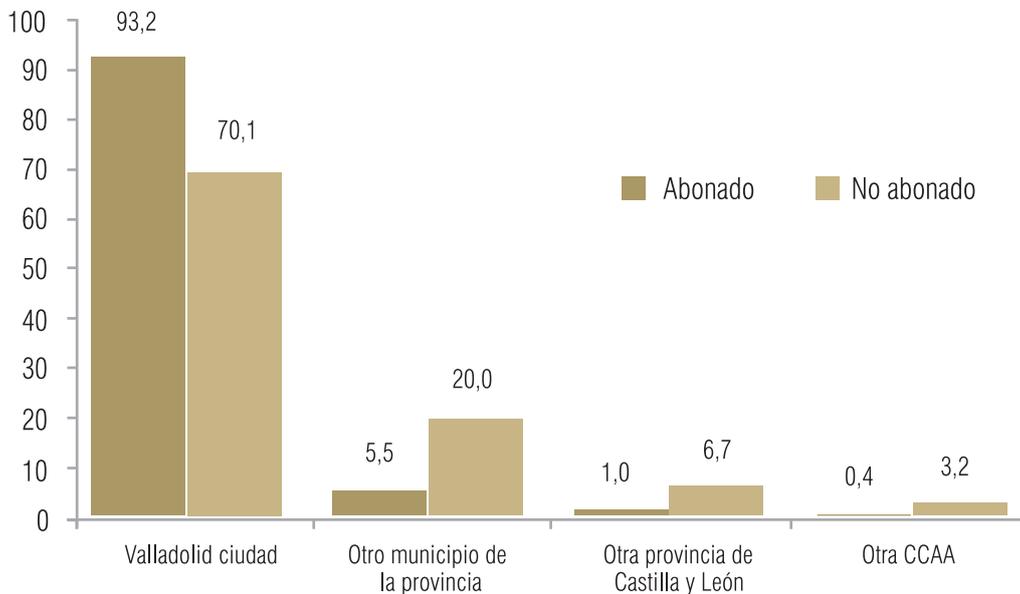
No obstante, también aquí hay que diferenciar abonados de no abonados: como se ve en el gráfico 1.10, la proporción de abonados que proceden de fuera es muy reducida (el 7%), mientras que entre los no abonados son casi una tercera parte (el 30%).

Gráfico 1.9. ¿Dónde reside habitualmente?
(Bases: 1.361).



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Gráfico 1.10. Procedencia de los espectadores del Calderón, según sean abonados o no (Bases: abonado, 513; no abonados, 805)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Estos datos pueden tener un gran interés desde la perspectiva del turismo en la ciudad, en la medida en que la programación del Calderón puede contribuir a atraer visitantes de fuera. Por ello, de cara a campañas de cap-

tación de nuevos usuarios, conviene tener en cuenta el perfil sociológico de las personas de fuera que acuden al Calderón, por lo que recogemos los datos en el cuadro 1.5.

En dicho cuadro observamos, en primer lugar, una presencia significativamente mayor de personas de fuera de la ciudad entre el público menor de 55 años que entre el mayor de esta edad, así como entre la población activa laboralmente que entre la no activa. Lo que nos lleva a pensar que la edad y la ocupación pueden ser dos variables importantes a la hora de establecer campañas de captación de nuevos espectadores entre

la población de fuera. Algo que se confirma al ver el perfil del público, según la procedencia: la media de edad entre los espectadores de fuera de la ciudad es mucho menor que la de los residentes en el municipio, y el índice de actividad laboral mucho mayor. (Ver cuadro 1.5). Algo que puede ser de interés de cara ampliar el número de abonados entre los visitantes de fuera, que es muy reducido, como se ve en el cuadro.

Cuadro 1.5. Perfil sociológico de los espectadores, según su lugar de residencia o procedencia. (Porcentajes en vertical)

		Valladolid ciudad	Otro municipio de la provincia	Otra provincia de Castilla y León	Otra CCAA	Total
<i>Sexo</i>	Hombre	31,6	34,6	32,8	32,1	32,1
	Mujer	68,4	65,4	67,2	67,9	67,9
<i>Edad</i>	Jóvenes (hasta los 35 años)	19,1	28,6	41,7	42,9	22,0
	Adultos (de 36 a 45 años)	16,3	24,9	21,7	25,0	17,9
	Población madura 1 (de 46 a 55)	25,2	30,7	15,0	25,0	25,5
	Población madura 2 (de 56 a 65)	24,2	9,0	18,3	3,6	21,3
	Población jubilada (más de 65)	15,2	6,9	3,3	3,6	13,2
	Media de edad	49,9	42,8	40,7	38,1	48,2
<i>Nivel de estudios</i>	ESO o menos	8,2	12,9	4,9	7,1	8,7
	Bachillerato, BUP, COU, FP	22,9	32,0	27,9	25,0	24,5
	Universitarios / postgrado	68,9	55,2	67,2	67,9	66,8
<i>Situación laboral actual</i>	Trabaja	58,1	68,2	63,9	64,3	60,0
	Jubilado / pensionista	22,9	10,9	11,5	3,6	20,2
	Parado	7,1	8,3	6,6	14,3	7,4
	Estudiante	6,5	9,4	16,4	17,9	7,6
	Trabajo domést. no remunerado	5,4	3,1	1,6	–	4,8
<i>Cualificación profesional</i>	Empresario/directivo	19,4	20,1	14,6	16,7	19,2
	Técnico superior	32,5	29,0	41,7	58,3	32,9
	Técnico medio	33,8	43,2	37,5	16,7	35,0
	Administrativo o sin cualificación	14,3	7,7	6,3	8,3	12,9
<i>¿Es abonado?</i>	No abonado	54,1	85,2	91,5	92,9	61,1
	Abonado	45,9	14,8	8,5	7,1	38,9
<i>(Bases)</i>		<i>(1.062)</i>	<i>(191)</i>	<i>(61)</i>	<i>(28)</i>	<i>(1.342)</i>

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

1.1.7. ¿Cómo suele adquirir las entradas?

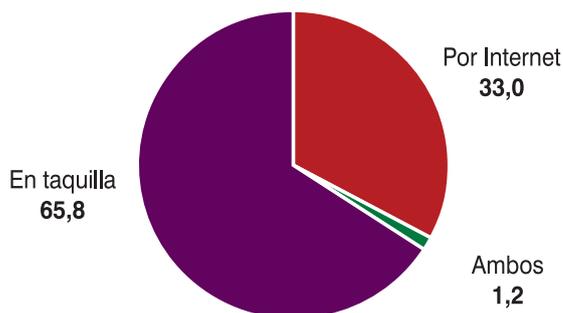
Otro rasgo del perfil sociodemográfico de los espectadores del Calderón es su índice de familiaridad con el

uso de nuevas tecnologías, medida a través del índice de compra *online* de entradas del Calderón a través de

la red. Somos conscientes de que la información que nos proporciona esta variable para medir el nivel de uso de Internet, o la familiaridad con las nuevas tecnologías, es muy limitada y sesgada, pero, a falta de otros datos más precisos, nos puede servir como indicador para establecer hipótesis a este respecto y completar con este rasgo el perfil sociológico de los espectadores.

Como vemos en el gráfico 1.11, la compra a través de taquilla es lo más frecuente: **las dos terceras partes de los espectadores adquieren su entrada directamente en el Calderón y solo una tercera parte las compra a través de Internet.**

Gráfico 1.11. ¿Cómo suele adquirir las entradas?. (Bases: 1.319)

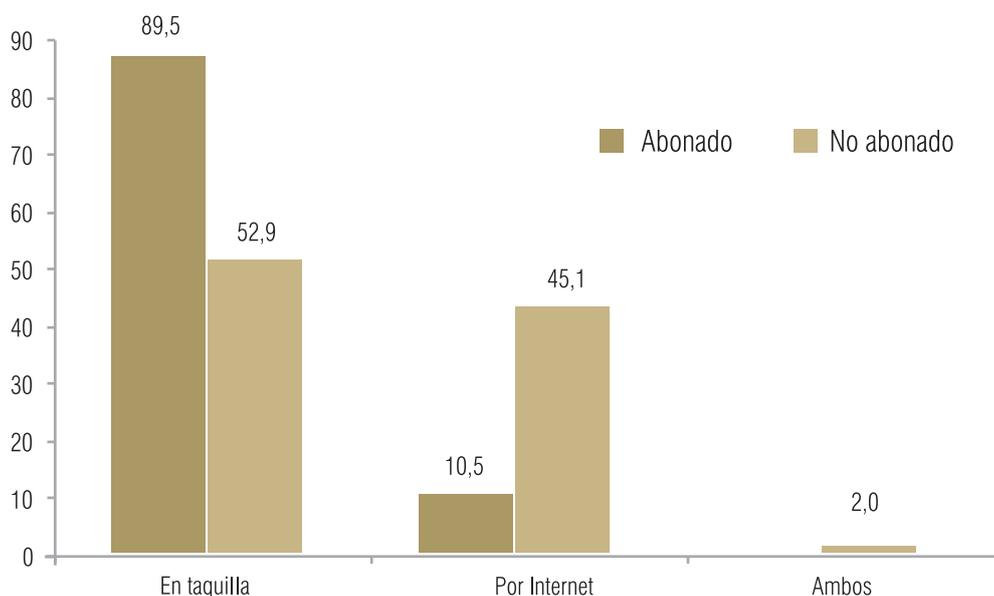


Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

En esto también se observan diferencias muy notables entre abonados y no abonados. **Entre los abonados son muy pocos (uno de cada diez) los que sacan las**

entradas por Internet, mientras que entre los no abonados llegan a la mitad, como se ve en el gráfico 1.12.

Gráfico 1.12. Diferencias entre abonados y no abonados en la forma de adquirir las entradas para el Calderón (Bases: abonados, 465; no abonados, 798).



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Estas diferencias van asociadas no solo al tipo de producto (el bono o la entrada puntual para una sesión), que también influye, sino también a la edad y la ocupación, dos variables que configuran un perfil sociológico muy distinto entre abonados y no abonados, como hemos visto en los apartados anteriores (los abonados tienen una media de edad y un índice de inactividad laboral muy superior a los no abonados, lo que determina que los primeros estén mucho menos familiarizados con las nuevas tecnologías que los segundos). Así, como vemos en el cuadro 1.6, aunque en todos los colectivos la venta en taquilla es superior a la venta *online*,

el índice de compra por Internet es mucho mayor entre la población activa laboralmente (incluyendo aquí a los estudiantes) que entre la no activa, y aumenta progresivamente a medida que descendemos en la edad de los espectadores, lo que implica, a su vez, que el perfil de los que compran por Internet sea bastante distinto al de los que compran en taquilla: **el de los que compran por Internet, además de ser en su inmensa mayoría (el 88%) no abonados, tiene una media de edad mucho más baja y un índice de actividad laboral mucho más alto que el de los que sacan las entradas en taquilla** (ver cuadro 1.7).

Cuadro 1.6. Cómo suele adquirir las entradas para el Teatro Calderón, según distintas variables. (Porcentajes en horizontal)

		En taquilla	Por Internet	Ambos	(Bases)
Sexo	Hombre	66,3	33,4	0,2	(410)
	Mujer	65,1	33,3	1,6	(879)
Edad	Jóvenes (hasta los 35 años)	48,5	49,5	2,1	(291)
	Adultos (de 36 a 45 años)	53,6	44,2	2,1	(233)
	Población madura 1 (de 46 a 55 años)	62,3	36,5	1,3	(318)
	Población madura 2 (de 56 a 65 años)	82,6	17,4		(265)
	Población jubilada (más de 65 años)	89,9	10,1		(158)
Media de edad		51,0	41,8	37,1	47,7
Nivel de estudios	ESO o menos	69,6	30,4		(115)
	Bachillerato, BUP, COU, FP	62,5	36,9	0,6	(320)
	Universitarios / postgrado	65,8	32,6	1,7	(844)
Situación laboral actual	Trabaja	59,4	39,1	1,4	(769)
	Jubilado / pensionista	86,1	13,9		(252)
	Parado	56,4	39,6	4,0	(101)
	Estudiante	60,4	38,6	1,0	(101)
	Trabajo doméstico no remunerado	82,0	18,0		(61)
Cualificación profesional	Empresario/directivo	61,2	37,3	1,4	(209)
	Técnico superior	60,0	38,9	1,1	(365)
	Técnico medio	67,1	31,1	1,8	(395)
	Administrativo o sin cualificación	75,5	24,5		(143)
Dónde reside	Valladolid ciudad	70,0	28,8	1,2	(1.011)
	Otro municipio de la provincia	53,4	45,1	1,6	(193)
	Resto	41,6	57,3	1,1	(89)
¿Es abonado?	No abonado	52,9	45,1	2,0	(798)
	Abonado	89,5	10,5		(465)
Total		65,5	33,4	1,2	(1.289)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 1.7. Perfil sociodemográfico de los que compran las entradas por taquilla y de los que las compran por Internet. (Porcentajes en vertical)

		En taquilla	Por Internet	Ambos	Total
Sexo	Hombre	32,2	31,9	6,7	31,8
	Mujer	67,8	68,1	93,3	68,2
Edad	Jóvenes (hasta los 35 años)	17,1	33,9	40,0	23,0
	Adultos (de 36 a 45 años)	15,2	24,2	33,3	18,4
	Población madura 1 (de 46 a 55 años)	24,0	27,3	26,7	25,1
	Población madura 2 (de 56 a 65 años)	26,5	10,8		20,9
	Población jubilada (más de 65 años)	17,2	3,8		12,5
	Media de edad		51,0	41,8	37,1
Nivel de estudios	ESO o menos	9,6	8,2	0,0	9,0
	Bachillerato, BUP, COU, FP	24,0	27,6	12,5	25,0
	Universitarios / postgrado	66,5	64,3	87,5	66,0
Situación laboral actual	Trabaja	54,3	70,7	68,8	59,9
	Jubilado / pensionista	25,8	8,2		19,6
	Parado	6,8	9,4	25,0	7,9
	Estudiante	7,2	9,2	6,3	7,9
	Trabajo doméstico no remunerado	5,9	2,6		4,8
Cualificación profesional	Empresario/directivo	17,8	20,6	21,4	18,8
	Técnico superior	30,4	37,6	28,6	32,8
	Técnico medio	36,8	32,5	50,0	35,5
	Administrativo o sin cualificación	15,0	9,3		12,9
¿Dónde reside habitualmente?	Valladolid ciudad	83,5	67,8	75,0	78,2
	Otro municipio de la provincia	12,1	20,3	18,8	14,9
	Resto	4,4	11,9	6,3	6,9
¿Es abonado?	No abonado	50,4	88,0	100,0	63,2
	Abonado	49,6	12,0		36,8
(Bases)		(844)	(430)	(15)	(1.289)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

1.2. PERFIL COMO CONSUMIDORES DE REPRESENTACIONES CULTURALES Y/O ARTÍSTICAS

Para completar el perfil de los espectadores del Teatro Calderón resulta oportuno añadir a los rasgos sociodemográficos que hemos analizado en el apartado anterior, algunos rasgos sobre el consumo cultural, con el fin de tener una idea más precisa del tipo de personas

que configuran el público del Calderón. Y lo vamos a hacer a través de dos variables: preferencias artísticas como espectadores y manifestaciones culturales y/o artísticas a las que suelen asistir en la ciudad.

1.2.1. Disciplinas artísticas que más le interesan

Para conocer la opinión de los espectadores se les pidió que respondieran a la siguiente pregunta: *¿Qué tipo de disciplina artística le interesa más? (una sola respuesta)*. (Se le indicaban 10 opciones de respuesta: las que figuran en el cuadro 1.8).

Lo primero que hay que señalar a este respecto es que contestaron el 100% de los encuestados (1.407), lo que resulta muy relevante, ya que al ser una encuesta autocumplimentada, la mayoría de las preguntas tienen un porcentaje importante de no contestación, como se puede ver en las bases de los distintos cuadros. Pero, además, una alta proporción de encuestados señalaron más de una respuesta o prioridad, a pesar de que se les indicaba en la pregunta que dieran solo una respuesta,

lo que pone de manifiesto el interés por este tema y la fiabilidad de las respuestas.

A tenor de los resultados de la encuesta, **el tipo de espectáculo que más interesa a los espectadores del Calderón es, sin lugar a dudas, el teatro (lo señalan como disciplina artística preferente la mitad de los espectadores)**. Le siguen a bastante distancia los musicales (señalados por una tercera parte), y a bastante distancia de estos, la danza y la ópera (señalados por uno de cada cinco). El resto de disciplinas artísticas tienen también su público específico, y de un tamaño apreciable, pero mucho más minoritario (entre el 5 y el 11% del total de espectadores que pasan por el Calderón). (Ver cuadro 1.8).

Cuadro 1.8. Disciplinas artísticas que más le interesan. (Respuesta múltiple) *

	Nº de encuestados que señalan cada disciplina	% de respuestas (Respuesta múltiple)
Teatro	707	50,2
Musicales	511	36,3
Danza	261	18,6
Ópera	245	17,4
Zarzuela	154	10,9
Conciertos de pop/rock	123	8,7
Conciertos de música clásica	90	6,4
Infantil/juvenil	58	4,1
Circo	76	5,4
Otros	48	3,4
(Bases: encuestados que contestaron)	(1.407)	
(Nº de respuestas dadas)	(2.273)	

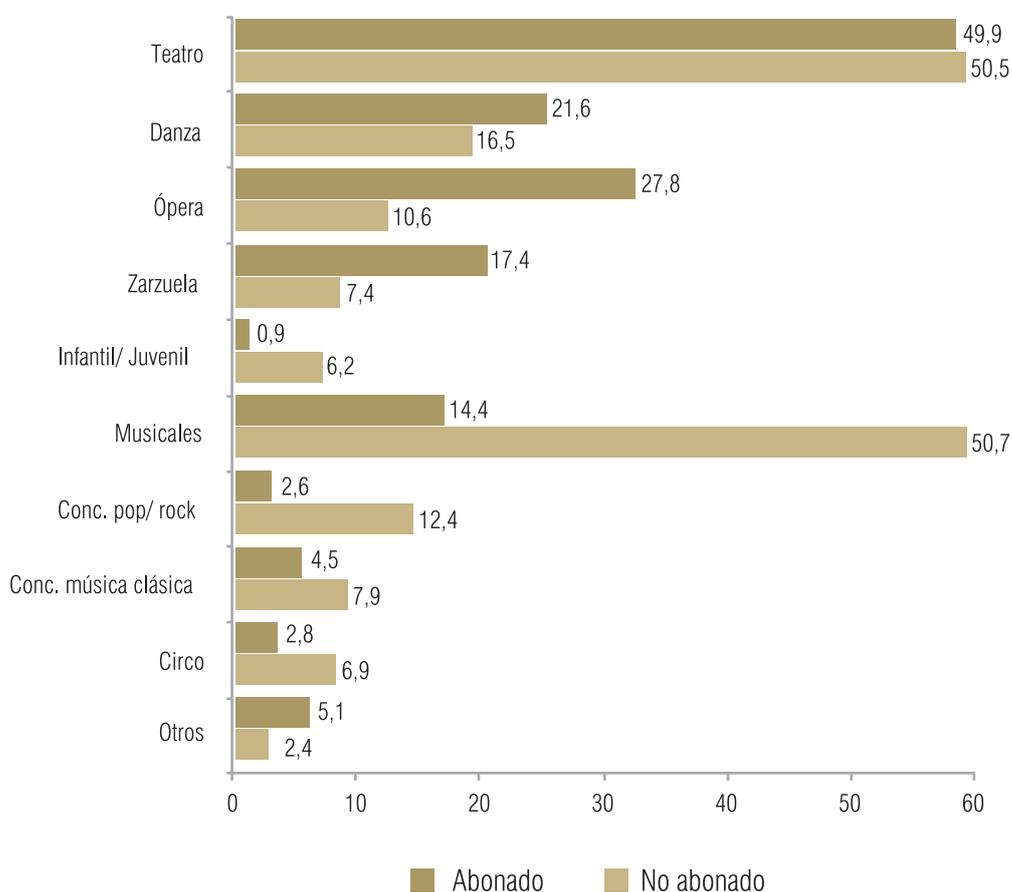
* La pregunta que se formuló a los encuestados fue: *¿Qué tipo de disciplina artística le interesa más? La pregunta fue cerrada, pero el cuestionario fue de autocumplimentación, por lo que la mayoría de los encuestados señalaron más de una disciplina. Por eso, la hemos considerado de respuesta múltiple y, como consecuencia, los porcentajes suman más de 100 (161,4).*

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013.

También aquí se observan diferencias significativas entre abonados y no abonados. La única coincidencia se da en el teatro, que tiene un interés prioritario y de similar intensidad en ambos casos, como consecuencia del interés mucho más generalizado que despierta el teatro en el conjunto de la población¹¹. Pero fuera de esta disciplina artística, **las diferencias entre abonados y no abonados son muy marcadas**, como podemos ver en el gráfico 1.13. De una manera general, podemos decir que **los abonados priorizan las disciplinas artísticas tradicionales (aparte del teatro, la ópera, la danza**

y la zarzuela), mientras que los no abonados priorizan, aparte también del teatro, las disciplinas más modernas (los musicales, la danza¹² y los conciertos de pop/rock). Dentro de estas diferencias, la más llamativa es la relativa a los musicales: mientras que entre los abonados despiertan un interés prioritario solo para una minoría (resultan prioritarios en la programación para uno de cada siete), entre los no abonados es la actividad prioritaria para la mitad de los espectadores (el 51%), similar al interés que despierta el teatro. Pero también resultan muy significativas las diferencias respecto a las demás

Gráfico 1.13. Proporción de abonados y de no abonados que manifiestan preferencia por cada una de las siguientes disciplinas artísticas. (Bases: Abonados, 533; no abonados. 808)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

¹¹ En la encuesta realizada en 2014 a la población mayor de 14 años de Valladolid resultaba el teatro la actividad cultural más practicada por el conjunto de la población, y con bastante diferencia respecto a otras actividades culturales.

¹² En el cuestionario solo se indicaba danza, sin especificar danza clásica y danza moderna, por lo que no tenemos elementos para diferenciar ambas modalidades. Pero, a tenor de las diferencias observadas entre abonados y no abonados, es probable que entre los abonados que han priorizado la danza se dé una mayor preferencia por la danza clásica que entre los no abonados y que suceda a la inversa respecto a la danza moderna. Por lo que la relativa aproximación entre ambos respecto al interés por la danza en general sea engañosa, al estar encerrando una diferencia respecto a la modalidad de danza (clásica o moderna) que no se detecta en la encuesta.

disciplinas señaladas: la ópera y la zarzuela despiertan más del doble de interés entre los abonados que entre los no abonados, mientras en los conciertos pop/rock sucede lo contrario (ver gráfico 1.13). No hemos hecho mención a las diferencias que se observan en el gráfico respecto a los espectáculos de circo e infantiles/juveniles (de interés más minoritario que los anteriores, pero mucho más demandados por los no abonados que por los abonados), porque son espectáculos de características muy distintas a los anteriores, orientados más al público familiar. En este sentido, las diferencias entre abonados y no abonados resultan lógicas, por el diferente perfil sociológico de ambos colectivos.

De cara a la programación, aparte de tener en cuenta las diferencias, en cuanto a preferencias, entre abonados y no abonados, también hay que valorar las diferencias de interés en función de otras variables, como son las sociodemográficas. De los cruces realizados a este respecto, las variables las más discriminantes son la edad y

el nivel de estudios, cuyos resultados los recogemos en el cuadro 1.9. De una manera general, podemos afirmar que **a medida que se van cumpliendo años va creciendo el interés por el teatro, la ópera y la zarzuela, mientras sucede a la inversa con los musicales y conciertos de pop/rock, los cuales despiertan un gran interés entre la población joven, pero este interés va decreciendo con la edad. Algo parecido podemos decir respecto al nivel de estudios, aunque en este caso las diferencias son menores:** a medida que sube el nivel de estudios se acrecienta el interés por el teatro y la ópera, mientras en los musicales sucede a la inversa, desciende el interés con la formación. Añadimos en el cuadro también los resultados en función del sexo, porque también en este caso se observan algunas diferencias que pueden tener interés. Como podemos observar, las mujeres muestran un interés mucho mayor que los hombres por la danza. También destaca el mayor interés de las mujeres por los musicales, aunque aquí las diferencias no son tan marcadas.

Cuadro 1.9. Proporción de espectadores que manifiestan preferencia por cada una de las siguientes disciplinas artísticas, según el sexo, la edad y el nivel de estudios

		Teatro	Danza	Ópera	Zarzuela	Infantil/ Juvenil	Musicales	Conciertos de pop/rock	Conc. de música clásica	Circo	Otros	(Bases)
Sexo	Hombre	54,3	9,4	17,7	10,8	3,0	32,0	11,5	6,7	5,3	3,2	(435)
	Mujer	49,1	23,3	17,5	11,5	4,7	39,5	7,7	6,3	5,5	3,6	(924)
Edad	Jóvenes	36,8	19,2	8,8	3,2	4,0	55,2	16,0	4,0	9,6	2,4	(125)
	Jóvenes adultos	46,4	7,7	6,5	3,6	8,3	58,9	20,2	3,0	12,5	3,6	(168)
	Adultos	50,2	14,2	16,7	7,1	7,9	45,2	14,2	5,4	8,4	2,1	(239)
	Población madura	55,8	21,8	22,0	12,0	2,1	31,4	5,3	8,5	2,6	3,8	(624)
	Población jubilada	49,4	24,4	20,5	25,0	1,7	14,8	0,6	7,4	1,1	5,1	(176)
Media de edad		49,4	50,9	53,0	57,0	40,3	42,3	37,6	50,8	37,6	52,0	(48,2)
Nivel de estudios	ESO o menos	38,8	19,0	4,3	9,5	5,2	50,9	7,8	2,6	3,4	2,6	(116)
	Bachillerato, FP	47,0	11,6	11,6	9,1	5,5	44,8	12,2	5,2	7,0	2,7	(328)
	Universitarios	54,1	21,7	21,7	11,8	3,6	32,6	8,2	7,4	5,2	3,6	(900)
Total		50,8	18,8	17,6	11,3	4,1	37,1	8,9	6,4	5,4	3,5	(1.359)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

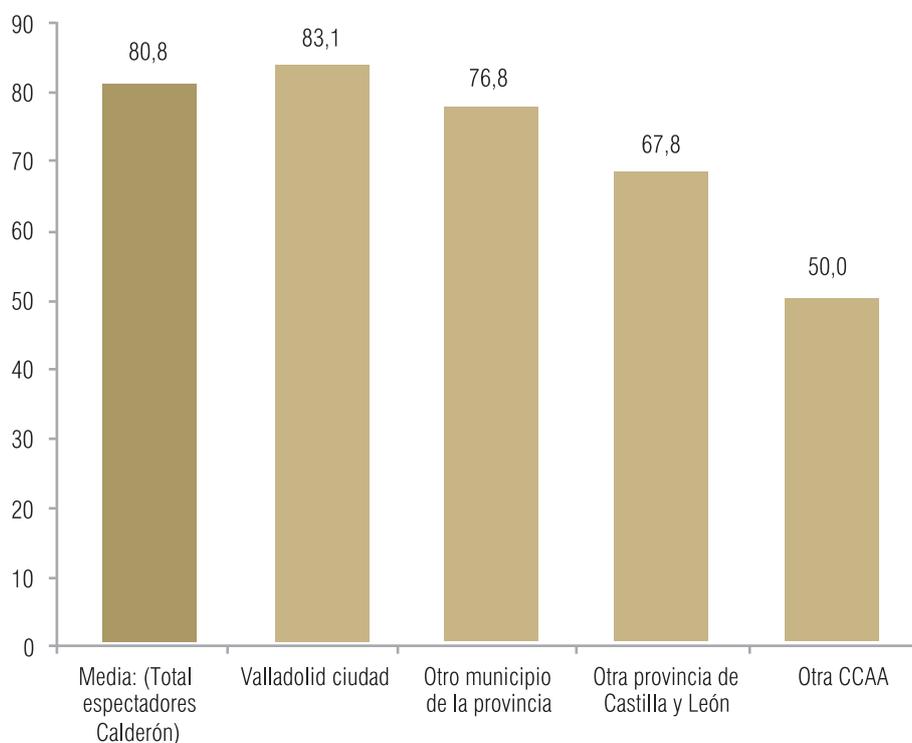
1.2.2. Otros espacios culturales de Valladolid a los que acuden los espectadores del Teatro Calderón

Con el fin de completar la visión sobre los intereses culturales/artísticos que los espectadores del Calderón tienen, aparte de preguntar a los encuestados por las disciplinas artísticas que más le interesan y que hemos descrito en el punto anterior, se les formuló la siguiente pregunta: *¿Suele acudir a otras manifestaciones artísticas y/o culturales en la ciudad?* Y a los que respondieron que sí, se les preguntó *¿A dónde principalmente?* Con estas dos preguntas se trataba de conocer si los espectadores del Calderón son también consumidores culturales de otros espacios y cuáles de estos son los más directamente competidores del Teatro Calderón en cuanto a programación se refiere.

El 81% respondieron que sí a la primera pregunta, es decir, que **aparte de ir al Calderón, van también a otros**

espectáculos o manifestaciones culturales y/o artísticas desarrolladas en la ciudad. Este porcentaje sube al 83% si nos limitamos a los espectadores residentes en la ciudad, ya que entre los que proceden de fuera (especialmente de otras provincias) la proporción de los que solo van al Calderón es bastante más elevada que entre los residentes en el municipio, como vemos en el gráfico 1.14. De lo que cabe resaltar dos datos importantes: que la inmensa mayoría de los espectadores del Calderón son consumidores culturales de la amplia oferta de espectáculos que ofrece la ciudad, y que para muchos de los que vienen de fuera el Calderón es uno de los principales referentes de la ciudad en cuanto a espectáculos se refiere. Lo que puede ser aprovechado en la promoción turística de la ciudad como un aliciente para venir a ella.

Gráfico 1.14. Proporción de espectadores del Calderón que suelen asistir a otras manifestaciones artísticas y/o culturales en la ciudad, según lugar de procedencia*. (Bases: Total espectadores, 1.307; Valladolid ciudad, 1.035; otro municipio de la provincia, 185; otra provincia de Castilla y León, 59; otra CCAA, 28).



* La diferencia hasta 100 en cada uno de los casos es la proporción de los que han respondido que no acuden a otras manifestaciones artísticas y/o culturales.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

En el gráfico 1.15 se reflejan los espacios o tipo de actividades culturales y/o artísticas a las que preferentemente van ese 81% de los espectadores del Calderón que dicen que sí asisten a este tipo de actividades fuera de este teatro. Como espacios destacan, en primer lugar, el Auditorio Miguel Delibes, que es el espacio preferido, fuera del Calderón, por casi una tercera parte de estos espectadores, y, en segundo lugar, el Teatro Zorrilla, señalado como espacio preferente por uno de cada seis. Y como tipo de actividades a las que acuden fuera del Calderón, destacan el teatro y los conciertos, un dato que va en sintonía con las disciplinas artísticas que más interesan a los espectadores del Calderón, que hemos analizado en el apartado anterior.

También aquí se observan unas grandes diferencias entre abonados y no abonados. Mientras que para casi la mitad de los abonados (el 44%) su espacio preferente (aparte del Calderón) es el Miguel Delibes, para los no abonados esta proporción baja a uno de cada dos (el 20%). También la programación del Teatro Zorrilla despierta mayor interés entre los abonados que entre los no abonados (19% frente a 16%). Por el contrario, otros espacios municipales donde se desarrollan espectáculos (LAVA, Cúpula, etc.) despiertan mucho mayor interés entre los no abonados que entre los abonados (9% frente al 4%). (Ver cuadro 1.10).

Gráfico 1.15. Espacios culturales y/o artísticos a los que los espectadores del Calderón acuden principalmente, fuera de este teatro. (Solo los espectadores que han respondido en la pregunta anterior que asisten a otras manifestaciones artísticas. Bases: Casos válidos: 954. Número de respuestas: 1.075*).



* Aunque de la pregunta que se formuló (*¿a dónde principalmente?*) se deducía que era de respuesta única, al ser autocumplimentado el cuestionario, algunos encuestados dieron más de una respuesta, las cuales se recogen en el gráfico, al no poder determinar cuál de las respuestas reflejaba su prioridad. Este es el motivo de la diferencia entre personas que respondieron (casos válidos) y número de respuestas, de las que están sacados los porcentajes.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 1.10. Otros espacios o manifestaciones artísticas y/o culturales a las que acuden (aparte del Calderón), según sean abonados o no. (Porcentajes en vertical).

	No abonado	Abonado	Total
<i>Auditorio Miguel Delibes</i>	19,9	43,8	30,3
<i>Teatro Zorrilla</i>	16,1	19,1	17,4
<i>Teatro</i>	15,1	5,8	11,1
<i>Conciertos</i>	10,5	11,6	11,0
<i>Cine</i>	8,6	5,5	7,3
<i>LAVA, Cúpula del Milenio, centros cívicos, municipales y otras act. municipales</i>	9,2	3,8	6,9
<i>T.A.C., actividades en la Plaza Mayor y al aire libre</i>	4,4	2,5	3,6
<i>Exposiciones</i>	3,1	3,3	3,2
<i>Museos</i>	3,1	1,0	2,2
<i>Teatro Calderón, otras salas del teatro</i>	1,7	0,5	1,2
<i>Espectáculos escénicos</i>	1,3	0,3	0,9
<i>Bares y pubs con actividades culturales</i>	1,1		0,7
<i>Todo lo que puedo</i>	1,0		0,5
<i>Espectáculos infantiles</i>	0,8		0,4
<i>Otros</i>	4,0	2,8	3,5
<i>(Bases)</i>	<i>(522)</i>	<i>(397)</i>	<i>(919)</i>

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

1.2.3. Índice de fidelidad al Teatro Calderón

Otro rasgo que puede tener interés para completar el perfil del espectador del Teatro Calderón es ver si se trata de un público fiel (de asistencia habitual) o más bien de un público que va esporádicamente a alguna actuación concreta.

Pero a este respecto hay que distinguir entre abonados y no abonados, pues la situación es muy distinta entre ambos: mientras en el caso de los abonados la asistencia a los espectáculos está asegurada durante la temporada que dura el abono, pues ha adquirido previamente un paquete de actuaciones, en los no abonados su decisión de asistir la toma el espectador en cada espectáculo. Por lo que el índice de fidelidad no tiene el mismo significado en un caso y en otro, ni se puede medir de la misma manera. En el caso de los abonados la mediremos por los años que repite como a abonado y en el caso de los no abonados por el número de actuaciones a las que va al año. Por ello, a los encuestados, en función de la situación en la que se encontraran se les hizo una pregunta distinta. A los abonados se les formuló la siguiente: *¿Cuántos años lleva siendo abo-*

nado?, mientras que a los no abonados la pregunta fue: *¿Es la primera vez que viene a un espectáculo al Teatro Calderón o ha venido anteriormente?* Y a los que respondieron que habían venido otras veces, se insistió *¿A cuántas suele venir al año?*

A tenor de los resultados obtenidos de la encuesta se puede afirmar que **se trata de un público con un índice de fidelidad bastante considerable**. Lógicamente, esta fidelidad se pone de manifiesto de manera especial entre los abonados (pues el que va de manera frecuente, se hace abonado, al resultarle más rentable), pero también se observa entre los no abonados.

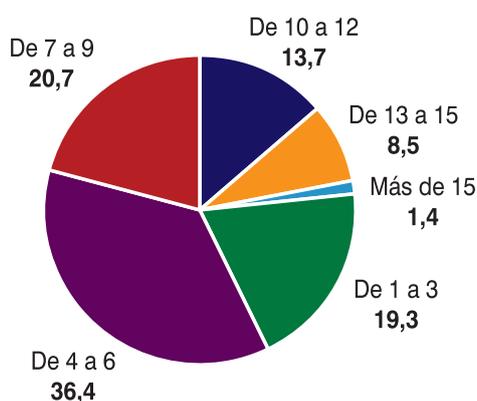
Por lo que se refiere a los abonados, la inmensa mayoría de los de este año (el 92%) son ya antiguos abonados. Como podemos ver en el cuadro 1.11 y gráfico 1.16 **el 81% de éstos lleva más de tres años seguidos como abonado y casi la mitad (el 44%) lleva más de 6, siendo la media de 6,7 años como abonado de manera continuada**. Lo que se puede calificar de alto índice de fidelización.

Cuadro 1.11. Años que lleva de abonado. (Solo los abonados).

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Uno	8,1	8,1
Dos	4,6	12,6
Tres	6,6	19,3
Cuatro	11	30,2
Cinco	15,9	46,2
Seis	9,5	55,7
Siete	8,1	63,8
Ocho	9,5	73,3
Nueve	3,1	76,4
Diez	9,7	86,1
De once a quince	12,4	98,6
Más de quince	1,4	100,0
Media	6,7	6,7
(Bases)	(483)	

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Gráfico 1.16. Años que lleva de abonado (Solo los abonados). (Bases: 483). (Media de años que lleva abonado: 6,7).



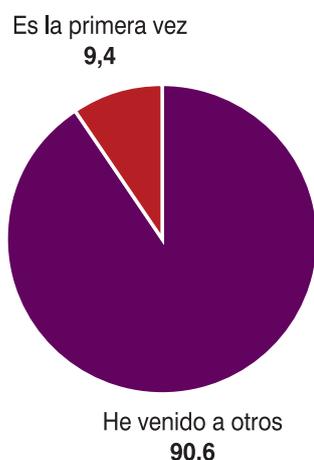
Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Y de los que no son abonados, también la inmensa mayoría (el 91%) han venido ya más veces al Calderón, con una **frecuencia media de 4 veces al año**, habiendo un 30% que supera los 4 espectáculos anuales (ver gráfico 1.17). De lo que cabe deducir que, con este considerable índice de fidelización entre el público no abonado, hay una base apreciable para ampliar el número de abonados. Los públicos donde, en

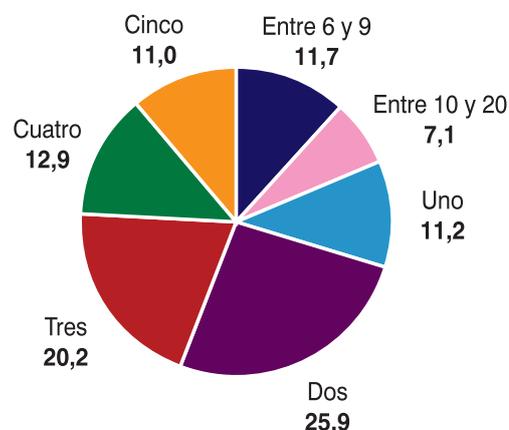
principio, parece haber mejores condiciones objetivas para la captación de nuevos abonados, por ser los que tienen mayor índice de fidelidad al Calderón (es decir, vienen con más frecuencia a sus espectáculos), son: los mayores de 46 años, los de formación universitaria y los de alta cualificación profesional, especialmente empresarios y directivos, como se puede deducir de los datos del cuadro 1.12.

Gráfico 1.17. Índice de fidelidad al Teatro Calderón de los no abonados

a. ¿Es la primera vez que viene a un espectáculo al Teatro Calderón o ha venido a otros anteriormente? (solo no abonados). (Bases: 796)



b. ¿A cuántas ha venido? (solo los que han respondido en la pregunta anterior que han venido otras veces. Bases: 721)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 1.12. Índice de fidelidad al Teatro Calderón de los no abonados, según distintas variables.

		¿Es la primera vez que viene a un espectáculo al Teatro Calderón o ha venido a otros anteriormente? (solo los no abonados)			¿A cuántos suele venir al año? (solo los que han respondido en la pregunta anterior que han venido a otros)	
		Es la primera vez	He venido a otros	(Bases)	Media de veces	(Bases)
Sexo	Hombre	11,2	88,8	(249)	4,0	(221)
	Mujer	8,7	91,3	(540)	3,8	(493)
Edad	Jóvenes (hasta 25 años)	15,2	84,8	(105)	3,7	(89)
	Adultos (de 26 a 35 años)	14,6	85,4	(144)	2,9	(123)
	Adultos (de 36 a 45 años)	9,6	90,4	(177)	3,8	(160)
	Población madura (46 a 65)	5,3	94,7	(319)	4,3	(302)
	Población jubilada (> de 65)	5,3	94,7	(38)	4,5	(36)
	Media de edad	36,9	43,2	(796)	3,9	(710)
Nivel de estudios	ESO o menos	20,2	79,8	(94)	3,5	(75)
	Bachillerato, BUP, COU, FP	9,9	90,1	(222)	3,7	(200)
	Universitarios / postgrado	7,0	93,0	(471)	4,1	(438)
Situación laboral actual	Trabaja	9,0	91,0	(523)	3,9	(476)
	Jubilado / pensionista	9,1	90,9	(77)	4,3	(70)
	Parado	13,0	87,0	(77)	2,9	(67)
	Estudiante	8,3	91,7	(84)	4,1	(77)
	Trabajo doméstico no pagado	11,1	88,9	(27)	3,6	(24)
¿Cuál es su cualificación profesional?	Empresario/directivo	10,8	89,2	(120)	4,6	(107)
	Técnico superior	7,7	92,3	(221)	4,0	(204)
	Técnico medio	10,0	90,0	(250)	3,6	(225)
	Administrativo o sin cualificación	6,9	93,1	(87)	3,6	(81)
¿Dónde reside habitualmente?	Valladolid ciudad	5,4	94,6	(554)	4,0	(524)
	Otro municipio de la provincia	10,6	89,4	(160)	3,6	(143)
	Otra provincia o CCAA	35,0	65,0	(80)	3,9	(52)
Total		9,5	90,5	(789)	3,9	(714)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

1.3. SÍNTESIS DE RESULTADOS: CARACTERÍSTICAS MÁS RELEVANTES DE LOS ESPECTADORES. DIFERENCIAS ENTRE ABONADOS Y NO ABONADOS

De todos los datos que hemos analizado en los dos apartados anteriores podemos extraer el siguiente **perfil de los espectadores del Teatro Calderón**: desde el punto de vista **sociodemográfico**, se trata de un público que se caracteriza por su alto nivel de formación y cualificación profesional (el 67% tiene estudios universitarios y el 77% son técnicos o directivos), su edad madura (con una media de 49 años) y su alto índice de actividad laboral (el 60% trabaja y el 7% estudia, a pesar de tener un peso muy importante la población jubilada), y en el que predominan la mujeres sobre los hombres y, desde el punto de vista como **consumidor cultural**, por tener una preferencia clara por las artes escénicas clásicas o tradicionales (teatro, musicales, danza, ópera y zarzuela) y mantenerse fiel a la programación del Calderón, lo que no es óbice para que también frecuente otros espacios culturales de la ciudad donde desarrollan preferentemente estas disciplinas artísticas. La gran mayoría de este público es vallisoletano (el 79% reside en el municipio de Valladolid), pero hay una presencia importante (el 21%) de personas de fuera de la ciudad, incluso de otras provincias. (Ver cuadros 1.1 y 1.13).

Pero este perfil general del conjunto de espectadores que acuden a las representaciones del Calderón a lo largo del año **varía mucho según se trate de abonados y no abonados**. Unas diferencias que son especialmente marcadas en la edad (con una media de 57,5 años los abonados y 42,8 los no abonados), que es la variable que determina, en gran parte, el resto de diferencias que hemos visto anteriormente, tanto en el perfil sociodemográfico como en el de consumidor cultural.

Por lo que se refiere al perfil **sociodemográfico**, dichas diferencias se ponen especialmente de manifiesto en la situación ocupacional: **mientras que entre los abonados casi la mitad (el 44%) es población laboralmente inactiva, especialmente jubilados (que suponen el 37% de los abonados)**, siendo su índice de ocupación laboral similar al de la media de la población, **entre los no abonados predomina claramente la población activa (con**

un índice de ocupación laboral muy alto -el 65,8% trabajan y el 11% estudian-), mientras la proporción de jubilados es muy pequeña (el 10%). Pero también se dan otras diferencias relevantes como que la proporción de titulados universitarios y de empresarios y directivos es superior entre los abonados que entre los no abonados, y que la proporción de espectadores de fuera de la ciudad es mucho mayor entre los no abonados que entre los abonados. Cabe, además, destacar otra diferencia que resulta llamativa y que es consecuencia de las diferencias de edad y ocupación, antes señaladas: mientras casi la mitad de los no abonados (el 47%) suele adquirir las entradas a través de Internet, la proporción de abonados que utiliza este medio es solo del 10%. (Ver cuadro 1.1).

Por lo que respecta al perfil como **consumidor cultural**, las diferencias en cuanto a preferencias artísticas también resultan muy marcadas, como vemos en el cuadro 1.13: **aparte del teatro, en lo que coinciden abonados y no abonados, los abonados se sienten atraídos especialmente por las disciplinas artísticas tradicionales (ópera, danza y zarzuela) mientras que los no abonados priorizan las disciplinas más modernas (los musicales y los conciertos de pop/rock)**. Relacionado con lo anterior, se observan también grandes diferencias respecto a los espacios y/o actividades culturales y/o artísticas a las que acuden fuera del Calderón: mientras los abonados se decantan claramente por el Auditorio Miguel Delibes y Teatro Zorrilla, los no abonados tienen intereses mucho más diversos. Estas diferencias en cuanto al perfil cultural van muy asociadas al diferente perfil sociodemográfico entre abonados y no abonados, antes señalado, especialmente por lo que respecta a la edad y ocupación, como se puede comprobar en el cuadro 1.14. De lo que se deduce que el diferente perfil cultural entre abonados y no abonados no tiene su base en el hecho de ser abonado o no, sino en las diferentes características sociodemográficas actuales de uno y otro colectivo.

Cuadro 1.13. Perfil como consumidor cultural de los espectadores del Calderón. Diferencias entre abonados y no abonados. (Porcentajes en vertical)

		No abonado	Abonado	Total
<i>Disciplinas artísticas que más le interesan (respuesta múltiple: los porcentajes suman más de 100)</i>	Teatro	50,5	49,9	50,3
	Danza	16,5	21,6	18,5
	Ópera	10,6	27,8	17,4
	Zarzuela	7,4	17,4	11,4
	Infantil/Juvenil	6,2	0,9	4,1
	Musicales	50,7	14,4	36,3
	Conciertos de pop/rock	12,4	2,6	8,5
	Conciertos de música clásica	7,9	4,5	6,6
	Circo	6,9	2,8	5,3
	Otros	2,4	5,1	3,4
<i>Suele asistir a otras manifestaciones artísticas y/o culturales en la ciudad?</i>	No	22,6	14,0	19,2
	Sí	77,4	86,0	80,8
<i>Otros espacios o manifestaciones artísticas y/o culturales a las que acude, aparte del Teatro Calderón. (Solo los que han respondido sí en la pregunta anterior)</i>	Auditorio Miguel Delibes	19,9	43,8	30,3
	Teatro Zorrilla	16,1	19,1	17,4
	Teatro	15,1	5,8	11,1
	Conciertos	10,5	11,6	11,0
	Cine	8,6	5,5	7,3
	LAVA, Cúpula del Milenio*	9,2	3,8	6,9
	T.A.C., actividades en Plaza Mayor/aire libre	4,4	2,5	3,6
	Exposiciones	3,1	3,3	3,2
	Museos	3,1	1,0	2,2
	Teatro Calderón, otras salas del teatro	1,7	0,5	1,2
	Espectáculos escénicos	1,3	0,3	0,9
	Bares y pubs con actividades culturales	1,1		0,7
	Todo lo que puedo	1,0		0,5
	Espectáculos infantiles	0,8		0,4
	Otros	4,0	2,8	3,5
<i>Como suele adquirir las entradas</i>	En taquilla	52,9	89,5	66,3
	Por Internet	45,1	10,5	32,4
	Ambos	2,0		1,3
<i>(Bases)</i>		<i>(801)</i>	<i>(510)</i>	<i>(1.311)</i>

* LAVA, Cúpula del Milenio, centros cívicos, municipales y otras actividades municipales

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 1.14. Perfil como consumidor cultural de los espectadores del Calderón, según edad y ocupación
(Porcentajes en vertical).

		Edad			Ocupación		TOTAL
		<41 años	41 a 60	>60	Activos Labor.	No activos**	
<i>Disciplinas artísticas que más le interesan (respuesta múltiple: los porcentajes suman más de 100)</i>	Teatro	46,9	54,3	51,0	50,5	52,5	51,0
	Danza	12,3	21,5	20,7	18,3	19,6	18,6
	Ópera	9,2	21,5	21,4	16,7	21,1	17,8
	Zarzuela	4,6	10,2	21,1	8,3	19,9	11,2
	Infantil/Juvenil	6,7	3,3	1,6	4,9	1,8	4,1
	Musicales	54,6	35,1	18,8	42,2	22,3	37,2
	Conciertos de pop/rock	18,5	7,3	0,7	11,5	1,5	9,0
	Conciertos de música clásica	4,1	8,5	6,6	6,5	6,8	6,6
	Circo	12,1	3,1	1,3	6,8	1,5	5,5
	Otros	2,6	3,4	4,9	3,3	4,5	3,6
<i>¿Suele asistir a otras manifestaciones artísticas y/o culturales?</i>	No	29,4	12,9	15,4	20,6	13,7	18,9
	Sí	70,6	87,1	84,6	79,4	86,3	81,1
<i>Otros espacios o manifestaciones artísticas y/o culturales a las que acude en Valladolid, aparte del Teatro Calderón</i>	Auditorio Miguel Delibes	14,6	34,8	37,0	28,6	34,0	30,1
	Teatro Zorrilla	15,9	15,6	22,6	15,3	22,8	17,4
	Teatro	14,2	10,2	10,9	11,6	10,4	11,3
	Conciertos	12,4	9,9	10,9	11,3	10,0	11,0
	Cine	7,5	7,6	4,3	7,4	5,8	6,9
	LAVA, Cúpula del Milenio*	11,1	7,3	3,0	8,1	3,9	6,9
	T.A.C., actividades en la Plaza Mayor y al aire libre	7,1	3,5	0,9	4,7	1,2	3,7
	Exposiciones	4,0	2,8	2,6	3,1	3,5	3,2
	Museos	2,2	2,4	1,7	2,2	1,9	2,1
		Teatro Calderón, otras salas del teatro	2,2	1,1	0,4	1,6	0,4
<i>(Solo los que han respondido sí en la pregunta anterior)</i>	Espectáculos escénicos	0,9	1,1	0,9	0,9	1,2	1,0
	Bares y pubs con actividades culturales	2,2	0,2		0,9		0,6
	Todo lo que puedo	0,4	0,9		0,7		0,5
	Espectáculos infantiles	0,9	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4
	Otros	4,4	2,6	4,3	3,1	4,6	3,5
		En taquilla	48,7	65,7	88,1	59,2	85,3
<i>Como suele adquirir las entradas</i>	Por Internet	48,7	33,4	11,9	39,1	14,7	33,2
	Ambos	2,6	0,9		1,6		1,2
<i>(Bases)</i>		<i>(377)</i>	<i>(595)</i>	<i>(292)</i>	<i>(978)</i>	<i>(321)</i>	<i>(1.299)</i>

* LAVA, Cúpula del Milenio, centros cívicos, municipales y otras actividades municipales

** **Activos laboralmente** incluye a los que están trabajando, los parados y los estudiantes y **no activos laboralmente**, a los jubilados y a los que dicen que su ocupación es el trabajo doméstico no remunerado

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



2 MEDIOS A TRAVÉS DE LOS CUALES SE INFORMAN HABITUALMENTE DE LA PROGRAMACIÓN

2.1. MEDIOS QUE UTILIZAN PARA INFORMARSE

Los dos medios más utilizados por los espectadores del Calderón para informarse de la programación son la prensa escrita y la web del propio teatro. Le siguen a bastante distancia, y por este orden, los carteles/programas, la revista Entremés, el boca-oído (familiares y amigos) y la radio. El resto de medios son muy poco utilizados.

A este respecto, se observan algunas diferencias significativas entre abonados y no abonados. Como vemos en el cuadro 2.1, la prensa escrita es, con diferencia, el medio más utilizado por los abonados para informarse (lo utilizan el 52%), mientras que entre los no abonados el más utilizado es la web (el 52%), aunque le prensa tenga también gran incidencia (42%). También se observan grandes diferencias respecto al nivel de uso de las fuentes informales o no regladas (el boca-oído o relaciones personales) como medios de información, jugando un papel mucho más relevante entre los no abonados que entre los abonados (destacan este medio como fuente informativa el 13% de los abonados, mientras que

entre los no abonados este porcentaje sube al 28,5%). Aunque esta última diferencia resulta bastante lógica, si tenemos en cuenta que el abonado tiene un índice de fidelización a la programación del Calderón muy superior a la del no abonado, como ya vimos en el capítulo anterior, por lo que ya dispone de una motivación e información personal previas sobre la programación en general, que hace innecesario acudir a otras personas en busca de esa información que suele ir mezclada de valoración de la programación o actividad. Por lo que se refiere al resto de los medios hay bastante coincidencia entre ambos colectivos respecto al orden de preferencia, aunque varía un poco en cuanto a la intensidad de uso o impacto de cada medio, los carteles/programas y la revista Entremés son más utilizados por los abonados que por los no abonados, mientras que respecto a la radio sucede lo contrario. Sintetizando, podemos decir que los abonados utilizan bastante más que los no abonados los medios escritos, mientras que estos utilizan bastante más que los abonados la web, los medios audiovisuales y las relaciones interpersonales.

Cuadro 2.1. Proporción de espectadores* que, para informarse de la programación del Teatro Calderón, han utilizado cada uno los de medios que se indican

	No abonado	Abonado	Total
Prensa escrita	42,3	51,8	46,1
Web del Calderón	52,1	34,7	45,2
Carteles/Programas	30,2	36,8	32,8
Revista Entremés	21,8	25,1	23,1
Familiares o amigos	28,5	12,6	22,1
Radio	17,1	9,0	13,9
Televisión	4,3	1,3	3,1
Otras webs	3,5	2,4	3,1
Otros	2,7	6,9	4,4

* La pregunta que se formuló a los encuestados fue: ¿A través de qué medios suele informarse de la programación del Teatro Calderón? La pregunta fue de respuesta múltiple.

En el cuadro se recoge únicamente el porcentaje de los que han respondido que sí se han informado a través de ese medio dentro de cada colectivo (no abonados, abonados y total), por lo que la diferencia hasta 100 corresponde a los que no se han informado a través de dicho medio.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Con vistas al diseño de una estrategia de información y difusión de la programación, conviene tener en cuenta no solo las diferencias entre abonados y no abonados, sino también las que se dan entre los distintos espectadores, en función de sus características socio demográficas. Dichas diferencias las recogemos en el cuadro 2.2.

De todas ellas, las más relevantes son las producidas por la edad, ya que estas condicionan, de modo importante, las observadas en el resto de variables. Como vemos en el cuadro, el uso de los medios tradicionales de información (especialmente prensa y revista Entremés) sube a medida que aumenta la edad del espectador, mientras que con la página web y los canales informales de información (boca-oreja) sucede a la inversa (su uso se acrecienta a medida que bajamos en la edad).

Las diferencias observadas en función de la formación, ocupación y cualificación profesional están muy condicionadas por la edad, como hemos señalado. No obstante, conviene destacar algunas de ellas, porque resul-

tan interesantes como complementarias de las señaladas anteriormente. Por ejemplo, resultan muy llamativas las diferencias entre la población activa laboralmente (trabajadores, parados y estudiantes¹³) y la no activa (jubilados y amas de casa) respecto al uso de Internet como medio de información: el nivel de utilización de la web del Calderón para informarse es más del doble entre los primeros que entre los segundos. Relacionado a su vez con este dato, también resulta interesante constatar el alto índice de uso de la web entre los técnicos superiores si lo comparamos con el resto.

Otra diferencia, que en este caso resulta obvia, pero que también es de interés destacar, a fin de tenerla en cuenta en la estrategia informativa, es la que se produce en función del lugar de residencia: los de fuera de la ciudad, especialmente los de fuera de la provincia, a la hora de informarse sobre la programación del Calderón utilizan Internet en bastante mayor medida que los residentes en el municipio, mientras que usan bastante menos que estos los medios escritos (prensa, carteles, Entremés, etc.).

¹³ Como ya hemos hecho en el capítulo anterior, incluimos a los estudiantes dentro de la variable “activos laboralmente”, porque a pesar de que el INE los considera como población inactiva, su situación ocupacional hace que los estudiantes se parezcan sociológicamente mucho más a la población activa (trabajadores y parados) que a la inactiva (jubilados, amas de casa, etc.).

Cuadro 2.2. Proporción de espectadores* que, para informarse de la programación del Teatro Calderón, han utilizado cada uno de medios que se señalan en la cabecera del cuadro, según características sociodemográficas. (Leer en horizontal).

		Prensa escrita	Web del Calderón	Carteles/ Programas	Rev. Entre-més	Familiares o amigos	Radio	Televisión	Otras webs	Otros
Sexo	Hombre	46,2	45,7	31,5	22,5	19,3	13,6	1,8	3,0	4,4
	Mujer	45,9	46,2	33,3	24,2	23,7	14,5	3,8	3,1	4,3
Edad	Jóvenes (hasta 25)	19,2	49,6	35,2	13,6	40,0	15,2	4,0	4,8	4,8
	Jóvenes adultos	34,5	69,0	30,4	17,9	28,0	16,1	6,5	5,4	4,2
	Adultos	36,0	57,3	32,2	22,6	27,6	13,4	4,2	3,8	2,1
	Población madura	55,1	43,4	33,5	25,8	17,6	15,2	2,4	2,4	5,0
	Población jubilada	55,7	15,3	33,0	29,0	15,3	10,8	1,7	1,1	4,0
	Media de edad	51,9	44,0	48,4	51,0	43,1	46,8	42,0	40,0	48,6
Nivel de estudios	ESO o menos	37,9	30,2	30,2	12,9	35,3	19,8	6,0	2,6	2,6
	Bachillerato, FP	42,4	46,0	29,6	24,1	25,6	18,3	4,0	4,0	2,7
	Universitarios	48,8	48,9	34,2	24,4	19,7	12,2	2,7	2,8	4,9
Situación laboral actual	Trabaja	48,3	54,4	31,3	23,1	23,4	14,1	3,6	3,6	4,2
	Jubilado / pensionista	52,6	23,5	31,3	28,7	15,1	11,4	1,5	0,7	4,4
	Parado	40,2	52,9	40,2	22,5	21,6	19,6	4,9	4,9	3,9
	Estudiante	16,7	50,0	35,3	10,8	37,3	13,7	4,9	4,9	7,8
	Trabajo domést. no pagado	47,7	21,5	33,8	27,7	16,9	21,5	1,5		1,5
Cualificación profesional	Empresario/directivo	51,1	41,8	26,2	22,2	20,0	12,4	1,8	2,7	6,2
	Técnico superior	45,2	56,9	32,5	22,6	17,4	12,5	3,4	2,9	4,2
	Técnico medio	51,3	45,0	35,7	23,7	23,7	16,4	4,4	3,2	2,2
	Administrativo/sin cualif.	40,0	38,7	34,0	26,7	27,3	17,3	2,7	5,3	5,3
Dónde reside	Valladolid ciudad	46,8	45,2	34,1	27,1	20,6	13,2	2,5	2,6	4,5
	Otro munic. provincia	49,0	47,4	28,9	10,8	28,9	20,6	4,6	4,1	2,6
	Resto	33,0	53,8	19,8	6,6	27,5	13,2	8,8	5,5	6,6
Total		46,0	46,1	32,7	23,7	22,3	14,2	3,2	3,1	4,3

* Como en el cuadro anterior, en este se recoge únicamente el porcentaje de los que han respondido que sí se han informado a través de ese medio dentro de cada colectivo, por lo que la diferencia hasta 100 corresponde a los que no se han informado a través de dicho medio.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

2.2. MEDIOS DE INFORMACIÓN PREFERENTES

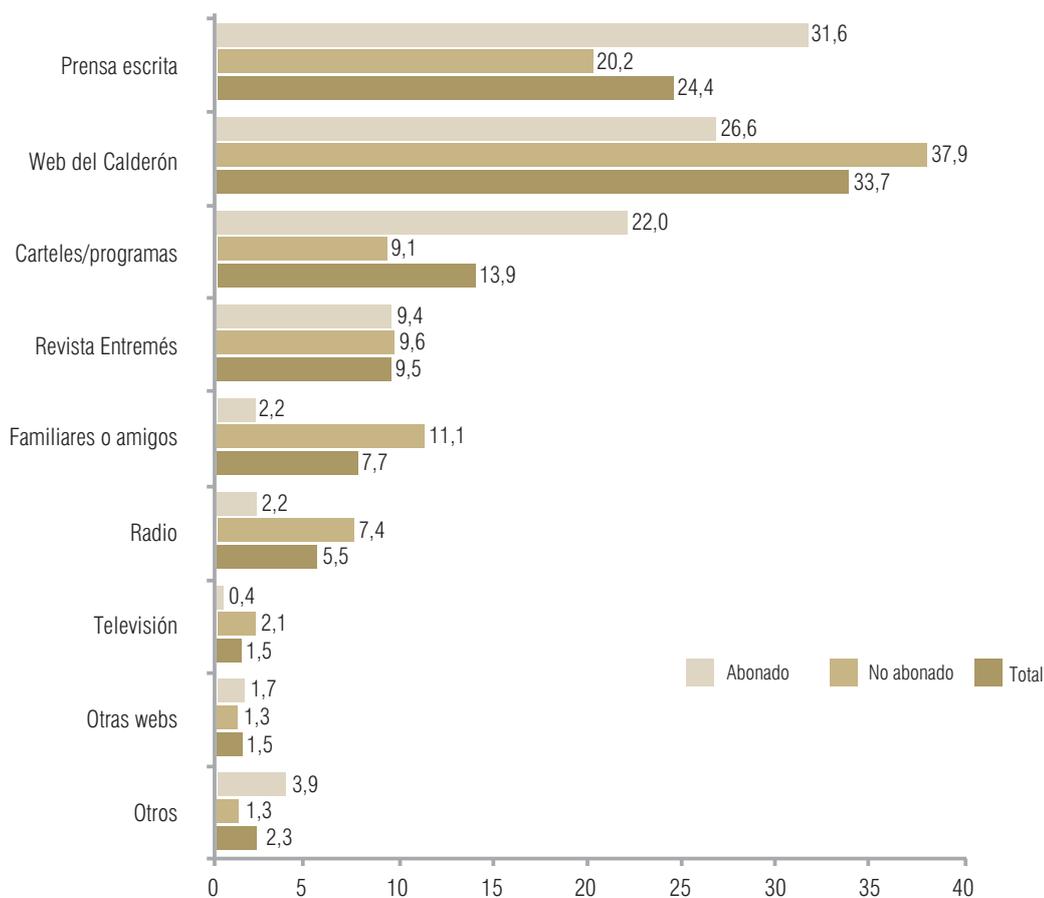
Para una estrategia de comunicación resulta de interés conocer no solo los medios más utilizados por los usuarios para informarse, sino también los que estos prefieren, pues suelen ser los que tienen más impacto en ellos. Por esto, se formuló a los encuestados la siguiente pregunta: *¿De los que ha señalado anteriormente ¿cuál prefiere?* Los resultados a esta pregunta se recogen en el gráfico 2.1, en el que se refleja, a parte de las preferencias del conjunto de espectadores, las diferencias a este respecto entre abonados y no abonados.

Como vemos en el gráfico, el ranking de preferencia coincide bastante con el nivel de uso, aunque en el nivel de intensidad se observan matices importantes que hay que tener en cuenta: **la web del Calderón es, con diferencia, el medio de difusión preferido por los espectadores en su conjunto para informarse** (aunque

en el caso de los abonados la prioridad se la lleva la prensa escrita). Le sigue en interés la prensa escrita. A continuación, y a bastante distancia de los dos medios anteriores, se sitúan, por este orden, los carteles/programas, la revista Entremés y los familiares/amigos. El resto de medios despiertan entre los espectadores un interés bastante reducido, salvo la radio, que lo señalan como medio preferido para informarse uno de cada dieciocho espectadores (el 5,5%).

A este respecto, **una vez más, hay que destacar las diferencias entre abonados y no abonados. Para los abonados, los medios preferidos para informarse son los escritos** (especialmente la prensa y los carteles/programas, los cuales tienen una incidencia mucho mayor que entre los no abonados), aunque la web del propio Calderón también tenga bastante interés; **mientras que**

Gráfico 2.1. Medios de información que los espectadores prefieren* y diferencias entre abonados y no abonados a este respecto. (Bases: 1.227)



* La pregunta que se formuló a los encuestados fue: De los que ha señalado anteriormente, ¿cuál es el que prefiere? En este caso se trató de una pregunta cerrada de una única respuesta.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

para los no abonados la prioridad se la lleva claramente la web, aunque los medios escritos también tengan bastante interés, especialmente la prensa. Cabe también destacar el papel relevante que el boca-oreja juega entre los no abonados, mientras que entre los abonados este medio informal de información tiene un papel muy escaso; una diferencia que parece bastante lógica, por lo que ya hemos comentado anteriormente.

Pero, aparte de las diferencias entre abonados y no abonados, y de cara a configurar una estrategia de comunicación, es necesario tener también en cuenta el ranking de preferencia de los distintos colectivos de espectadores. Por ello, en el cuadro 2.3 se recogen las prioridades en función del sexo, la edad, el nivel de estudios, la situación laboral, la cualificación profesional y la procedencia.

Como ocurría en el nivel de uso, también aquí las diferencias más relevantes son las producidas por la edad. Como observamos en el cuadro, **a medida que sube la edad de los espectadores aumenta la preferencia por los medios escritos (especialmente la prensa), mientras que con relación a la web sucede lo contrario** (su interés se incrementa en la misma medida que desciende la edad de los espectadores). También resultan muy relevantes las diferencias en función de la situación laboral. Mientras que para la población activa laboralmente (trabajadores, parados y estudiantes) la web es un medio

de gran interés (lo señalan como prioritario cuatro de cada diez), para los no activos laboralmente (jubilados y amas de casa) este medio tiene un interés mucho más reducido (lo señalan como preferente menos de 2 de cada diez), resultando lo contrario respecto a los medios escritos (con una preferencia mucho mayor entre los jubilados y amas de casa que entre los que están activos laboralmente). Respecto al resto de diferencias cabe destacar también algunas producidas en razón del nivel de estudios, cualificación profesional y procedencia, aunque son menos relevantes que las anteriores. Como podemos ver en el cuadro, el interés por la web se incrementa con el nivel de formación y de cualificación profesional, así como con la lejanía de Valladolid (a mayor nivel de estudios, mayor cualificación profesional y mayor lejanía de la ciudad, mayor es el interés por este medio de información), mientras que resulta lo contrario respecto al boca-oreja como medio de información (su interés aumenta a medida que desciende en el nivel de estudios y la cualificación profesional). Por lo que se refiere a la variable distancia, el boca-oreja como medio de información tiene una gran incidencia entre los espectadores que proceden de fuera de la ciudad (lo señala como medio preferente uno de cada siete de los de fuera de Valladolid), mientras que para los residentes en el municipio juega un papel mucho menor, aunque también resulte significativo, especialmente entre los no abonados, como ya hemos señalado.



Cuadro 2.3. Medio de información que los espectadores prefieren para informarse de la programación del Teatro Calderón, según características sociodemográficas. (Porcentajes en horizontal).

		Web del Calderón	Otras webs	Prensa escrita	Carteles/ programas	Revista Entremés	Radio	Televisión	Familiares o amigos	Otros	(Bases)
Sexo	Hombre	35,6	1,2	23,2	12,4	8,8	5,1	1,0	9,5	3,2	(410)
	Mujer	32,9	1,5	24,0	14,3	10,5	6,0	1,7	7,2	1,8	(845)
Edad	Jóvenes (< 25 años)	35,5	1,7	9,1	14,9	7,4	6,6	0,8	22,3	1,7	(121)
	Jóvenes adultos	47,8	2,5	12,6	7,5	8,2	7,5	3,8	6,9	3,1	(159)
	Adultos	44,7	1,8	12,4	10,2	9,7	8,0	1,3	11,5	0,4	(226)
	Población madura	31,4	1,0	28,8	14,3	10,5	5,2	1,4	4,5	2,8	(573)
	Población jubilada	11,7	1,3	44,2	20,8	12,3	1,9	0,6	5,2	1,9	(154)
	Media de edad		44,1	42,2	54,6	51,3	49,5	42,6	43,7	39,4	49,2
Nivel de estudios	ESO o menos	21,6	0,9	18,9	10,8	9,9	9,9	1,8	23,4	2,7	(111)
	Bachillerato, FP	35,6	2,0	20,5	11,6	9,6	6,6	2,0	10,6	1,7	(303)
	Universitarios	35,6	1,3	25,9	14,1	9,6	4,8	1,3	4,8	2,5	(834)
Situación laboral actual	Trabaja	39,5	1,8	22,2	10,6	9,4	6,0	1,8	6,4	2,1	(762)
	Jubilado / pensionista	18,3	0,4	36,2	20,9	14,0	2,6	0,4	4,7	2,6	(235)
	Parado	40,4	1,1	19,1	12,8	6,4	7,4	2,1	8,5	2,1	(94)
	Estudiante	38,1	2,1	6,2	12,4	5,2	7,2	1,0	23,7	4,1	(97)
	Trabajo doméstico	13,3		31,7	18,3	10,0	10,0	1,7	13,3	1,7	(60)
Cualificación profesional	Empresario/directivo	32,4	1,9	30,0	10,6	9,2	5,8	0,5	5,8	3,9	(207)
	Técnico superior	41,8	1,4	21,7	12,3	9,5	5,3	1,9	3,9	2,2	(359)
	Técnico medio	33,2	1,3	25,2	14,1	9,8	5,7	2,1	7,5	1,3	(389)
	Administrativo/sin c.	23,7	2,2	20,0	16,3	12,6	7,4	1,5	15,6	0,7	(135)
Dónde reside habitualmente	Valladolid ciudad	33,1	1,1	24,5	15,0	11,7	4,9	1,0	6,3	2,4	(986)
	Otro municipio prov.	34,8	2,7	26,2	8,0	2,7	10,7	1,1	12,8	1,1	(187)
	Resto	45,2	2,4	11,9	4,8	3,6	6,0	8,3	14,3	3,6	(84)
Total		33,8	1,4	23,7	13,7	10,0	5,7	1,4	8,0	2,2	(1.255)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



3 VALORACIÓN DEL TEATRO CALDERÓN

Para analizar la evaluación o valoración que hacen los espectadores del Teatro Calderón nos vamos a centrar en tres aspectos: el funcionamiento del teatro, su oferta

o programación y lo que más y lo que menos les gusta de este espacio escénico.

3.1. GRADO DE SATISFACCIÓN CON EL FUNCIONAMIENTO

Por lo que se refiere al funcionamiento del Calderón, se pidió a los encuestados que valoraran de 0 a 10 los seis aspectos que, a nuestro entender, configuran el funcionamiento del Teatro con relación al público, y, en todo caso, aquellos que el espectador puede valorar con más precisión, al percibirlos de manera directa. Los resultados a esta pregunta se recogen en el cuadro 3.1.

Tales resultados ponen de manifiesto un alto grado de satisfacción con el funcionamiento del Teatro Calderón,

especialmente en lo que se refiere a limpieza y al trato del personal (tanto en sala y guardarropa como en taquilla), lo que se puede apreciar claramente observando el gráfico 3.1, en el que se refleja la proporción de espectadores que se manifiestan satisfechos con estos servicios (el 90% los valoran como bastante bien o muy bien).

Cuadro 3.1. Grado de satisfacción de los espectadores con cada uno de los siguientes aspectos del Teatro Calderón. (Categorías agrupadas*). (Porcentajes en horizontal).

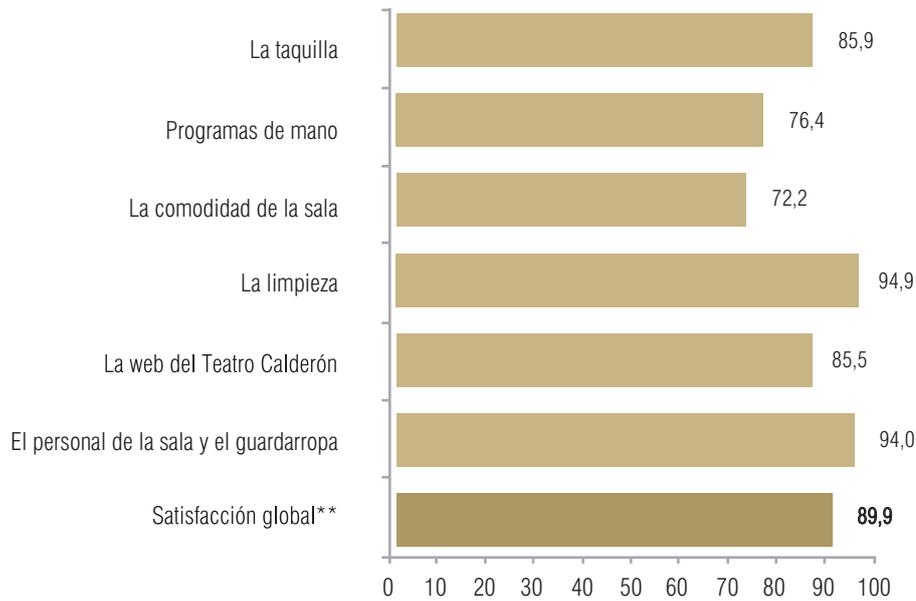
	Muy mal	Bastante mal	Regular/ aceptable	Bastante bien	Muy bien	Media global (de 0 a 10)	(Bases)
La taquilla	0,5	1,2	12,4	41,5	44,4	8,2	(1.197)
Programas de mano	2,0	3,5	18,1	43,4	33,0	7,6	(1.229)
La comodidad de la sala	2,3	4,4	21,1	44,7	27,4	7,4	(1.283)
La limpieza	0,2	0,5	4,4	34,8	60,0	8,7	(1.289)
La web del Teatro Calderón	0,3	2,6	11,5	49,5	36,0	7,9	(944)
El personal de sala y guardarropa	0,4	0,3	5,4	36,5	57,5	8,6	(1.174)
Grado de satisfacción global**	0,1	0,5	9,5	55,5	34,3	8,1	(1.316)

* Equivalencias de las categorías de la cabecera del cuadro con las puntuaciones de 0 a 10, dadas por los encuestados: Muy mal: de 0 a 2; Mal: 3 y 4; Regular/aceptable: 5 y 6; Bastante bien: 7 y 8; Muy bien: 9 y 10.

** El grado de satisfacción global es la media de las puntuaciones dadas por cada encuestado a todos los aspectos concretos que ha valorado (la taquilla, el programa de mano, la comodidad de la sala, la limpieza, la web del teatro y el personal de la sala y guardarropa).

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Gráfico 3.1. Porcentaje de espectadores satisfechos* con cada uno de los aspectos del Teatro Calderón y porcentaje de satisfacción global. (Bases: 1.316)



* La categoría **satisfechos** agrupa las calificaciones de 7 a 10 dadas por los espectadores del Teatro Calderón, y los porcentajes de las barras del gráfico representan la proporción de espectadores que han dado esa valoración; el resto, hasta 100, sería la proporción de los que han dado unas puntuaciones inferiores (de 0 a 6).

** El porcentaje de **satisfacción global** es la proporción de espectadores cuya media de puntuación al conjunto de los 6 aspectos está entre 7 y 10. Lo que se puede traducir como proporción de espectadores satisfechos con el funcionamiento del Teatro Calderón (es decir, con el conjunto de los 6 aspectos que configuran dicho funcionamiento).

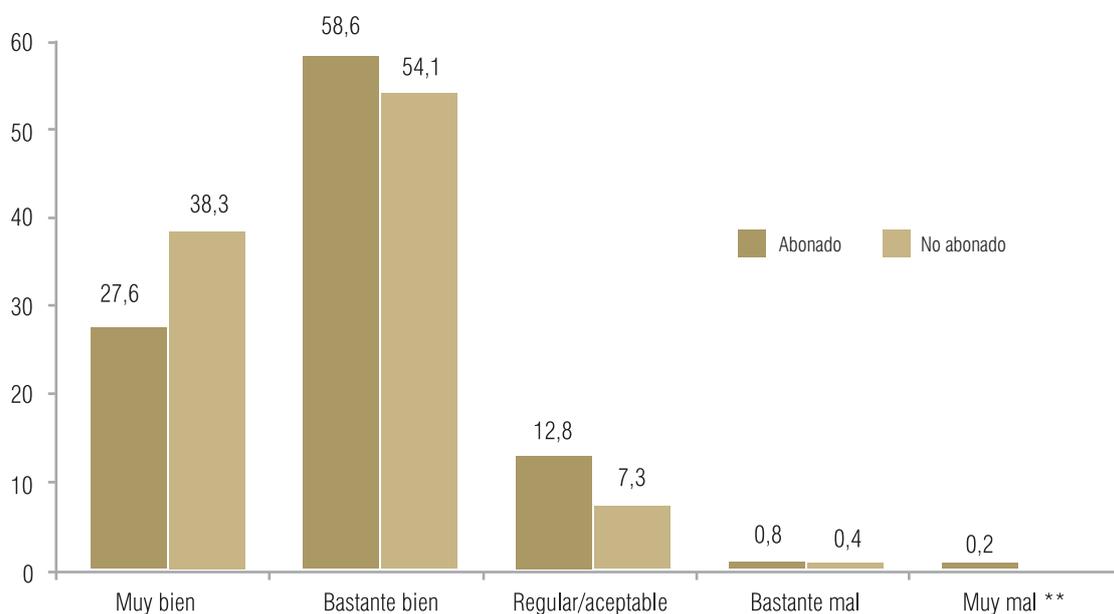
Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

En este caso, las diferencias entre abonados y no abonados son pequeñas, lo que resulta relevante, dadas las diferencias de opinión que hemos visto en los distintos aspectos que hemos analizado anteriormente. Ambos colectivos están bastante satisfechos con el funcionamiento del teatro, como se puede ver en el gráfico 3.2,

aunque los abonados se muestran ligeramente más críticos (o ligeramente menos satisfechos) que los no abonados (la puntuación media de 0 a 10 del conjunto de los 6 aspectos, o grado de satisfacción global, es de 7,8 entre los abonados y de 8,2 entre los no abonados, siendo la media del conjunto de espectadores de 8,1).



Gráfico 3.2. Valoración global* que los espectadores hacen del funcionamiento del Teatro Calderón en su conjunto, según sean abonado o no abonados. (La media de la puntuación media global de 0 a 10 es de 7,8 en el caso de los abonados y de 8,2 en el caso de los no abonados). (Bases: Abonados, 493; no abonados, 771).



* Valoración global o **grado de satisfacción global** de cada espectador es el resultado obtenido de la media de las puntuaciones dadas por cada encuestador a los seis aspectos por los que se le preguntó (la taquilla, el programa de mano, la comodidad de la sala, la limpieza, la web del teatro y el personal de la sala y guardarropa).

** Equivalencias de las categorías a las puntuaciones dadas de 0 a 10: Muy mal: de 0 a 2; Mal: 3 y 4; Regular/aceptable: 5 y 6; Bastante bien: 7 y 8; Muy bien: 9 y 10

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

También resulta relevante destacar que apenas se observan diferencias a este respecto entre los distintos perfiles sociológicos de los espectadores, sin que la edad, nivel de estudios, situación laboral, cualificación profesional, etc. influyan de manera significativa en la valoración de los aspectos analizados. En todos los grupos en los que hemos desagregado la información hemos encontrado unas valoraciones muy similares. La única variable que incide en el estado de opinión, generando algunas diferencias significativas es la edad

(a medida que se incrementa esta los espectadores se muestran más críticos). Pero estas diferencias parecen ir asociadas, más que a la edad como tal, a la condición de abonado o no abonado (en la que incide mucho, como ya hemos visto, la edad: la proporción de abonados se va incrementando con los años).

De lo que se deduce que **el grado de satisfacción con el funcionamiento del Teatro, además de ser alto, está muy generalizado entre todos los espectadores.**

3.2. GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA OFERTA

Para conocer la opinión de los espectadores sobre la oferta, pedimos a los encuestadores que nos dieran su valoración (de muy mala a muy buena) sobre la calidad y la cantidad de espectáculos que el Teatro Calderón viene desarrollando en su programación.

Como podemos ver en el gráfico 3.3, los espectadores

en su conjunto se muestran bastante satisfechos con los espectáculos que programa el Teatro: **más del 70% considera que tanto la calidad como la cantidad de espectáculos que programa son buenos o muy buenos.** Si las valoraciones cualitativas de muy mala a muy buena las transformamos en calificaciones cuantitativas de 1 a 5¹³ la puntuación media que el conjunto de los especta-

¹³ Equivalencias de las respuestas cualitativas, dadas por los encuestados, a las puntuaciones fijadas para sacar las medias de 1 a 5: Muy mala: 1; Mala: 2; Regular/aceptable: 3; Buena: 4; Muy buena: 5.

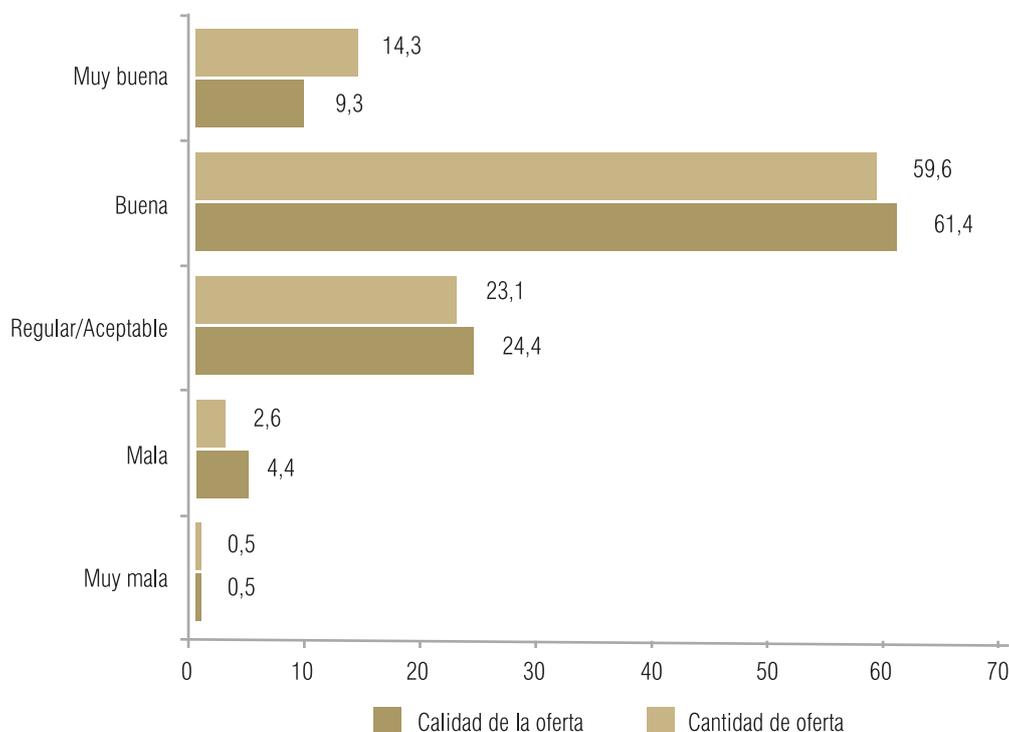
dores dan a la calidad es de **3,8** y a la cantidad **3,7** (que equivale, dentro de las calificaciones tradicionales de 0 a 10 a **7,6** en la calidad y **7,4** en la cantidad, es decir un **notable alto** en ambos casos). Cabe también destacar que la proporción de espectadores que consideran que la programación es mala o muy mala es, estadísticamente hablando, casi irrelevante.

Pero si el conjunto de espectadores lo desagregamos entre abonados y no abonados, observamos unas diferencias bastante notables entre uno y otro colectivo, especialmente en lo que se refiere a la calidad. Como vemos en el cuadro 3.3, **el estado de opinión entre los no abonados es muy positivo respecto a la calidad de la programación (la valoran como buena o muy buena el 88%), mientras que los abonados se muestran mucho más críticos a este respecto: solo la mitad (el 51%) considera que la programación es buena o muy buena, el resto (49%) se muestra bastante crítico con ella, aunque la inmensa mayoría de éstos la considera regular o aceptable** De lo que se deduce que, respec-

to a la calidad de la programación, aunque en ambos colectivos predomina claramente la satisfacción sobre la insatisfacción, como lo pone de manifiesto las puntuaciones medias obtenidas (**4,1** sobre 5 –u 8,2 sobre 10- entre lo no abonados y **3,5** sobre 5 –o 7 sobre 10- entre los abonados, es decir, notable alto en el primer caso y notable raso en el segundo), entre los abonados el estado de opinión se encuentra dividido en dos grandes bloques: los satisfechos con la programación y los no satisfechos con ella, aunque entre estos últimos la inmensa mayoría la considera regular o aceptable, siendo una minoría pequeña los que la consideran mala o muy mala (ver cuadro).

Por lo que se refiere a la cantidad, aunque los abonados también se muestran un poco más críticos que los no abonados, las diferencias entre ambos colectivos son pequeñas: en ambos casos la gran mayoría la considera buena (el 82% en el caso de los no abonados y el 67% en el de los abonados), obteniendo una puntuación media bastante parecida en los dos colectivos.

Gráfico 3.3. Grado de satisfacción de los espectadores del Teatro Calderón con la calidad y con la cantidad de espectáculos que ofrece el Teatro. (Bases: *Calidad: 1.365; Cantidad: 1.343*). (Puntuación media de 1 a 5*: Calidad de la oferta, **3,8**; cantidad de la oferta, **3,7**).



* Equivalencias de las respuestas cualitativas, dadas por los encuestados, a las puntuaciones fijadas para sacar la media de 1 a 5: Muy mal: 1; Mal: 2; Regular/aceptable: 3; Bastante bien: 3; Muy bien: 5.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 3.3. Valoración que hacen los abonados y los no abonados de la calidad y de la cantidad de espectáculos del Teatro Calderón

	Calidad			Cantidad		
	Abonados	No Abonados	Total	Abonados	No Abonados	Total
Muy buena	3,5	20,3	13,8	7,4	10,7	9,4
Buena	47,2	68,0	59,9	59,4	62,7	61,4
Regular/Aceptable	41,3	11,5	23,1	27,3	22,2	24,2
Mala	6,8		2,7	5,2	4,1	4,5
Muy mala	1,2	0,1	0,5	0,8	0,4	0,5
Puntuación media (1 a 5)	3,5	4,1	3,8	3,7	3,8	3,7
<i>(Bases)</i>	<i>(511)</i>	<i>(798)</i>	<i>(1.309)</i>	<i>(502)</i>	<i>(788)</i>	<i>(1.290)</i>

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cruzando los datos anteriores con las variables socio-demográficas observamos que las únicas diferencias de interés entre los distintos colectivos son las producidas por la edad y por la situación de actividad laboral: la valoración baja progresivamente, tanto en lo que se refiere a la calidad como a la cantidad, a medida que aumenta la edad y desciende la condición de activo laboralmente, y a la inversa. Pero, como ya hemos señalado en apartados anteriores, estas dos variables van muy asociadas a la condición de abonado y no abonado, y su incidencia en el estado de opinión a este respecto se manifiesta no directamente sino través de esta condición. Por lo que podemos concluir que la única variable verdaderamente discriminante en el estado de opinión de los espectadores sobre la cantidad y calidad de la programación es el hecho de ser abonado o no serlo, lo que por otra parte resulta bastante lógico, ya que los abonados, además de tener que asistir a un

paquete cerrado de espectáculos –los que incluye su abono específico–, llevan varios años acudiendo de manera regular al Calderón, por lo que resulta razonable que sean más exigentes con lo que se les ofrece que los no abonados, ya que éstos, además de asistir normalmente solo a los espectáculos que más le gustan, acuden al teatro de manera mucho más esporádica, por lo que su valoración de conjunto está sesgada por los espectáculos que a los que han ido (los que coinciden con sus gustos). (Ver cuadro 3.4).

De todos modos, los datos resultan de gran interés de cara a la programación, con vistas a tenerlos en cuenta a la hora de la composición de los espectáculos de los abonos, aspecto que tocaremos más adelante cuando analicemos de manera exclusiva la opinión de los abonados sobre la composición de su abono, y lo que en su opinión debería mejorar.



Cuadro 3.4. Grado de satisfacción de los espectadores del Teatro Calderón con la oferta, tanto en cantidad como en calidad, según distintas variables.

	Valore la oferta del Teatro Calderón en cuanto a cantidad.					Valore la oferta del Teatro Calderón en cuanto a calidad.				
	Mala / Muy mala	Regular/Aceptable	Buena /Muy buena	Media (1 a 5)	(Bases)	Mala / Muy mala	Regular/Aceptable	Buena /Muy buena	Media (1 a 5)	(Bases)
Sexo										
Hombre	4,7	23,3	72,0	3,8	(429)	6,3	25,4	68,3	3,7	(426)
Mujer	2,4	22,4	75,1	3,9	(905)	4,3	23,8	71,9	3,8	(890)
Edad										
Jóvenes (hasta los 35 años)	0,3	12,7	87,0	4,1	(292)	2,7	23,0	74,2	3,9	(291)
Adultos (de 36 a 45 años)	2,6	14,0	83,4	4,0	(235)	5,2	21,6	73,2	3,8	(231)
Población madura 1 (de 46 a 55)	2,4	18,5	79,1	3,9	(335)	3,9	21,2	74,9	3,8	(335)
Población madura 2 (de 56 a 65)	6,1	29,2	64,6	3,6	(277)	6,6	27,2	66,2	3,6	(272)
Población jubilada (más de 65)	3,5	45,9	50,6	3,5	(170)	6,1	26,4	67,5	3,6	(163)
Media de edad	56,2	55,0	45,7	48,1		51,5	49,3	47,3		47,9
Nivel de estudios										
ESO o menos		11,4	88,6	4,2	(114)	2,7	19,8	77,5	3,9	(111)
Bachillerato, BUP, COU, FP	1,2	16,6	82,2	4,0	(326)	4,9	21,3	73,8	3,8	(324)
Universitarios / postgrado	4,1	26,4	69,5	3,8	(883)	5,3	25,3	69,4	3,7	(873)
Situación laboral actual										
Trabaja	2,8	19,8	77,5	3,9	(800)	4,5	23,3	72,1	3,8	(793)
Jubilado / pensionista	5,7	38,8	55,5	3,5	(263)	6,3	27,8	65,9	3,6	(255)
Parado	2,0	17,0	81,0	3,9	(100)	5,9	26,7	67,3	3,7	(101)
Estudiante		8,8	91,2	4,2	(102)	3,0	18,8	78,2	4,0	(101)
Trabajo doméstico no remunerado	3,1	29,7	67,2	3,8	(64)	4,9	23,0	72,1	3,8	(61)
Cualificación profesional										
Empresario/directivo	4,9	24,6	70,5	3,8	(224)	4,6	21,9	73,5	3,8	(219)
Técnico superior	3,2	26,9	69,9	3,8	(375)	5,6	27,3	67,1	3,7	(374)
Técnico medio	3,2	20,5	76,3	3,9	(405)	4,0	22,4	73,6	3,8	(401)
Administrativo o sin cualificación	2,0	18,9	79,1	3,9	(148)	8,2	22,4	69,4	3,7	(147)
Dónde reside										
Valladolid ciudad	3,7	25,5	70,8	3,8	(1.060)	5,6	24,6	69,9	3,7	(1.045)
Otro municipio de la provincia	1,6	14,1	84,4	4,0	(192)	3,2	23,9	72,9	3,8	(188)
Resto		10,2	89,8	4,2	(88)	1,1	16,1	82,8	4,0	(87)
Total	3,1	22,7	74,1	3,8	(1.334)	4,9	24,3	70,7	3,7	(1.316)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

3.3. POR QUÉ VAN AL TEATRO CALDERÓN Y QUÉ ES LO QUE MÁS LES GUSTA Y LO QUE MENOS

Con el fin de conocer el por qué o las raíces de las valoraciones dadas en los dos apartados anteriores, se formuló a los encuestados tres preguntas abiertas: *¿Cuál es el principal motivo por el que elige venir al T. Calderón?, ¿Qué es lo que más le gusta del T. Calderón?* (una respuesta), *¿Y lo que menos, y que, en su opinión, debería cambiar?* (una respuesta). Las respuestas han sido muy variadas en cuanto a su formulación, pero no tanto en cuanto a su contenido, como iremos viendo en los apartados siguientes, lo que nos ha permitido hacer una categorización de las respuestas no excesivamente amplia, y que se recoge en los cuadros y gráficos de los siguientes subapartados.

Para valorar el índice de respuesta a las tres preguntas se ha de tener en cuenta que se trata de pregun-

tas abiertas en una encuesta autocumplimentada, en un contexto bastante incómodo para escribir (sentado en la butaca del teatro o de pie en el vestíbulo y, probablemente, sin respaldo sobre el que sujetar el cuestionario). Por lo que, responder a estas preguntas que suponen escribir un texto no resultaba nada fácil. Por ello, hubiera resultado comprensible que una alta proporción de encuestados no hubiese contestado a ellas. Pero, a pesar de estos condicionantes, el porcentaje de respuesta sobre el total de encuestas recogidas (1.407) fue alto (el 84% respondió a la primera pregunta –principal motivo...-, el 75% a la segunda – lo que más le gusta- y el 54% a la tercera –lo que menos le gusta-). Lo que es un indicador del alto interés de los espectadores en responder al cuestionario, e indirectamente de la calidad de los resultados de la encuesta.

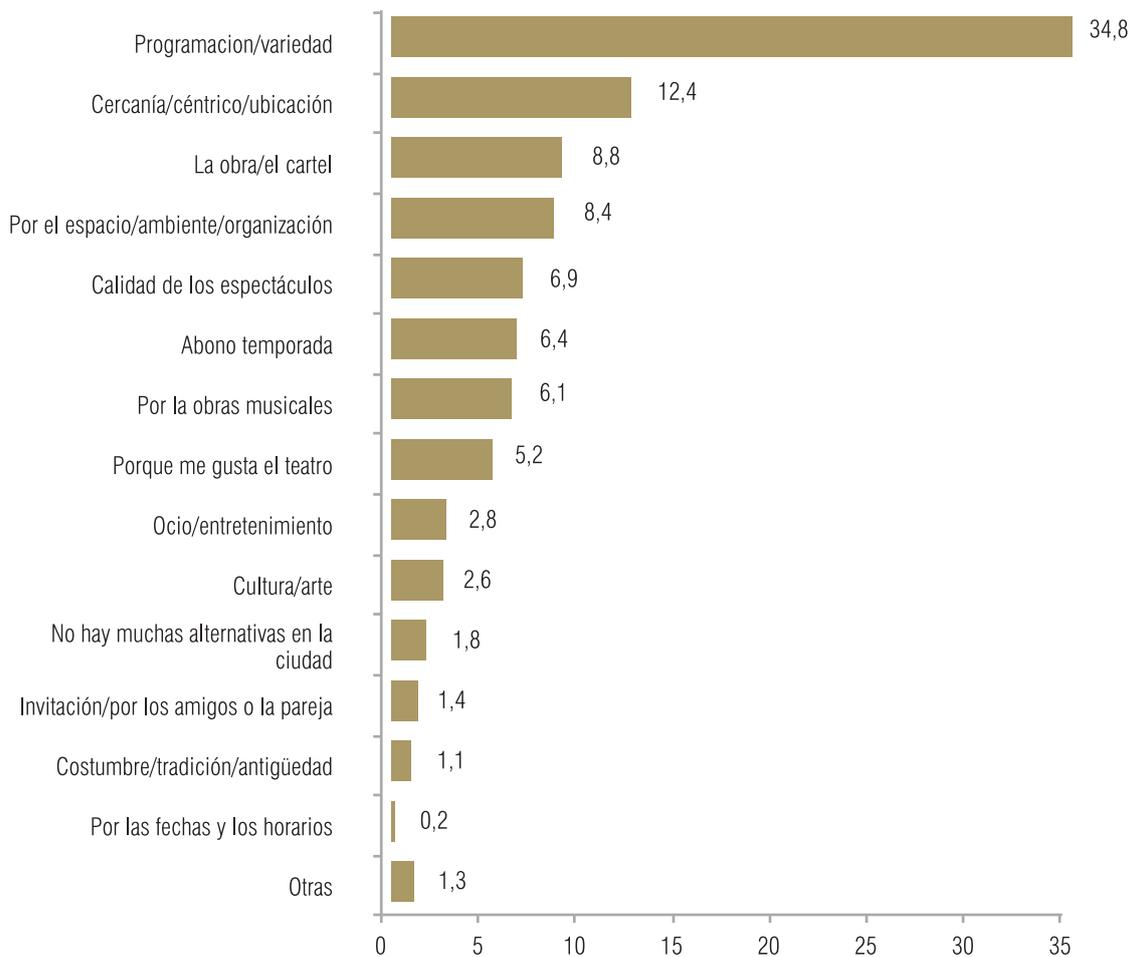
3.3.1. Principal motivo por el que los espectadores van al Teatro Calderón

Como cabía esperar después de ver la alta valoración que los espectadores dan a la calidad de los espectáculos programados por el teatro, la principal motivación para ir al Calderón es la propia programación, es decir el interés o calidad de las obras que representan. Si sumamos las respuestas que hemos agrupado en los conceptos *programación/variedad, la obra/el cartel, abono temporada, calidad de los espectáculos, por la obras musicales*, ya que todos giran en torno al concepto *programación o espectáculos que se ofertan*, tenemos que **casi las dos terceras partes de los espectadores (el 63%) señalan que el principal motivo para ir al Calderón es la programación o espectáculos que allí se representan. La segunda motivación para acudir a sus espectáculos es el Teatro como tal, señalado como principal motivo por el 26% de los encuestados** (que integraría las respuestas *ubicación -12,4%-, le gusta el edificio, el ambiente, la organización... -13,7%-*). Y la tercera, a gran distancia, sería meramente el acudir a una actividad cultural o de ocio (lo señalan como principal motivación el 7% -integrando aquí las respuestas que señalan el *ocio/entretenimiento, la cultura/arte* y el que

no encuentran muchas alternativas). El resto de motivos tienen un peso muy residual, como se ve en el gráfico 3.4.

En línea con lo que hemos venido señalando a lo largo del informe, también aquí se observa unas **notables diferencias entre abonados y no abonados** (ver cuadro 3.5). Aunque en ambos casos la motivación más fuerte para ir al Calderón son las obras que se representan, es decir, la programación u oferta, esta tiene un peso mucho más fuerte entre los no abonados que entre los abonados, como se ve en el cuadro, mientras que el atractivo y la magia del teatro tiene un peso mucho mayor entre los abonados. Y lo mismo ocurre con el mero hecho de pasar un rato agradable disfrutando de una actividad cultural o de ocio. Lo que quiere decir, que **mientras entre los no abonados lo determinante para ir al Calderón es el atractivo de la obra que van a ver, entre los abonados, aparte del atractivo de la obra, tienen un peso muy importante otros factores, como el atractivo del propio edificio, su ubicación, el encontrarse con conocidos en una actividad cultural y de ocio, etc.**

Gráfico 3.4. Principal motivo por el que ha elegido venir al Teatro Calderón. (Bases: 1.181)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



Cuadro 3.5. Principal motivo por el que elige venir al Teatro Calderón, según sea o no abonado

		No abonado	Abonado	Total
<i>¿Cuál es el principal motivo por el que elige venir al Teatro Calderón?</i>	Programación/Variedad	39,0	28,6	34,9
	Cercanía/Céntrico/Ubicación	10,9	15,4	12,7
	La obra/El cartel	13,6	0,4	8,4
	Por el espacio/ambiente/organización	9,0	7,5	8,4
	Abono temporada	0,3	16,1	6,6
	Calidad de los espectáculos	7,0	6,2	6,6
	Por las obras musicales	8,7	2,2	6,1
	Porque me gusta el teatro	3,6	7,3	5,1
	Ocio/Entretenimiento	1,7	4,2	2,7
	Cultura/Arte	1,2	5,1	2,7
	No hay muchas alternativas en la ciudad	0,9	3,3	1,8
	Invitación/Por los amigos o la pareja	2,0	0,4	1,4
	Costumbre/Tradición/Antigüedad	0,7	1,5	1,0
	Por las fechas y los horarios	0,1	0,2	0,2
	Otras	1,2	1,5	1,3
<i>¿Cuál es el principal motivo por el que elige venir al Teatro Calderón? (Con las variables agrupadas*)</i>	La programación/Espectáculos que ofertan	68,7	53,5	62,6
	El teatro como tal	23,5	30,2	26,2
	Ir a una actividad cultural o de ocio	3,8	12,6	7,3
	Otros	4,1	3,7	3,9
<i>(Bases)</i>		<i>(689)</i>	<i>(454)</i>	<i>(1.143)</i>

* Con el fin de tipificar las respuestas recogidas en la primera parte del cuadro, se han agrupado las respuestas que tienen alguna similitud, resultando de dicha agrupación las cuatro categorías siguientes:

- 1 *La programación /Espectáculos que representa* el teatro (incluye las subcategorías: Programación/variedad, la obra/el cartel, abono temporada, calidad de los espectáculos, por las obras musicales).
- 2 *El Teatro como tal* (incluye las subcategorías: cercanía/céntrico/ubicación, por el espacio/ambiente/organización, porque me gusta el teatro).
- 3 *Ir a una actividad cultural o de ocio* (incluye las subcategorías: ocio/entretenimiento, cultura/arte, no hay muchas alternativas en la ciudad).
- 4 *Otros* (incluye el resto de subcategorías: invitación/por los amigos o la pareja, costumbre/tradición/antigüedad, por las fechas y los horarios, otras).

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Por lo que se refiere a la influencia de otras variables en la determinación de ir al Calderón, hemos observado una incidencia apreciable del nivel de formación: como vemos en el cuadro 3.6, a medida que sube el nivel de estudios va adquiriendo más peso la calidad de la programación y disminuyendo el del atractivo del Teatro como tal, y a la inversa, a menor nivel de estudios más pesa en la decisión el atractivo del edificio y menos la calidad de la programación. Aunque en todos los casos, lo que más peso tiene o más influye en la decisión de

ir o no al Calderón es el interés y calidad de las obras. También se observan diferencias importantes entre la población activa y no activa laboralmente: entre los que están en situación laboral activa, la programación juega un papel mucho mayor que entre los no activos, mientras que en éstos el atractivo del edificio como tal tiene una incidencia mucho mayor que entre los anteriores, aunque en ambos casos la programación es la motivación fundamental para ir al Calderón.

Cuadro 3.6. Principal motivo* por el que los espectadores eligen ir al Calderón, según distintas variables

		La programación/ Espectáculos que representa	El teatro como tal	Ir a una actividad cultural o de ocio	Otros	(Bases)
Sexo	Hombre	58,8	27,5	7,5	6,2	(371)
	Mujer	65,1	25,2	6,9	2,9	(799)
Edad	Jóvenes (hasta los 35 años)	64,0	24,1	7,5	4,3	(253)
	Adultos (de 36 a 45 años)	71,3	20,6	5,3	2,9	(209)
	Población madura 1 (de 46 a 55)	64,4	25,2	7,7	2,7	(298)
	Población madura 2 (de 56 a 65)	64,5	27,0	5,6	2,8	(248)
	Población jubilada (más de 65)	47,6	36,4	9,1	7,0	(143)
	Media de edad	47,3	49,9	48,1	49,7	48,1
Nivel de estudios	ESO o menos	52,6	35,1	3,1	9,3	(97)
	Bachillerato, BUP, COU, FP	60,7	28,4	8,0	2,9	(275)
	Universitarios / postgrado	65,0	24,3	7,1	3,6	(785)
Situación laboral actual	Trabaja	67,4	23,6	6,4	2,6	(700)
	Jubilado / pensionista	52,2	31,6	8,8	7,5	(228)
	Parado	67,4	18,6	7,0	7,0	(86)
	Estudiante	58,1	29,0	9,7	3,2	(93)
	Trabajo doméstico no remunerado	48,1	42,6	5,6	3,7	(54)
Cuál es su cualificación profesional	Empresario/directivo	65,3	26,1	4,5	4,0	(199)
	Técnico superior	66,6	21,6	8,2	3,6	(329)
	Técnico medio	65,1	24,3	6,5	4,1	(341)
	Administrativo o sin cualificación	56,2	32,3	7,7	3,8	(130)
Dónde reside habitualmente	Valladolid ciudad	62,3	27,2	7,5	3,0	(923)
	Otro municipio de la provincia	64,5	23,5	6,0	6,0	(166)
	Resto	65,8	19,0	5,1	10,1	(79)
Total		63,1	25,9	7,1	3,9	(1.170)

*Ver nota en el cuadro anterior, 3.5.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

3.3.2. Qué es lo que más le gusta

A pesar de lo señalado en el punto anterior, **el mayor atractivo** que el Calderón tiene para los espectadores (o lo que más les gusta de él) no son los espectáculos que programa sino **el teatro como tal, ya sea su ubicación y aspecto exterior o su estructura y ornamentación interior, aunque la programación también tenga un gran atractivo**. Esto es lo que se desprende de los resultados de la encuesta, que se reflejan en el gráfico 3,5 y cuadro 3.7. Como podemos ver en la segunda agrupación de respuestas del cuadro, el 52% de los que han contestado dicen que lo que más les gusta es el propio teatro (edificio, ubicación características del interior), frente al 29% que señala la programación o espectáculos que realiza y otro 9% que dice que lo que más le gusta es

la organización y ambiente que se genera en el interior con motivo de las representaciones. A cada uno de estos tres porcentajes cabría añadir el 7% que dice que le gusta todo (edificio, interior, programación, organización, ambiente, etc.), con lo que obtendríamos la proporción de espectadores para los que cada uno de esos aspectos tiene un atractivo especial. En cualquier caso, queda claro que **el edificio en sí mismo (tanto su exterior como su interior) tiene un plus de atractivo muy importante como gancho para atraer espectadores** a las representaciones que el Teatro programe.

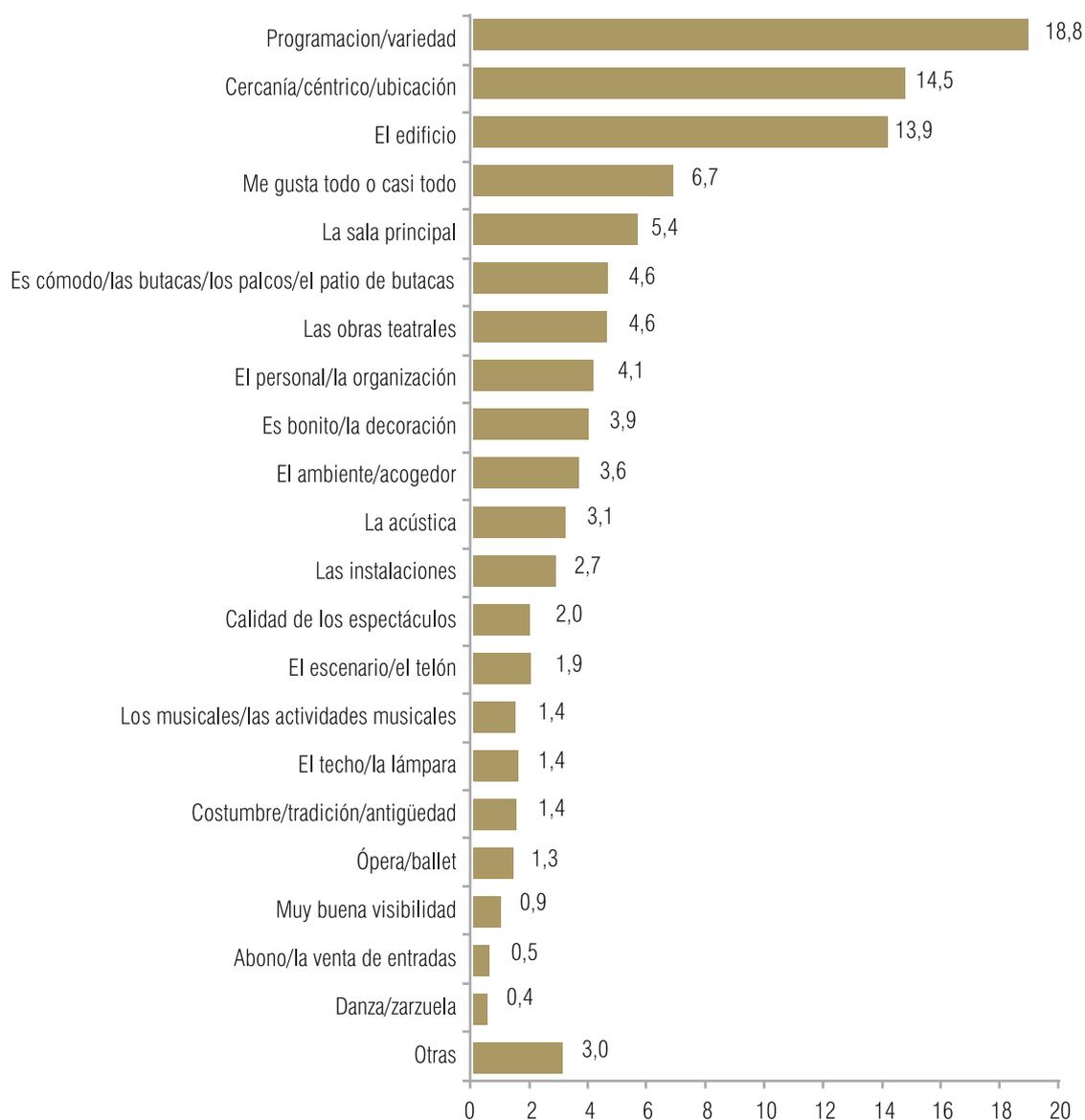
Cabe además destacar que, en este punto, el estado de opinión es muy similar entre los abonados y no abona-

dos, aunque se observan algunos matices diferencia- dores respecto a la valoración del teatro como edificio o espacio escénico, que resultan de interés. Como po- demos ver en el primera agrupación de respuestas del cuadro 3.7, para los abonados parece tener más interés que para los no abonados las características externas del edificio (su aspecto exterior, su ubicación en el cen- tro, etc.), mientras que sucede lo contrario respecto a la estructura interna y su ornamentación (techo, esce- nario, lámpara, sala, butacas, palcos...), que son más apreciados por los no abonados. Lo que tiene su lógica, ya que a estos, al ir al Calderón con menos frecuencia que los abonados, les llama más la atención la belleza del espacio escénico, al no verlo de manera habitual, como ocurre con los abonados, mientras que respecto a las características externas sucede lo contrario: para los abonados (al tener un perfil de bastante más edad

que los no abonados) el hecho de que el teatro esté céntrico y bien comunicado tiene un interés mucho ma- yor que para los no abonados.

Respecto a las diferencias entre los distintos perfiles so- ciológicos de los espectadores, no se observan unas di- ferencias muy marcadas entre los diferentes colectivos. Pero hay algunas, que aunque no sean muy llamativas, resultan de interés tenerlas en cuenta. La programación o calidad de los espectáculos y la ubicación del Tea- tro adquiere mayor relevancia entre la población activa que entre la no activa laboralmente, y lo mismo ocurre a medida que sube el nivel de estudios y la cualificación profesional, mientras que sucede a la inversa con el atractivo del espacio escénico: este va adquiriendo más relevancia a medida que baja el nivel de estudios y la cualificación profesional, así como el índice de actividad laboral (ver cuadro 3.8).

Gráfico 3.5. ¿Qué es lo que más le gusta del Teatro Calderón? (Bases: 1.050)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 3.7. Lo que más gusta a los espectadores del Teatro Calderón, según sean abonados o no abonados

		No abonado	Abonado	Total
<i>¿Qué es lo que más le gusta del Teatro Calderón?</i>	Programación / variedad	19,8	18,0	19,1
	Cercanía / céntrico / ubicación	11,5	19,3	14,4
	El edificio	13,2	14,8	13,8
	Me gusta todo o casi todo	7,2	6,0	6,7
	La sala principal	4,3	7,6	5,5
	Es cómodo / las butacas/los palcos / el patio de butacas	5,6	2,3	4,4
	Las obras teatrales	4,5	3,9	4,3
	El personal / la organización	4,3	3,6	4,1
	Es bonito / la decoración	4,9	2,1	3,9
	El ambiente / acogedor	3,3	4,4	3,8
	La acústica	4,0	1,3	3,0
	Las instalaciones	2,6	2,9	2,7
	Calidad de los espectáculos	1,9	2,3	2,1
	El escenario / el telón	1,8	2,1	1,9
	Los musicales / las actividades musicales	1,8	1,0	1,5
	El techo / la lámpara	2,1	0,5	1,5
	Costumbre / tradición / antigüedad	1,8	1,0	1,5
	Ópera / ballet	1,1	1,8	1,4
	Muy buena visibilidad	1,1	0,5	0,9
	Abono / la venta de entradas	0,2	1,0	0,5
Danza / zarzuela	0,2	0,5	0,3	
Otras	3,0	2,9	3,0	
<i>¿Qué es lo que más le gusta del Teatro Calderón? (Con las variables agrupadas*)</i>	La programación/espectáculos	29,3	28,6	29,1
	El edificio como tal y su ubicación	24,7	34,1	28,3
	Las características del interior	26,3	19,3	23,6
	La organización y el ambiente	9,4	9,1	9,3
	Le gusta casi todo	7,2	6,0	6,7
Otros	3,0	2,9	3,0	
<i>(Bases)</i>		<i>(627)</i>	<i>(384)</i>	<i>(1.011)</i>

* Con el fin de tipificar las respuestas recogidas en la primera parte del cuadro, se han agrupado las respuestas que tienen alguna similitud, resultando de dicha agrupación las seis categorías siguientes:

1 *La programación/espectáculos* (incluye las siguientes categorías: programación / variedad, las obras teatrales, calidad de los espectáculos, los musicales / las actividades musicales, ópera / ballet, abono / la venta de entradas, danza / zarzuela).

2 *El edificio como tal y su ubicación* (incluye las siguientes categorías: cercanía / céntrico / ubicación, el edificio).

3 *Las características del interior* (incluye las siguientes categorías: la sala principal, es cómodo / las butacas/los palcos / el patio de butacas, es bonito / la decoración, la acústica, las instalaciones, el escenario / el telón, el techo / la lámpara, muy buena visibilidad).

4 *La organización y el ambiente* (incluye las siguientes categorías: el personal / la organización, el ambiente / acogedor, costumbre / tradición / antigüedad).

5 *Le gusta casi todo.*

6 *Otros.*

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 3.8. Lo que más gusta* a los espectadores del Teatro Calderón, según distintas variables

		La programación/ espectáculos	El edificio como tal y su ubicación	Las caracte- rísticas del interior	La organi- zación y el ambiente	Le gusta casi todo	Otros	(Bases)
Sexo	Hombre	27,7	30,1	25,1	10,0	4,7	2,4	(339)
	Mujer	29,9	27,6	23,2	8,5	7,7	3,1	(703)
Edad	Jóvenes (hasta los 35)	32,3	25,3	25,8	10,5	2,6	3,5	(229)
	Adultos (de 36 a 45)	31,1	34,2	18,9	6,3	7,4	2,1	(190)
	Población madura 1 (46-55)	33,0	23,4	24,1	10,0	7,7	1,9	(261)
	Población madura 2 (56-65)	25,4	30,4	25,0	8,5	6,3	4,5	(224)
	Población jubilada (>65)	17,4	32,2	28,1	9,1	9,9	3,3	(121)
	Media de Edad		45,4	49,0	47,9	48,2	52,3	49,2
Nivel de estudios	ESO o menos	18,5	16,3	39,1	10,9	7,6	7,6	(92)
	Bachillerato, BUP, COU, FP	28,5	24,9	27,7	8,7	8,3	2,0	(253)
	Universitarios / postgrado	30,6	31,4	20,4	9,2	5,8	2,6	(687)
Situación laboral actual	Trabaja	31,2	30,2	21,9	8,3	6,1	2,2	(625)
	Jubilado / pensionista	21,7	25,6	27,6	10,8	9,4	4,9	(203)
	Parado	23,6	33,3	19,4	13,9	6,9	2,8	(72)
	Estudiante	32,5	20,5	30,1	9,6	2,4	4,8	(83)
	Trabajo doméstico no remunerado	29,6	24,1	25,9	7,4	11,1	1,9	(54)
Cualificación profesional	Empresario/directivo	28,7	28,1	26,4	9,6	6,2	1,1	(178)
	Técnico superior	32,2	34,6	19,3	7,5	3,7	2,7	(295)
	Técnico medio	27,3	27,7	22,5	11,3	7,7	3,5	(311)
	Administrativo/sin cualificación	23,3	20,7	33,6	6,9	11,2	4,3	(116)
Dónde reside habitualmente	Valladolid ciudad	27,5	28,1	24,8	9,8	7,1	2,6	(835)
	Otro municipio provincia	31,2	29,8	22,0	6,4	6,4	4,3	(141)
	Resto	37,3	29,9	17,9	7,5	3,0	4,5	(67)
Total		29,2	28,4	23,8	9,0	6,7	2,9	(1.042)

* Ver nota en el cuadro anterior, 3.7.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

3.3.3. Lo que menos le gusta

En este punto lo primero que hay que señalar es que un 27% de los que contestaron a la pregunta anterior (*qué es lo que más le gusta del teatro*) no han contestado a esta pregunta sobre *lo que menos le gusta*. Y si a este porcentaje le añadimos los que responden a esta pregunta diciendo que les gusta todo (el 6,4% de respuestas, que equivale al 5% de los que respondieron a la anterior sobre lo que más le gustaba¹⁵), tenemos que casi una tercera parte (el 32%) de los encuestados que respondieron a la pregunta de valoración positiva (lo que más le gusta) o no respondieron a la pregunta de valoración negativa (lo que menos le gusta) o expresaron explícitamente que no había nada que no les gustara. De lo que cabe deducir que al menos un tercio¹⁶ de los espectadores no ven ningún aspecto criticable (y que por tanto debería cambiar) en cuanto al servicio que el Teatro Calderón le ofrece como espectador.

Y de los que han respondido señalando lo que menos le gusta y que en su opinión debería cambiar (el 78% de los que respondieron a la pregunta sobre lo que más le gustaba y el 58% del total de encuestados), casi una tercera parte (el 30%) señala las condiciones físicas de la sala (especialmente acústica, visibilidad y comodidad). Y si a este porcentaje le añadimos el 9% que señala los accesos interiores, tendríamos que **casi cuatro de cada diez (el 39%) de los que han contestado a la pregunta apuntan a la condiciones físicas del teatro como los aspectos que menos le satisfacen, y que, por tanto, deberían mejorar. El segundo lugar de los aspectos mejorables en opinión de los espectadores lo ocupa la programación** o espectáculos que se representan (señalado como lo que menos le gusta por una quinta parte de los que contestaron –el 22%–), el tercero lugar lo ocupa la organización (horarios venta de entradas, información) y el cuarto lugar el precio. Si interpretamos *lo que menos le gusta* como *aspectos en los que los espectadores consideran que se debería mejorar prioritariamente*, obtenemos un ranking de prioridades de

mejoras a realizar que puede ser de gran utilidad a los responsables del teatro a la hora de planificar sus inversiones y actuaciones de cara a prestar un servicio cada vez mejor a los espectadores.

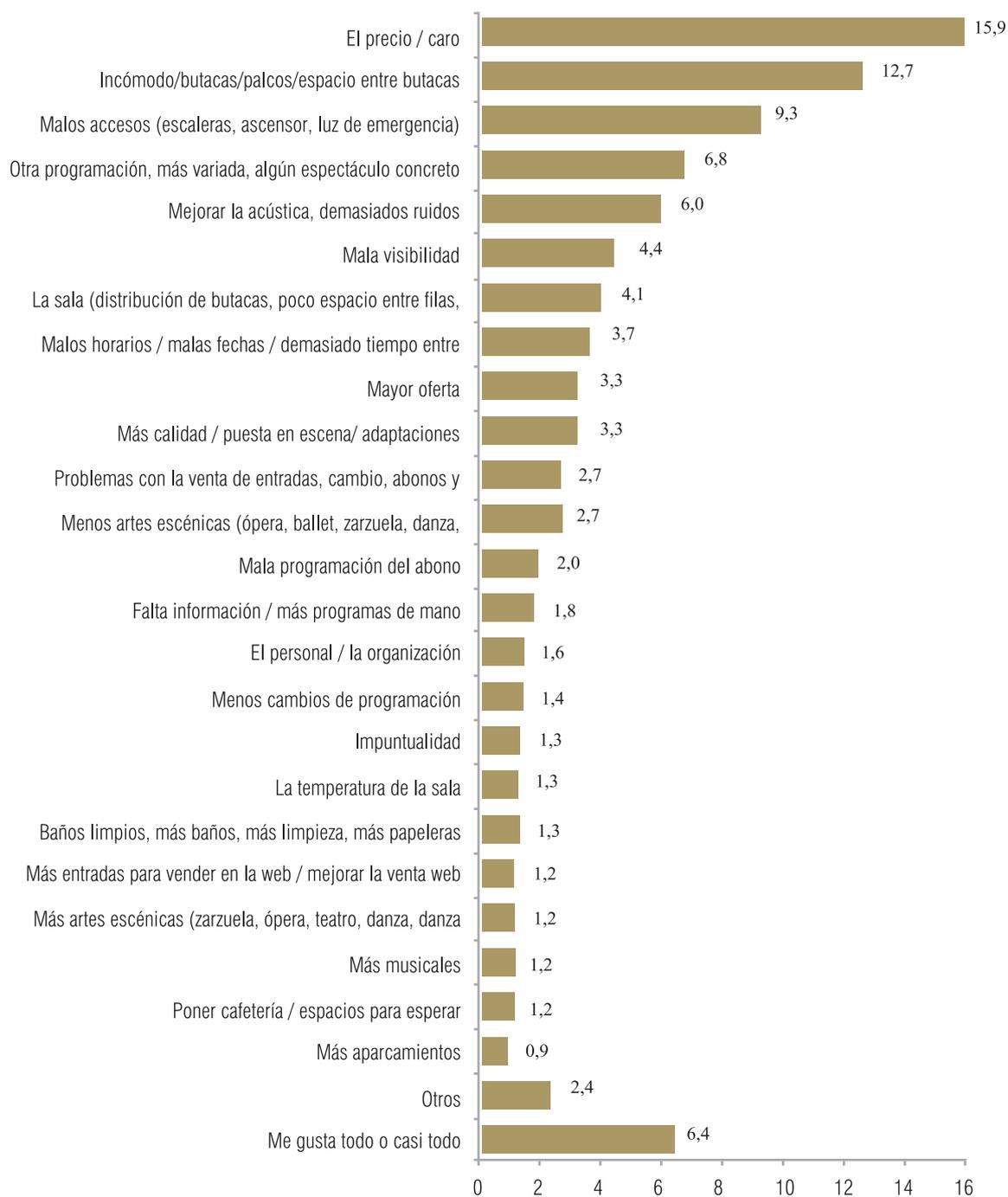
En esta línea puede resultar de utilidad tener en cuenta, a parte de la opinión del conjunto de espectadores, las diferencias que a este respecto se dan entre los abonados y no abonados, así como entre los distintos colectivos de espectadores. Así, en el cuadro 3.9 observamos que **los abonados son mucho más críticos con la programación y la organización que los no abonados, mientras que con el precio sucede lo contrario**. Y por lo que respecta a las diferencias en función de las variables socio demográficas, en el cuadro 3.10 vemos que las mujeres se quejan un poco más que los hombres de las condiciones físicas, mientras sucede a la inversa respecto a la programación y el precio. También resulta interesante constatar que **la queja por el precio se concentra especialmente en los espectadores más jóvenes (menos de 45 años), y de manera muy marcada entre los parados y estudiantes**. De igual modo, resulta también de interés ver que **las quejas (o deseos de mejora) sobre la programación se incrementan a medida que aumenta la edad, el nivel de estudios y la cualificación profesional, mientras sucede lo contrario respecto a la condiciones físicas**, en las que parecen fijarse más los espectadores de menos estudios y cualificación profesional (ver cuadro 3.10).

En cualquier caso, esta lista de aspectos que menos gustan a los espectadores, y que hemos traducido como aspectos a mejorar prioritariamente, debe situarse en el contexto de alto nivel de satisfacción general por parte de los espectadores, que hemos visto en los anteriores apartados 3.1 y 3.2, para situarlas en su justa medida. Lo que no resta ni un ápice de importancia a estos datos, que hay que tomar con gran interés de cara a la mejora continua del servicio y la adaptación a las necesidades de la población, que siempre debe ser un acicate de toda política cultural.

¹⁵ Este 6,4% de encuestados que en la pregunta sobre lo que menos le gusta respondieron que le gustaba todo, equivale al 5% del total de los que respondieron a la pregunta anterior sobre lo que más le gustaba, ya que el número de encuestados que contestaron a la pregunta sobre lo que menos le gustaba fue de 765, mientras que los que contestaron a lo que más le gustaba fueron 1.050).

¹⁶ Decimos al menos un tercio porque ese 32 % es el porcentaje de encuestados que habiendo contestado a la pregunta anterior sobre lo que más le gusta (1.050 casos) no respondieron a esta o dijeron que no había nada que no les gustara. Pero, previsiblemente, en este mismo estado de opinión se encontrarán muchos de los que no han contestado a ninguna de las dos preguntas (que ha sido un porcentaje importante: el 25% del total de encuestados), pues al tratarse de dos preguntas abiertas, que implican un esfuerzo contestarlas (en las condiciones físicas en que se cubría la encuesta –falta de soporte físico sobre el sujetar el cuestionario–), es razonable pensar que se encontrarían más proclives a escribir su respuesta los que tienen alguna queja que los que no la tienen.

Gráfico 3.6. ¿Y lo que menos, y que, en su opinión, debería cambiar? (Casos válidos: 765)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 3.9. Lo que menos gusta a los espectadores del Teatro Calderón y que, en su opinión, debería cambiar, según sean abonados o no abonados

	No abonado	Abonado	Total	
<i>¿Y lo que menos, y que, en su opinión, debería cambiar? (Categorías más amplias que el gráfico*)</i>	Condiciones de la sala (butacas/acústica/visibilidad...)	31,0	28,2	29,7
	Accesos interiores	8,7	10,3	9,4
	La programación (poco variada, sobran y faltan cosas..)	10,9	36,7	22,3
	Organización y funcionamiento (horarios, entradas, información)	9,2	16,7	12,5
	El precio	27,4	3,6	16,8
	Otros	3,6	2,7	3,2
	Le gusta todo o casi todo	9,2	1,8	5,9
<i>(Bases)</i>	<i>(413)</i>	<i>(330)</i>	<i>(743)</i>	

* Con el fin de tipificar las respuestas recogidas en el gráfico, se han agrupado, para este cuadro y el siguiente, las respuestas que tienen alguna similitud, resultando de dicha agrupación las siete categorías siguientes:

1 *Condiciones de la sala (butacas/acústica/visibilidad...)* (integra las siguientes categorías: incómodo/butacas/palcos/espacio entre butacas, mejorar la acústica, demasiados ruidos, mala visibilidad, la sala (distribución de butacas, poco espacio filas, instalaciones., viejo, pequeño, la decoración), baños limpios, más baños, más limpieza, más papeleras, la temperatura de la sala).

2 *Accesos interiores* (integra las siguientes categorías: escaleras, ascensor, luz de emergencia).

3 *La programación (poco variada, sobran y faltan cosas...)* Otra programación, más variada, algún espectáculo concreto, mayor oferta, más calidad / puesta en escena/ adaptaciones, menos artes escénicas (ópera, ballet, zarzuela, danza, musicales, teatro), mala programación del abono, menos cambios de programación, más musicales, más artes escénicas (zarzuela, ópera, teatro, danza, danza flamenca).

4 *Organización y funcionamiento (horarios, entradas, información...)* (integra las siguientes categorías: malos horarios / malas fechas / demasiado tiempo entre espectáculos, problemas con la venta de entradas, cambio, abonos y descuentos de última hora, falta información / más programas de mano, el personal / la organización, impuntualidad, poner cafetería / espacios para esperar).

5 *El precio* (integra las siguientes categorías: el precio / caro, más entradas para web / mejorar venta web (precios más bajos) / mejorar web.

6 *Otros* (integra las siguientes categorías: otros, más aparcamientos).

7 *Le gusta todo o casi todo.*

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



3.10. Lo que menos gusta* a los espectadores del Teatro Calderón, según distintas variables

		Condiciones físicas (butacas/ acústica/ visibilidad...)	Accesos interiores	La programac. (poco variada, sobran y faltan cosas...)	Organiz. y función. (horarios, entradas, información...)	El precio	Otros	Le gusta todo o casi todo	(Bases)
Sexo	Hombre	24,7	8,8	23,9	13,1	18,7	3,6	7,2	(251)
	Mujer	32,3	9,3	20,9	11,8	16,4	3,2	6,1	(507)
Edad	Jóvenes (<35 años)	27,1	10,2	9,6	10,8	29,5	1,8	10,8	(166)
	Adultos (36 a 45 años)	30,3	2,5	20,2	9,2	28,6	4,2	5,0	(119)
	Población de 46 a 55	33,3	8,1	22,6	8,6	15,1	5,4	7,0	(186)
	Población de 56 a 65	27,4	13,7	28,6	13,7	8,3	3,0	5,4	(168)
	Población jubilada	33,3	9,9	27,9	20,7	4,5	0,9	2,7	(111)
	Media de edad		49,9	51,7	53,8	52,1	40,7	49,0	42,0
Nivel de estudios	ESO o menos	41,4	12,1	6,9	5,2	12,1	1,7	20,7	(58)
	Bachillerato, FP	31,0	7,0	17,0	11,1	18,1	5,3	10,5	(171)
	Universitarios	28,4	9,4	24,7	13,6	17,4	2,9	3,6	(522)
Situación laboral actual	Trabaja	29,5	8,8	21,2	11,0	19,6	4,1	5,9	(444)
	Jubilado / pensionista	27,8	10,5	32,1	17,9	4,9	1,9	4,9	(162)
	Parado	25,5	7,8	13,7	15,7	27,5	0,0	9,8	(51)
	Estudiante	28,6	8,9	7,1	10,7	26,8	3,6	14,3	(56)
	Trabajo doméstico	46,2	10,3	17,9	2,6	12,8	5,1	5,1	(39)
Cualificación profesional	Empresario/directivo	19,0	13,1	29,9	12,4	16,8	4,4	4,4	(137)
	Técnico superior	32,3	7,4	22,6	10,1	19,8	4,1	3,7	(217)
	Técnico medio	27,7	8,2	19,5	16,8	15,9	2,3	9,5	(220)
	Administrativo/sin cual.	40,0	10,0	21,3	6,3	12,5	2,5	7,5	(80)
Dónde reside	Valladolid ciudad	27,1	10,7	23,9	13,0	16,5	2,9	5,9	(624)
	Otro municipio de la prov.	39,1	3,4	16,1	8,0	19,5	3,4	10,3	(87)
	Resto	46,8	2,1	6,4	10,6	19,1	8,5	6,4	(47)
Total		29,8	9,1	21,9	12,3	17,2	3,3	6,5	(758)

*Ver nota en el cuadro anterior, 3.9.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



MORATIN

EL SIDA DE LAS NIÑAS.

EL CA...

4 NIVEL DE INTERÉS DE LOS NO ABONADOS EN HACERSE ABONADOS

En los apartados anteriores hemos visto la buena valoración que los espectadores hacen de la oferta del Calderón, tanto por parte de los abonados como de los no abonados, y especialmente de estos. Queremos ahora conocer si ese alto grado de satisfacción de los no abonados con los espectáculos a los que acuden se traduce en una predisposición a hacerse abonados, un aspecto de gran interés para los responsables del Teatro.

Con esta finalidad se les formuló a los no abonados tres

preguntas: *¿Le gustaría ser abonado del Teatro Calderón?, ¿Cuál es el principal impedimento o dificultad que tiene para ser abonado? y ¿Se abonaría al Teatro Calderón si pudiera realizar el pago a plazos?*

Dada la importancia que para los responsables del Teatro tiene este tema analizaremos por separado y con cierto detenimiento los resultados de cada una de las tres preguntas.

4.1. DISPOSICIÓN A ABONARSE

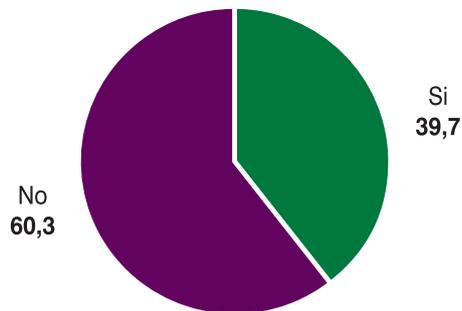
El 40% de los que contestaron la encuesta eran abonados y el 60% no abonados. Esto no puede extrapolarse al conjunto de espectadores del Teatro Calderón como si esta fuera la distribución entre abonados y no abonados del total de los que acuden a los espectáculos, ya que, aparte de que la encuesta fue entregada a todos los asistentes a los espectáculos y autocumplimentada de manera voluntaria por los espectadores (por tanto, sin una selección muestral previa por cuotas, ni al azar), pasarán unos meses en los que gran parte de los espectáculos que se realizaron estaban integrados en el abono, por lo que los abonados tuvieron más momentos que los no abonados para contestar la encuesta, al asistir a la mayoría de espectáculos, mientras que los no abonados iban a espectáculos puntuales. De aquí que, aunque la encuesta solo se rellenara una vez, re-

sulte previsible que la distribución de la muestra esté sesgada a favor de la proporción de abonados, al tener estos más ocasiones, y, por tanto, más facilidades, de contestar el cuestionario. No obstante estas cifras, al no existir otras sobre este aspecto, nos pueden servir de referencia aproximada sobre la distribución del colectivo de espectadores entre abonados y no abonados. Y en cualquier caso, lo que nos interesa en este caso no es la proporción o peso que los no abonados tienen en el conjunto de espectadores del teatro, sino su actitud o predisposición a hacerse abonados.

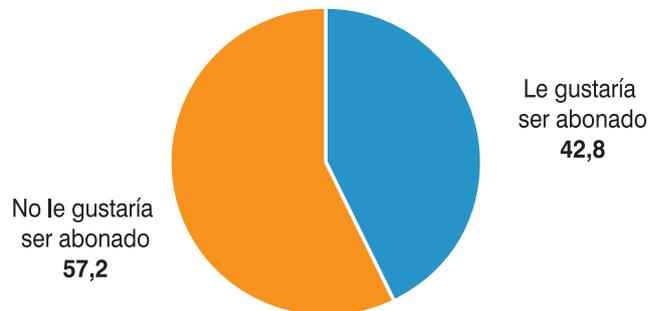
A tenor de los resultados de la encuesta, **a casi la mitad (el 43%) le gustaría ser abonado**, lo que resulta un dato de gran interés, pues pone de manifiesto que hay unas condiciones muy favorables para la ampliación del número de abonados (ver gráfico 4.1).

Gráfico 4.1. Disposición a hacerse abonado:

a. ¿Es abonado? (Total de la muestra. Bases 1.341)



b. ¿Le gustaría ser abonado del Teatro Calderón? (Solo los no abonados). (Bases: 748)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013.

Lógicamente, la predisposición a abonarse va muy asociada a la frecuencia con que acude a espectáculos del Calderón, así como a la valoración que hace de la oferta del teatro. Como vemos en el cuadro 4.1, la proporción de los que dicen que le gustaría abonarse es muy superior entre los que ya han estado más veces en el Calderón que entre los que han venido por primera vez y va aumentando progresivamente a medida que crece la media de espectáculos a los que va al año, así como a medida que mejora la valoración de la oferta, especialmente en lo que se refiere a la calidad. Una conclusión que se ve reforzada observando la proporción de los que le gustaría ser socio, según el tipo de disciplina artística que más le interesa. Como vemos en el cuadro, los porcentajes son similares en todos los casos (salvo en los que tienen una preferencia por los conciertos,

que se muestran bastante más predispuestos a hacerse socios que los demás¹⁷). De lo que se deduce que la predisposición a hacerse socio no está determinada tanto por el tipo de espectáculos que se le ofrecen como por la percepción de calidad de los mismos y la frecuencia con la que van a ellos.

Además, resulta interesante constatar que **esta alta predisposición a abonarse (en torno al 40% de media) se da en todos los colectivos sociales en los que hemos desagregado la información, y que es especialmente alta entre las amas de casa (donde el 70% manifiesta que le gustaría ser abonado), la población mayor de 65 años (55%) y los estudiantes (54%), que pueden convertirse en colectivos diana a la hora de plantearse incrementar el número de abonados.** (Ver gráfico 4.2).



¹⁷ El dato del 54,5% que, dentro del colectivo de los que tienen un interés preferente por los conciertos, dicen que le gustaría ser abonado, hay que relativizarlo, al estar basado en un número de casos muy reducido (55), pues su margen de error muestral es muy elevado.

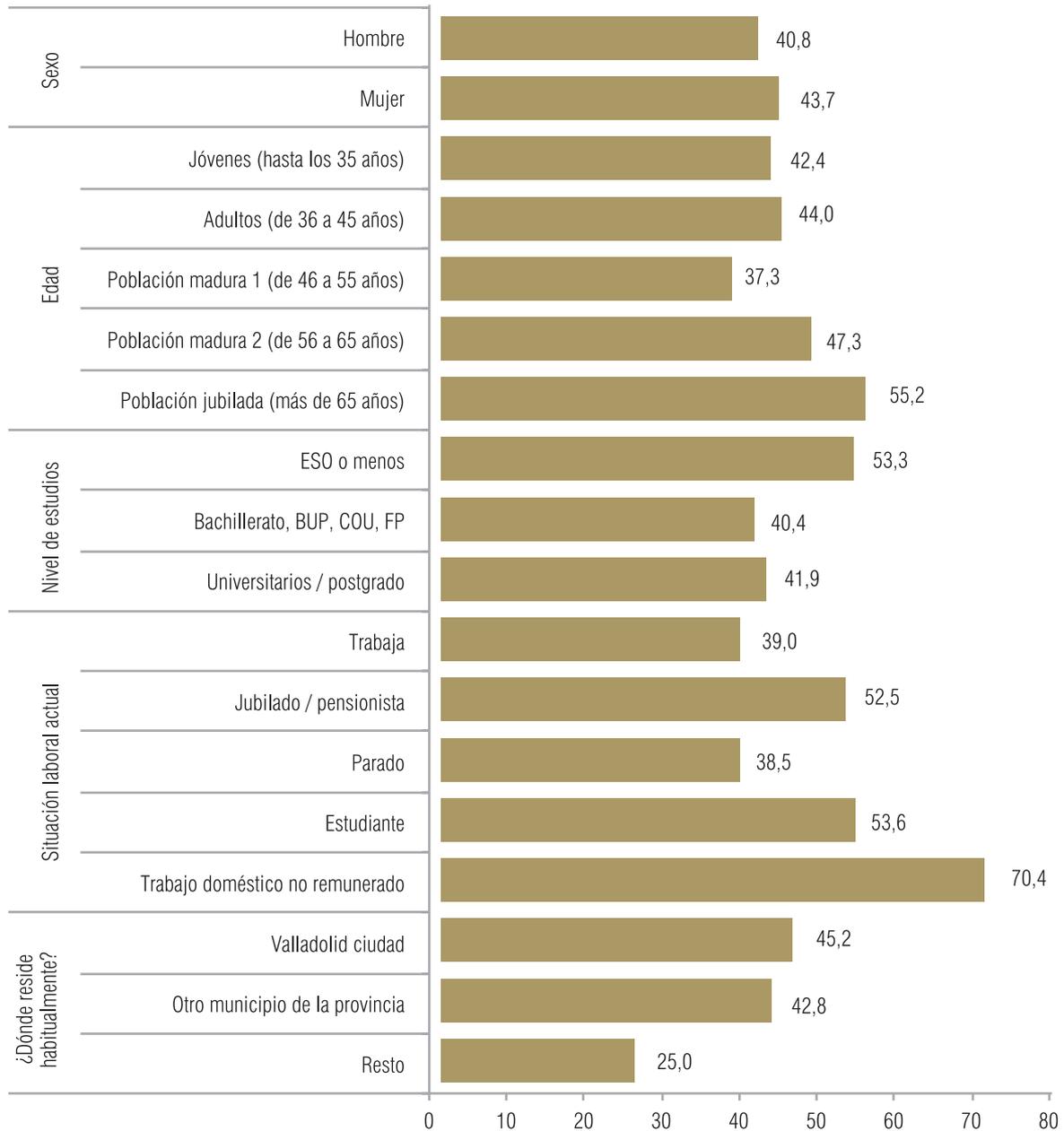
Cuadro 4.1. Dentro del colectivo de espectadores que actualmente no son abonados, proporción de los que le gustaría abonarse y los que no, según la frecuencia con la que van al año, la valoración que hacen de la calidad y cantidad oferta del Calderón y el tipo de disciplina artística que más les interesa. (Bases: 742). (Porcentajes en horizontal).

		¿Le gustaría ser abonado del Teatro Calderón?		
		Sí	No	(Bases)
<i>¿Es la primera vez que viene a un espectáculo al Teatro Calderón o ha venido a otros anteriormente?</i>	Es la primera vez	33,3	66,7	(72)
	He venido a otros	43,7	56,3	(670)
	Total	42,7	57,3	(742)
<i>¿A cuántos suele venir al año?</i>	Uno o dos	39,2	60,8	(204)
	Tres o cuatro	46,5	53,5	(185)
	De 5 a 10	49,3	50,7	(150)
	De 11 a 20	75,0	25,0	(12)
Media de veces que viene al año		4,2	3,6	3,9
<i>Valore la oferta del Teatro Calderón en cuanto a calidad</i>	Muy buena	57,7	42,3	(156)
	Buena	39,4	60,6	(500)
	Regular/Aceptable	37,3	62,7	(83)
	Valoración media de 1 a 5*	4,2	4,0	4,1
<i>Valore la oferta del Teatro Calderón en cuanto a cantidad</i>	Más que suficiente	47,6	52,4	(82)
	Suficiente	43,0	57,0	(461)
	Regular/Aceptable	40,3	59,7	(159)
	Insuficiente/ Muy insuficiente	40,0	60,0	(30)
	Valoración media de 1 a 5*	3,8	3,8	3,8
<i>Tipo de disciplina artística que le interesa más</i>	Teatro	46,2	53,8	(372)
	Danza	49,2	50,8	(120)
	Ópera	46,3	53,8	(80)
	Zarzuela	45,1	54,9	(51)
	Infantil/Juvenil	47,7	52,3	(44)
	Musicales	41,6	58,4	(382)
	Conciertos de pop/rock	44,1	55,9	(93)
	Conciertos de música clásica	54,5	45,5	(55)
	Circo	42,6	57,4	(54)
Otros	57,9	42,1	(19)	

Equivalencias de las valoraciones cualitativas a las valoraciones cuantitativas (puntuaciones de 1 a 5): Muy mala o muy insuficiente = 1; Mala o insuficiente = 2; Regular/aceptable = 3; Buena o suficiente = 4; Muy buena o más que suficiente = 5.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Gráfico 4.2. Dentro del colectivo de espectadores que actualmente no son abonados, proporción* de los que le gustaría abonarse, según distintas variables socio demográficas



* La diferencia hasta 100 en cada uno de los casos, es la proporción de los que han respondido que no le gustaría ser abonado

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

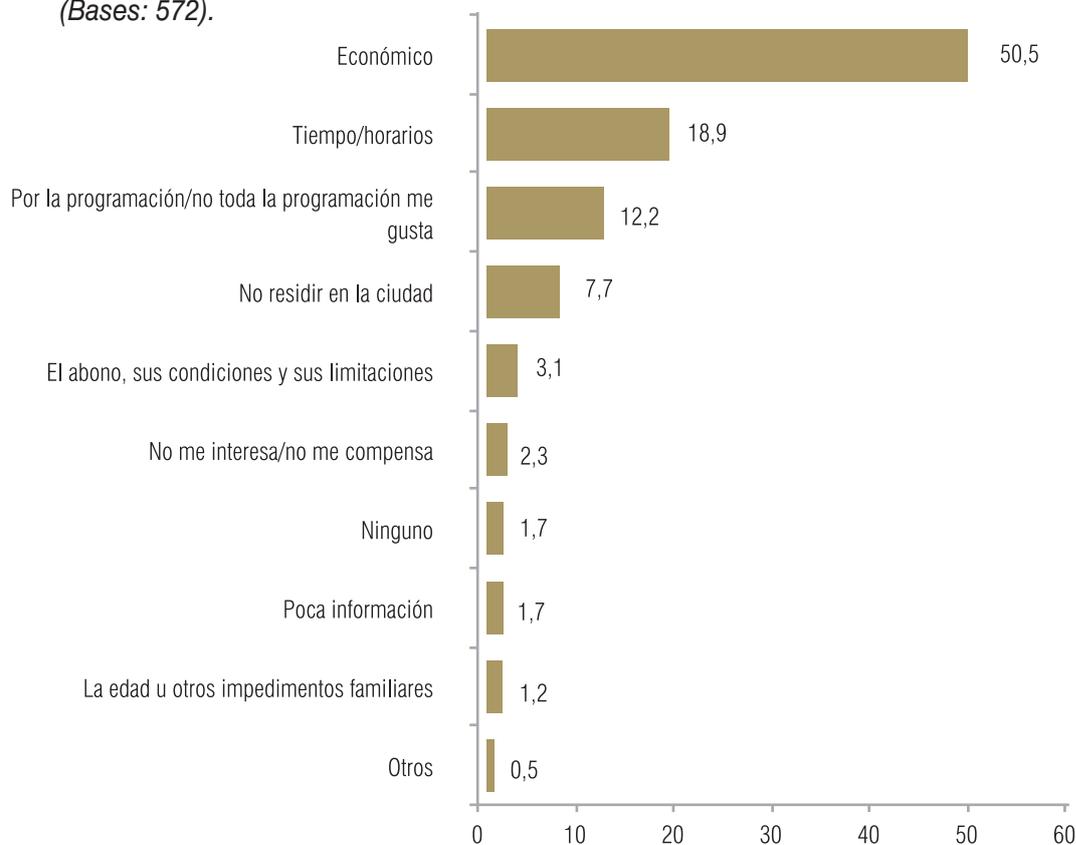
4.2. PRINCIPAL DIFICULTAD PARA SER ABONADO

Como era de esperar, la principal razón que los espectadores no abonados alegan para no abonarse es económica. Así lo señalan la mitad de los que han contestado a esta pregunta. Pero también hay otras dos razones que tienen un peso importante, que son: los horarios y el tiempo disponible para ir a los espectáculos programados y la oferta de espectáculos que incluye el abono (incluyendo en esta variable las siguientes categorías o tipo de respuestas que aparecen en el gráfico: *la programación/ no toda gusta; el abono, sus condiciones y limitaciones; y no le interesa /no le compensa*). Algo que habrá que tener muy en cuenta, pues todo este tipo de respuestas gira en torno a la programación del abono: que los espectáculos respondan a sus gustos y exigencias de calidad y que se acomoden a los horarios faciliten el acceso. El resto de motivos que se señalan son poco relevantes o de poco interés (por ejemplo, resulta lógico que los espectadores de fuera de Valladolid y su

entorno digan que no se abonan precisamente por ser de fuera). (Ver gráfico 4.3).

A este respecto resulta también interesante conocer el perfil de los que alegan cada uno de los motivos señalados como causa principal para no abonarse. Como vemos en el cuadro 4.2, los colectivos en los que hay mayor predominio de espectadores que alegan motivos económicos para no abonarse son: los parados, los jóvenes (especialmente los estudiantes), los de menor nivel de estudios y cualificación profesional y las mujeres en general (especialmente las amas de casa). Por el contrario, los horarios y la limitación de tiempo, para quien supone un mayor hándicap es para la población adulta (de 46 a 65 años), los que están trabajando (especialmente autónomos) y los hombres en general. Finalmente, a quien más reservas plantea la programación o el contenido del abono es a los espectadores de 56 a 65 años, a los jubilados y los de nivel de estudios universitarios.

Gráfico 4.3. Principal impedimento o dificultad que tiene para ser abonado. (Solo los no abonados)
(Bases: 572).



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013.

Cuadro 4.2. Principal impedimento o dificultad* que tiene para ser abonado, según distintas variables. (Solo los no abonados)

		¿Cuál es el principal impedimento o dificultad que tiene para ser abonado?					
		Económico	Tiempo / horarios	La programación / el abono	No residir en la ciudad	Otros	(Bases)
Sexo	Hombre	47,9	23,1	16,6	7,1	5,3	(169)
	Mujer	53,1	17,4	18,5	8,2	2,8	(390)
Edad	Jóvenes (hasta los 35)	59,1	11,9	11,9	10,9	6,2	(193)
	Adultos (de 36 a 45)	53,9	22,7	14,1	7,0	2,3	(128)
	Población madura 1 (46-55)	47,9	25,7	21,5	3,5	1,4	(144)
	Población madura 2 (56-65)	32,4	25,0	33,8	7,4	1,5	(68)
	Población jubilada (> 65)	45,8	8,3	20,8	16,7	8,3	(24)
	Media de edad	39,7	44,8	46,5	39,2	32,7	41,6
Nivel de estudios	ESO o menos	67,2	9,4	4,7	9,4	9,4	(64)
	Bachillerato, BUP,COU, FP	51,7	21,2	15,2	8,6	3,3	(151)
	Universitarios / postgrado	48,5	19,8	21,8	7,3	2,6	(344)
Situación laboral actual	Trabaja	46,0	26,3	19,7	6,4	1,7	(361)
	Jubilado / pensionista	41,9	9,3	32,6	11,6	4,7	(43)
	Parado	72,3	6,2	10,8	6,2	4,6	(65)
	Estudiante	61,8	2,9	8,8	13,2	13,2	(68)
	Trabajo domést. no remun.	75,0	10,0	5,0	10,0		(20)
¿Cuál es su cualificación?	Empresario/directivo	40,4	29,2	20,2	7,9	2,2	(89)
	Técnico superior	50,6	17,9	19,9	7,1	4,5	(156)
	Técnico medio	51,7	23,0	17,8	6,9	0,6	(174)
	Administrativo o sin cualif.	61,9	12,7	15,9	4,8	4,8	(63)
Total	51,5	19,1	17,9	7,9	3,6	(559)	

* Para evitar la dispersión en los datos, en este cuadro se han agrupado varias de las categorías que figuran en el gráfico 4.3 que pueden considerarse similares. La correspondencia de las categorías de este cuadro con las del gráfico son las siguientes:

- Las categorías *Económico*, *tiempo/ horarios* y *no residir en la ciudad* siguen igual que en el gráfico.
- *La programación/el abono* incluye las subcategorías siguientes: por la programación/ no toda gusta; el abono, condiciones, limitaciones; no me interesa /no compensa.
- *Otros* incluye las siguientes subcategorías: poca información; la edad u otros impedimentos familiares; otros.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

4.3. INTERÉS DEL PAGO A PLAZOS DEL ABONO

Relacionado con la dificultad que el precio del abono supone para que muchos espectadores se abonen, está la posibilidad de establecer el pago a plazos. A tenor de los resultados de la encuesta, esta alternativa sería un gran acierto, pues podría suponer un importante incremento de abonados, al paliar la dificultad principal que

un gran número de espectadores tienen para abonarse: el precio del abono. Esta es la conclusión clara que se deduce de los datos del gráfico 4.4 y cuadros 4.3 y 4.4.

Cuatro de cada diez de los espectadores no abonados responde afirmativamente a la pregunta de si se abona-

ría en el caso de que pudiera pagar el abono a plazos.

Un resultado que parece coherente con las respuestas a las preguntas anteriores sobre el interés en ser abonado y sobre el principal condicionante que tienen para no serlo (el económico). Como vemos en el cuadro 4.4, existe una fuerte correlación entre el condicionante económico y el hecho de no ser abonado, estando interesado en serlo: el 64% de los que le gustaría abonarse y el 70% de los que dicen que se abonarían si pudieran hacer el pago aplazado señalan como principal razón para no comprar actualmente el abono el tema económico, al tiempo que se observa una correlación directa entre la frecuencia con la que va al Calderón y las dificultades económicas. Un hándicap que podría ser paliado con el

pago a plazos, como se deduce de los datos del cuadro 4.5: afirman que se abonarían si pudieran hacer el pago en plazos el 77% de los que antes habían manifestado que le gustaría ser abonado, más de la mitad de los que asisten a más de 5 espectáculos del Calderón al año y la mitad de los que dicen que su principal dificultad para abonarse es el tema económico.

En este contexto de valoración positiva del pago fraccionado, los colectivos más interesados en esta medida son, por este orden, los jubilados y pensionistas, las amas de casa, los de menor nivel de estudios y cualificación profesional y los estudiantes, que son los colectivos con menor capacidad adquisitiva. (Ver gráfico 4.5).

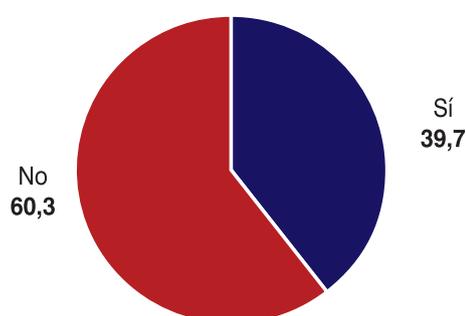


Gráfico 4.4. ¿Se abonaría al teatro Calderón si pudiera realizar el pago a plazos? (Solo los no abonados) (Bases: 635).

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 4.3. Principal impedimento o dificultad que tiene para ser abonado, según la frecuencia con la que va al Calderón, según le guste o no ser abonado y según la incidencia del pago aplazado. (Solo los no abonados). (Porcentajes en horizontal).

		¿Cuál es el principal impedimento o dificultad que tiene para ser abonado?					(Bases)
		Económico	Tiempo / horarios	La programación / el abono	No residir en la ciudad	Otros	
<i>¿Es la primera vez que viene a un espectáculo al Teatro Calderón o ha venido a otros anteriormente?</i>	Es la primera vez	45,8	16,7	6,3	31,3		(48)
	He venido a otros	51,9	19,4	19,2	5,7	3,9	(511)
	Total	51,3	19,1	18,1	7,9	3,6	(559)
<i>¿A cuántos suele venir al año?</i>	Uno o dos	60,5	15,6	15,0	6,6	2,4	(167)
	Tres o cuatro	52,1	14,8	24,6	7,0	1,4	(142)
	De 5 a 10	43,5	28,7	18,3	1,7	7,8	(115)
	De 11 a 20	44,4	22,2	22,2		11,1	(9)
	Total	52,9	18,9	19,2	5,3	3,7	(433)
Media de veces que viene al año		3,5	4,5	4,0	2,7	5,6	3,8
<i>¿Le gustaría ser abonado del Teatro Calderón?</i>	No	41,0	20,7	25,8	10,2	2,4	(295)
	Sí	64,0	17,4	8,3	5,1	5,1	(253)
	Total	51,6	19,2	17,7	7,8	3,6	(548)
<i>¿Se abonaría al Teatro Calderón si pudiera realizar el pago a plazos?</i>	No	45,1	21,2	24,6	7,5	1,7	(293)
	Sí	69,9	15,6	4,8	3,8	5,9	(186)
	Total	54,7	19,0	16,9	6,1	3,3	(479)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

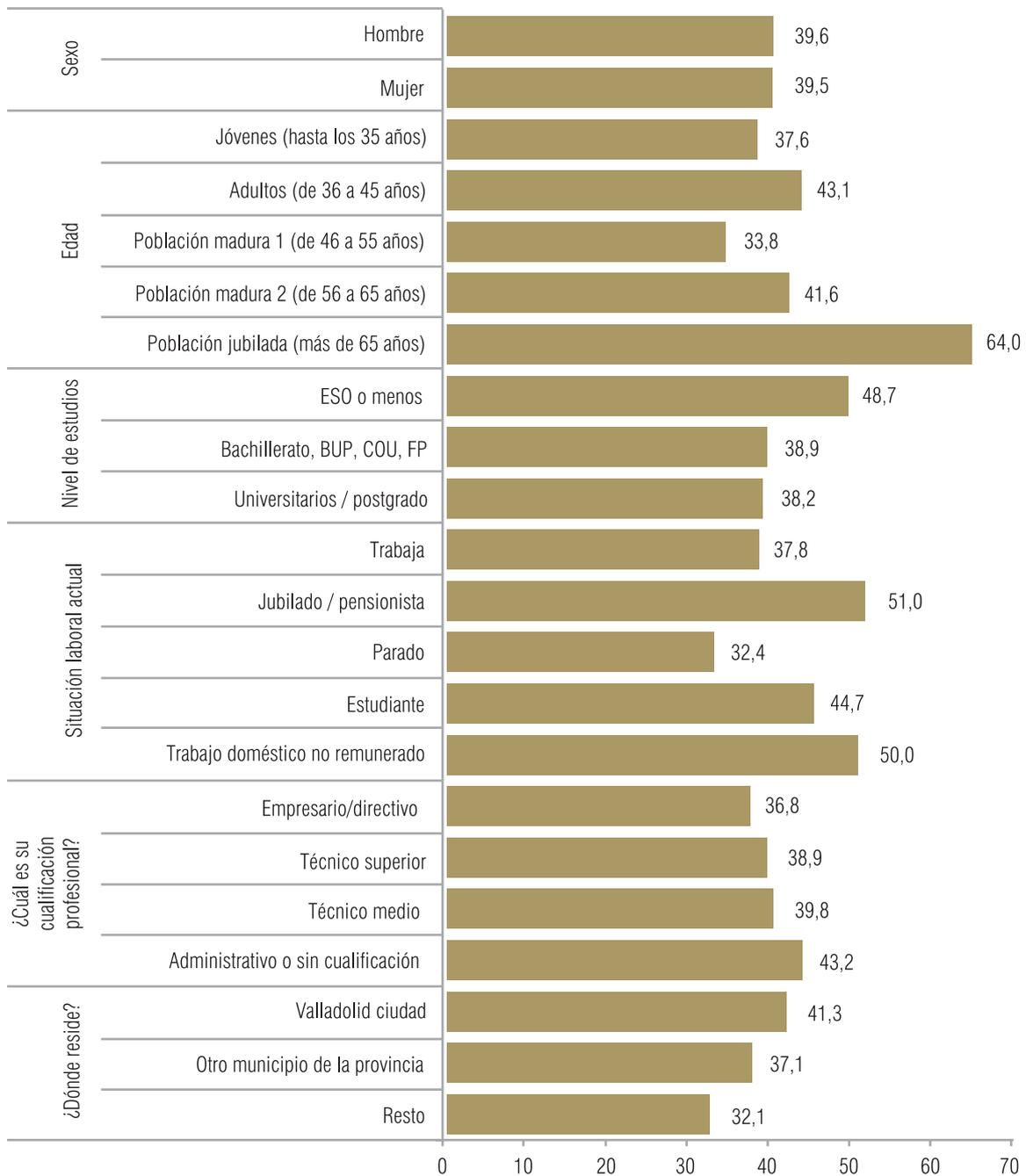
Cuadro 4.4. ¿Se abonaría al Teatro Calderón si pudiera realizar el pago a plazos? Respuestas, según la frecuencia con la que va al Calderón, según le guste o no ser abonado y según el principal impedimento o dificultad que tiene para abonarse. (Solo los no abonados). (Porcentajes en horizontal).

		¿Se abonaría al Teatro Calderón si pudiera realizar el pago a plazos?		
		No	Sí	(Bases)
<i>¿Es la primera vez que viene a un espectáculo al Teatro Calderón o ha venido a otros anteriormente?</i>	Es la primera vez	64,3	35,7	(56)
	He venido a otros	60,0	40,0	(573)
	Total	60,4	39,6	(629)
<i>¿A cuántos suele venir al año?</i>	Uno o dos	68,0	32,0	(178)
	Tres o cuatro	62,4	37,6	(157)
	De 5 a 10	48,9	51,1	(131)
	De 11 a 20	27,3	72,7	(11)
	Total	60,0	40,0	(477)
Media de veces que viene al año		3,5	4,5	3,9
<i>¿Le gustaría ser abonado del Teatro Calderón?</i>	No	89,3	10,7	(354)
	Sí	23,2	76,8	(271)
	Total	60,6	39,4	(625)
<i>¿Cuál es el principal impedimento o dificultad que tiene para ser abonado?</i>	Económico	50,4	49,6	(262)
	Tiempo / horarios	68,1	31,9	(91)
	La programación / el abono	88,9	11,1	(81)
	No residir en la ciudad	75,9	24,1	(29)
	Otros	31,3	68,8	(16)
	Total	61,2	38,8	(479)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



Gráfico 4.5. Proporción de no abonados que dicen que se abonarían al teatro Calderón si pudieran realizar el pago a plazos, según distintas variables (Solo los no abonado). (Bases: 630)*



* La diferencia hasta 100 es, en todos los casos, el porcentaje de los que han respondido que no se abonarían

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

B] SOLO ESPECTADORES ABONADOS



5 ASPECTOS RELATIVOS AL FUNCIONAMIENTO DEL ABONO

En la encuesta se incluyeron 11 preguntas relativas al abono, las cuales se formularon solamente a los abonados para conocer su opinión al respecto. Por ello, aunque en todos los apartados anteriores se ha ido analizando la opinión de los abonados como diferenciada de los no abonados en todos aquellos aspectos que

eran comunes a ambos colectivos, en este apartado nos vamos a limitar a la opinión de los abonados en aquellos aspectos que hacen referencia a la estructura, contenido y funcionamiento del abono, ya que solo le afecta a ellos.

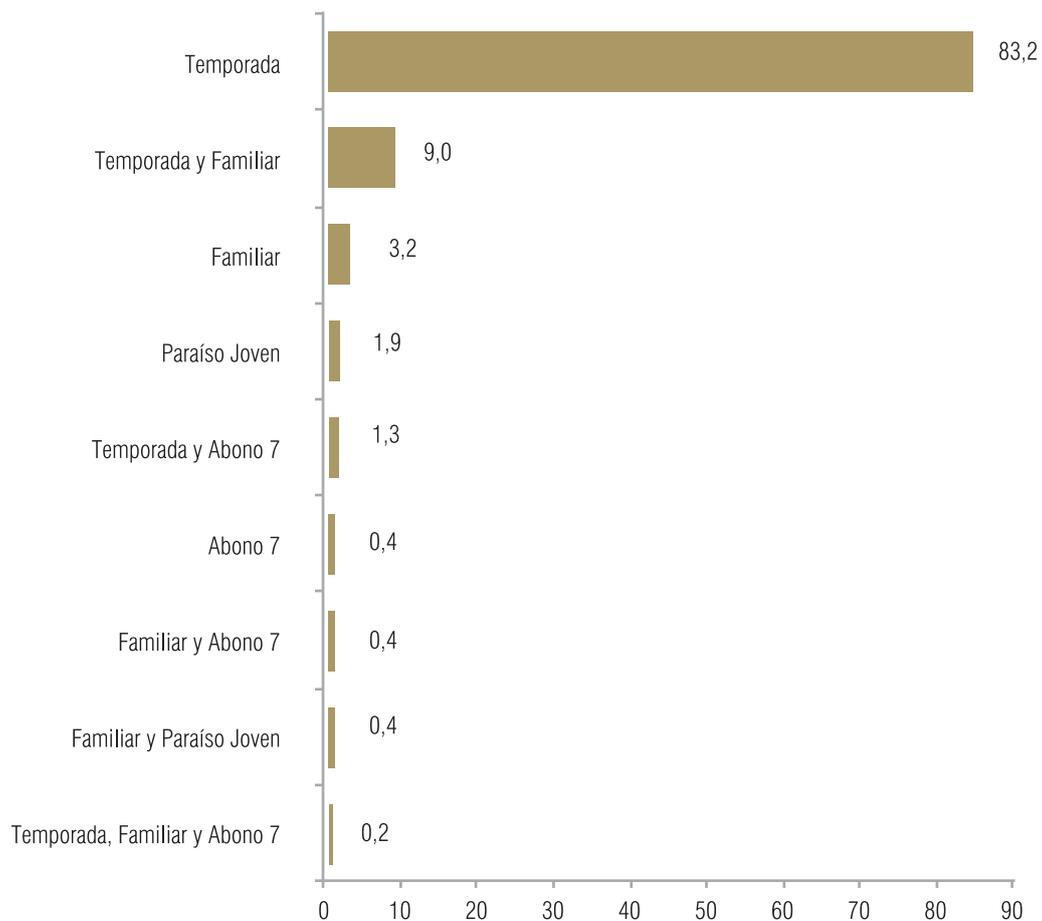
5.1. TIPOS DE ABONO

En el Calderón hay distintos tipos de abono: Temporada, Familiar, Paraíso Joven y Abono 7. El más implantado y que mayor aceptación tiene es el de temporada, el cual lo disfrutaban aproximadamente el 94% de los abonados. Le sigue a mucha distancia el abono familiar, que lo tiene el 13%. Los otros dos tipos de abono (paraíso joven y abono 7) tienen una incidencia pequeña: su peso en el conjunto de abonados es del 2,3% en ambos casos. Aparte de esto, hay que tener en cuenta que aproxima-

damente un 11% de los abonados tiene más de un tipo de abono, como queda reflejado en el gráfico 5.1.

El perfil de los abonados de cada tipo de abono responde a la especificidad de cada abono: el familiar es un abono dirigido a todos los sectores de población, por lo que tiene una implantación similar en todos los sectores, salvo en la juventud y en los matrimonios con hijos que disponen, de un abono específico (el paraíso joven, en el primer caso y el familiar en el segundo).

Gráfico 5.1. ¿Qué tipo de abono/s tiene? (Solo los abonados). (Bases: 524)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

5.2. FIDELIDAD DE LOS ABONADOS

El índice de fidelidad (medido por los años que lleva de abonado de forma continuada) es bastante alto: del simple dato de que el 81% del total de abonados lleva sacando el abono de manera consecutiva más de 3 años podemos deducir que se trata de un colectivo fiel

a la programación del teatro. Y si, además, consideramos que la media de años como abonado de manera continuada es de casi 7 años, podemos calificar a los abonados del Calderón como un público muy fiel.



Cuadro 5.1. ¿Cuántos años lleva siendo abonado? (Solo los abonados).

	Número de respuestas	Porcentaje sobre total muestra	Porcentaje válido (% sobre respuestas de abonados)
De 1 a 3 años	93	6,6	19,3
De 4 a 6 años	176	12,5	36,4
De 7 a 9 años	100	7,1	20,7
Válido De 10 a 12 años	66	4,7	13,7
De 13 a 15 años	41	2,9	8,5
Más de 15 años	7	0,5	1,4
Media de años abonado			6,7
Total sobre total espectadores	483	34,3	100,0
No contesta (incluidos aquí los no abonados)	924	65,3	
Total muestra	1.407	100,0	

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

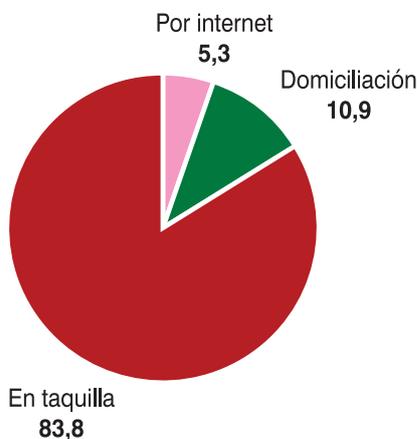
5.3. CÓMO ADQUIEREN EL ABONO Y SI ESTÁN INTERESADOS EN EL PAGO FRACCIONADO

La inmensa mayoría (el 84%), lo compran en taquilla. Entre los abonados, el pago, tanto por domiciliación como por Internet, están muy poco implantados, como se pone de manifiesto en el gráfico 5.2.

Por lo que se refiere al pago fraccionado, si se implantara, tendría una buena aceptación entre los abonados, lo mismo que hemos observado entre los no abonados.

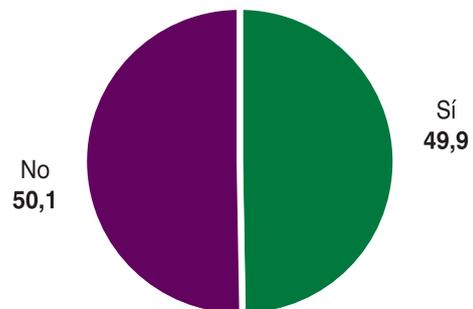
La mitad de los abonados dicen que les interesa (ver gráfico 5.3). Una proporción similar a la de los no abonados que manifestaron que el principal obstáculo para abonarse era el económico (ver cuadro. 4.4). De lo que no cabe duda que la medida, en caso de implantarse sería bien recibida por los actualmente abonados y, previsiblemente, incrementaría el número de nuevos abonados.

Gráfico 5.2. ¿Cómo ha adquirido el abono? (Solo los abonados). (Bases: 531)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013.

Gráfico 5.3. ¿Estaría interesado en el pago fraccionado del abono? (Solo los abonados). (Bases: 505)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013.

5.4. PREFERENCIAS SOBRE EL CALENDARIO DE PROGRAMACIÓN DEL ABONO Y LOS HORARIOS

Para conocer la opinión de los abonados sobre las fechas más adecuadas en las que programar los espectáculos, así como los horarios que mejor podrían encajar con sus gustos, se formuló a los encuestados las dos preguntas siguientes: *¿En qué mes le interesaría que comenzara la programación del abono, y en cuál le interesaría que finalizara?* y *¿Qué día de la semana y a qué hora prefiere asistir al espectáculo?*

Como se ve en el cuadro 5.2, hay un gran consenso en el mes en que debe iniciarse la temporada del abono (la gran mayoría –el 76%– prefiere octubre-), mientras que en la fecha de finalización las opiniones están más divididas (la mitad piensa de que debe finalizar en mayo y la otra mitad en junio).

Respecto al día de la semana, lógicamente las preferen-

cias se sitúan en el fin de semana (de viernes a domingo), distribuyéndose el público en tres grupos de igual tamaño respecto a la preferencia del viernes, el sábado y el domingo. (Ver cuadro 5.3.b).

Por lo que se refiere a la hora, las preferencias se sitúan en torno a las 20:00 horas (entre 7:30 y 8:30): situándose esa media en las 20:15 horas el viernes y el sábado y en las 19:30 el domingo. (Ver cuadros 5.3.a y b).

De los que se concluye que la programación del abono, en lo que se refiere a la temporada que debe abarcar y al horario que debe tener (días de la semana y horas de desarrollo de los espectáculos), no presenta grandes problemas para adaptarse a los intereses y gustos de los abonados, pues se observa una gran confluencia de las preferencias a este respecto.

Cuadro 5.2. ¿En qué mes le interesaría que comenzara la programación del abono y en cuál le interesaría que finalizara? (Solo los abonados)

	Inicio de la programación	Finalización
Enero	0,7	
Febrero		0,2
Marzo	0,2	0,4
Abril		3,4
Mayo		48,8
Junio	0,2	45,2
Julio		1,1
Agosto	0,2	
Septiembre	17,0	0,2
Octubre	76,4	
Noviembre	5,3	
Diciembre		0,7
(Bases)	(453)	(445)

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 5.3. Preferencias de horario (día de la semana y la hora del espectáculo). (Solo los abonados)

A. ¿A qué hora prefiere asistir al espectáculo?

Porcentaje de abonados que prefieren:	
16:45	0,2
18:00	0,2
19:00	3,6
19:30	29,5
20:00	27,6
20:15	0,6
20:30	36,3
21:00	1,1
21:30	0,2
22:00	0,6
Media horaria	20.00
(Bases)	471

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

B. Día de la semana que prefiere asistir al espectáculo y media horaria de preferencia para cada día*

	% de abonados que prefiere:	Media horaria*
Lunes	0,2	16:45
Miércoles	0,2	20:30
Jueves	0,4	20:00
Viernes	33,5	20:14
Sábado	34,9	20:14
Domingo	30,7	19:31
Media horaria total		20:00
(Bases)	501	

* La media horaria relativa a cada uno de los días de la semana es la media de todas las horas indicadas como preferentes por los abonados que han indicado ese día de la semana como el que mejor le viene para asistir a los espectáculos.

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



6

OPINIÓN SOBRE EL CONTENIDO DEL ABONO

Para conocer la valoración de los abonados sobre la programación de esta temporada (2013-2014), se formuló a los encuestados las siguientes preguntas:

- *¿Cuál es el espectáculo que más le ha gustado esta temporada?* (Pregunta abierta).
- *¿Y el que menos?* (Pregunta abierta).
- *Cómo calificaría globalmente la composición del abono de esta temporada?*

- *¿A los tipos de espectáculo que ofrece el abono actual le añadiría alguno más?* (Pregunta abierta).

- *¿Y le quitaría alguno?* (Pregunta abierta).

A continuación recogemos las respuestas de los abonados que respondieron a estas preguntas.

6.1. VALORACIÓN GLOBAL DE LA TEMPORADA

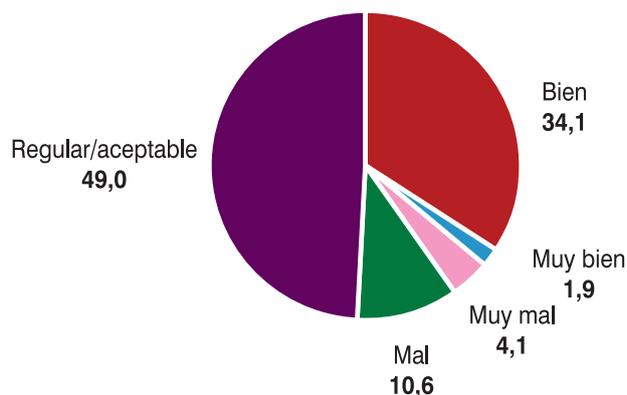
La mitad (el 49%) de los abonados que han respondido a la encuesta valora la temporada como regular o aceptable, algo más de una tercera parte (el 36%) la califica como buena o muy buena y casi uno de cada siete (el 15%) la considera mala o muy mala. (Ver gráfico 6.1).

Este estado de opinión varía poco entre los distintos colectivos en los que hemos desagregado la información, de lo que cabe deducir que está bastante generalizado entre los abonados. No obstante, se observan algunas diferencias en función de la edad, la ocupación, el nivel de estudios y la antigüedad como abonado que conviene tener en cuenta.

Como vemos en el cuadro 6.1, la calificación de los espectáculos va descendiendo con los años que lleva abonado, lo que quiere decir que a medida que los espectadores van siendo más veteranos (llevan más años como abonados) se van haciendo más exigentes y, por tanto, más críticos.

Esto tiene una incidencia clara en las diferencias que observamos en función de la edad, nivel de estudios y situación laboral. Aunque estas variables influyan por sí mismas en la valoración del contenido del abono (por lo general, se es más exigente con la calidad de los espectáculos a medida que aumentan los años y el nivel de estudios), los años que lleva de abonado van muy asociados a la edad, nivel de estudios y la ocupación, por lo que esto tendrá su claro reflejo en las diferencias de opinión que vemos en el cuadro en función de estas variables. La más clara es la de la ocupación: los más críticos con la programación son los que no están activos laboralmente (jubilados y amas de casa), cuyo peso entre los abonados se va incrementando con la antigüedad como abonado. (Ver cuadro 6.2). Pero también se observa esta incidencia en las diferencias que vemos en función de la edad y nivel de estudios (el nivel de crítica a la programación se incrementa con los años y el nivel de estudios) lo que también va asociado al incremento de la antigüedad como asociado.

Gráfico 6.1. ¿Cómo calificaría globalmente la composición del abono de esta temporada? (Solo los abonados).
(Bases: 518)



Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

Cuadro 6.1. Cómo calificaría globalmente la composición del abono de esta temporada, según el número de años que lleva siendo abonado. (Solo los abonados)

	De 1 a 3 años	De 4 a 6 años	De 7 a 9 años	De 10 a 12 años	De 13 a 15 años	Más de 15 años	Total	Media de años como abonado de los que dan cada calificación
<i>Muy mal</i>	5,6	4,1	3,1	1,6	2,5	14,3	3,9	6,4
<i>Mal</i>	12,4	7,1	12,5	12,7	5,0	42,9	10,3	7,7
<i>Regular</i>	38,2	47,1	55,2	49,2	55,0	28,6	47,7	7,0
<i>Bien</i>	40,4	40,6	25,0	34,9	37,5	14,3	35,9	6,2
<i>Muy bien</i>	3,4	1,2	4,2	1,6	0,0	0,0	2,2	5,2
<i>(Bases)</i>	<i>(89)</i>	<i>(170)</i>	<i>(96)</i>	<i>(63)</i>	<i>(40)</i>	<i>(7)</i>	(465)	6,7

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



Cuadro 6.2. Cómo calificaría globalmente la composición del abono de esta temporada, según distintas variables. (Solo los abonados)

		Muy mal	Mal	Regular/ aceptable	Bien	Muy bien	(Bases)
Sexo	Hombre	4,3	14,6	45,7	31,7	3,7	(164)
	Mujer	3,7	8,3	50,5	36,7	0,9	(327)
Edad	Jóvenes (<35 años)		12,5	33,3	50,0	4,2	(24)
	Adultos (36 a 45)	11,1	11,1	25,9	42,6	9,3	(54)
	Población madura 1 (46 a 55)	0,9	8,2	50,0	38,2	2,7	(110)
	Población madura 2 (56 a 65)	2,5	12,7	46,2	38,6		(158)
	Población jubilada (>65)	3,3	9,8	59,3	27,6		(123)
	Media de edad	56,0	56,8	59,3	55,8	41,6	57,3
Nivel de estudios	ESO o menos		21,1	36,8	42,1		(19)
	Bachillerato, FP	2,2	8,8	48,4	38,5	2,2	(91)
	Universitarios	4,3	10,2	48,9	34,7	1,9	(372)
Situación laboral actual	Trabaja	3,6	11,1	43,3	38,9	3,2	(252)
	Jubilado / pensionista	3,4	10,7	55,4	30,5		(177)
	Parado	5,9		58,8	35,3		(17)
	Estudiante		11,1	11,1	66,7	11,1	(9)
	Trabajo doméstico	3,2	9,7	58,1	29,0		(31)
Total	3,9	10,4	48,9	35,0	1,8	(491)	

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

6.2. ESPECTÁCULOS QUE MÁS LE HAN GUSTADO

A pesar del dicho de que sobre gustos no hay nada escrito porque cada uno tiene el suyo, parece que no hay duda en que *Tosca* fue, con diferencia, el espectáculo con más éxito entre los abonados (para casi 4 de cada 10 fue el espectáculo que más le gustó). Le siguen a gran distancia y por este orden, *La vida es sueño*, los espectáculos de ópera en general y *Juicio a una zorra*. Sobre el resto de espectáculos, se observa una gran dispersión. (Ver cuadro 6.3). Cabe señalar, además, que sobre este orden de valoración no se observan diferencias significativas según la antigüedad de los abonados, de lo que cabe concluir que hay un gran consenso sobre las obras que más aceptación e impacto han tenido dentro este colectivo.

No obstante, como se puede observar en el cuadro, ha habido un apreciable número de espectáculos que han

conectado muy bien con los espectadores, como puede deducirse del dato de que un número nada despreciable de abonados los han considerado como el mejor espectáculo de los que ha incluido el abono. Como en la pregunta solo se pedía que escribiera un espectáculo, es lógica la dispersión que se refleja en el cuadro. Pero del hecho de que un número significativo de encuestados le conceda el cetro de mejor espectáculo cabe interpretar que dicha obra tuvo buena acogida. Esta cifra (número significativo de espectadores) puede ser muy subjetiva, por lo que dependiendo de dónde pongamos el listón (porcentaje mínimo de los reflejados en el cuadro, más el 1,4% de los que han respondido “*Todos o casi todos*”) tendremos más o menos obras sobre las que podemos decir con seguridad que han tenido buena acogida. Por ejemplo, si ponemos para cada espectáculo ese listón en el 2,5% (incluyendo en

esta cifra el porcentaje que figura en el cuadro más el 1,4% señalado nos anteriormente) salen 17 espectáculos sobre los que tenemos seguridad de que han tenido buena acogida entre los abonados. Seguro que habrá otros espectáculos que han tenido buena acogida y no estén incluidos en la lista que nos salga, dependiendo del donde hayamos puesto el listón, pues el indicador de que haya sido mencionada por un número de espectadores como el que más le ha gustado es un criterio parcial, pues puede haber tenido buena acogida y no

haber sido señalado como el mejor por los encuestados o señalado por muy pocos, pero a falta de otros indicadores, este nos puede ser útil a la hora de valorar la acogida e impacto de los distintos espectáculos representados, aunque relativizando los resultados obtenidos, por lo indicado anteriormente. En cualquier caso, los datos del cuadro nos ofrecen un ranking interesante sobre los espectáculos del abono que mejor acogida y mayor impacto han tenido entre los abonados.

Cuadro 6.3. ¿Cuál es el espectáculo que más le ha gustado esta temporada? (Solo los abonados)

	% de respuestas válidas
Tosca	36,9
La vida es sueño	11,5
Los de ópera	7,2
Juicio a una zorra	6,1
Romeo y Julieta	3,8
Los Vivancos	3,4
El Cascanueces sobre hielo	2,9
La gran misa	2,7
Los de teatro	2,7
La loba	2,5
Coppélia	2,0
Elling	1,8
Los de danza	1,8
Los de ballet	1,8
Los habitantes de la casa deshabitada	1,4
Los de zarzuela	1,4
La bella y la bestia	1,1
El amor brujo	0,7
El médico de su honra	0,7
Grease	0,7
Agua, azucarillos y aguardiente	0,5
A cielo abierto	0,5
Los musicales	0,5
Sonrisas y lágrimas (temporada 2011-2012)	0,5
De ratones y hombres (temporada 2011-2012)	0,5
Mayumana Raconto	0,5
Maridos y mujeres	0,2
Madame Bovary	0,2
Celestina (temporada 2011-2012)	0,2
25 años de Rayuela	0,2
Todos o casi todos	1,4
Ninguno	0,9
Otros	0,9
<i>(Bases)</i>	<i>(442)</i>

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

6.3. ESPECTÁCULOS QUE MENOS LE HAN GUSTADO

Sobre los espectáculos que menos han gustado, la palma se la lleva *El Amor Brujo*. Le siguen a bastante distancia y por este orden: *Los de zarzuela*; *Agua, azucarillos y aguardiente*; *Los habitantes de la casa deshabitada*; *La gran misa*; y *Elling*. A partir de aquí se da una gran dispersión, que resulta lógica, pues, como se ha indicado en el apartado anterior, en el cuestionario se pedía que se señalara solo una obra. (Ver cuadro 6.4). Y como ocurre con los espectáculos que más han gustado, también aquí cabe señalar que, sobre el ranking de espectáculos peor valorados no se observan diferencias significativas según la antigüedad de los abonados, de lo que cabe concluir que hay un gran consenso sobre las obras que menos han gustado o mayor rechazo han tenido.

Siguiendo el mismo criterio que hemos indicado en el apartado anterior, a los porcentajes de abonados que han señalado cada obra como la que menos le ha gustado, habría que añadir el 2,1% que responde “todos o casi todos”, es decir que no le ha gustado ninguno o casi ninguno. Con ello tendríamos la proporción de espectadores que se han manifestado de manera explícita muy críticos con cada uno de los espectáculos incluidos en la lista del cuadro 6.2, que, como indicamos en el apartado anterior, no quiere decir que sean los únicos espectáculo que no han gustado, al menos a una parte importante de los espectadores, pero que, también a falta de otros indicadores, nos puede servir como orientación para establecer un ranking de los espectáculos que menos han gustado o con los que los espectadores se han mostrado más críticos.

Cuadro 6.4. ¿Y el que menos le ha gustado esta temporada? (Solo los abonados)

	% de respuestas válidas
<i>El amor brujo</i>	21,8
<i>La zarzuela</i>	11,8
<i>Agua, azucarillos y aguardiente</i>	10,8
<i>Los habitantes de la casa deshabitada</i>	9,5
<i>La gran misa</i>	7,4
<i>Elling</i>	7,4
<i>Algunos de teatro</i>	6,8
<i>Maridos y mujeres</i>	3,9
<i>La loba</i>	3,2
<i>Juicio a una zorra</i>	2,6
<i>Naces, consumes, mueres</i>	2,1
<i>Madame Bovary</i>	1,1
<i>Los de ballet</i>	0,8
<i>La vida es sueño</i>	0,5
<i>El médico de su honra</i>	0,5
<i>Los de danza</i>	0,5
<i>Los de ópera</i>	0,5
<i>Los musicales</i>	0,5
<i>Romeo y Julieta</i>	0,5
<i>Tosca</i>	0,3
<i>Los Vivancos</i>	0,3
<i>Coppélia</i>	0,3
<i>Mayumana. Raconto</i>	0,3
<i>A cielo abierto</i>	0,3
<i>La bella y la bestia</i>	0,3
<i>25 años de Rayuela</i>	0,3
<i>El bateo</i>	0,3
<i>Alguno</i>	1,3
<i>Todos o casi todos</i>	2,1
<i>Otros</i>	1,8
<i>Me ha gustado todo</i>	0,3
<i>(Bases)</i>	<i>(380)</i>

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

6.4. TIPOS DE ESPECTÁCULO QUE POTENCIARÍA Y CUÁLES QUITARÍA O DISMINUIRÍA

Para completar la opinión y valoración de los abonados se les preguntó si a la oferta actual del abono le añadiría algún otro tipo de espectáculo y también si quitaría alguno, y en caso afirmativo que especificara cuál o cuáles¹⁸.

La primera pregunta la contestaron el 89% de los abonados encuestados, de los cuales el 72,2% respondieron afirmativamente, es decir, que sí, que añadirían algún tipo de espectáculo nuevo. Y de estos, el 70% especificaron el tipo de espectáculo que incluirían, cuyas respuestas -que fueron muy diversas, al ser la pregunta abierta- se recogen codificadas (agrupadas por tipos de espectáculos) en el cuadro 6.5.

La segunda pregunta tuvo un nivel de respuesta bastante inferior a la anterior (la contestaron el 76%). De los que contestaron respondieron afirmativamente el 58%. Y de estos, especificaron el tipo de espectáculo que quitarían el 55%. Sus respuestas se recogen, también codificadas, en el cuadro 6.6.

Como podemos deducir de los resultados que figuran en el primer cuadro, la mayoría de los encuestados no se ciñeron a la formulación estricta de la pregunta (tipo/s de espectáculos distintos que añadirían a los que ofrece el abono), pues la mayor parte de las respuestas proponen tipos de actuaciones que el abono ya ofrece. Es el riesgo de las preguntas abiertas en una encuesta autocumplimentada (como en este caso), que cada encuestado las interpreta a su criterio. Pero, visto el tipo de respuestas, y de cara a aprovechar las aportaciones, que pueden ser de gran interés para los programadores, podemos partir de la hipótesis de que, los encuestados han respondido a la pregunta desde la siguiente perspectiva: *tipo de espectáculo/s que potenciarían más o incrementarían a la oferta actual*.

Y si interpretamos las respuestas a la primera pregunta desde esta perspectiva, parece lógico que demos también la misma interpretación a la segunda, aunque en sentido contrario: *tipo de espectáculo/s que reducirían, o incluso eliminarían, de la oferta actual*.

Interpretados los resultados en este sentido, **los espectáculos que más peticiones tienen de que se intensifi- que su peso actual en la programación del abono son, por este orden: los de ópera, los de zarzuela / lírica, los musicales, los de teatro, los de danza y ballet, y los con-**

ciertos, que coincide con el tipo de disciplinas artísticas que más interesan a los abonados, como hemos visto en el apartado 1.2.1 (ver gráfico 1.13), lo que viene a reforzar los resultados obtenidos sobre las preferencias respecto al tipo de espectáculos que los abonados desean que se programen. Pero también, como se pone de manifiesto en el cuadro 6.5, hay otro tipo de espectáculos que, aunque menos demandados que los anteriores, son requeridos por una parte de los abonados, cuyas demandas conviene tener en cuenta.

A este respecto, cabe destacar, además, que el orden de prioridades antes señalado en cuanto al tipo de espectáculos en los que se sugiere ampliar, apenas varía según la antigüedad como abonado, aunque si se observan algunas diferencias de interés respecto a la intensidad de dichas prioridades, como es el caso de la ópera y zarzuela, donde las demandas de que se amplíe el número de espectáculos se incrementa a medida que subimos en el número de años que lleva como abonado, mientras que respecto a los musicales y al teatro sucede lo contrario (sube su demanda a medida que descendemos en los años de antigüedad). Unas diferencias que van muy asociadas a la edad.

Por lo que respecta al tipo de espectáculos que reducirían su peso o eliminarían, hay que destacar, en primer lugar, que el nivel de respuesta a esta pregunta fue 13 puntos porcentuales inferior a la pregunta anterior, cuando cabría suponer lo contrario, dada la alta media de años que llevan de abonados y su alto nivel de exigencia sobre lo que se le ofrece (tanto en cantidad como en calidad), como hemos comprobado al comparar la valoración que los abonados hacen de la programación respecto a la que hacen los no abonados, mucho más crítica entre los primeros que entre los segundos (ver cuadro 3.3 del apartado 3.2).

De los que especificaron el tipo de espectáculo que quitarían o disminuirían (el 55% de los abonados), al menos la mitad (el 52,5%¹⁹) señala que la tijera la pondría en las obras de teatro ofrecidas. Le siguen, a mucha distancia, los espectáculos de danza (señalados por el 12% de los que contestaron), los de zarzuela (8,4%), los de ballet (6,5%) y los de ópera (5%). Por lo que no cabe duda que, entre los insatisfechos con la programación, el peso de esta insatisfacción recae fundamentalmente sobre los espectáculos de teatro programados, pues es

¹⁸ Las preguntas estaban formuladas así:

30.- ¿A los tipos de espectáculo que ofrece el abono actual le añadiría alguno más?

1. No 2. Sí → ¿Cuál o cuáles? _____

31.- ¿Y le quitaría alguno?

1. No 2. Sí → ¿Cuál o cuáles? _____

¹⁹ Se incluye en este porcentaje las siguientes respuestas: el teatro; el teatro de mala calidad / de relleno / repetido; alguna obra de teatro / demasiadas obras de teatro; algunos de esta temporada*; el teatro clásico / antiguo; el teatro moderno / vanguardista / contemporáneo.

entre los que se concentra mayoritariamente las peticiones de cambio. Aunque también resulten relevantes las peticiones de mejora sobre el resto de tipo de espectáculos señalados.

Pero, a tenor de los resultados de esta y otras preguntas del cuestionario, la insatisfacción con estos espectáculos y consiguiente petición de disminución o eliminación de su peso en el abono, se debe, no tanto a la cantidad como a su calidad. Así se deduce de las respuestas que lo indican de manera explícita en esta pregunta abierta (el 19%) y de los datos analizados en

el apartado 3.2 sobre satisfacción con la programación: mientras que las dos terceras partes (el 67%) de los abonados se muestran satisfechos con la cantidad de espectáculos, con la calidad de éstos son mucho más críticos (están satisfechos el 51%, la consideran regular el 41% y mala el 8%). (Ver cuadro 3.3). De lo que se puede concluir que **las propuestas que los abonados hacen para mejorar el contenido del abono no van tanto en la línea de incrementar la variedad (nuevos tipos de espectáculos) sino de mejorar la calidad de los que se ofrecen.**

Cuadro 6.5. Tipo/s de espectáculos que potenciaría o incrementaría del abono actual: (Solo los que han respondido que sí en la pregunta anterior)

	% de respuestas válidas
Ópera	22,6
Zarzuela / Lírica	18,2
Musicales	12,2
Más teatro	8,5
Danza	4,7
Conciertos	4,4
Ballet	4,1
Más calidad / teatro de calidad	4,1
Circo	3,4
Música clásica	2,8
Teatro clásico / costumbrista	1,6
Comedias	2,2
Danza flamenca / música flamenca	1,3
Repetir algunos de los de este año *	1,9
Espectáculos de humor / comedia	2,2
Teatro vanguardia / internacional	1,6
Jazz	1,3
Más de todo / más variedad	1,3
Más actualidad internacional / vanguardias	0,9
Otros	0,9
(Bases)	(319)

* (Tosca, Majumana, Cascanueces, Amor Brujo, My Fair Lady).

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013

6.5. Tipo/s de espectáculo que reduciría su peso o eliminaría en el abono actual. (Los que han respondido Sí en la pregunta anterior)

	% de respuestas válidas
El teatro	14,4
El teatro de mala calidad / de relleno / repetido	13,0
La zarzuela	8,4
Alguna obra de teatro / demasiadas obras de teatro	8,8
La danza	5,1
El ballet	6,5
Algunos de esta temporada*	6,5
La danza flamenca	6,5
Lo de poca calidad / lo simple	6,0
El teatro clásico / antiguo	6,0
La ópera	5,1
El teatro moderno / vanguardista / contemporáneo	3,3
Lo moderno / de vanguardia	1,9
Monólogos / comedias / circo	1,9
Varios	1,4
Nada	0,5
Otros	4,7
<i>(Bases)</i>	<i>(215)</i>

* (La gran misa, Juicio a una zorra., La loba, Madame Bovary, Elling, El amor brujo, Antonio Canales, Teatro Corsario).

Fuente: Encuesta a los espectadores del Teatro Calderón 2013



ANEXOS

A.1. COMENTARIOS Y SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS

Al final del cuestionario se incluyó un recuadro para que los encuestados (tanto abonados como no abonados) que quisieran pudieran escribir algún comentario o sugerencia. Contestaron 349 encuestados²⁰ (el 25% del total), y 121 aportaron más de una sugerencia, obteniendo un total 480 sugerencias o comentarios. Lo que no está nada mal, teniendo en cuenta que en las en-

cuestas autocumplimentadas no se suele incluir espacios de este tipo porque no los cubre casi nadie. En el cuadro se recogen dichas sugerencias, que ponen de manifiesto, aparte del interés de los espectadores por la programación del teatro, los principales aspectos en los que los espectadores desean que se establezca algún tipo de mejora.

²⁰ De los 349 encuestados que hicieron alguna sugerencia, 233 eran abonados y 116 no abonados, lo que supone que aportaron sugerencias el 45% del colectivo de abonados que contestaron la encuesta y el 14% de los encuestados no eran abonados. En esta diferencia en el nivel de respuesta entre ambos colectivos es seguro que ha tenido una gran incidencia, además del lógico mayor interés y conocimiento de la programación por parte de los abonados, el lugar donde estaba ubicado el espacio para las sugerencias: al final del cuestionario, después del recuadro con las preguntas que solo contestaban los abonados, como se puede ver en el anexo 2. Pues, mientras los abonados veían fácilmente la línea destinada a sugerencias al finalizar sus respuestas, la mayoría de los no abonados es previsible que ni siquiera la vieran, pues sus preguntas estaban todas ubicadas mucho antes del final.

Cuadro A 1. Comentarios o sugerencias de los encuestados. (Respuesta múltiple)*

	(% sobre respuestas)	(Número de respuestas)
Más calidad/puesta en escena mejor/mejores adaptaciones/más innovaciones	15,9	57
Mala programación del abono/mala distribución del programa/coincidencia con otros eventos	12,0	43
Problemas con venta de entradas/cambio/abonos/descuentos de última hora/renovación/horario de taquillas/pago anticipado	9,5	34
El precio/caro	8,4	30
Mejorar la acústica	6,4	23
Malos accesos (escaleras, ascensor, luz de emergencia, rampa, movilidad reducida)	6,1	22
Menos cambios en la programación/menos cambios de última hora	4,7	17
Más artes escénicas (conciertos/ópera/ballet/ballet español/danza/teatro clásico/moderno/ tradicional/flamenco/humor)	4,7	17
Mala visibilidad/algunos asientos sin visibilidad	4,2	15
Otra programación/más variada/menos repetitivo/quitar algún espectáculo concreto	3,9	14
Me gusta todo o casi todo/seguir así/seguir siendo fiel al programa	3,3	12
Malos horarios	3,3	12
Impuntualidad	3,3	12
Menos cambios que siempre afectan al mismo grupo	3,1	11
Regular la temperatura de la sala	2,5	9
Ofertas a jubilados/familias/jóvenes/estudiantes de arte dramático/desempleados	2,5	9
Incómodo/butacas/palcos/espacio entre butacas	2,2	8
Más musicales/musicales para todos los abonos	2,2	8
Prohibir móviles/muchos ruidos dentro de la sala	2,2	8
Letras del programa y/o subtítulos más grandes	1,9	7
Poder elegir/seleccionar dentro del abono las obras	1,7	6
No me ha gustado Antonio Canales	1,7	6
Descuentos/promociones	1,7	6
No voy a renovar/no me ha gustado	1,7	6
La sala (distribuc.butacas/espacio filas/viejo/pequeño/decoración/reposapiés) / más baños/ limpieza/ instalac.	1,4	5
Más comedia actual	1,4	5
Otros abonos(medio abono/bono de ópera y ballet/bono flamenco/bono ópera)	1,4	5
Mayor oferta/más oferta de espectáculos dentro del abono	1,1	4
Falta de información/mejorar la información/más programas de mano	1,1	4
Mal trato del personal/mala organización	1,1	4
Más entradas para vender en la web/mejorar venta web y poner precios más bajos/mejor web/quitar suplemento	1,1	4
Menos artes escénicas (ballet/danza/teatro)	1,4	5
Más grupos locales	0,8	3
Poner cafetería/espacios para esperar	0,8	3
Que venga un espectáculo concreto	0,8	3
Más teatro/más comprometido	0,8	3
Repetir algún espectáculo concreto	0,8	3

	(% sobre respuestas)	(Número de respuestas)
Más zarzuelas	0,8	3
Más contemporáneo/moderno	0,8	3
Me gusta el personal	0,8	3
Teatro malo	0,8	3
Poder pagar a plazos	0,8	3
Mala calidad del abono 7 y del abono reducido	0,8	3
Problemas en espacios comunes (aglomeraciones/aglomeraciones en entrada y salida)	0,6	2
Otros	4,7	17
Total respuestas (respuesta múltiple)	133,7	480
<i>(Bases: número encuestados que respondieron)</i>	100,0	<i>(359)</i>

* La pregunta que se formuló a los encuestados fue: *Comentarios o sugerencias que desee hacer*. La pregunta fue abierta y de autocumplimentación. Muchos de los que respondieron anotaron más de una respuesta, concretamente 121 encuestados, por lo que el número total de respuestas es mayor que las bases utilizadas. Por eso, los porcentajes suman más de 100 (133,7).

A.2. CUESTIONARIO

Al objeto de mejorar la prestación de nuestros servicios en el Teatro Calderón, le rogamos su imprescindible colaboración a través de su opinión y sugerencias. Agradeciéndole de antemano su interés, sería de gran ayuda que nos contestara las preguntas de esta encuesta (1).

1. ¿A través de qué medios suele informarse de la programación del Teatro Calderón?

(Señale aquellos a través de los cuales se informa)

1. Web del Calderón
2. Prensa escrita
3. Radio
4. Televisión
5. Revista Entremés
6. Otras webs
7. Carteles/programas
8. Familiares o amigos.
9. Otros (escríbalos) _____

2. De los que ha señalado anteriormente, ¿cuál es el que prefiere? _____

3. ¿Cómo suele adquirir las entradas?

1. En taquilla
2. Por Internet

4. ¿Cuál es su grado de satisfacción con cada uno de los siguientes aspectos del Teatro Calderón? (Califíquelos de 0 a 10. 0 significaría que está muy insatisfecho y 10 muy satisfecho)

- La taquilla _____ Programas de mano _____ La comodidad de la sala _____
La limpieza _____ La web del Teatro _____ El personal de sala y guardarropa _____

5. Valore la oferta del Teatro Calderón, tanto en calidad como en cantidad:

5.1. CALIDAD:

1. Muy buena
2. Buena
3. Regular/Aceptable
4. Mala
5. Muy mala

5.2. CANTIDAD:

1. Más que suficiente
2. Suficiente
3. Regular/Aceptable
4. Insuficiente
5. Muy insuficiente

6. ¿Qué tipo de disciplina artística le interesa más? (Una sola respuesta)

1. Teatro
2. Danza
3. Ópera
4. Zarzuela
5. Infantil/Juvenil
6. Musicales
7. Conciertos de pop - rock
8. Conciertos de música clásica
- 9.- Circo
10. Otras (Escríbalas) _____

7. ¿Suele asistir a otras manifestaciones artísticas y/o culturales en la ciudad?

1. No
2. Sí, → ¿A dónde principalmente? _____

8. ¿Cuál es el principal motivo por el que elige venir al T. Calderón? _____

9. ¿Qué es lo que más le gusta del T. Calderón? (Una respuesta) _____

10. ¿Y lo que menos, y que, en su opinión, debería cambiar? (Una respuesta) _____

11. Sexo: 1. Hombre 2. Mujer

12. Edad _____ Años

13. Nivel de estudios terminados

1. ESO o menos
2. BUP o FP
3. Diplomatura
4. Licenciatura
5. Estudios de postgrado

14. Situación laboral actual

1. Empresario o autónomo
2. Asalariado
3. Estudiante
4. Parado
5. Pensionista
6. Labores del hogar

15. Si está trabajando o ha trabajado ¿Cuál es su cualificación profesional?

1. Empresario/autónomo
2. Directivo
3. Técnico superior
4. Técnico medio
4. Auxiliar /Administrativo
5. Sin cualificación profesional

16. ¿Dónde reside habitualmente?

1. Valladolid ciudad
2. Otro municipio de la provincia
3. Otra provincia de Castilla y León
4. Otra comunidad autónoma → ¿Cuál? _____
- 5.- Otro país → ¿Cuál? _____

17. ¿Es abonado?

1. No
2. Sí (Pasar a la pregunta 22)

18. ¿Es la primera vez que viene a un espectáculo al Teatro Calderón o ha venido a otros anteriormente?

1. Es la primera vez 2. He venido a otros ¿A cuántos suele venir al año? _____

19. ¿Le gustaría ser abonado del Teatro Calderón?

1. No 2. Sí

20. ¿Cuál es el principal impedimento o dificultad que tiene para ser abonado? _____

21. ¿Se abonaría al Teatro Calderón si pudiera realizar el pago a plazos?

1. No 2. Sí

PREGUNTAS SÓLO PARA LOS ABONADOS

22. ¿Qué tipo de abono tiene?

1. Temporada 2. Familiar 3. Abono 7 4. Paraíso Joven

21. ¿Cuántos años lleva siendo abonado? _____ años

22. ¿Cómo ha adquirido el abono?

1. En taquilla 2. Por Internet 3. Domiciliación

26. ¿Estaría interesado en el pago fraccionado del abono?

1. No 2. Sí

27. ¿Cuál es el espectáculo que más le ha gustado esta temporada? _____

28. ¿Y el que menos? _____

29. Cómo calificaría globalmente la composición del abono de esta temporada?

1. Muy mal 2. Mal 3. Regular/aceptable 4. Bien 5. Muy bien

30. ¿A los tipos de espectáculo que ofrece el abono actual le añadiría alguno más?

1. No 2. Sí → ¿Cuál o cuáles? _____

31. ¿Y le quitaría alguno?

1. No 2. Sí → ¿Cuál o cuáles? _____

32. ¿En qué mes le interesaría que comenzara la programación del abono, y en cuál le interesaría que finalizara? Mes de inicio _____ Mes de finalización _____

33. ¿Qué día de la semana y a qué hora prefiere asistir al espectáculo? Día de la semana _____ Hora _____

Comentarios o sugerencias que desee hacer

Si desea que le informemos durante el año sobre las actividades culturales que realiza el Ayuntamiento escriba su correo electrónico y le tendremos puntualmente informado. correo electrónico _____ (2)

Muchas gracias por su colaboración

(1) La encuesta es anónima y le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas, de acuerdo con las leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales. Una vez grabada la información de forma totalmente anónima, los cuestionarios individuales serán destruidos.

(2) Le informamos que, según la Ley Orgánica 15/1999, este dato formará parte de dos ficheros: uno, propiedad de la F. Teatro Calderón, y el otro, propiedad de la Sociedad M. para la Promoción del Turismo de Valladolid, donde podrá ejercer sus derechos sobre Protección de Datos.



Teatro Calderón



Ayuntamiento de
Valladolid