

Estudio de públicos

Temporada 2013-2014



ÍNDICE

A Presentación

1	Introducción	4
2	Metodología	4
3	Ficha técnica	4

B La temporada en números

1	Datos globales sobre espectadores	6
2	Tipología de espectáculos	7

C Perfil de los espectadores del TCM

1	Perfil de los espectadores del TCM: sexo y edad en la encuesta presencial	9
2	Perfil de los espectadores del TCM: sexo y edad en la encuesta online	10
3	Perfil de los espectadores del TCM: edad por tipo de espectáculo	11
4	Perfil de los espectadores del TCM: procedencia geográfica	12
5	Perfil de los espectadores del TCM: nivel de estudios	13
6	Perfil de los espectadores del TCM: situación personal	14
7	Perfil de los espectadores del TCM: situación laboral	15
8	Perfil de los espectadores del TCM: frecuencia de asistencia	16
9	Perfil de los espectadores del TCM: procedencia según frecuencia de asistencia	17

D Experiencia en el TCM

1	Experiencia en el TCM: valoración de la programación por asiduidad del espectador	19
2	Experiencia en el TCM: valoración de la programación según la asistencia a otros teatros	20
3	Experiencia en el TCM: relación entre tipología de espectáculos y asiduidad de los espectadores	21
4	Experiencia en el TCM: puntuación y recomendación del espectáculo	22
5	Experiencia en el TCM: Impedimentos para una mayor asistencia	23
6	Experiencia en el TCM: opciones del ocio al salir del teatro	24
7	Experiencia en el TCM: opciones de ocio al salir del teatro según edad del espectador	25
8	Experiencia en el TCM: opciones de ocio por tipo de espectáculo	26

E El TCM y la comunicación

1	El TCM y la comunicación: acercamiento del espectador al espectáculo	28
2	El TCM y la comunicación: Motivo para asistir al espectáculo	29
3	El TCM y la comunicación: motivación para la asistencia por tipo de espectáculo	30
4	El TCM y la comunicación: grado de uso de las TIC	31

F Acerca del estudio de públicos

1	Autoría del estudio	33
2	Equipo	33
3	Licencia de uso	33



A PRESENTACIÓN

1 INTRODUCCIÓN

Siguiendo las directrices planteadas la pasada temporada para el estudio de públicos, la razón de ser del Teatro Circo Murcia, este informe profundiza en el comportamiento y valora la evolución de sus espectadores.

En el contexto actual de crisis económica y cambios en la legislación que afectan al sector de la cultura (IVA cultural) es imprescindible el estudio de su impacto en el público y cómo se mantienen o modifican sus comportamientos.

El TCM va asentando su aún breve trayectoria entre la población de la ciudad y va integrándose con la ciudadanía, cumpliendo así con su vocación de servicio público.

Presentamos la segunda secuencia de datos del TCM, que asienta el esfuerzo por observar la evolución de su público y mostrarlo a la ciudadanía, cumpliendo así con los objetivos de transparencia y honestidad que llevaron a iniciar el trabajo.

2 METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este estudio ha sido necesario medir un gran número de variables referentes al público del TCM: su perfil sociodemográfico, grado de satisfacción, preferencias con respecto a la programación, las barreras a una posible mayor asistencia y el impacto que las distintas formas de comunicación del Teatro han tenido a la hora de su decisión de asistir al mismo.

Para averiguar estos datos se han realizado dos

encuestas de manera simultánea. La primera al público asistente al TCM mediante una encuesta autoadministrada entregada a una ratio determinada de personas, de manera aleatoria al entrar al espectáculo; y la segunda online, anunciada a través de la web del Teatro y los perfiles en los medios sociales Facebook y Twitter.

Esta metodología presencial y online responde a la necesidad de hacer un análisis detallado de todos los espectadores, tanto a los que potencialmente asistirían al Teatro durante el periodo de ejecución del estudio, como a los que simplemente visitaban la web habitualmente o eran seguidores de alguno de los perfiles en medios sociales del TCM.

3 FICHA TÉCNICA

Encuesta presencial

UNIVERSO: Público asistente del Teatro Circo Murcia [Período de septiembre a enero, temporada 2013-2014: 48.589 personas]

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 378 cuestionarios.

PROCEDIMIENTO DE MUESTREO: Estratificado por conglomerados (tomando como estratos la tipología de espectáculos programados y como conglomerados cada representación), con afijación no proporcional para asegurar representatividad del estrato (posteriormente ponderada con respecto al cociente entre el público asistente en el período de estudio a cada tipo de espectáculo y la muestra recogida), selección aleatoria simple de las unidades de primera etapa

(representaciones), y selección de las unidades de última etapa (espectadores) mediante método aleatorio sistemático, con un coeficiente de elevación basado en los espectadores asistentes a la representación y la muestra diseñada.

PUNTOS DE MUESTREO: 20 representaciones.

ERROR MUESTRAL: para un nivel de confianza del 95%, y en los supuestos de máxima heterogeneidad ($P=Q$) y muestreo aleatorio simple; es de un $\pm 5\%$ para el total de la muestra.

FECHA DE REALIZACIÓN: Del 1 de noviembre de 2013 al 17 de enero de 2014.

Encuesta online

UNIVERSO: Visitantes de la web del Teatro Circo Murcia y seguidores en medios sociales online.

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 370 cuestionarios.

PROCEDIMIENTO DE MUESTREO: Selección de tipo river sampling.

ERROR MUESTRAL: No se aplica. Unidades de la muestra autoseleccionadas.

FECHA DE REALIZACIÓN: Del 23 de noviembre al 30 de diciembre de 2013.



B LA TEMPORADA
EN NÚMEROS

1 DATOS GLOBALES SOBRE LOS ESPECTADORES

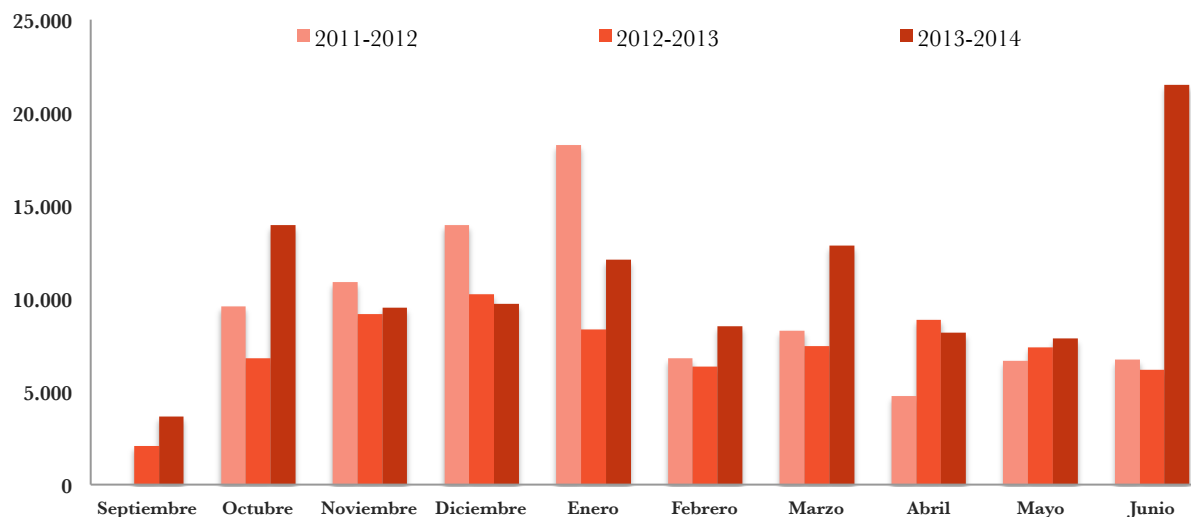
La comparativa de las tres temporadas pone de manifiesto la estabilidad de las cifras globales de asistentes.

Una vez superada la primera temporada 2011-2012 (86.000 asistentes), marcada por la reapertura y la novedad del espacio, la segunda y la tercera temporada se cierran con 73.000 y 107.848 espectadores.

Tras un primer fenómeno descendente, derivado de la salida de la primera línea de actualidad correspondiente a su reapertura, el Teatro Circo Murcia vuelve a la línea ascendente en cuanto a la cifra total de sus espectadores, con un aumento del 48,12% respecto a la temporada 2013-2014. El Teatro vuelve a ser novedad, ya no tanto por su entorno como por la oferta programada.

Además, durante el mes de junio se ha registrado una alta asistencia al Teatro debido a la representación continuada del espectáculo *The Hole*.

Comparativa tres temporadas



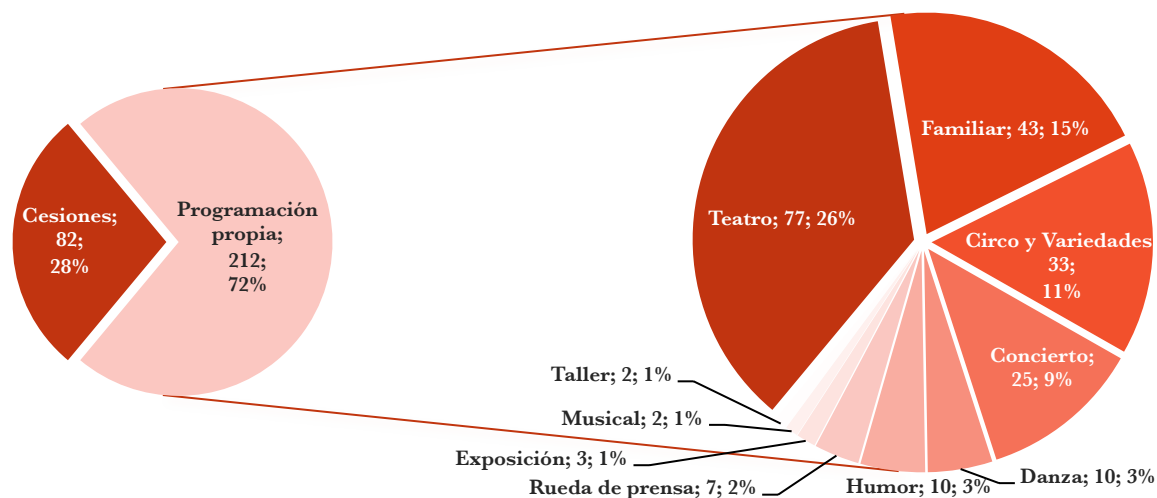
	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Septiembre		2.081	3.671
Octubre	9.585	6.777	13.937
Noviembre	10.879	9.162	9.529
Diciembre	13.959	10.243	9.718
Enero	18.249	8.354	12.093
Febrero	6.780	6.337	8.527
Marzo	8.280	7.443	12.844
Abril	4.770	8.867	8.166
Mayo	6.662	7.386	7.859
Junio	6.709	6.159	21.504
TOTAL	85.873	72.809	107.848

2 TIPOLOGÍA DE ESPECTÁCULOS

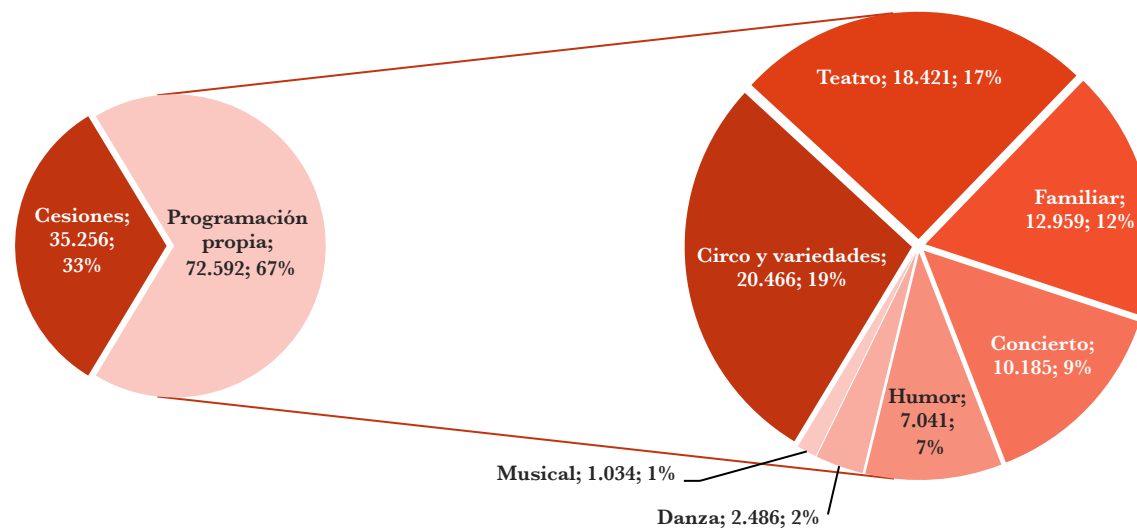
Las cesiones suponen un 28% de la actividad del Teatro, con un total de 82 actividades realizadas, lo que pone de manifiesto una vez más su vocación de servicio público.

Dentro de la programación propia, el tipo de espectáculo mayoritario es el Teatro, seguido del Familiar, en número de representaciones. En número de espectadores destaca el incremento de la categoría Circo y variedades, explicada por el gran éxito del espectáculo *The Hole*, que además se ha representado en 24 ocasiones.

Número de actividades realizadas por tipología y porcentaje respecto al total



Número de espectadores por tipología y porcentaje respecto al total





PERFIL DE LOS
ESPECTADORES
DEL TCM

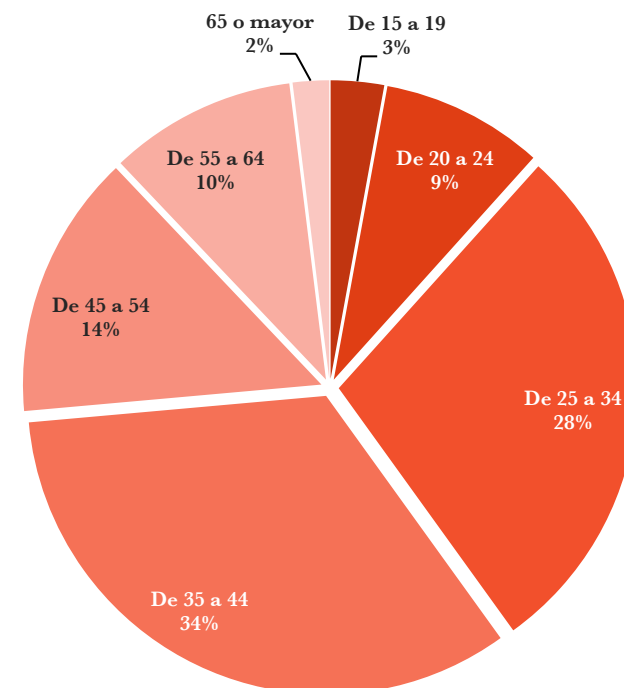
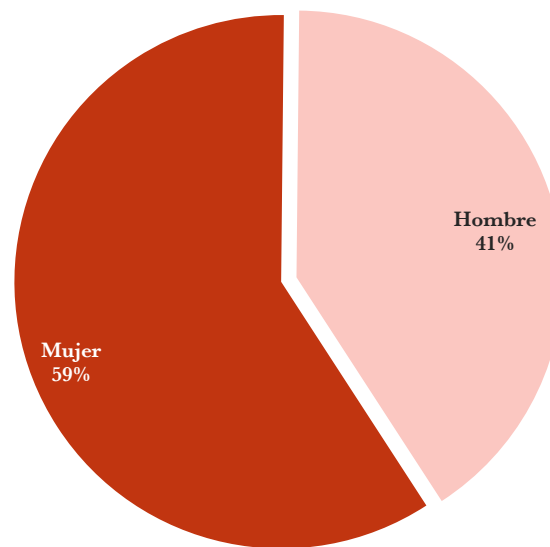
1 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: SEXO Y EDAD EN LA ENCUESTA PRESENCIAL

La distribución de los espectadores del TCM según su sexo pone de manifiesto una vez más que las mujeres integran el grupo más numeroso de espectadores (59%), mientras que los hombres conforman un grupo de menor tamaño (41%).

Este dato sigue la tendencia descrita en el informe presentado en la pasada temporada. Además, se alinea con la realidad del sector cultural, según la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales del año 2010-2011, realizada por el Ministerio de Cultura*, donde un 19% de las mujeres valoraba en un 9 o 10 (en una escala de 10) su grado de interés por el teatro, mientras que sólo un 9,2% de los hombres hacía lo mismo.

Con respecto a la edad de los espectadores del TCM observamos que predominan las franjas de edad más jóvenes los espectadores con edades comprendidas entre los 35 y los 44 años. suponen el 34% del público, seguidos por la franja del mismo situados entre los 25 y los 34, con un 28% del total. Esta última franja es ampliamente mayoritaria.

Distribución de espectadores por sexo y edad



I. Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2010-2011 perteneciente al Plan Estadístico Nacional 2009-2013, realizada por el Ministerio de Cultura
<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/EHC/2010/Presentacion.html>

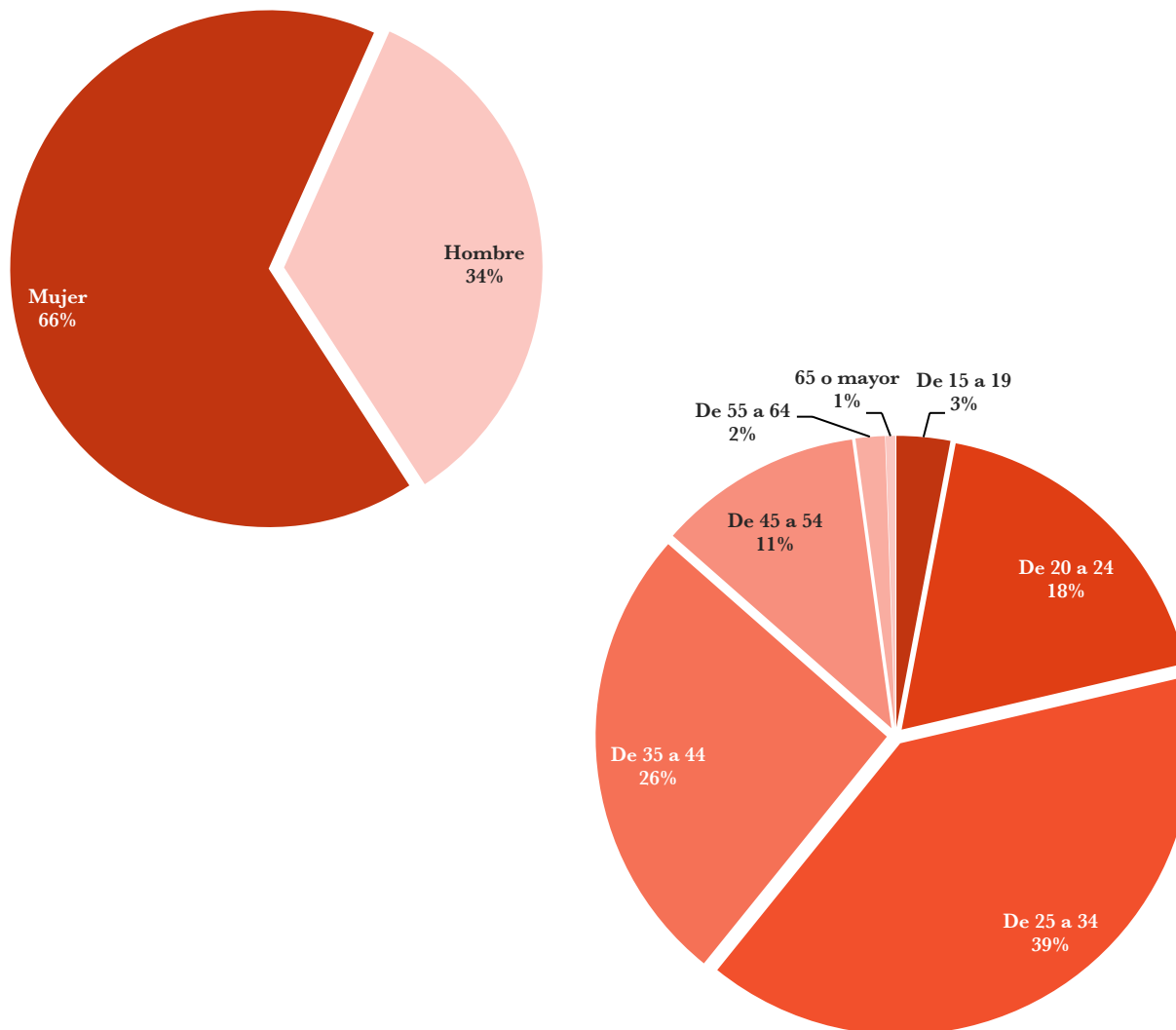
2 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: SEXO Y EDAD EN LA ENCUESTA *ON-LINE*

Hemos querido destacar el perfil sociodemográfico de la encuesta *online*, ya que explica algunas de las variaciones en el análisis de apartados posteriores.

Sigue existiendo un predominio de las mujeres frente a los hombres, esta vez 7 puntos por encima con respecto a la encuesta presencial, y disminuye considerablemente la media de edad –en más de 10 años-.

Así pues, contamos con una muestra ligeramente más femenina y considerablemente más joven, lo que puede explicar las diferencias de comportamiento a la hora de establecer las recomendaciones o sus impedimentos para la asistencia al TCM.

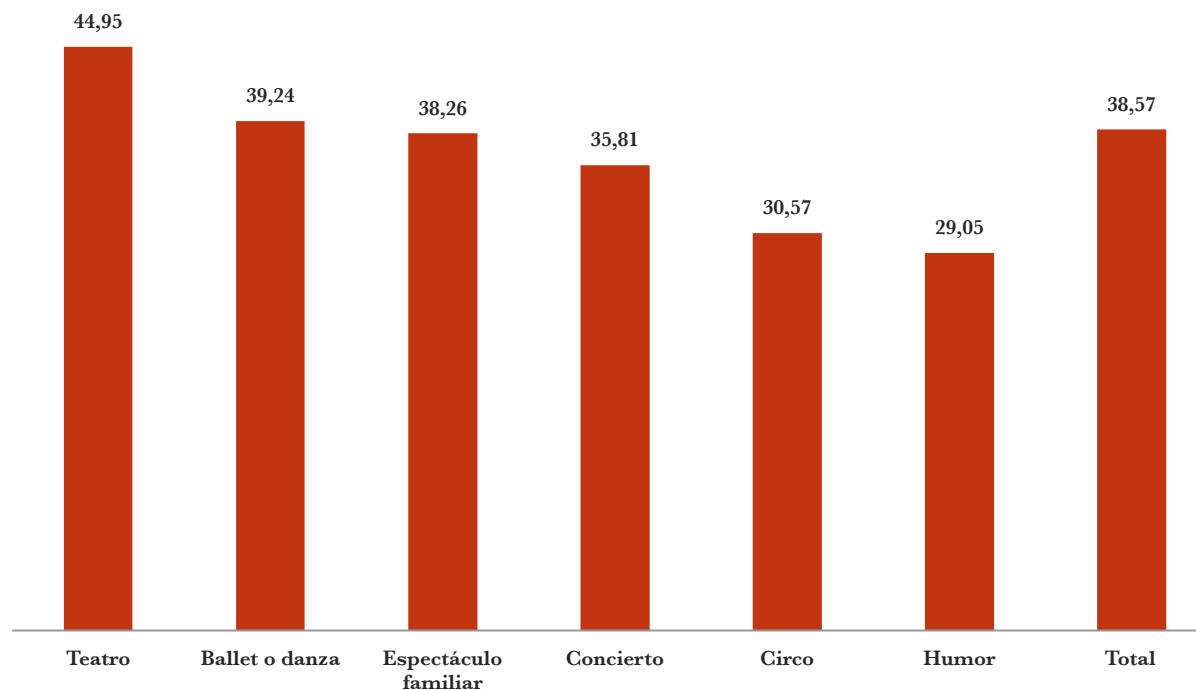
Distribución por sexo y edad



3 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: EDAD POR TIPO DE ESPECTÁCULO

Si nos fijamos en la distribución de la edad de los espectadores según el tipo de espectáculo al que acuden vemos que existe una diferencia significativa. En concreto, observamos que los espectadores más jóvenes suelen optar por espectáculos de Humor, Circo o Conciertos, mientras que los espectadores más veteranos predominan en el Teatro y la Danza.

Media de edad de los espectadores por tipo de espectáculo

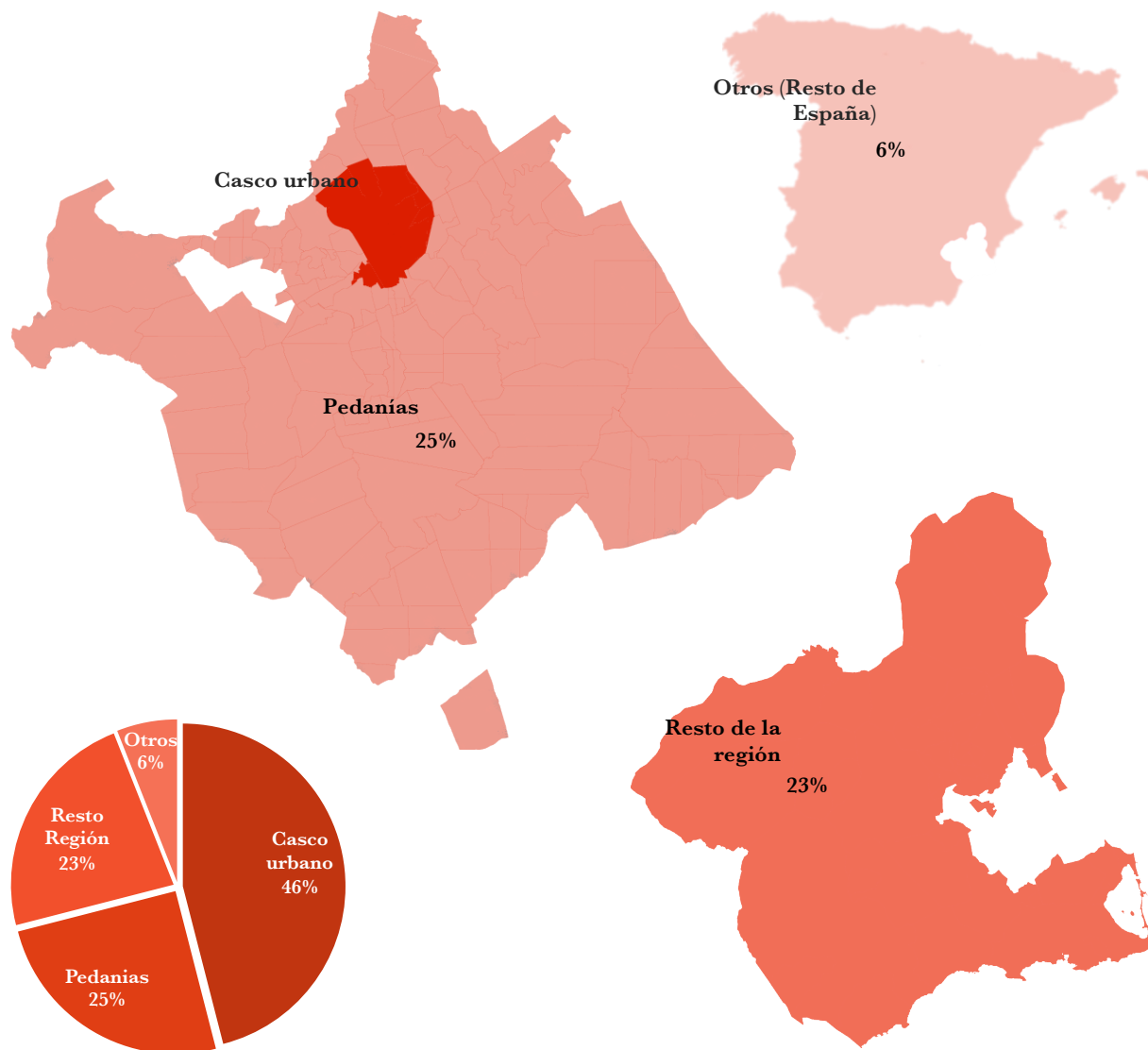


4 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: PROCEDENCIA GEOGRÁFICA

En esta representación gráfica, realizada a partir de la información obtenida con el código postal de cada persona encuestada, observamos cuatro grupos de espectadores en función de su procedencia geográfica: los pertenecientes al casco urbano de la ciudad de Murcia², que representan la mayoría con un 46%, los pertenecientes a las pedanías de Murcia, que representan un 25%, los pertenecientes al resto de la Región de Murcia con un 23%, y finalmente, aquellos espectadores del resto de España, representados con un 6%.

Resulta interesante observar cómo el equilibrio entre espectadores del casco urbano de Murcia y de las pedanías ha variado desde la pasada temporada: los primeros pasaron de 53% a 46%, mientras que los segundos han crecido del 22% al 25%.

Espectadores según su procedencia geográfica (en función de su C.P.)

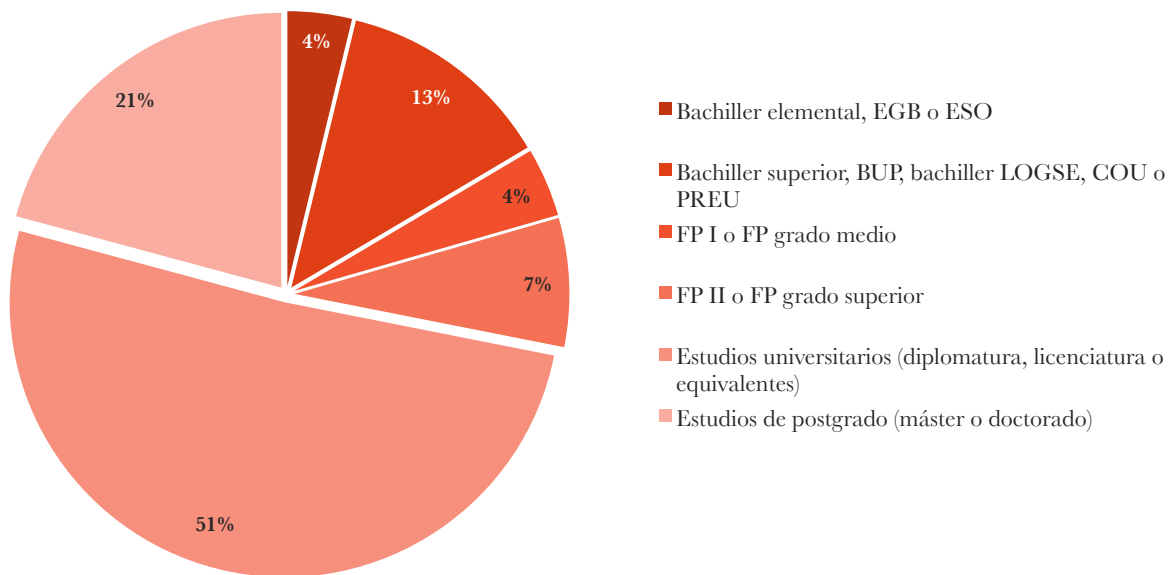


2. En los casos de los códigos postales 30006, 30007, 30009, 30010, 30011 y 30100, que afectan tanto a barrios de Murcia como a pedanías incorporadas en mayor o menor medida al casco urbano al norte de la ciudad, han sido considerados en este trabajo dentro del casco urbano.

5 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: NIVEL DE ESTUDIOS

En esta representación puede observarse una tendencia que viene siendo habitual en otros estudios sobre los espectadores de artes escénicas realizados a nivel nacional. Como también se refleja en la anteriormente citada Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales³, la mayor parte del público del TCM (un 51%) tiene estudios universitarios (diplomatura, licenciatura o equivalente). El segundo grupo más nutrido de espectadores (21%) es el que además ha completado estudios de postgrado (máster o doctorado), seguido de los que cuentan con Bachiller superior, BUP, bachiller LOGSE, COU o PREU (13%) y de quienes tienen FP II o FP grado superior (7%) o Bachiller elemental, EGB o ESO (4%) y quienes tienen FP I o FP grado medio (4%).

Espectadores según el nivel de estudios



Estudios	Porcentaje
Bachiller elemental, EGB o ESO	3,8 %
Bachiller superior, BUP, bachiller LOGSE, COU o PREU	12,7 %
FP I o FP grado medio	4,1 %
FP II o FP grado superior	7,6 %
Estudios universitarios (diplomatura, licenciatura o equivalentes)	51,1 %
Estudios de postgrado (máster o doctorado)	20,8 %

3. Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2010-2011 perteneciente al Plan Estadístico Nacional 2009-2013, realizada por el Ministerio de Cultura
<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/EHC/2010/Presentacion.html>

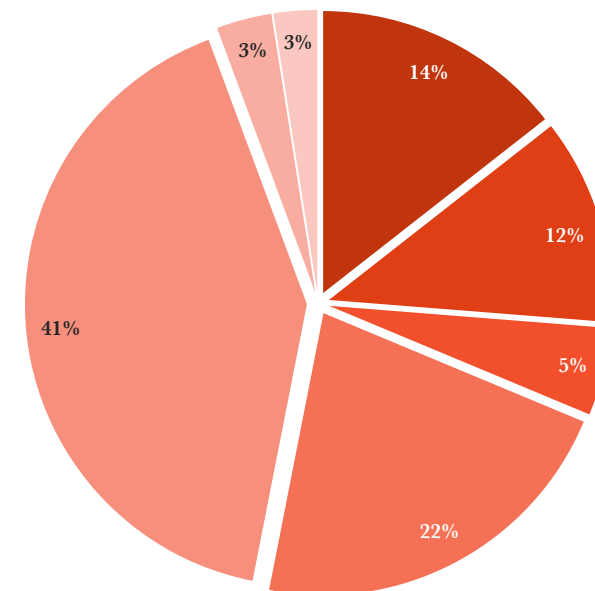
6 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: SITUACION PERSONAL

Las distintas situaciones personales de los espectadores del Teatro que se reflejan en esta gráfica permiten trazar con mayor precisión el perfil sociodemográfico del universo estudiado.

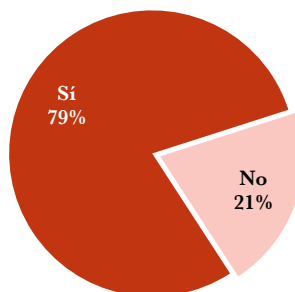
La distribución de los resultados, que da porcentajes importantes a la mayoría de opciones disponibles, siempre en relación a la variada edad de los espectadores, refuerza la idea de que la programación del TCM es diversa y atrae a públicos de diversa índole.

Espectadores según situación personal

- Vivo con mis padres
- Vivo solo/a
- Vivo en un piso compartido o residencia
- Vivo en pareja, sin hijos/as en casa
- Vivo con mi pareja e hijos/as
- Vivo sin pareja, con hijos/as
- Otra situación



Niños menores de doce años, en los casos que viven con hijos



Situación personal	Porcentaje
Vivo con mis padres	14,4 %
Vivo solo/a	11,8 %
Vivo en un piso compartido o residencia	5,0 %
Vivo en pareja, sin hijos/as	21,8 %
Vivo con mi pareja e hijos/as	41,2 %
Vivo sin pareja, con hijos/as	3,2 %
Otra situación	2,5 %

7 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: SITUACIÓN LABORAL

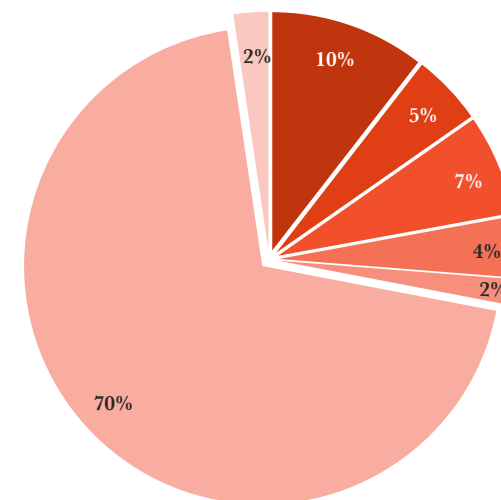
En estas dos gráficas podemos observar cuál es la situación laboral y ocupación principal de los espectadores del Teatro.

Del 70% de las personas que contestan "trabajando", observamos que existe una mayoría de profesiones (Cuadros superiores, mandos intermedios, profesionales liberales y directivos o gerentes) que están vinculadas a la educación superior.

Espectadores según situación laboral y ocupación

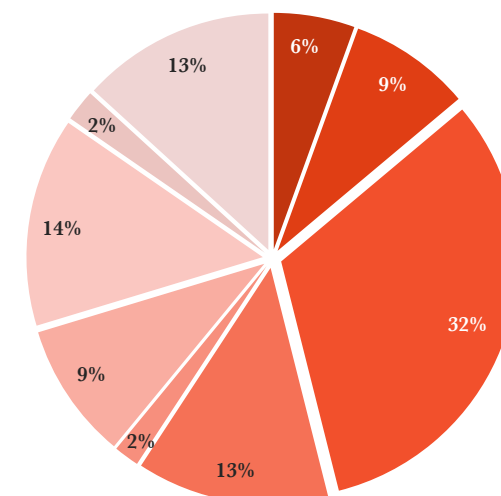
Situación laboral

- Estudiante
- Estudio y trabajo
- Situación de desempleo
- Pensionista o jubilado/a
- Labores del hogar
- Trabajando
- Otra situación



Ocupación

- Directivo o gerente de empresas o de la Administración Pública
- Profesional liberal (abogado, contable, arquitecto, asesor, etc.)
- Cuadros superiores, profesiones asociadas a titulaciones universitarias de segundo y tercer ciclo
- Cuadros intermedios, profesiones asociadas a titulaciones universitarias de primer ciclo
- Artista (músico, pintor, actor, escritor, etc.)
- Autónomo, comerciante o similar
- Administrativo, vendedor o dependiente
- Otros trabajadores asalariados con personal a su cargo
- Otros trabajadores asalariados sin personal a su cargo

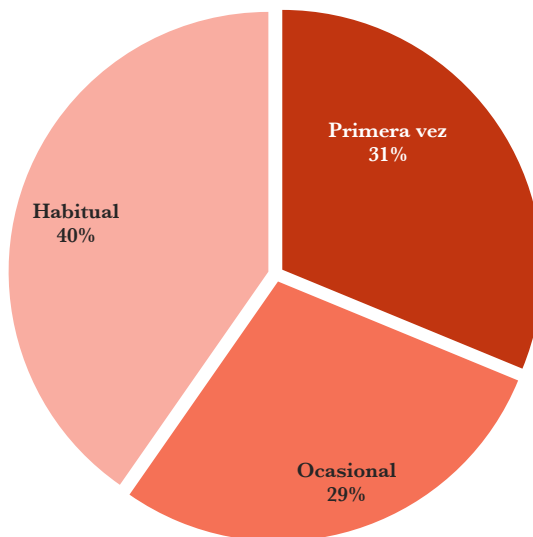


8 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: FRECUENCIA DE ASISTENCIA

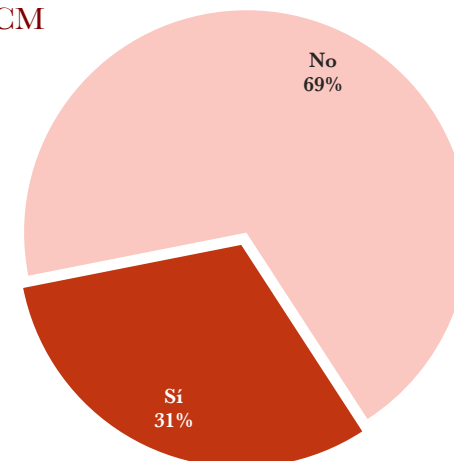
Se ha establecido una distribución del público del TCM atendiendo a la frecuencia con la acude al Teatro, distinguiendo entre los que acudían por primera vez (31%), “ocasionales”, que lo hicieron una o dos veces en tres meses (29%), y “habituales”, tres o más veces en tres meses, 40%.

El resultado presenta una distribución estadística bastante homogénea que utilizamos como variable de segmentación para análisis posteriores. En cualquier caso, podemos observar un crecimiento de un 6% en el grupo los “habituales” de la temporada anterior a la presente.

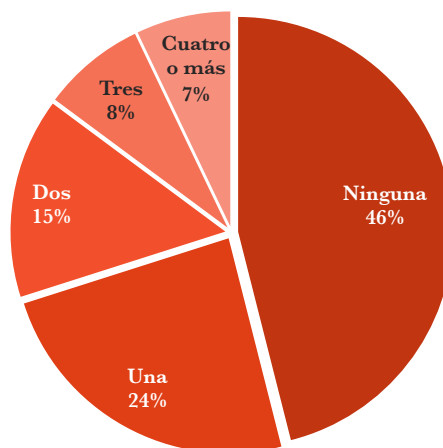
Espectadores según frecuencia de asistencia



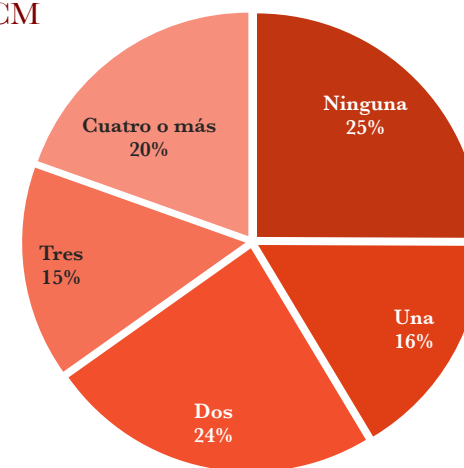
Primera vez que asisten al TCM



Frecuencia de asistencia a otros Teatros



Frecuencia de asistencia al TCM



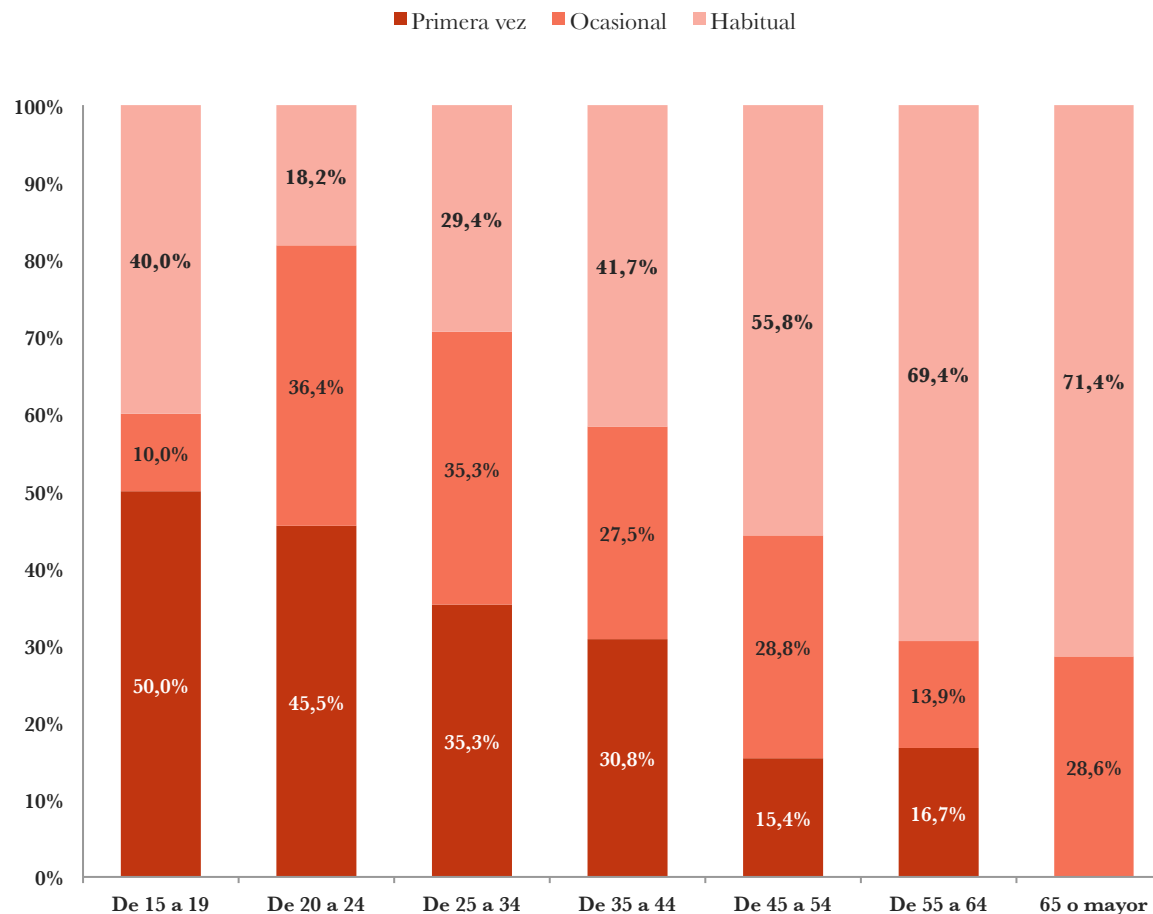
9 PERFIL DE LOS ESPECTADORES DEL TCM: EDAD SEGÚN LA FRECUENCIA DE ASISTENCIA

Este cruce de datos entre la frecuencia de asistencia y la edad del espectador resulta muy interesante.

Salvo en el caso de los más jóvenes, donde uno de cada dos vino al TCM por primera vez, encontramos un patrón que se repite: a mayor edad, mayor frecuencia de asistencia.

Así el tipo de espectador que asistía por primera vez se ha ido reduciendo desde el 45% de los espectadores de 20-24 años hasta desaparecer por completo entre el grupo de espectadores de mayor edad.

Procedencia de los espectadores según la frecuencia de asistencia



D EXPERIENCIA EN
EL TCM

1 EXPERIENCIA EN EL TCM: VALORACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN POR ASIDUIDAD DEL ESPECTADOR

En general, el 84% de los espectadores califica la programación del TCM como buena o muy buena, y tan sólo un 9% la califica como regular, siendo nulo el valor de calificaciones respecto a mala o muy mala.

Se ha estudiado también el índice que valora a los “promotores” del TCM a partir de la escala de puntuación de 1 a 10 siguiendo la metodología Net Promoter Score³ (NPS), que permite medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones.

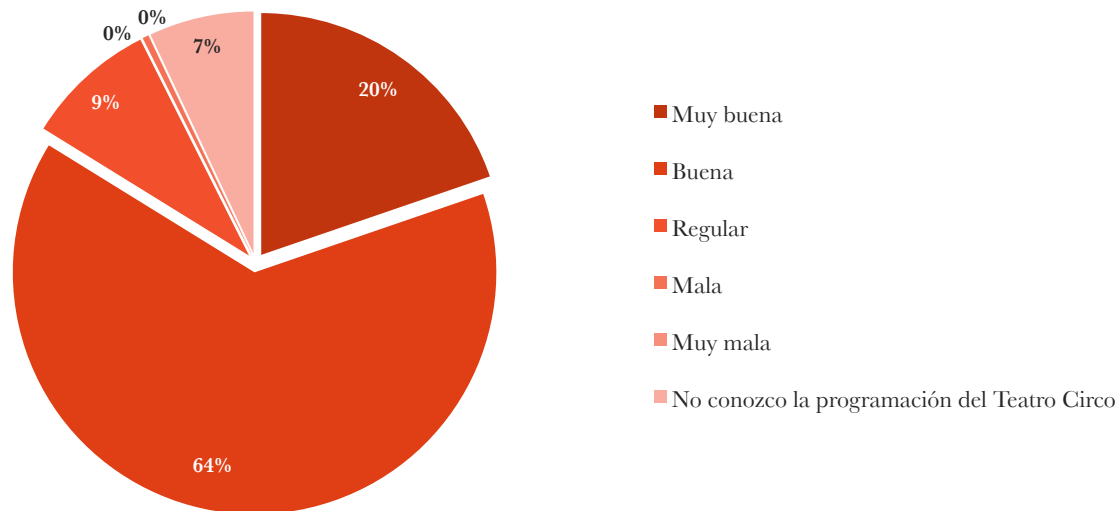
Según los resultados, los espectadores se han clasificado en promotores (los que responden asignando 9 ò 10 puntos), pasivos (los que asignan 7 u 8 puntos) y detractores (los que otorgan 6 puntos o menos).

En este caso, encontramos un porcentaje muy elevado de promotores, siendo muy llamativa la diferencia entre los resultados de la encuesta online y la presencial. En general podemos pensar que el público de la encuesta online es más fiel y entusiasta, lo cual puede deberse a la disminución de la media de edad en ambas muestras.

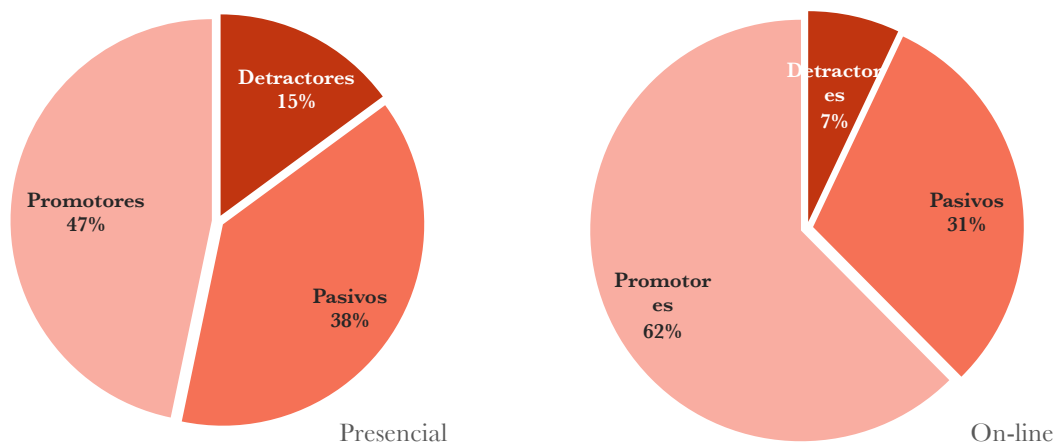
4. Net Promoter Score es un indicador para medir la lealtad del cliente y una marca comercial registrada de Frederick Reichheld, Bain & Company y Satmetrix

Calificación de la programación en bruto y por regularidad de asistencia

¿Cómo calificarías las programación del Teatro Circo Murcia?



NPS (Net Promoter Score). Encuesta presencial y online

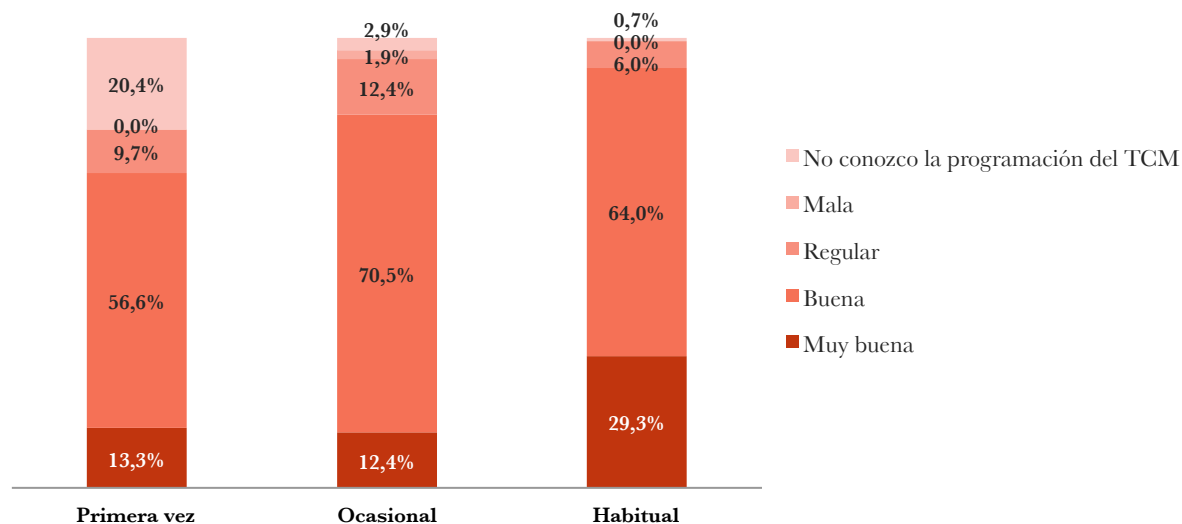


2 EXPERIENCIA EN EL TCM: VALORACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN SEGÚN LA ASISTENCIA A OTROS TEATROS

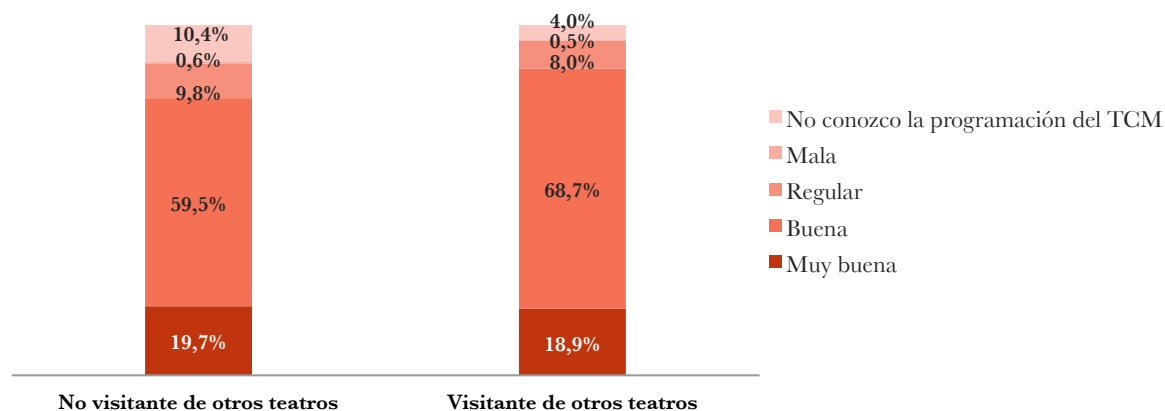
Si nos centramos ahora en la valoración de la programación del TCM que hacen los espectadores según sean asistentes o no a otros teatros, observamos que los que han visitado otros teatros valoran mejor el TCM (eligen la opción de "muy buena" o "buena" en un 88% de los casos, 9 puntos porcentuales más que el grupo de los que no asisten a otros teatros). Además, demuestran estar más informados en un mayor porcentaje.

Valoración de la programación en función de la asistencia o no a otros teatros

No asistentes de otros teatros



Asistentes de otros



3 EXPERIENCIA EN EL TCM: RELACIÓN ENTRE TIPOLOGÍA DE ESPECTÁCULOS Y ASIDUIDAD DE LOS ESPECTADORES

Esta gráfica de correspondencias representa la relación entre las diferentes tipologías de espectáculos y el comportamiento de los espectadores a la hora de asistir a ellos.

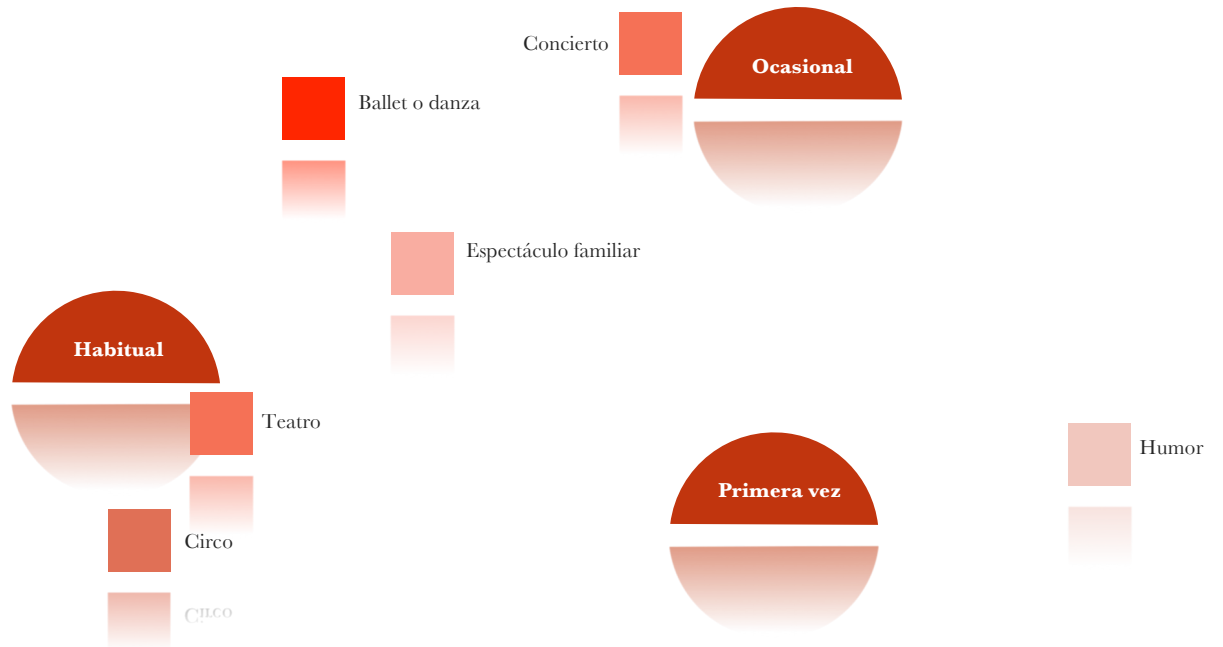
Humor: se trata de los espectadores menos fieles, los que acuden en mayor medida por primera vez y separados a gran distancia del resto.

Teatro y circo: se trata de los espectadores más fieles, que acuden de forma más habitual al TCM.

Concierto: evidencia el comportamiento más ocasional en cuanto a fidelidad de todas las tipologías de espectadores.

Danza y espectáculo familiar: sin una correlación tan clara, podemos decir que en ambas tipologías encontramos una mezcla de espectadores ocasionales y habituales.

Relación entre la tipología del espectáculo y la asiduidad de los espectadores
Representación esquemática a partir de una gráfica de correspondencia



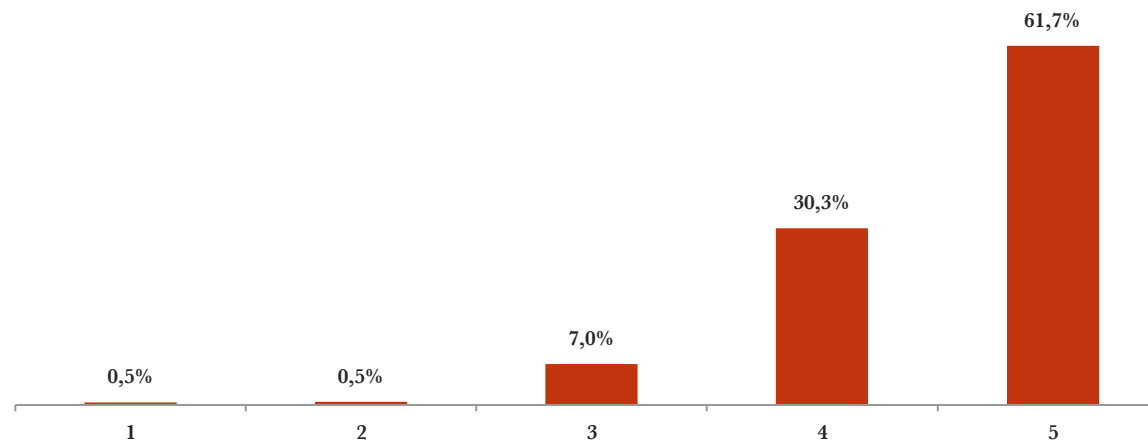
4 EXPERIENCIA EN EL TCM: PUNTUACIÓN Y RECOMENDACIÓN DEL ESPECTÁCULO

Para conocer la valoración del espectáculo al que los espectadores han asistido les pedimos que lo puntuaran “de una a cinco estrellas”, como si fuesen a hacer una crítica para el periódico.

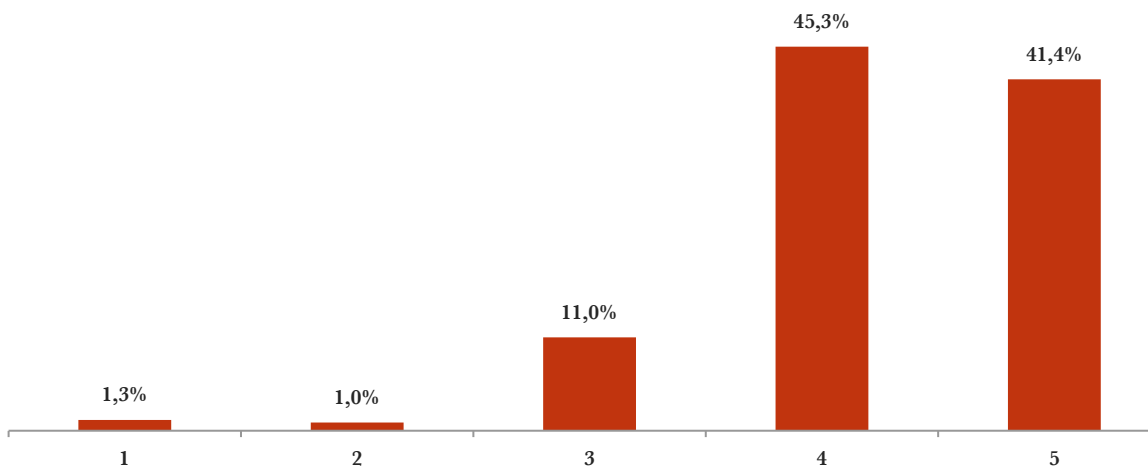
En ambos casos, presencial y *online*, se han obtenido puntuaciones muy altas, un 4,5 y un 4,2 respectivamente, que junto con los datos referentes a la recomendación del espectáculo -anteriormente expuestos y que nos han permitido clasificar al espectador por su nivel de entusiasmo-, demuestran una gran satisfacción del público con respecto a la programación del TCM.

Puntuación del espectáculo

Encuesta presencial



Encuesta on-line



5 EXPERIENCIA EN EL TCM: IMPEDIMENTOS PARA UNA MAYOR ASISTENCIA

En la cuestión referida a los motivos que podrían suponer un impedimento a la hora de acudir con mayor frecuencia al Teatro, encontramos que un 34% alude al precio como principal. Este dato, que ha crecido con respecto a la temporada anterior, guarda una estrecha relación con cuestiones a la crisis económica o el IVA cultural del 21%.

La segunda opción con mayor representación (19%) corresponde a la expresión de satisfacción –“voy toda las veces que quiero”- por parte del espectador.

Entre el resto de motivos aparecen cuestiones como los problemas relacionados con la escasez de tiempo y el cuidado de niños o dependientes, la oferta e información o las dificultades a la hora de encontrar aparcamiento.

Es significativo el dato que nos muestra la encuesta online acerca del porcentaje de espectadores que manifiesta no tener con quién ir (15,7%), que sube hasta la tercera posición en comparación con los datos de la encuesta presencial, donde su importancia es marginal. Podría deberse al hecho de que la media de edad inferior del perfil de espectadores de la encuesta presencial, que quizás no encuentre en su grupo cercano afinidad por sus intereses.

Principal impedimento para una mayor asistencia

Encuesta presencial



Encuesta on-line

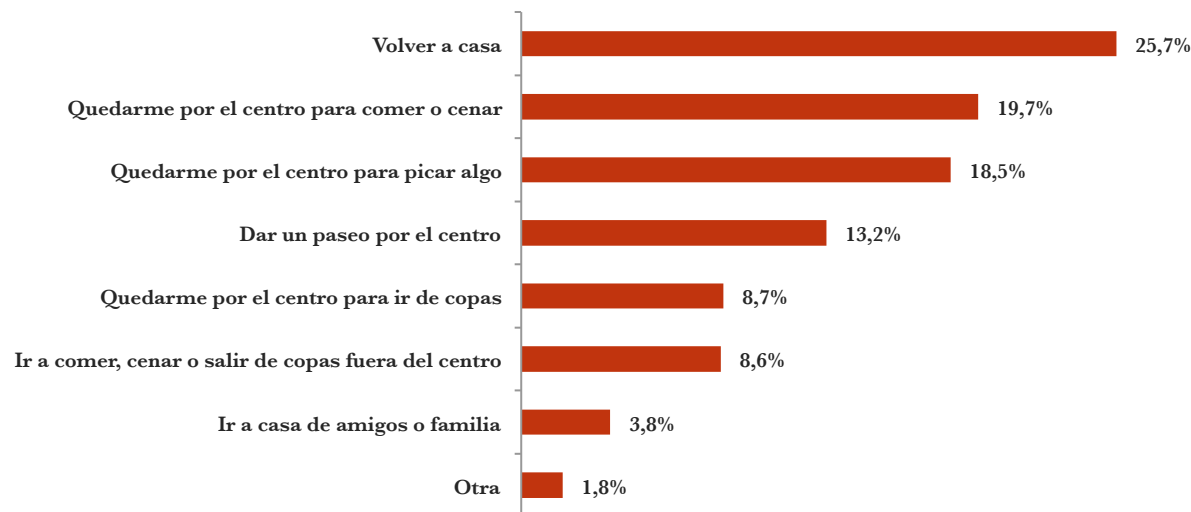


6 EXPERIENCIA EN EL TCM: OPCIONES DE OCIO AL SALIR DEL TEATRO

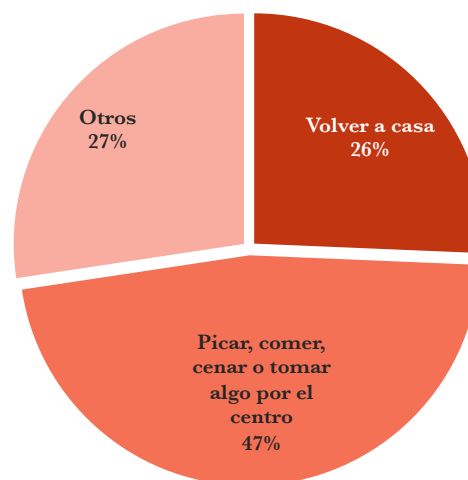
Conocer las preferencias de ocio del público que acude al TCM, en la medida en que permite al teatro acercarse a su audiencia, también es clave para su gestión.

Movidos por este interés, preguntamos a los encuestados sobre sus preferencias de ocio al salir del TCM. La opción mayoritaria, es gastronómica: bien comiendo/cenando (20%) o picando algo (18%). Otro 20% prefiere volver a casa, mientras que dar un paseo o tomar unas copas por el centro se revela como la tercera opción de ocio.

Actividades de ocio después de salir del TCM



Ocio complementario

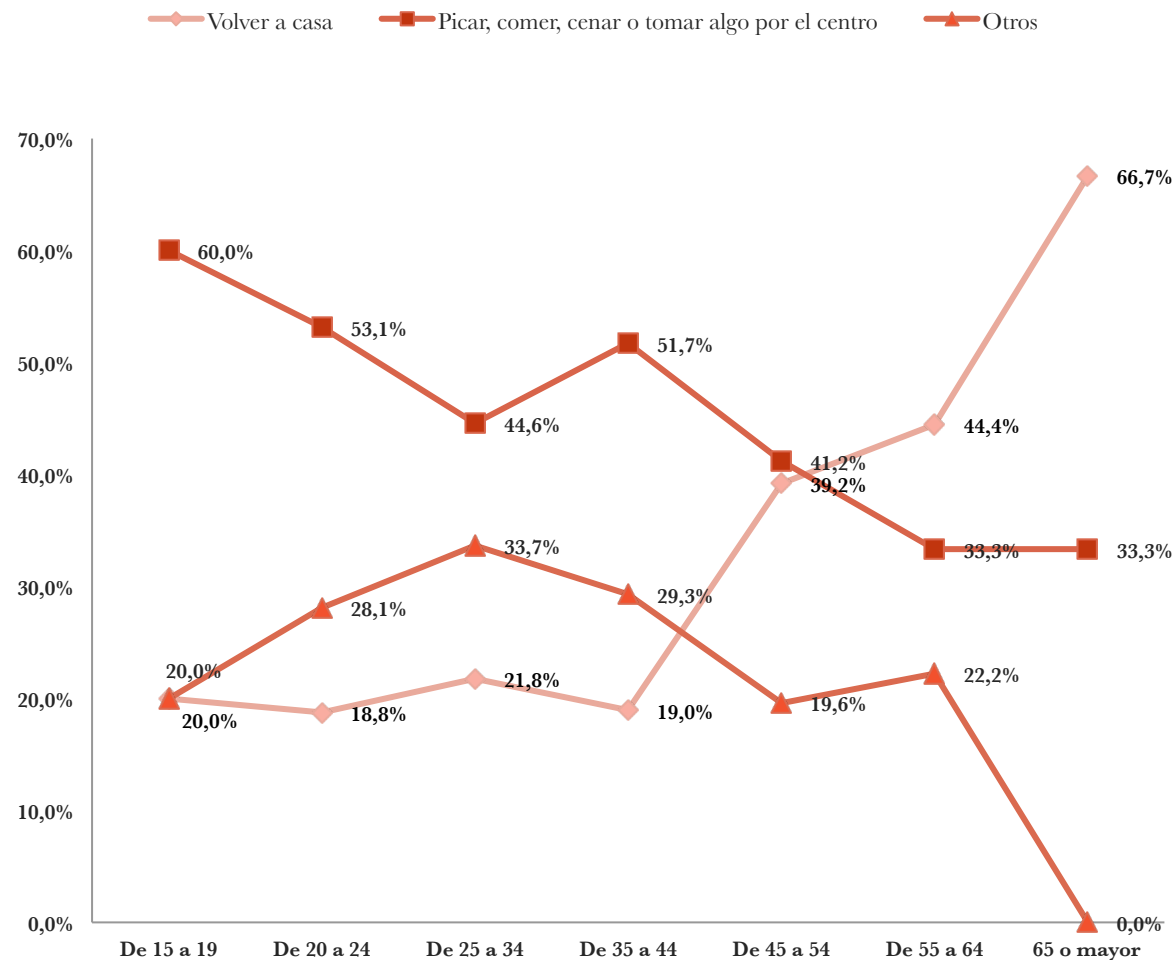


7 EXPERIENCIA EN EL TCM: OPCIONES DE OCIO AL SALIR DEL TEATRO SEGÚN EDAD DEL ESPECTADOR

La misma información, las preferencias de ocio después del teatro, cruzada con la información referente a la edad de los espectadores del TCM también resulta interesante.

Nos permite conocer, por ejemplo, que los planes por el centro de Murcia son los preferidos de los públicos más jóvenes –de 15 a 19, de 20 a 24, de 25 a 34 y de 35 a 44-, mientras que el público de 45-54, 55-64 y 65 o mayor tiende a volver a casa o hacer otro tipo de planes.

Actividades de ocio después de salir del TCM por grupos de edad



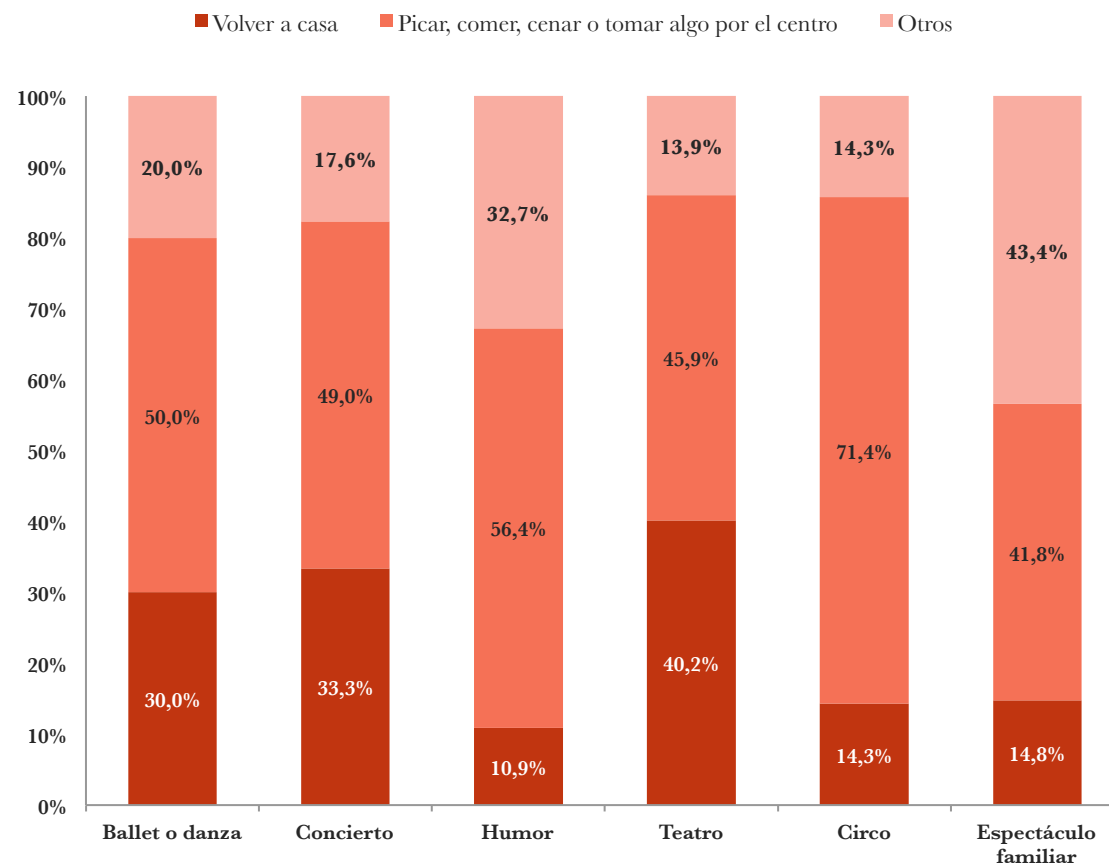
8 EXPERIENCIA EN EL TCM: OPCIONES DE OCIO POR TIPO DE ESPECTÁCULO

Finalmente, cabe destacar el resultado obtenido al relacionar las preferencias de ocio con el tipo de espectáculo al que acudieron los espectadores:

Los espectadores de Circo, Humor y Espectáculos familiares son los que más relacionan con planes de ocio su salida al TCM, puesto que son los que más la completan con una experiencia típica de comer o picar algo por el entorno.

Sin embargo, los espectadores de Teatro, Danza o Conciertos entienden el espectáculo como el final de su experiencia de ocio, volviendo a casa en un mayor porcentaje.

Opciones de ocio por tipo de espectáculo





E EL TCM Y LA
COMUNICACIÓN

1 EL TCM Y LA COMUNICACIÓN: ACERCAMIENTO DEL ESPECTADOR AL ESPECTÁCULO

El público del Teatro Circo Murcia ha modificado su comportamiento respecto a la pasada temporada, invirtiendo el orden de los dos principales medios. Mientras que en el pasado estudio la mayoría de espectadores afirmó acudir al TCM informados por la recomendación de terceros (de un 43% baja a un 21%), en el presente la página web del Teatro ha sido la opción elegida de forma mayoritaria por los espectadores (pasa del 14% al 35%).

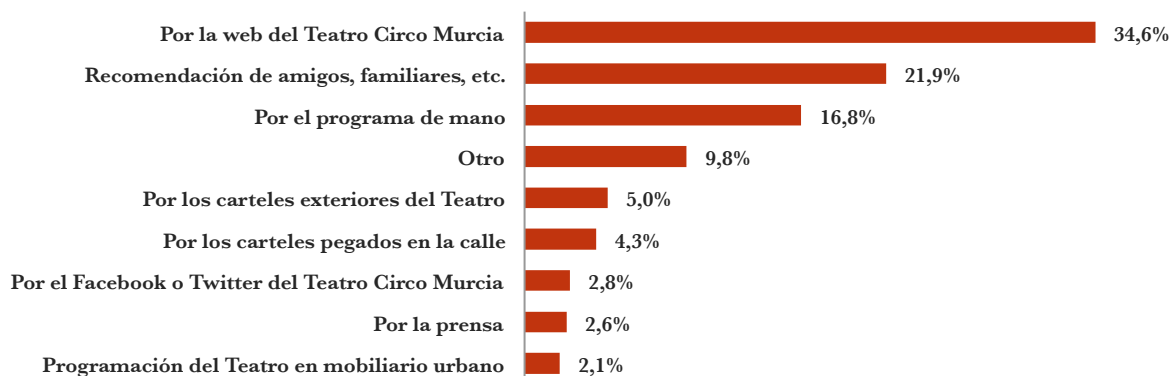
De este modo, el Teatro se sitúa como principal prescriptor para su propio público, dejando las recomendaciones de amigos y familiares en un segundo lugar de importancia.

El resto de soportes y medios mantienen un comportamiento similar con respecto al año anterior, con las diferentes opciones (programa de mano, publicidad exterior, medios sociales) repartidas de un modo más o menos equitativo.

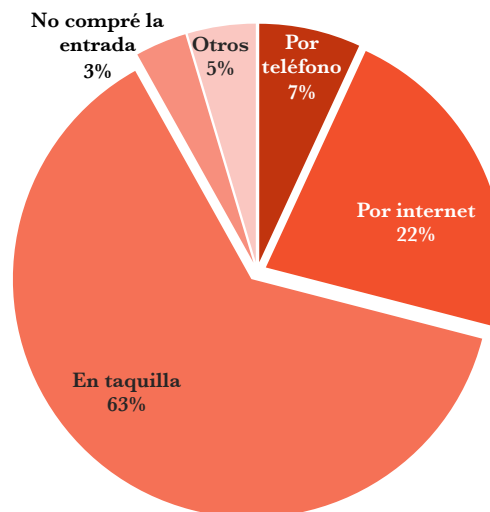
Por otra parte, el comportamiento a la hora de comprar entradas se mantiene sin sorpresas, corroborando los resultados de la pasada temporada: la gran mayoría (63%) prefiere hacerlo en la taquilla del Teatro, mientras que sólo un 22% eligió comprar a través de Internet.

Canales de información y compra

Primera vía de información sobre el espectáculo



Canal de compra

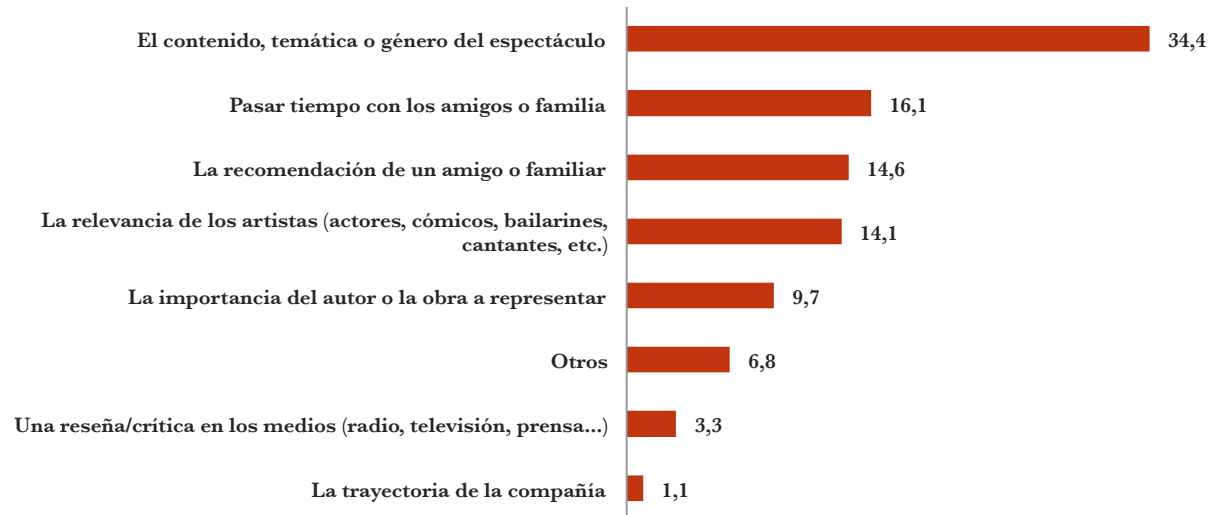


2 EL TCM Y LA COMUNICACIÓN: MOTIVO PARA ASISTIR AL ESPECTÁCULO

La temática o género del espectáculo es la motivación principal (34,4%) para acudir al TCM, seguido muy por detrás (menos de la mitad, 16,1%) de pasar tiempo con los amigos o familia o sus recomendaciones, muy igualadas en segunda y tercera posición de las motivaciones respectivamente.

En cuanto a las motivaciones menos relevantes, una crítica o reseña en los medios o la relevancia de la compañía aparecen en las últimas posiciones, con un 3,3%, y un 1,1%, cada una de ellas.

Principal motivo para asistir al espectáculo

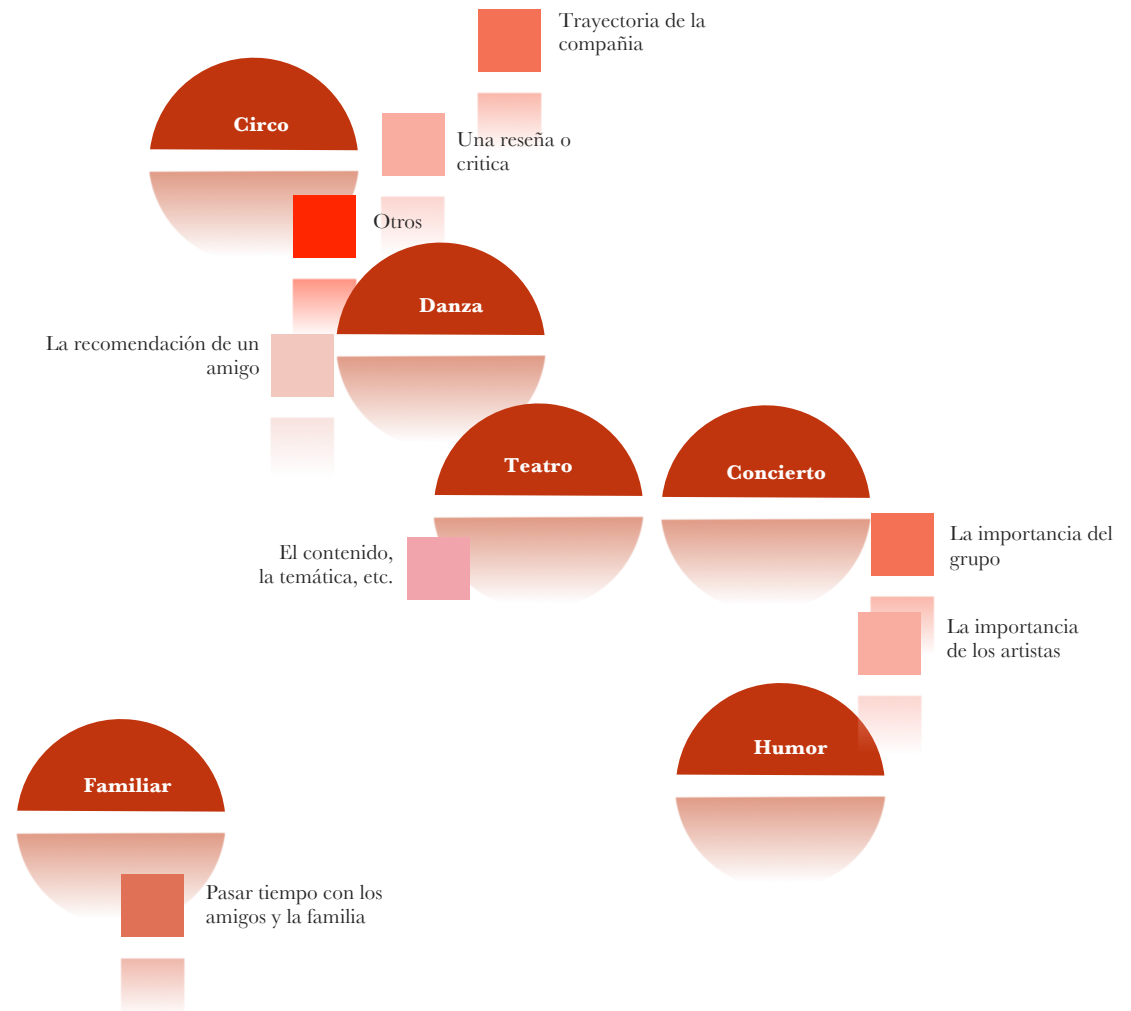


3 EL TCM Y LA COMUNICACIÓN: MOTIVACIÓN PARA LA ASISTENCIA POR TIPO DE ESPECTÁCULO

Se ha profundizado en el estudio de las motivaciones de los espectadores en función de las tipologías de espectáculo definidas, lo cual aporta a la investigación resultados interesantes y pone de manifiesto algunas diferencias significativas:

- _ Familiar: la motivación fundamental es pasar tiempo con la familia y amigos más allá de cualquier otro motivo (el siguiente más cercano sería el contenido o temática del espectáculo, pero a una distancia considerable).
- _ Circo: una reseña o crítica, la trayectoria de la compañía o la recomendación de un amigo o familiar son, por este orden, las motivaciones más importantes para los espectadores de este tipo.
- _ Teatro: son los más sensibles al contenido o temática del espectáculo, con diferencia del resto.
- _ Danza: la recomendación de un amigo parece ser la mejor baza para esta tipología de espectáculos.
- _ Humor y concierto: por igual, en ambas la importancia del grupo o artista es el elemento crucial de motivación que decide la asistencia.

Relación entre la motivación para la asistencia y la tipología de espectáculo
Representación esquemática a partir de una gráfica de correspondencia



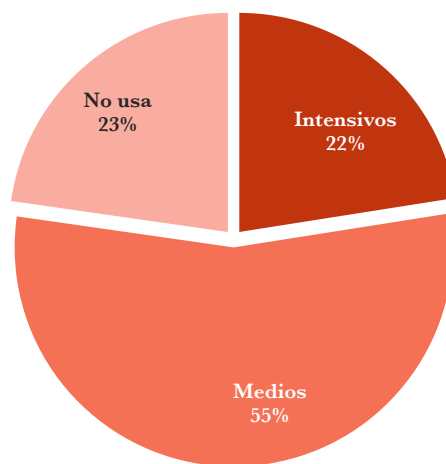
2 EL TCM Y LA COMUNICACIÓN: GRADO DE USO DE LAS TIC

Para analizar esta cuestión se ha tomado como base la división de los espectadores en función del grado de uso de las nuevas tecnologías: usuarios intensivos, medios o que no usan las nuevas tecnologías.

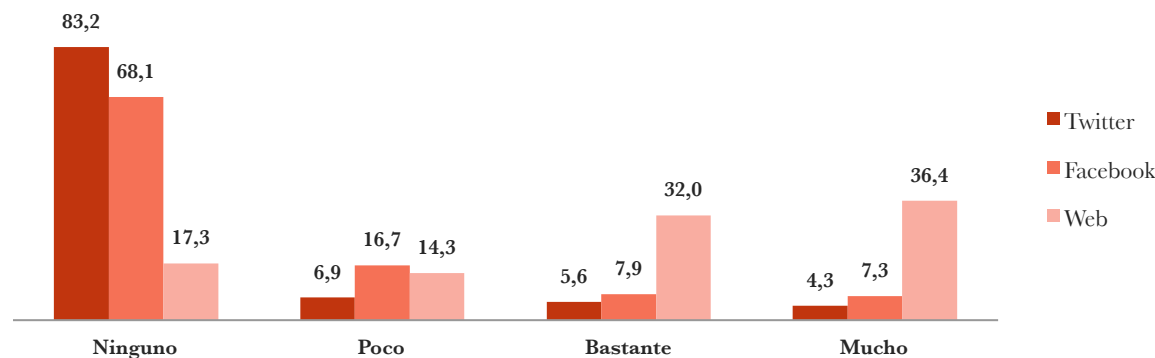
Sin duda los medios sociales no son el canal prioritario de información del TCM en ninguna de sus tipologías, pero sí queda claro que la web del Teatro es, con gran diferencia, la plataforma preferida para informar a los espectadores en comparación con Facebook o Twitter (con resultados similares en la encuesta presencial y *online*).

Uso de Internet para informarse y tipología de uso de Internet entre los espectadores

Uso de Internet para informarse



Tipología del uso de las TIC en los espectadores del TCM



5. Uso intensivo: se caracteriza por haber superado la principal barrera referente al uso de las TIC, que reside en la compra de bienes o servicios de forma online

Uso medio: con un 52%, el grupo más nutrido de espectadores es el que utiliza la tecnología

en un grado medio: se caracteriza por haber usado la web o los perfiles en medios sociales del TCM para informarse sobre cuestiones relacionadas con el teatro.

No usa las TIC: existe un grupo de espectadores que no utiliza Internet en absoluto (ni para informarse sobre cuestiones del Teatro ni para comprar su entrada).



ACERCA DEL
ESTUDIO DE
PÚBLICOS

1 AUTORÍA DEL ESTUDIO

El Estudio de Públicos del Teatro Circo Murcia ha sido realizado por **Interfaz Innovación y Cultura S.L.**



www.interfazinnova.com
hola@interfazinnova.com

2 EQUIPO

Dirección de la investigación:

Diego de Haro Gázquez [Tw: @ddharo]

Equipo de trabajo:

Miriam Egea Simón [Tw: @miregea]
Juan A. Almagro Alcaraz [Tw: @juan3as]
Carlos Albaladejo Velasco [Tw: @albaladejo]
Elena Cárceles Ortiz [Tw: @elenacarceles1]

3 LICENCIA DE USO



Este estudio se encuentra protegido bajo una licencia del tipo Reconocimiento NoComercial – CompartirIgual (by-nc-sa) de Creative Commons.

Usted puede reproducir o reutilizar la totalidad o cualquier parte del estudio siempre que cumpla las siguientes condiciones:

/ Reconozca la autoría de Interfaz Innovación y Cultura en todo momento, enlazando al sitio web www.interfazinnova.com siempre que sea posible

/ No haga uso del documento con ánimo de lucro alguno o para cualquier tipo de labor comercial.

/ Comparta su cita, trabajo u obra derivada con una licencia de Creative Commons del mismo tipo. No podrá utilizarlo si la obra derivada que incluye una parte o la totalidad de este estudio acaba protegida por Copyright.

Más información sobre la licencia:
<http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>



TEATRO
CIRCO
MURCIA



*Gracias
por vuestra
atención*