

ESTUDIO DE CONSUMIDORES PARA DIAGNÓSTICO DE PERCEPCIÓN



ESTUDIO DE CONSUMIDORES PARA DIAGNÓSTICO DE PERCEPCIÓN

Palau de les Arts “Reina Sofía”, Fundació de la Comunitat Valenciana

Trabajo realizado por Fundación DFA

Junio 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

I.	Introducción	3
II.	Metodología	5
III.	Resultados obtenidos	10
01.	Perfil sociodemográfico	11
02.	Notoriedad de Les Arts	19
03.	Imagen de Les Arts	25
04.	Información sobre la programación de Les Arts.....	41
05.	Visita a Les Arts.....	63
06.	Valoración del espectáculo / evento cultural	70
07.	Experiencias	93
08.	Recomendación de Les Arts.....	97
09.	Sugerencias y propuestas de mejora	101
010.	Conclusiones.....	103
011.	Anexo	109

I. Introducción



“Les Arts ha de ser la gran culminación del espíritu artístico, un proyecto emblemático y aglutinador que combine la excelencia de las expresiones artísticas que genera la sociedad, un catalizador de talento y una atracción de referentes internacionales”.

El trabajo de Les Arts va encaminado hacia unos objetivos claros:

- Alcanzar la **excelencia** en las artes escénicas recogiendo el talento nacional e internacional.
- **Involucrar e inspirar** a las personas a través de las actuaciones.
- Asegurar una **renovación** en Les Arts de artistas, público y visitantes.
- Ser un **punto de referencia** de la Comunidad Valenciana.

La filosofía de Les Arts no consiste solo en ser un centro de representaciones artísticas, sino que busca también ser un punto de **interacción cultural con la ciudadanía**; ser un **espacio para todos**, referente artístico tanto dentro de la ciudad de Valencia como para el conjunto de la Comunidad Valenciana.

A través del estudio que presentamos a continuación se analizará la **percepción** que tiene la ciudadanía de la Comunidad Valenciana sobre Les Arts y su proyecto cultural. Además, se pretende:

- Conocer la **notoriedad** de Les Arts, así como su **imagen pública y posicionamiento** respecto a otros centros culturales artísticos de la Comunidad Valenciana.
- Definir los distintos **perfiles** de ciudadanía teniendo en cuenta su relación con Les Arts.
- Identificar cuáles son los **patrones de consumo cultural** de la ciudadanía de la Comunidad Valenciana.
- Medir los esfuerzos de **comunicación y marketing** llevados a cabo desde Les Arts más allá de la mera venta de entradas.
- Determinar los **factores y motivaciones** que determinan la visita a Les Arts.
- Evaluar la **satisfacción y calidad** de los servicios y actividades ofrecidas en Les Arts.
- Conocer las **experiencias vividas** por la ciudadanía respecto a Les Arts.
- Detectar **necesidades y sugerencias de mejora** de la ciudadanía respecto a Les Arts.

II. Metodología

De cara a alcanzar los objetivos planteados en la investigación se ha llevado a cabo una investigación cuantitativa de recogida de información a través de encuestas telefónicas¹.

ENCUESTA TELEFÓNICA

Fases del estudio

Esta parte de la investigación se ha desarrollado en torno a las siguientes fases:

1. Diseño y planificación del estudio.
2. Trabajo de campo:
 - a. Diseño de la muestra.
 - b. Diseño del cuestionario.
 - c. Realización de encuestas telefónicas.
3. Análisis de resultados.
4. Elaboración del informe final de resultados.



Universo y muestra

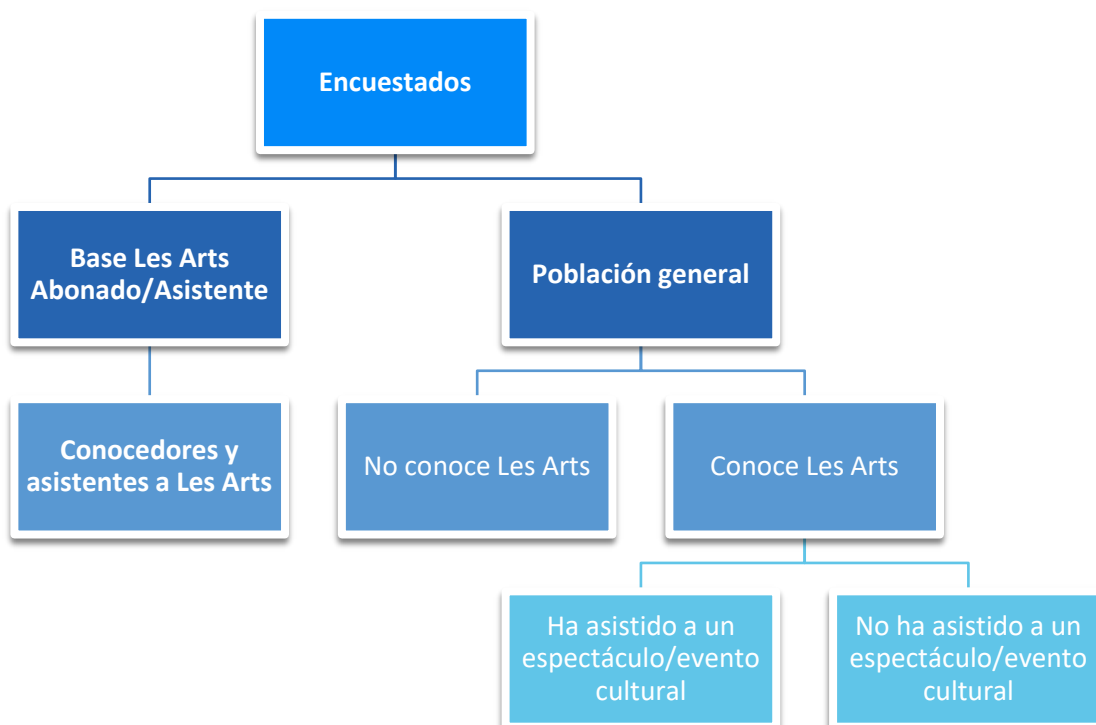
El universo de esta investigación está compuesto por la población mayor de 18 años residente en la Comunidad Valenciana.

Se ha conseguido una **muestra total de 1.167 encuestas**.

La muestra está compuesta por dos grupos: Abonados/asistentes a Les Arts (muestra facilitada por Les Arts) y población en general (que ha podido o no asistir a un espectáculo en Les Arts). De esta forma, se obtendrá una visión completa de cada uno de los temas tratados, tanto desde la óptica de los usuarios más frecuentes como son los abonados, como desde la perspectiva del resto de la ciudadanía

¹ Para profundizar en los aspectos más cualitativos se han realizado también 2 **grupos de discusión** donde la principal variable de segmentación ha sido la asistencia a actividades de Les Arts. El análisis de estos grupos profundizará en los resultados expuestos en el presente informe.

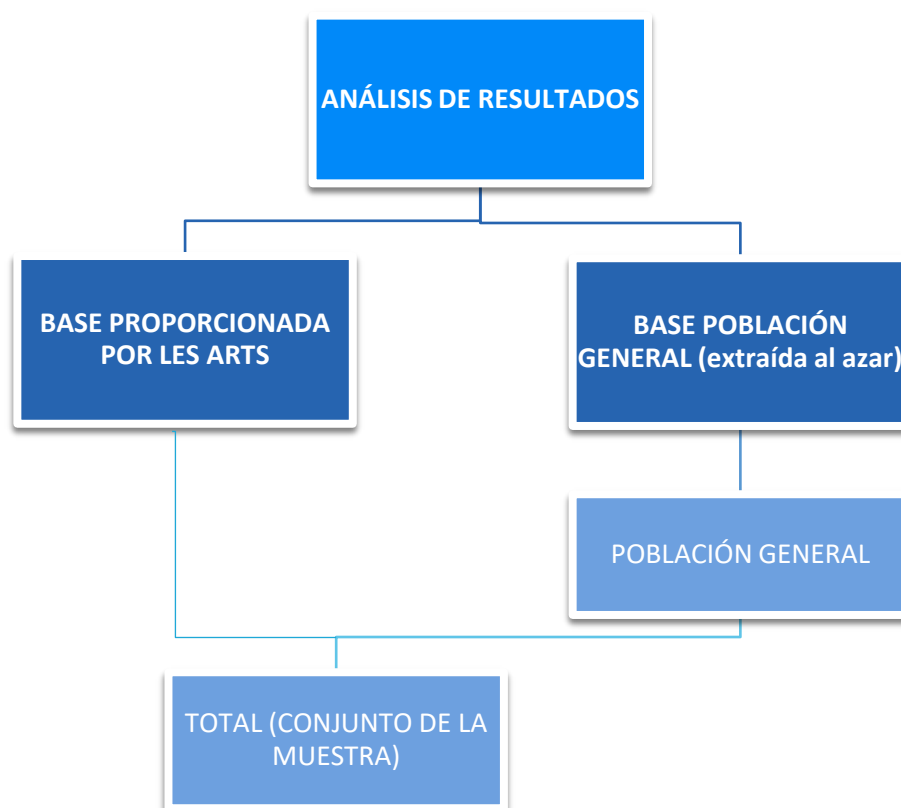
En concreto, se presenta en el siguiente esquema que define el camino de clasificación de los encuestados, de cara a facilitar la comprensión de los resultados obtenidos.



A partir de los diferentes “caminos” que toma un encuestado a lo largo del formulario se han generado cuatro **grupos o perfiles de usuarios** tomando como referencia para su definición el conocimiento y asistencia a Les Arts:

1. **Abonado:** personas que tienen un abono de la última temporada de Les Arts (son conocedores y asistentes habituales del centro).
2. **Asistente no abonado:** personas que, al menos en una ocasión, han visitado Les Arts.
3. **Conocedor de Les Arts y no asistente:** personas que conocen o han oído hablar de Les Arts pero que nunca han visitado el centro.
4. **No conoce Les Arts:** personas que no han oído hablar del centro.

Además de esta estratificación de la muestra, también se ha considerado importante dividir los resultados teniendo en cuenta el **origen** de las personas encuestadas en función de su pertenencia a la denominada **“población general”** (encuestados elegidos al azar entre el total de la ciudadanía) o bien si son del **conjunto de la muestra**, que incluye también a los encuestados de las bases aportadas por Les Arts; lo que se ha denominado **“Total”**. De este modo, se pueden analizar ciertas preguntas que podrían verse distorsionadas por la opinión y conocimiento específico de los abonados y asistentes de Les Arts.



Ficha técnica

METODOLOGÍA	Encuesta telefónica
POBLACIÓN	Mayores de edad residentes en la Comunidad Valenciana
ÁMBITO	Comunidad Valenciana
TIPO DE MUESTREO	Muestreo aleatorio estratificado por provincia y edad. Cuota de sexo
MUESTRA	1.167 encuestas: 903 a población general y 264 a abonados/asistentes
ERROR MUESTRAL	Error muestral máximo del $\pm 3,26\%$ para la población general, en el supuesto de muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% y considerando una proporción esperada del 50% ($p=0,5$ y $q=0,5$) ante el desconocimiento de la varianza poblacional.
FECHAS	Del 12 de abril al 6 de mayo de 2021
EQUIPO	12 agentes y 1 supervisor
CONTROLES	Formación sobre el cuestionario al equipo de entrevistadores Supervisión del trabajo de campo

A continuación, se presentan algunas de las cifras más importantes del trabajo de campo de cara a la consecución de las encuestas.

RESULTADOS DE LAS LLAMADAS	Nº
Entrevista completa	1.167
Aplazadas	2.278
Rechazadas	4.593
No contesta	10.533
Comunica / Ocupado	1.454
Contestador	7.775
Fax	52
Error en la línea / No corresponde a ningún cliente	822
Total llamadas	28.674

La recogida de información se ha efectuado en un horario de emisión de llamadas de 09:00 a 20:30 horas.

Para el trabajo de campo se han realizado 28.674 llamadas y utilizado 8.785 registros, siendo la media de registros por encuesta útil de 7,53.

El tiempo medio de duración de cada encuesta efectiva ha sido de 11 minutos y 48 segundos. Entre la población encuestada de Les Arts el promedio aumentó hasta los 19 minutos y 11 segundos.

III. Resultados obtenidos



Tras el análisis estadístico de la información, se presentan los resultados obtenidos. Debido a las características particulares de la muestra en cuanto a la relación de las personas encuestadas con Les Arts (abonados, asistentes no abonados, conocedores no asistentes y no conocedores), los diferentes grupos serán analizados de manera independiente para no distorsionar los datos y aportar una visión más completa de cada una de las cuestiones.

- 01 Perfil sociodemográfico
- 02 Notoriedad de Les Arts
- 03 Imagen de Les Arts
- 04 Información sobre la programación de Les Arts
- 05 Visita a Les Arts
- 06 Valoración del espectáculo / evento cultural
- 07 Experiencias
- 08 Recomendación de Les Arts
- 09 Sugerencias y propuestas de mejora

01. Perfil sociodemográfico

En primer lugar, se analiza el perfil de las personas que han realizado la encuesta, desde una perspectiva demográfica pero también a través de la realización de un “perfil cultural”, que permita enmarcar a las personas que han participado en la investigación.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

El perfil sociodemográfico de las personas encuestadas marcará diferencias en cuanto a los distintos resultados que se obtengan para esta investigación, permitiendo la articulación de acciones específicas para segmentos en los que se detecte una necesidad concreta.

Así, en las siguientes tablas, se muestra la definición de la muestra de acuerdo con todas las variables demográficas recogidas en la encuesta, tanto a nivel global o para el conjunto de la muestra, como segmentada para los distintos estratos o perfiles definidos.

Tabla 1. Perfil sociodemográfico de la muestra: género, edad y provincia

	TOTAL (n =1.167)		ABONADO (n=155)		ASISTENTE NO ABONADO (n=350)		CONOCE Y NO HA ASISTIDO (n=155)		NO CONOCE (n=507)	
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
GÉNERO										
Masculino	552	47,3%	73	47,1%	161	46,0%	67	43,2%	251	49,5%
Femenino	615	52,7%	82	52,9%	189	54,0%	88	56,8%	256	50,5%
GRUPOS DE EDAD										
18-30	170	14,6%	3	1,9%	56	16,0%	26	16,8%	85	16,8%
31-65	689	59,0%	55	35,5%	230	65,7%	99	63,9%	305	60,2%
>65	308	26,4%	97	62,6%	64	18,3%	30	19,4%	117	23,1%
Edad media	52,8		66,2		50,6		50,8		50,8	
PROVINCIA										
Castellón	186	15,9%	4	2,6%	42	12,0%	23	14,8%	117	23,1%
Valencia	637	54,6%	135	87,1%	258	73,7%	69	44,5%	175	34,5%
Alicante	344	29,5%	16	10,3%	50	14,3%	63	40,6%	215	42,4%

Dentro de cada provincia, hay una gran variedad de municipios participantes, aunque en todos los casos la capital de la provincia es el municipio donde más personas han participado en la encuesta. En total se han tomado encuestas en más de 140 municipios distintos, lo que favorece la variabilidad de las respuestas obtenidas.

Tabla 2. Perfil sociodemográfico de la muestra: hábitat

PROVINCIA	TOTAL (n=1.167)		ABONADO (n=155)		ASISTENTE NO ABONADO (n=350)		CONOCE Y NO HA ASISTIDO (n=155)		NO CONOCE (n=507)	
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
< 2.000 hab.	17	1,5%	2	1,3%	6	1,7%	1	0,6%	8	1,6%
2.000-10.000 hab.	72	6,2%	6	3,9%	31	8,9%	6	3,9%	29	5,7%
10.001-20.000 hab.	41	3,5%	10	6,5%	12	3,4%	7	4,5%	12	2,4%
20.001-50.000 hab.	110	9,4%	14	9,0%	39	11,1%	20	12,9%	37	7,3%
> 50.000 hab.	916	78,5%	123	79,4%	258	73,7%	119	76,8%	416	82,1%
Ns/Nc	11	0,9%	0	0,0%	4	1,1%	2	1,3%	5	1,0%

Tabla 3. Perfil sociodemográfico de la muestra: situación laboral y nivel de estudios

SITUACIÓN LABORAL	TOTAL (n=1.167)		ABONADO (n=155)		ASISTENTE NO ABONADO (n=350)		CONOCE Y NO HA ASISTIDO (n=155)		NO CONOCE (n=507)	
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Trabajando	493	42,2%	48	31,0%	193	55,1%	65	41,9%	187	36,9%
ERTE	17	1,5%	0	0,0%	2	0,6%	3	1,9%	12	2,4%
Desempleado	181	15,5%	2	1,3%	38	10,9%	30	19,4%	111	21,9%
Jubilado / pensionista	387	33,2%	100	64,5%	93	26,6%	43	27,7%	151	29,8%
Estudiante	38	3,3%	2	1,3%	14	4,0%	5	3,2%	17	3,4%
Labores domésticas	34	2,9%	3	1,9%	8	2,3%	5	3,2%	18	3,6%
Otros	3	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,6%	2	0,4%
Ns/Nc	14	1,2%	0	0,0%	2	0,6%	3	1,9%	9	1,8%
NIVEL DE ESTUDIOS	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Primaria	207	17,7%	6	3,9%	36	10,3%	41	26,5%	124	24,5%
Secundaria	188	16,1%	2	1,3%	37	10,6%	28	18,1%	121	23,9%
Bachillerato / FP	325	27,8%	38	24,5%	94	26,9%	43	27,7%	150	29,6%
Universitarios	417	35,7%	104	67,1%	176	50,3%	39	25,2%	98	19,3%
Ns/Nc	30	2,6%	5	3,2%	7	2,0%	4	2,6%	14	2,8%

Tabla 4. Perfil sociodemográfico de la muestra: estado civil, tipo de hogar e ingresos mensuales del hogar

	TOTAL (n =1.167)		ABONADO (n=155)		ASISTENTE NO ABONADO (n=350)		CONOCE Y NO HA ASISTIDO (n=155)		NO CONOCE (n=507)	
ESTADO CIVIL	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Soltero/a	372	31,9%	28	18,1%	115	32,9%	52	33,5%	177	34,9%
Casado/a - Pareja de hecho	535	45,8%	101	65,2%	165	47,1%	67	43,2%	202	39,8%
Separado/a - Divorciado/a	126	10,8%	8	5,2%	29	8,3%	22	14,2%	67	13,2%
Viudo/a	104	8,9%	16	10,3%	31	8,9%	11	7,1%	46	9,1%
Ns/Nc	30	2,6%	2	1,3%	10	2,9%	3	1,9%	15	3,0%
TIPO DE HOGAR	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Vive solo	251	21,5%	37	23,9%	70	20,0%	32	20,6%	112	22,1%
Solo/a con sus hijos/as	99	8,5%	6	3,9%	32	9,1%	12	7,7%	49	9,7%
Pareja sin hijos que convivan en el hogar	334	28,6%	77	49,7%	92	26,3%	45	29,0%	120	23,7%
Pareja con hijos que convivan en el hogar	286	24,5%	24	15,5%	98	28,0%	39	25,2%	125	24,7%
Vive con su padre/madre	108	9,3%	3	1,9%	31	8,9%	17	11,0%	57	11,2%
Personas que no forman ningún núcleo familiar entre sí	27	2,3%	1	0,6%	8	2,3%	3	1,9%	15	3,0%
Otros	23	2,0%	4	2,6%	5	1,4%	3	1,9%	11	2,2%
Ns/Nc	39	3,3%	3	1,9%	14	4,0%	4	2,6%	18	3,6%
INGRESOS MENSUALES HOGAR	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
Sin ingresos	30	2,6%	1	0,6%	7	2,0%	2	1,3%	20	3,9%
Menos de 1.000€	226	19,4%	3	1,9%	36	10,3%	47	30,3%	140	27,6%
1.001 - 2.000€	302	25,9%	18	11,6%	95	27,1%	45	29,0%	144	28,4%
2.001 - 3.000€	151	12,9%	23	14,8%	59	16,9%	28	18,1%	41	8,1%
3.001 - 4.000€	54	4,6%	11	7,1%	27	7,7%	3	1,9%	13	2,6%
Más de 4.000€	58	5,0%	35	22,6%	18	5,1%	2	1,3%	3	0,6%
Ns/Nc	346	29,6%	64	41,3%	108	30,9%	28	18,1%	146	28,8%

Perfil sociodemográfico de los distintos grupos de usuarios:

- **ABONADO:** el 62,6% de los abonados tienen más de 65 años. Así, la edad media de este grupo es de 66,2 años. Un 87,1% reside en la provincia de Valencia. En consonancia con la edad, un 64,5% es jubilado/pensionista, mientras que el 31% está trabajando. Más de la mitad de los abonados (54,8%) tiene estudios universitarios.

En cuanto al estado civil, el 65,2% está casado / pareja de hecho. Si tenemos en cuenta el tipo de hogar, el 49,7% vive solo con su pareja y un 23,9% vive solo. El 22,6% afirma tener un nivel de ingresos mensual en el hogar superior a los 4.000€.

- **ASISTENTE NO ABONADO:** entre las personas que han asistido a Les Arts pero que no están abonadas, el grupo de edad más numeroso es el que tiene entre 31 y 65 años (65,7%). El 73,7% reside en la provincia de Valencia.

Por otro lado, el 55,1% se encuentra trabajando. Dentro de este grupo, el 50,3% tiene estudios universitarios. Con relación al estado civil, un 47,1% está casado / pareja de hecho, mientras que el 32,9% está soltero. El 28,0% reside con su pareja e hijos, el 26,3% vive con su pareja, pero sin hijos y el 20,0% vive solo. El nivel de ingresos mensuales en el hogar más frecuente se sitúa entre los 1.001 y 2.000€ (27,1%).

- **CONOCE LES ARTS PERO NO HA ASISTIDO:** este grupo de población está formado en un 63,9% por personas de entre 31 y 65 años. La edad media se sitúa en 50,8 años. El 44,5% reside en Valencia mientras que el 40,6% lo hace en la provincia de Alicante.

Un 41,9% de estas personas están trabajando mientras que el 27,7% son jubilados o pensionistas. En cuanto al nivel de estudios, el 23,2% tiene estudios primarios y el 21,9% ha alcanzado los estudios universitarios. El 43,2% está casado / pareja de hecho mientras que un 33,5% está soltero. De este modo, el 29,0% convive solo con su pareja mientras que el 25,2% además, convive con sus hijos. El 30,3% señala tener un nivel de ingresos mensual en el hogar inferior a 1.000€ al mes. El 29% lo sitúa entre los 1.001 y 2.000€ mensuales.

- **NO CONOCE LES ARTS:** seis de cada diez personas de este grupo tiene entre 31 y 65 años y su edad media también es de 50,8 años. El 42,4% reside en la provincia de Alicante y el 34,5% lo hace en Valencia.

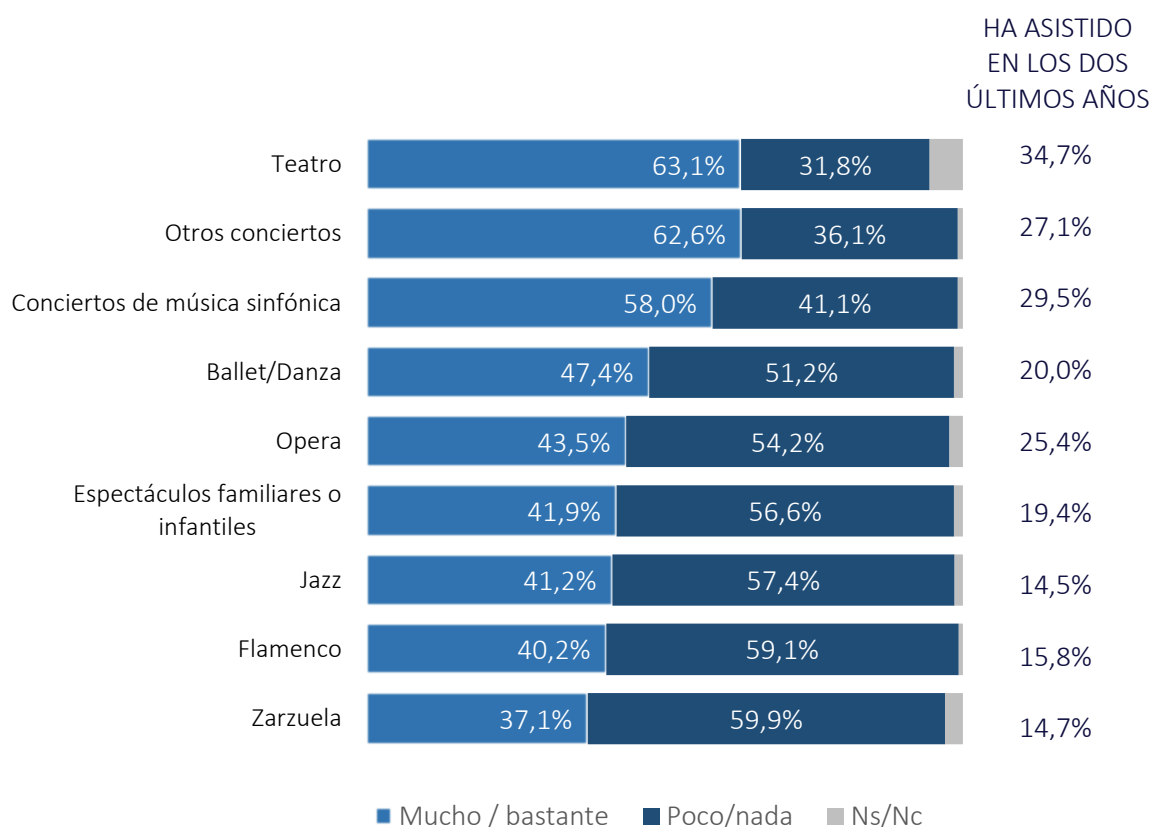
El 36,9% está trabajando mientras que un 29,8% es jubilado o pensionista. Con relación al nivel de estudios no hay un grupo ampliamente mayoritario. El 23,9%

tiene ESO, EGB, Bachiller elemental o similar, mientras que el 15,8% tiene estudios universitarios. De acuerdo con el estado civil, el 39,8% está casado/pareja de hecho, peso similar al de las personas solteras (34,9%). Así, parejas con hijos convivientes (24,7%), sin hijos convivientes (23,7%) y solteras (22,1%) son más habituales. El 28,4% de los que han contestado dice tener un nivel de ingresos mensuales en el hogar de entre 1.001 y 2.000€, mientras que el 27,6% indica menos de 1.000€.

PERFIL CULTURAL

En segundo término, se define un “perfil cultural” de la población teniendo en cuenta su grado de interés por los distintos ámbitos culturales y la asistencia a un evento / espectáculo de ese tipo en los dos últimos años.

Gráfico 1. Interés por distintos ámbitos culturales y asistencia a eventos de ese tipo



Base: 1.167

P.8.1.1 ¿En qué medida le interesan los siguientes ámbitos? Indique si le interesan mucho, bastante, poco o nada. ¿Ha asistido a un evento de este tipo en los últimos 2 años?

Los eventos que causan más interés (bastante o mucho) entre la ciudadanía de la Comunidad Valenciana son el **teatro** (63,1%), “**otros**” **conciertos** (62,6%) y los conciertos de **música sinfónica** (58,0%).

La asistencia a un evento viene determinada por el interés que existe sobre el mismo. Así, la mayor asistencia en los dos últimos años ha sido a espectáculos de teatro (34,7%), conciertos de música sinfónica (29,5%) y otro tipo de conciertos (27,1%).

Los resultados sobre el interés (bastante o mucho) de cada tipo de evento para cada uno de los perfiles definidos son los siguientes:

Tabla 5. Usuarios con interés (bastante + mucho) por cada tipo de evento

	ABONADO (n=155)	ASISTENTE NO ABONADO (n=350)	CONOCE Y NO HA ASISTIDO (n=155)	NO CONOCE (n=507)
INTERÉS				
Teatro	83,2%	73,1%	67,7%	48,5%
Opera	96,8%	60,0%	29,7%	20,1%
Zarzuela	65,2%	46,6%	32,3%	23,5%
Ballet / Danza	70,3%	53,7%	38,7%	38,7%
Espectáculos familiares/ infantiles	20,6%	38,0%	47,7%	49,3%
Conciertos de música sinfónica	91,6%	73,4%	49,7%	39,6%
Flamenco	40,0%	36,6%	38,7%	43,2%
Jazz	54,2%	46,9%	38,1%	34,3%
Otros conciertos	53,5%	66,3%	61,3%	63,3%

Es importante conocer los intereses culturales de las personas que tienen menos relación con Les Arts (aquellos que no han asistido), para ver el grado de afinidad con el tipo de programación que se ofrece en el Palau.

Los datos más destacados para cada uno de los perfiles son:

- **ABONADO:** el interés de este perfil por los espectáculos que están relacionados con la programación de Les Arts es muy elevado. El 96,8% siente interés por la ópera y el 91,6% por los conciertos de música sinfónica. Sin embargo, apenas hay usuarios con interés en espectáculos familiares o infantiles (20,6%).
- **ASISTENTE NO ABONADO:** el grado de interés sigue siendo elevado, aunque con mayor moderación. Destaca el peso de los interesados por el teatro (73,1%) y los conciertos de música sinfónica (73,4%).
- **CONOCE LES ARTS PERO NO HA ASISTIDO:** entre aquellos que conocen Les Arts, pero no han asistido a un espectáculo, el tipo de evento que más interés suscita es el teatro (67,7%), seguido de los “otros conciertos” (61,3%). Por debajo quedan los conciertos de música sinfónica (49,7%) y los espectáculos familiares o infantiles (47,7%).
- **NO CONOCE LES ARTS:** entre las personas que no conocen Les Arts, los ámbitos de mayor interés son: “otros conciertos” (63,3%), los espectáculos familiares e

infantiles (49,3%) y el teatro (48,5%). La ópera, uno de los principales referentes de Les Arts, causa bastante o mucho interés entre el 20,1% de personas de este grupo.

La asistencia a cada uno de estos eventos en los dos últimos años para los distintos perfiles es:

Tabla 6. Usuarios que han asistido a un evento en los dos últimos años

	ABONADO (n=155)	ASISTENTE NO ABONADO (n=350)	CONOCE Y NO HA ASISTIDO (n=155)	NO CONOCE (n=507)
HA ASISTIDO				
Teatro	67,1%	43,4%	34,2%	18,9%
Opera	94,2%	36,6%	4,5%	3,2%
Zarzuela	57,4%	18,6%	4,5%	2,2%
Ballet / Danza	58,7%	20,9%	12,9%	9,7%
Espectáculos familiares/ infantiles	11,0%	20,0%	23,2%	20,3%
Conciertos de música sinfónica	82,6%	38,3%	18,7%	10,5%
Flamenco	32,9%	16,9%	12,9%	10,7%
Jazz	40,0%	18,9%	10,3%	4,9%
Otros conciertos	40,6%	33,7%	20,0%	20,5%

- **ABONADO:** como es lógico, la asistencia de los abonados a espectáculos enmarcados dentro de la programación de Les Arts es muy habitual, aunque también asisten al teatro (67,1%) u “otros conciertos” (40,6%).
- **ASISTENTE NO ABONADO:** el espectáculo que recoge mayor porcentaje de asistencia es el teatro (43,4%) seguido de los conciertos de música sinfónica (38,3%) y la ópera (36,6%).
- **CONOCE LES ARTS PERO NO HA ASISTIDO:** del total de eventos destaca la asistencia al teatro (34,2%) y a espectáculos familiares o infantiles (23,2%).
- **NO CONOCE LES ARTS:** los eventos a los que más han acudido son “otros conciertos” (20,5%), espectáculos familiares o infantiles (20,3%) y teatro (18,9%).

Aquellos que no han asistido a Les Arts (independientemente de si lo conocen o no) tienen en general, menor porcentaje de asistencia a eventos que las personas que sí han asistido a Les Arts. Es decir, también consumen menos cultura en otros centros.

02. Notoriedad de Les Arts

El estudio de la notoriedad de Les Arts permite saber qué conocimiento tiene la población de este centro.

Conoce o ha oído hablar de Les Arts

A continuación, se recoge el porcentaje de personas que conocen o han oído hablar de Les Arts de entre el conjunto de la población general.

Gráfico 2. Conoce o ha oído hablar de Les Arts



Base 903

P. 1.1 ¿Conoce o ha oído hablar del Palau de les Arts Reina Sofía?

El **43,9%** de la población de la Comunidad Valenciana dice **conocer o haber oído hablar del Palau de Les Arts Reina Sofía.**

Es importante conocer el perfil de aquellos que conocen y no conocen el Palau de Les Arts de cara a poder establecer un perfil y patrón que sea guía de trabajo para cada uno de los dos segmentos.

El conocimiento de Les Arts se define en función de distintas variables sociodemográficas tal y como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7. Conoce o ha oído hablar de Les Arts: perfil de usuarios

	SÍ	NO	TOTAL
GÉNERO			
Masculino	40,9%	59,1%	100,0%
Femenino	46,4%	53,6%	100,0%
GRUPOS DE EDAD			
18-30	44,4%	55,6%	100,0%
31-65	44,5%	55,5%	100,0%
>65	41,5%	58,5%	100,0%
PROVINCIA			
Castellón	32,0%	68,0%	100,0%
Valencia	57,4%	42,6%	100,0%
Alicante	32,8%	67,2%	100,0%
NIVEL DE ESTUDIOS			
Primaria	37,7%	62,3%	100,0%
Secundaria	33,9%	66,1%	100,0%
Bachillerato / FP	43,6%	56,4%	100,0%
Universitarios	57,4%	42,6%	100,0%
INGRESOS MENSUALES			
Sin ingresos	31,0%	69,0%	100,0%
Menos de 1.000€	36,7%	63,3%	100,0%
1.001 - 2.000€	44,0%	56,0%	100,0%
2.001 - 3.000€	60,2%	39,8%	100,0%
3.001 - 4.000€	59,4%	40,6%	100,0%
Más de 4.000€	76,9%	23,1%	100,0%
Ns/Nc	41,1%	58,9%	100,0%

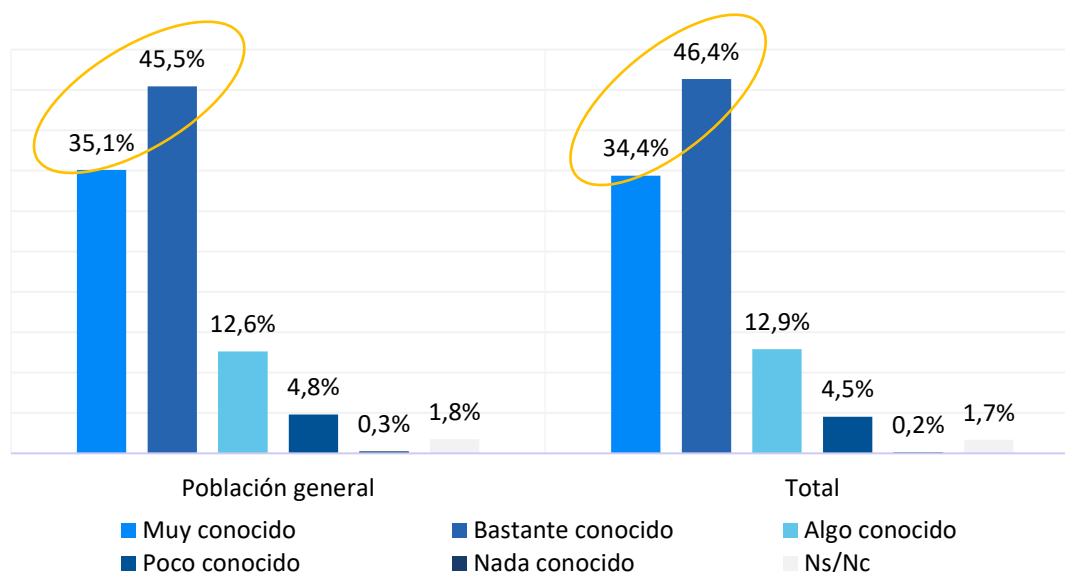
Existe más conocimiento del Palau de Les Arts entre las **mujeres** (46,6%) respecto a los hombres (40,9%). Apenas existen diferencias entre grupos de edad, mientras que el **nivel de estudios sí es una variable determinante**. Así, las personas con estudios universitarios son las que más conocen esta institución (57,4%). El **nivel de ingresos mensuales** en el hogar también marca diferencias puesto que los hogares con al menos 2.000€ de ingresos mensuales conocen en mayor medida a Les Arts.

Finalmente, la provincia de residencia donde más se conoce a Les Arts es **Valencia** (57,4%) muy por encima de lo indicado para Castellón (32,0%) o Alicante (32,8%).

Grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana

En esta pregunta se quiere medir la percepción de la ciudadanía que conoce Les Arts, sobre en qué medida se considera que este Centro es conocido en la Comunidad Valenciana. Se evalúa el grado de conocimiento dentro de una escala de *nada conocido* hasta *muy conocido*.

Gráfico 3. Grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana



Base población general: 396

Base total: 660

P. 1.2.1 ¿En qué medida cree que Les Arts es conocido en la Comunidad Valenciana?

Hay una percepción similar en ambos grupos analizados en cuanto al grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana. El 80,6% de “población general” piensa que es **bastante o muy conocido**, peso que se corresponde con el 80,8% para el caso del total de la muestra.

La percepción de esta cuestión para cada uno de los perfiles de usuarios definidos es la siguiente:

Tabla 8. Grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Muy conocido	36,8%	38,3%	23,2%
Bastante conocido	41,9%	48,0%	47,1%
Algo conocido	15,5%	8,9%	19,4%
Poco conocido	5,2%	3,1%	7,1%
Nada conocido	0,0%	0,3%	0,0%
Ns/Nc	0,6%	1,4%	3,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Las personas que conocen pero no han asistido a Les Arts son las que menor difusión consideran que tiene Les Arts entre la población de la Comunidad Valenciana (26,5% piensa que es algo o poco conocido).

La **provincia** también se identifica como otra variable que marca diferencias en cuanto a la valoración de esta pregunta.

Tabla 9. Grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana por provincia

	CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
Muy conocido	29,0%	37,7%	25,6%
Bastante conocido	52,2%	46,3%	43,4%
Algo conocido	14,5%	10,8%	19,4%
Poco conocido	2,9%	3,7%	8,5%
Nada conocido	0,0%	0,0%	0,8%
Ns/Nc	1,4%	1,5%	2,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Hay un 9,3% de personas residentes en la provincia de Alicante que piensan que Les Arts es poco o nada conocido dentro de la comunidad. Además, un 19,4% piensa que solo es algo conocido.

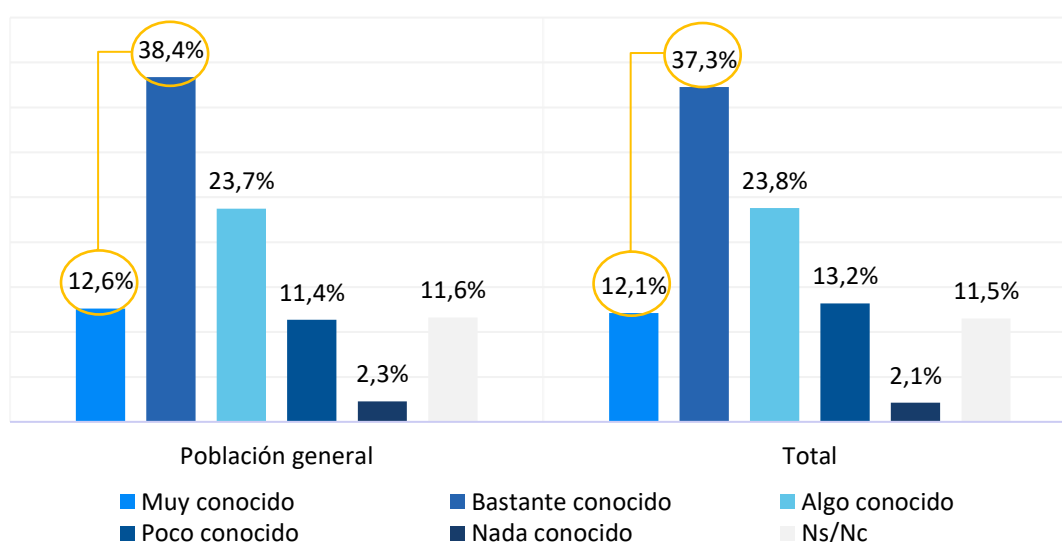
En el extremo opuesto, el **37,7%** de la población de **Valencia** piensa que **Les Arts es muy conocido**.

Grado de conocimiento de Les Arts a nivel nacional

En la misma línea que la anterior pregunta, se analiza la percepción sobre el conocimiento de esta institución a nivel nacional.

De nuevo se separan los resultados de acuerdo con las dos bases de análisis, de modo que permita ver si existen diferencias de percepción entre la población general y el conjunto de la muestra en la que se incluyen abonados y asistentes.

Gráfico 4. Grado de conocimiento de Les Arts a nivel nacional



Base población general: 396

Base total: 660

P. 1.2.2 ¿Y en qué medida cree que Les Arts es conocido a nivel nacional?

Cuando se trata de evaluar el conocimiento de Les Arts a nivel nacional, hay una **opinión más “cauta”** en el sentido de que son menos los que piensan que es bastante / muy conocido (51,0% entre la población general y 49,4% para el total de población). En ambos casos, más de un 11% no sabe evaluar esta cuestión.

Los resultados para cada uno de los **perfiles de usuarios** son los siguientes:

Tabla 10. Grado de conocimiento de Les Arts a nivel nacional por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Muy conocido	14,8%	11,1%	11,6%
Bastante conocido	37,4%	38,0%	35,5%
Algo conocido	24,5%	23,4%	23,9%
Poco conocido	14,2%	12,0%	14,8%
Nada conocido	1,9%	1,4%	3,9%
Ns/Nc	7,1%	14,0%	10,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

No hay diferencias significativas por perfiles en cuanto a la percepción sobre lo conocido que es este centro a nivel nacional. Destaca que un 18,7% de usuarios que no han asistido a Les Arts opinan que es poco o nada conocido en el resto del país.

El análisis en función de la **provincia de residencia** de la persona encuestada es el siguiente:

Tabla 11. Grado de conocimiento de Les Arts a nivel nacional por provincia

	CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
Muy conocido	13,0%	12,1%	11,6%
Bastante conocido	42,0%	36,6%	37,2%
Algo conocido	26,1%	24,7%	19,4%
Poco conocido	10,1%	13,2%	14,7%
Nada conocido	1,4%	1,7%	3,9%
Ns/Nc	7,2%	11,7%	13,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

De nuevo la población residente en la provincia de Alicante es la que considera en menor medida que Les Arts es un centro con mucha difusión a nivel nacional (el 18,6% opina que es poco o nada conocido).

03. Imagen de Les Arts

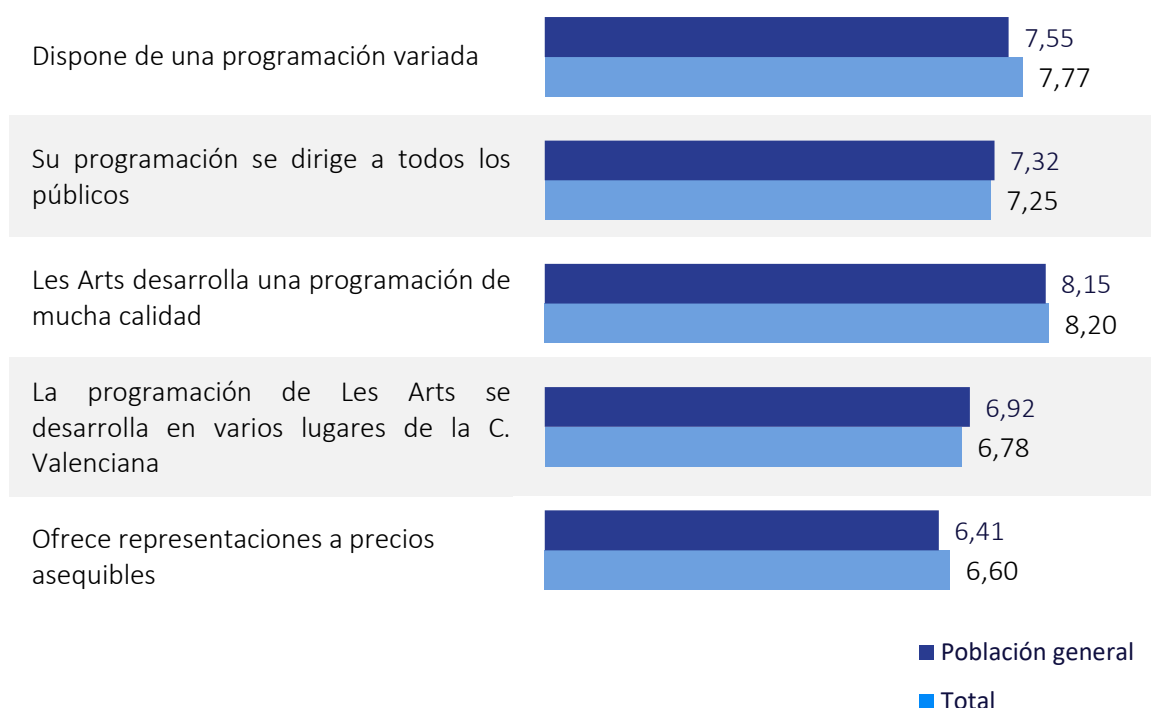
Dentro de este bloque se quiere profundizar qué imagen tienen de Les Arts las personas que señalan conocer o haber oído hablar de Les Arts. Para ello, se analizan distintas cuestiones de la entidad, así como su comparativa con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana.

Valoración de un conjunto de afirmaciones sobre Les Arts

Se solicitó a los encuestados que valorasen, dentro de una escala de 0 a 10, un conjunto de aspectos o afirmaciones sobre Les Arts en diversos aspectos de este centro.

A continuación, se presenta la valoración media obtenida en cada uno de los ítems, tanto para la población general como para el total de personas encuestadas.

Gráfico 5. Valoración de un conjunto de afirmaciones sobre Les Arts



Base población general: 396

Base total: 660

P. 1.4. Valore dentro de una escala de 0 a 10, siendo 0 totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo, las siguientes afirmaciones sobre Les Arts.

Las valoraciones de los distintos aspectos relacionados con Les Arts van en la misma línea en ambos grupos. Así, el aspecto que registra un mayor grado de acuerdo es la **calidad de la programación** desarrollada en Les Arts (8,15 de media para la población en general y 8,20 para el conjunto de personas encuestadas).

En el **extremo opuesto**, es decir, la cuestión con un menor grado de acuerdo, es la relativa al **precio** de las representaciones (valoración media de 6,41 para la población en general y 6,60 para el conjunto de personas encuestadas).

La valoración media de las afirmaciones relativas a Les Arts para cada uno de los **grupos o perfiles de usuarios** es la siguiente:

Tabla 12. Valoración de un conjunto de afirmaciones sobre Les Arts por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Dispone de una programación variada	7,99	7,76	7,39
Su programación se dirige a todos los públicos	7,11	7,29	7,37
Les Arts desarrolla una programación de mucha calidad	8,03	8,36	7,94
La programación de Les Arts se desarrolla en varios lugares de la C. Valenciana	6,57	6,91	6,74
Ofrece representaciones a precios asequibles	7,08	6,42	6,33

Confirmando los resultados globales, el aspecto mejor valorado por todos los perfiles de usuarios es la **calidad de la programación**, que alcanza su máxima puntuación entre los asistentes no abonados (8,36 puntos) y la mínima entre aquellos que no han asistido a Les Arts (7,94).

Las personas que no han asistido a Les Arts también están menos de acuerdo con el precio de las representaciones (6,33 puntos) que los abonados (7,08 puntos).

Nombre con el que suele identificar a Les Arts

Una forma de conocer la imagen de Les Arts entre la ciudadanía es saber con qué nombre se suele identificar habitualmente a esta institución. Las respuestas más habituales entre la población son las siguientes:

Tabla 13. Nombre que suele usar para identificar a Les Arts

NOMBRE CON EL QUE LO IDENTIFICA	%
PALAU DE LES ARTS	29,5%
EL PALAU	25,6%
LES ARTS	15,5%
REINA SOFÍA	7,7%
PALAU REINA SOFÍA	3,0%
PALAU DE LA MÚSICA	2,9%
LA OPERA	2,7%
EL PALAU DE LA OPERA	2,4%
PALACIO DE LAS ARTES	2,0%
LA CIUDAD DE LAS CIENCIAS	1,5%
OTROS	5,3%
NS/NC	1,8%

Base: 660

P. 1.1.1 Por lo general, ¿qué nombre suele utilizar para identificar esta institución?

Se ha recogido una notable variedad de nombres para hacer referencia al Palau de Les Arts Reina Sofía. Si bien 3 de ellos son los más habituales, recogiendo al 70% de la población: Palau de Les Arts (29,5%), El Palau (25,6%) y Les Arts (15,5%).

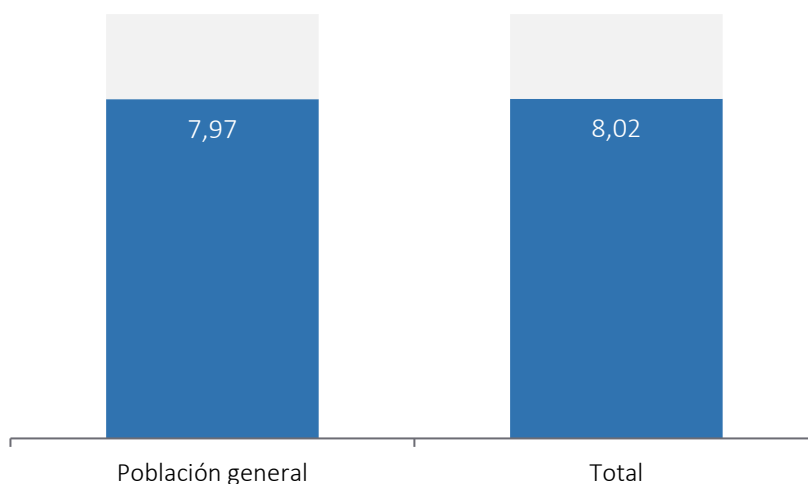
Hay algunos nombres que pueden indicar cierta confusión entre parte de la ciudadanía con respecto a este centro al asociarlo con el conjunto al que pertenece, como por ejemplo “la Ciudad de las Ciencias”.

Valoración de la imagen pública de Les Arts

La valoración sobre la imagen pública permite analizar la percepción sobre Les Arts, identificando si se han proyectado correctamente los atributos deseados de este centro.

La puntuación media obtenida para la valoración de la imagen pública de Les Arts, dentro de una escala de 0 a 10, es la siguiente:

Gráfico 6. Valoración de la imagen pública de Les Arts



Base población general: 396

Base total: 660

P. 1.5. Y del 0 al 10, siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor valoración, ¿cómo valoraría, en general, la imagen pública de Les Arts?

En ambas bases analizadas se recoge una percepción media de la imagen pública de Les Arts muy similar, siendo ligeramente superior en el conjunto de la muestra (8,02 puntos) respecto a la que se ha denominado como “población general” (7,97). Existe, por tanto, una **percepción positiva entre la ciudadanía sobre aquello que transmite esta institución.**

La valoración media para cada uno de los perfiles de usuarios tampoco refleja diferencias. Así, es unánime entre la población de la Comunidad Valenciana la imagen de esta institución.

Tabla 14. Valoración de la imagen pública de Les Arts a nivel nacional por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Valoración de la imagen pública de Les Arts	8,10	8,06	7,84

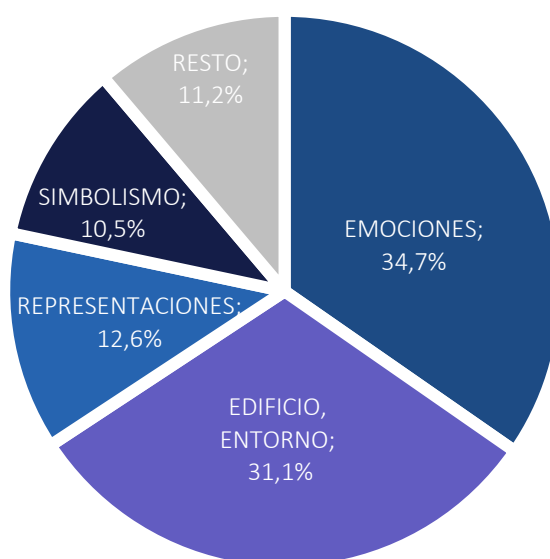
Aunque con valoraciones muy similares entre los tres perfiles, se identifican pequeñas diferencias entre ellos. A modo general, **los abonados son los más positivos** al calificar la imagen pública de Les Arts (8,10 puntos), mientras que las personas que nunca han asistido son las que peor valoración emiten sobre la imagen de este centro (7,84). Por tanto, la experiencia propia en Les Arts, juega a favor de la percepción de su imagen.

Descripción de Les Arts

Otra de las preguntas que ayuda a conocer la imagen pública de Les Arts es ésta en la que se recoge la percepción que, de manera completamente libre, han señalado las personas encuestadas sobre cómo describirían Les Arts.

A partir de las respuestas aportadas por las personas encuestadas se han establecido categorías de acuerdo con los elementos comunes de las mismas como se representa a continuación.

Gráfico 7. Descripción de Les Arts: principales grupos



Base: 660

P. 1.3. En pocas palabras, ¿cómo describiría Les Arts?

Las descripciones de Les Arts más frecuentes (34,7%) son las que apelan a las **emociones**, es decir, aquello que Les Arts hace sentir al usuario. En segundo lugar, con un 31,1% se sitúan **descripciones** más racionales ya que hacen alusión a cuestiones más objetivas que describen el edificio y su entorno.

El 12,6% hace alusión a las representaciones / programación de Les Arts, mientras que el 10,5% lo describe desde un punto más simbólico como referente de la cultura y la ciudad.

En las tablas siguientes se desglosa, para cada una de las grandes categorías creadas, las descripciones más frecuentes con el porcentaje que representan sobre el total de usuarios.

Tabla 15. Descripción de Les Arts (% del total)

EMOCIONES	34,7%
BONITO	10,8%
FANTÁSTICO, FABULOSO, MARAVILLA	7,4%
LE GUSTA MUCHO	4,4%
ESPECTACULAR	4,2%
IMPRESIONANTE	2,1%
AGRADABLE, RELAJANTE, ACOGEDOR	1,8%
ELITISMO, POCO ACCESIBLE	1,5%
UN LUGAR PARA DISFRUTAR	1,2%
GRATIFICANTE, ESTIMULANTE	0,8%
RECOMENDABLE	0,5%

EDIFICIO, ENTORNO	31,1%
CENTRO CULTURAL, DE ARTE	13,8%
EDIFICIO SINGULAR, EMBLEMÁTICO	7,4%
MODERNO	4,5%
ESPACIO INTERESANTE	3,2%
EDIFICIO POCO ACCESIBLE, CON DEFICIENCIAS, OPULENTO	1,4%
ENTORNO ÚNICO	0,8%

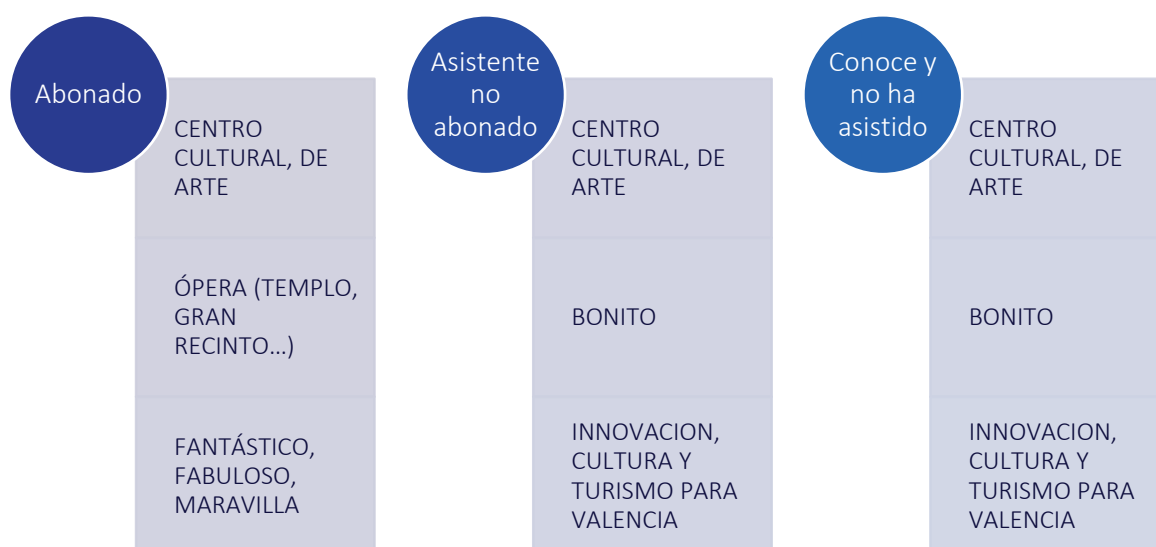
REPRESENTACIONES	12,6%
ÓPERA (TEMPLO, GRAN RECINTO...)	6,1%
BUENA ACÚSTICA	2,3%
CALIDAD DE LAS REPRESENTACIONES	1,2%
GRAN PROGRAMACIÓN	1,2%
DETERIORO DE LA PROGRAMACIÓN	0,9%

SIMBOLISMO	10,5%
INNOVACION, CULTURA Y TURISMO PARA VALENCIA	8,2%
REFERENTE DE VALENCIA	2,3%

RESTO	11,2%
OTROS	4,7%
NO SABE	6,5%

A continuación, se indica **para cada uno de los perfiles de usuarios**, las descripciones más nombradas.

Gráfico 8. Descripción de Les Arts para cada uno de los perfiles de usuarios

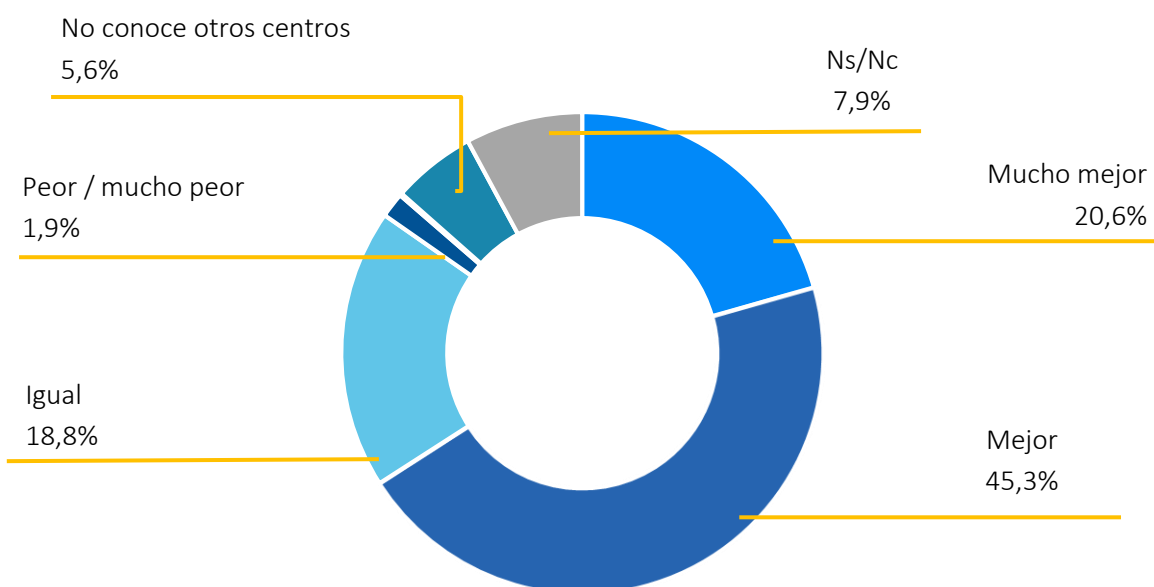


La respuesta más frecuente se repite en todos los perfiles, sin embargo, **los abonados tienen una percepción basada en su experiencia y emociones**. De este modo, los abonados hacen alusión a Les Arts nombrando la calidad de sus representaciones de ópera y utilizando adjetivos superlativos que resumen una sensación de satisfacción con este centro. El resto de perfiles mencionan principalmente adjetivos que definen su arquitectura externa (bonito) o su funcionalidad, dejando más a un lado sus emociones.

Comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana

Para conocer el posicionamiento de les Arts como centro cultural, los encuestados lo compararon con otros centros culturales y artísticos (teatros, salas de espectáculos, museos...) de la Comunidad Valenciana.

Gráfico 9. Comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana



Base: 660

P. 2.2. Les Arts, en relación con otros centros culturales artísticos de la Comunidad Valenciana es, en su opinión una entidad...

Entre aquellas personas que conocen Les Arts existe una percepción de que está por encima de otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana, ya que el **65,9% lo valora como mejor o mucho mejor**.

Un 18,8% no percibe diferencias entre Les Arts y el resto de centros culturales/artísticos de la Comunidad. Tan solo un 1,9% cree que es peor o mucho peor.

Los resultados para cada uno de los perfiles son:

Tabla 16. Comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Mucho mejor	32,3%	19,1%	12,3%
Mejor	44,5%	47,4%	41,3%
Igual	16,1%	22,3%	13,5%
Peor	1,3%	1,7%	1,9%
Mucho peor	0,0%	0,0%	0,6%
No conoce otros centros culturales	1,3%	4,9%	11,6%
Ns/Nc	4,5%	4,6%	18,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Las personas abonadas a Les Arts tienen una percepción más positiva de este centro en comparación con otros de la Comunidad, ya que indican en un 32,3% que es mucho mejor (peso que cae hasta el 12,3% para las personas que no han asistido nunca a Les Arts).

Además, el 11,6% del grupo de personas que no han asistido a Les Arts tampoco conoce otros centros culturales.

En la siguiente tabla se muestra la comparativa con otros centros teniendo en cuenta la **provincia** de residencia de la persona encuestada:

Tabla 17. Comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana por provincia

	CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
Mucho mejor	18,8%	22,1%	16,3%
Mejor	50,7%	45,0%	43,4%
Igual	18,8%	19,5%	16,3%
Peor	0,0%	1,7%	2,3%
Mucho peor	0,0%	0,2%	0,0%
No conoce otros centros culturales	2,9%	4,5%	10,9%
Ns/Nc	8,7%	6,9%	10,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

No se identifican diferencias significativas entre provincias en cuanto a la comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana. Aunque se detecta que entre las personas encuestadas de Alicante hay mayor desconocimiento, puesto que un 10,9% ha indicado no conocer otros centros, mismo porcentaje que el de personas que no han sabido contestar a esta pregunta.

Se exponen a continuación los principales **motivos** argumentados por los encuestados para otorgar su valoración comparativa de Les Arts con otros centros.

Tabla 18. Motivos por los que han comparado a Les Arts con otros centros de la Comunidad Valenciana

PROGRAMACIÓN / OFERTA CULTURAL (CALIDAD, VARIEDAD...)	53,0%
ARQUITECTURA / INSTALACIONES	27,5%
ENTORNO / UBICACIÓN	9,2%
RECIBE MÁS INFORMACIÓN / ES MÁS CONOCIDO	6,5%
ACÚSTICA	5,1%
PRESTIGIO / REFERENTE CULTURAL	3,4%
ESCASA INFORMACIÓN / PUBLICIDAD	0,9%
PRECIO ELEVADO	0,7%
OTROS	7,8%
NO SABE / NO CONTESTA	4,5%

Base: 447

Pregunta de respuesta múltiple: % de personas que indican que Les Arts es mucho mejor, mejor, peor o mucho peor que otros centros.

P.2.2.1. ¿Podría señalar el motivo de esta valoración?

Cinco de cada diez (53%) señala que **Les Arts, frente a otros centros, destaca por su programación u oferta** cultural ya que ésta es de calidad y tiene variedad. El 27,5% menciona la arquitectura e instalaciones del Palau de Les Arts.

Por debajo quedan otras opiniones como las relativas al entorno y ubicación (9,2%) o porque se considera que Les Arts da más información que otros centros (6,5%).

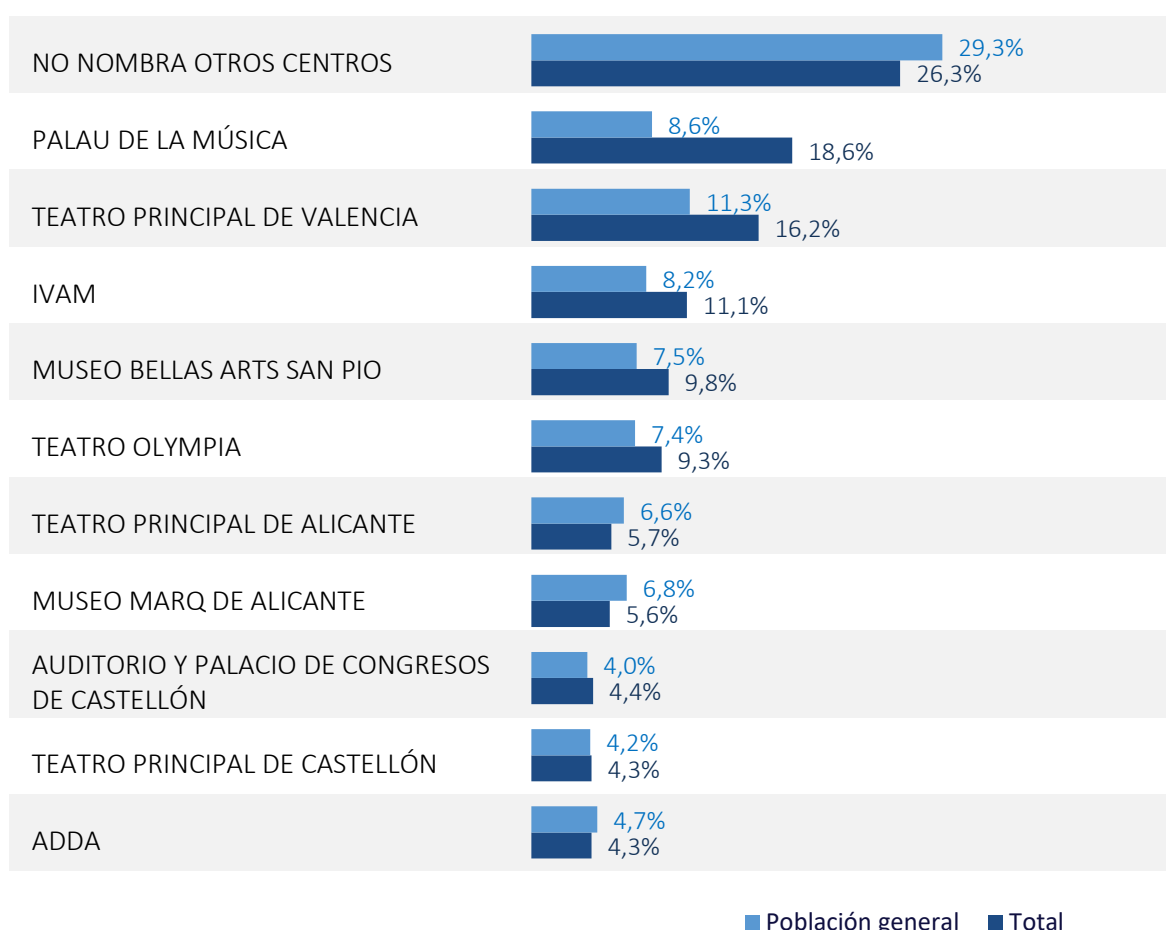
Otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana

En este caso se preguntó a toda la población (independientemente de si conocían o no Les Arts) por otros centros culturales o artísticos conocidos en la Comunidad Valenciana.

Del total de personas encuestadas un 73,7% de la población entrevistada sí ha dicho el nombre de otros centros.

La respuesta espontánea de la población ha dado lugar a un **amplio abanico de centros**, siendo los más nombrados los que se presentan a continuación.

Gráfico 10. Otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana



Base población general: 903

Base total: 1.167

Pregunta de respuesta múltiple

P.2.3. ¿Qué otros centros culturales o artísticos de la Comunidad Valenciana, conoce?

En primer lugar, señalar que hay un 26,3% de la población total encuestada que no nombra otros centros culturales de la comunidad. Este porcentaje se incrementa hasta el 29,3% para el caso de la denominada “población general”.

El centro con mayor notoriedad dentro del conjunto de los encuestados es el **Palau de la Música** (18,6%). Por tanto, supone el principal referente artístico de la Comunidad. También es importante la notoriedad del **Teatro Principal de Valencia** (16,2%). Sin embargo, si solo se tiene en cuenta a la población general, gana en notoriedad el Teatro Principal frente al Palau de la Música, perdiendo en ambos casos fuerza respecto a otros centros de la Comunidad.

Le siguen en orden de importancia el IVAM, señalado por el 11,1% de la población, el Museo de Bellas Artes San Pío (9,8%) y el Teatro Olympia (9,3%).

Señalar que, del total de respuestas, se han recogido más de 150 centros culturales o artísticos distintos de toda la Comunidad Valenciana. Por tanto, hay una gran variedad, derivada en gran medida porque se han nombrado, además de los centros más conocidos a nivel global, aquellos que resultan más cercanos (dentro de la provincia o municipio de residencia).

Otras respuestas destacadas para el conjunto de la población son las siguientes:

Gráfico 11. Otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana



Base: 1.167

Pregunta de respuesta múltiple

El lugar de residencia influye en los centros culturales que nombran las personas encuestadas. Se muestran los **5 centros culturales más señalados en cada provincia**.

Gráfico 12. Centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana más nombrados en cada provincia

CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
<ul style="list-style-type: none">• TEATRO PRINCIPAL DE CASTELLÓN - 24,7%• AUDITORIO Y PALACIO DE CONGRESOS DE CASTELLÓN - 22,6%• TEATRO PRINCIPAL DE VALENCIA - 10,2%• PALAU DE LA MÚSICA - 9,1%• MUSEO DE BELLAS ARTES DE CASTELLÓN - 7,0%	<ul style="list-style-type: none">• PALAU DE LA MÚSICA - 28,6%• TEATRO PRINCIPAL DE VALENCIA - 23,4%• IVAM - 18,4%• TEATRO OLYMPIA - 16,0%• MUSEO BELLAS ARTS SAN PIO - 15,2%	<ul style="list-style-type: none">• TEATRO PRINCIPAL DE ALICANTE - 18,3%• MUSEO MARQ DE ALICANTE - 16,9%• ADDA - 14,2%• TEATRO PRINCIPAL DE VALENCIA - 6,1%• PALAU DE LA MÚSICA - 5,2%

En cada una de las provincias, los centros más señalados pertenecen a la propia provincia de residencia de la persona encuestada. Solamente el Palau de la Música y el Teatro Principal de Valencia han sido también señalados como lugares destacados en las provincias de Castellón y Alicante.

Además de nombrar aquellos centros culturales o artísticos de la Comunidad, se solicitó a las personas encuestadas que establecieran una comparativa entre Les Arts y el centro nombrado indicando si éste es más o menos conocido que Les Arts.

Señalar que esta comparativa solo ha podido ser realizada por aquellas personas que conocían Les Arts.

Tabla 19. Comparación de la notoriedad de Les Arts con cada uno de los centros nombrados

	MÁS CONOCIDO	IGUAL DE CONOCIDO	MENOS CONOCIDO	NS/NC	TOTAL
PALAU DE LA MÚSICA	33,3%	34,4%	29,7%	2,6%	100,0%
TEATRO PRINCIPAL DE VALENCIA	32,9%	28,9%	34,9%	3,4%	100,0%
IVAM	39,6%	26,7%	29,7%	4,0%	100,0%
MUSEO BELLAS ARTS SAN PIO	26,4%	23,0%	46,0%	4,6%	100,0%
TEATRO OLYMPIA	22,9%	28,1%	45,8%	3,1%	100,0%
TEATRO PRINCIPAL DE ALICANTE	7,9%	10,5%	65,8%	15,8%	100,0%
MUSEO MARQ DE ALICANTE	6,3%	12,5%	81,3%	0,0%	100,0%
AUDITORIO Y PALACIO DE CONGRESOS DE CASTELLÓN	6,1%	9,1%	84,8%	0,0%	100,0%
TEATRO PRINCIPAL DE CASTELLÓN	15,2%	9,1%	75,8%	0,0%	100,0%
ADDA	11,5%	7,7%	76,9%	3,8%	100,0%

El **Palau de la Música**, el centro cultural más señalado por la ciudadanía, es para un **67,7% igual o más conocido que Les Arts**. En el caso del IVAM, un 39,6% piensa que es más conocido que Les Arts, mientras que el 26,7% equipara a ambos centros en cuanto a su notoriedad en la Comunidad Valenciana. En el caso del Teatro Principal de Valencia, las opiniones se encuentran muy igualadas entre los que piensan que es más conocido (32,9%) y los que opinan que es menos conocido (34,9%) que Les Arts.

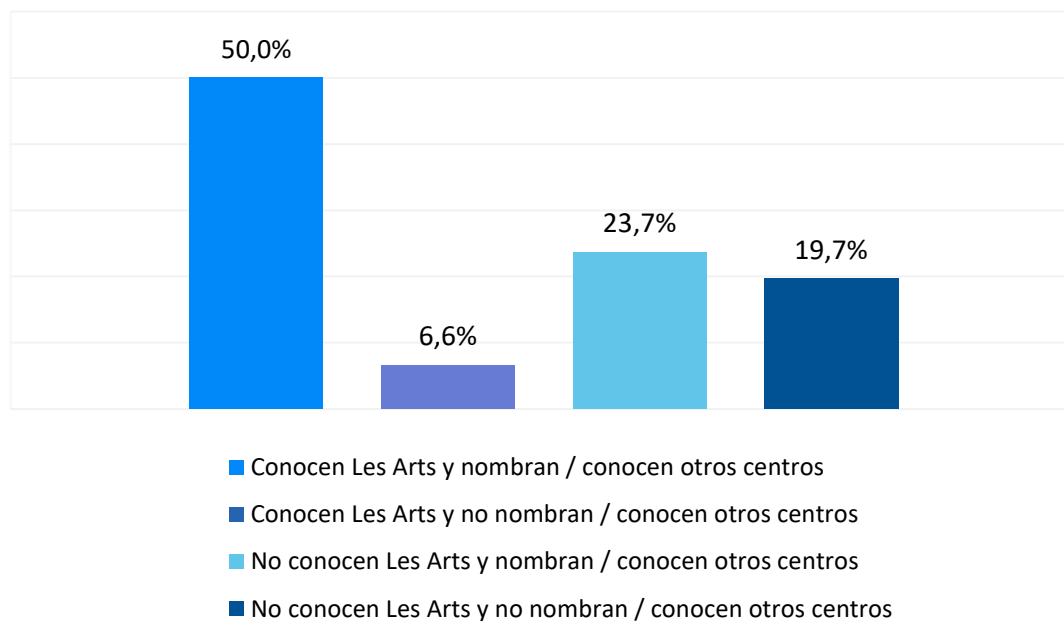
Para el resto de centros señalados, siempre se considera que Les Arts es más conocido.

Conocimiento de Les Arts y conocimiento de otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana

Hay un grupo de especial interés para su análisis y es el formado por todas aquellas personas que no conocen Les Arts pero que, sin embargo, sí conocen otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana.

Estas personas constituyen el 23,7% de la población encuestada.

Gráfico 13. Conocimiento de Les Arts y conocimiento de otros centros de la Comunidad Valenciana



Base: 1.167

Además, hay un **19,7%** que además de no conocer Les Arts, tampoco conoce otros centros culturales.

Es interesante ahondar en el perfil de las personas que no conocen Les Arts y sí conocen otros centros culturales / no conocen otros centros culturales ya que pueden aportar información sobre un segmento de usuarios que muestra interés por la cultura y que, por tanto, podría verse interesado por la programación de Les Arts.

Tabla 20. Conocimiento de Les Arts y conocimiento de otros centros de la Comunidad Valenciana por género, edad, provincia y nivel de estudios

	SÍ CONOCE OTROS CENTROS	NO CONOCE OTROS CENTROS
GÉNERO		
Masculino	48,0%	51,3%
Femenino	52,0%	48,7%
GRUPOS DE EDAD		
18-30	15,5%	18,3%
31-65	64,6%	54,8%
>65	19,9%	27,0%
PROVINCIA		
Castellón	23,1%	23,0%
Valencia	35,7%	33,0%
Alicante	41,2%	43,9%
NIVEL DE ESTUDIOS		
Primaria	17,0%	33,5%
Secundaria	22,7%	25,2%
Bachillerato / FP	32,5%	26,1%
Universitarios	26,0%	11,3%
Ns/Nc	1,8%	3,9%

El segmento de **las personas que sí conocen otros centros**, está formado en un 64,6% por personas de entre 31 y 65 años. Un 58,5% tiene estudios mínimos de bachillerato /FP. El 41,2% reside en Alicante, mientras que el 35,7% lo hace en la provincia de Valencia.

Por otro lado, aquellos que **no conocen ningún otro centro** cultural son en un 54,8% personas de 31 a 65 años y en un 27,0% mayores de 65 años. El 58,7% tiene estudios primarios o secundarios. Un 43,9% reside en la provincia de Alicante.

04. Información sobre la programación de Les Arts

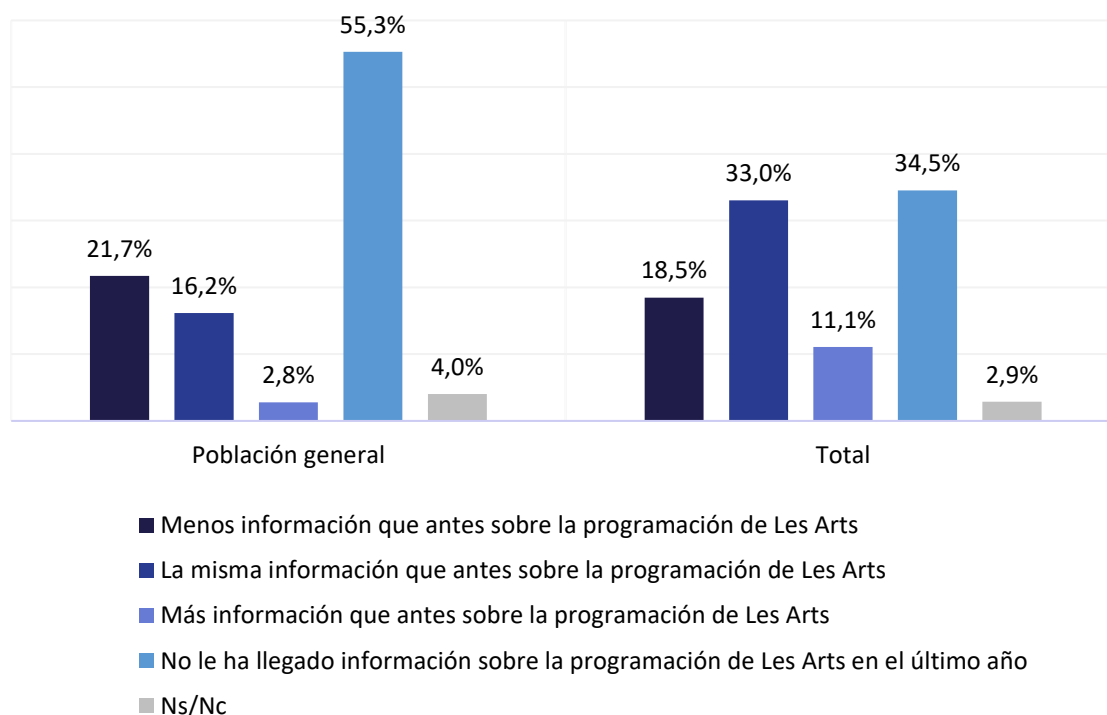
La notoriedad de Les Arts entre la ciudadanía, así como su percepción sobre la difusión de este centro cultural depende en gran medida de la información que se recibe sobre el mismo y sobre sus actividades.

Información recibida de la programación de Les Arts en el último año

En esta pregunta se quiere conocer si los esfuerzos comunicativos llevados a cabo desde Les Arts son percibidos por la población.

Así, se preguntó cuánta información sobre la programación de Les Arts se ha recibido en el último año si se compara con la recibida previamente.

Gráfico 14. Información recibida de la programación de Les Arts en el último año



Base población general: 396

Base total: 660

P.2.1. En el último año, cree que le ha llegado...

Cuando se trata de la **población general**, más de la mitad de los encuestados (**55,3%**) indican que durante el último año no les ha llegado información sobre la programación de **Les Arts**. En esta misma línea el 21,7% considera que la información es menor que la recibida anteriormente.

Sin embargo, cuando se analiza la muestra total, hay un notable cambio de proporciones. Aquellos a los que no les ha llegado información se sitúan en el 34,5%, mientras que un 33,0% señala que la información durante el último año sigue siendo la misma que la recibida con anterioridad. El 11,1% dice, sin embargo, que se ha sentido más informado en esta última anualidad.

El perfil de usuario ayuda a comprender mejor estos resultados específicos:

Tabla 21. Comparación de la información de Les Arts en el último año por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Menos información que antes	14,8%	22,3%	13,5%
La misma información que antes	58,1%	28,6%	18,1%
Más información que antes	21,3%	10,6%	1,9%
No le ha llegado información en el último año	4,5%	37,1%	58,7%
Ns/Nc	1,3%	1,4%	7,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Mientras que los abonados perciben que han recibido la misma (58,1%) o más información que antes (21,3%), esta tendencia no se encuentra en los otros dos perfiles de usuarios. Tanto asistentes no abonados como no asistentes señalan mayoritariamente (37,1% y 58,7% respectivamente) no haber recibido información de la programación de Les Arts en el último año.

La lejanía a Les Arts, marcada en este caso por la provincia de residencia, es otra variable que aporta información sobre esta pregunta.

Tabla 22. Comparación de la información de Les Arts en el último año por provincia

	CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
Menos información que antes	15,9%	17,5%	23,3%
La misma información que antes	23,2%	38,7%	17,8%
Más información que antes	8,7%	13,6%	3,1%
No le ha llegado información en el último año	49,3%	27,3%	52,7%
Ns/Nc	2,9%	2,8%	3,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La población residente en Castellón y Alicante indica en mayor medida que durante el último año, no ha recibido ningún tipo de información sobre la programación de Les Arts (49,3% y 52,7% respectivamente).

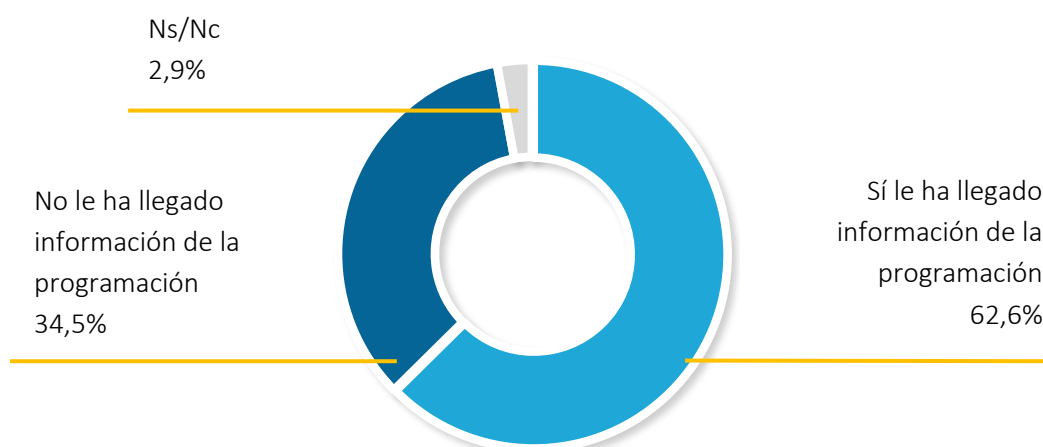
Entre la población de la provincia de Valencia, el 38,7% percibe que esta información es la misma que anteriormente, mientras que el 27,3% corrobora la falta de información.

▪ **IMPACTO DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA PROGRAMACIÓN EN LA CIUDADANÍA**

A partir de la información de esta variable puede analizarse el impacto de la publicidad entre la ciudadanía de la Comunidad Valenciana. Así, se puede **distinguir entre la población que sí ha recibido información** sobre la programación de Les Arts (menos, igual o más que antes) **y la población a la que no le ha llegado** información.

Los resultados son los siguientes.

Gráfico 15. Impacto de la información sobre la programación de Les Arts



Un 62,6% de la población de la Comunidad Valenciana encuestada que conoce Les Arts ha recibido información sobre la programación de Les Arts, lo que supone que un porcentaje muy elevado de la ciudadanía ha sido impactado por la publicidad de este centro.

Si este porcentaje se hace sobre el total de la muestra (1.167 encuestas), teniendo en cuenta aquellos que conocen y no conocen Les Arts, el impacto de la publicidad alcanzaría al 35,4% de la población.

El análisis por provincia de residencia muestra como siete de cada diez personas que residen en la provincia de Valencia han recibido información de la programación de Les Arts en el último año. Este peso desciende de manera notable en las otras dos provincias, siendo del 47,8% para Castellón y del 44,2% para la provincia de Alicante.

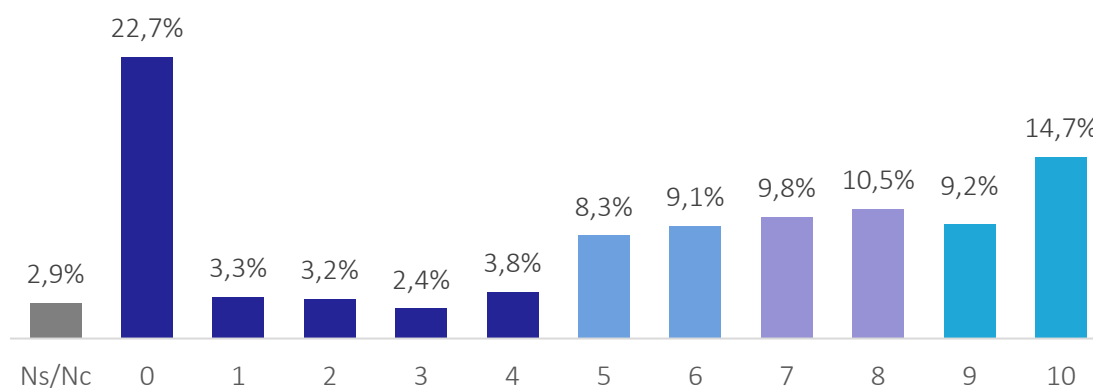
Tabla 23. Impacto de la información sobre la programación de Les Arts por provincia

	CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
Sí le ha llegado información en el último año	47,8%	69,9%	44,2%
No le ha llegado información en el último año	49,3%	27,3%	52,7%
Ns/Nc	2,9%	2,8%	3,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Conocimiento sobre la programación de Les Arts

En una primera cuestión se solicitó a los usuarios que señalaran dentro de una escala de 0 a 10 en qué medida conocen la programación de Les Arts (siendo 0 que no conoce en absoluto y 10 que la conoce bastante), tal y como se muestra a continuación.

Gráfico 16. Grado de conocimiento de la programación de Les Arts



Base: 660

P.5.1. ¿En qué medida conoce la programación de Les Arts, de 0 a 10, siendo 0 que no la conoce en absoluto y 10 que la conoce bastante?

Del total de personas que conocen Les Arts, el 20,3% dice conocer bastante la programación (7+8), mientras que el 23,9% la conoce mucho (9+10).

Sin embargo, hay un 29,2% que no la conoce en absoluto (0+1+2).

En término medio, dentro de una escala de 0 a 10, el conocimiento de la programación de Les Arts se sitúa en **5,26 puntos**,

El perfil de usuario, marca el grado de conocimiento de la programación.

Tabla 24. Conocimiento medio de la programación de Les Arts por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Conocimiento de la programación	8,67	5,03	2,28

Se pone de manifiesto la relación lógica entre el perfil de usuario y conocer más o menos la programación. Es interesante ver como aquellas personas que han asistido apenas conocen “algo” la programación (5,03 puntos de media), mientras que los que no han asistido, tienen amplio desconocimiento del tipo de programación que hay en Les Arts (puntuación media de 2,28 puntos).

El lugar de residencia también marca diferencias en esta pregunta:

Tabla 25. Conocimiento medio de la programación de Les Arts por provincia

	CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
Conocimiento de la programación	3,87	5,94	3,55

Vivir en la misma ciudad en la que se encuentra El Palau de Les Arts influye en el conocimiento de su programación. En las provincias de Castellón y Alicante apenas se conoce la cartelera de Les Arts.

Se analiza esta pregunta de acuerdo a un conjunto de variables con las que tiene relación como son:

- Consideración de que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación.
- Visita a la página web de Les Arts para informarse de novedades o su programación
- Seguidor de Les Arts en redes sociales
- Medios de comunicación en los que ha recibido información sobre la programación de Les Arts.
- Número de veces que se ha asistido a un espectáculo o evento en Les Arts en los dos últimos años

Tabla 26. Conocimiento medio de la programación de Les Arts y relación con un conjunto de variables de conocimiento y asistencia

CONOCIMIENTO PROGRAMACIÓN DE LES ARTS	
LES ARTS DA A CONOCER SU PROGRAMACIÓN	
Sí	6,77
No	4,19
SEGUIDOR DE LES ARTS EN REDES SOCIALES	
Sí	6,95
No	4,59
VISITA LA PÁGINA WEB DE LES ARTS	
Muy frecuentemente	8,39
De vez en cuando	7,33
Rara vez	4,53
No he entrado nunca	3,07
No conozco la página web	2,41
MEDIOS EN LOS QUE SE INFORMA DE LA PROGRAMACIÓN	
Radio	6,74
Televisión	5,89
Prensa	6,75
Redes sociales	6,44
Página web	7,77
Newsletter/correos	8,11
Carteles o folletos	6,36
Una persona conocida	5,75
Otros	8,78

CONOCIMIENTO PROGRAMACIÓN DE LES ARTS

ASISTENCIA A LES ARTS EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS	
No he asistido	3,17
Menos de 5 veces	6,18
De 5 a 9 veces	8,14
De 10 a 14 veces	8,54
15 veces o más	8,95

La población que piensa que Les Arts sí ofrece publicidad para dar a conocer sus espectáculos, conoce mejor su programación (6,77).

Los **seguidores de Les Arts en redes sociales** también conocen mejor la programación (6,95) que aquellos que no lo son.

Del mismo modo, **ser usuario de la página web** de Les Arts con mayor frecuencia, **hace que se conozca mejor qué espectáculos se incluyen en la programación**. Aquellos que entran muy frecuentemente tienen un conocimiento medio de 8,39 puntos, mientras que los que no han entrado nunca su valoración es de 3,07 y de 2,41 para los que no conocen este recurso web.

Aquellas personas que se informan a través de los correos electrónicos (8,11) y la página web (7,77) son los que mejor conocen la programación de Les Arts, puesto que son los canales donde más información al respecto puede encontrar un usuario.

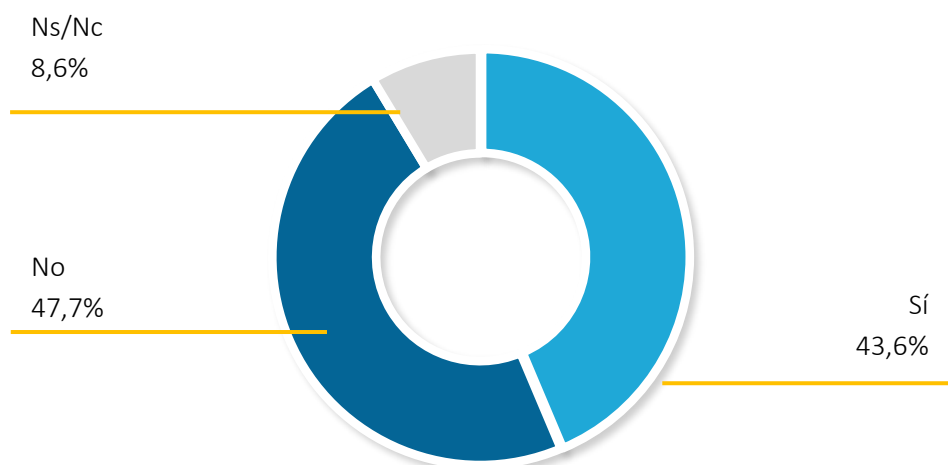
Tener una **relación de asistencia frecuente marca conocer más la programación** ya que hay mayor interés por aquello que se está representando en Les Arts. Las personas que no han asistido en los dos últimos años apenas conocen su programación (3,17) pero se incrementa hasta 8,95 en todos aquellos que al menos han ido 15 veces en este periodo de dos años.

Publicidad de la programación de Les Arts

Conocer o no la programación de Les Arts viene influido en cierta medida, por la publicidad recibida al respecto.

En este sentido se analiza si desde la ciudadanía se considera que Les Arts da a conocer los espectáculos de su programación.

Gráfico 17. Consideración de que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación



Base: 660

P.5.2. ¿Considera que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación?

Existe **una opinión muy variada** sobre la adecuación de la publicidad de Les Arts para sus espectáculos. Hay un 43,6% que está de acuerdo con la misma mientras que el 47,7% considera que no da a conocer los espectáculos.

Los resultados por perfil de usuario son los siguientes:

Tabla 27. Consideración de que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Sí	56,1%	45,1%	27,7%
No	39,4%	46,9%	58,1%
Ns/Nc	4,5%	8,0%	14,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Tener mayor contacto con Les Arts en cuanto a la asistencia, hace que se perciba en mayor medida que se hace suficiente publicidad para dar a conocer los espectáculos. Así, el 56,1% de los abonados así lo consideran, descendiendo este porcentaje hasta el 27,7% en el caso de las personas que no han asistido nunca a un espectáculo en Les Arts.

Los resultados por provincia son los siguientes:

Tabla 28. Consideración de que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación por provincia

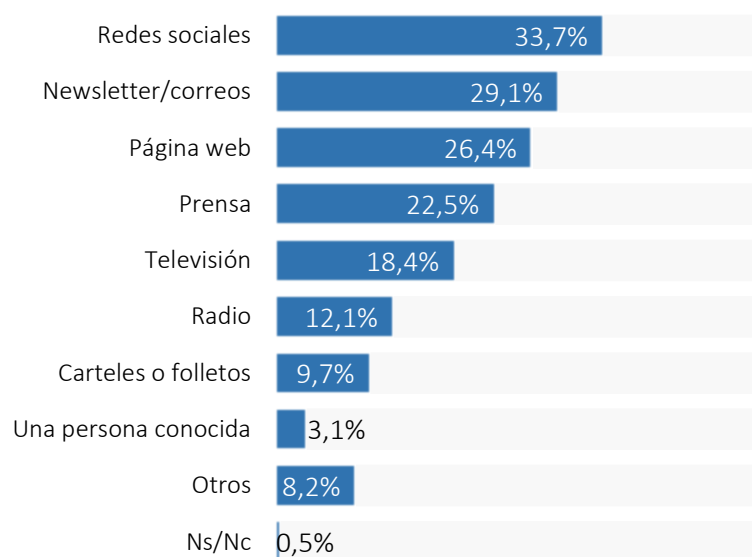
	CASTELLÓN	VALENCIA	ALICANTE
Sí	36,2%	48,3%	31,0%
No	50,7%	45,0%	55,8%
Ns/Nc	13,0%	6,7%	13,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Es mayor el peso de la ciudadanía de Valencia que considera que sí se hace publicidad para dar a conocer los espectáculos de la programación (48,3%).

Medios de comunicación de los que ha recibido la información sobre la programación de Les Arts

Todas aquellas personas que señalaron haber recibido algún tipo de información sobre la programación de Les Arts en el último año (igual, más o menos que anteriormente), indicaron los medios de comunicación en los que recuerdan haber leído, visto o escuchado dicha información.

Gráfico 18. Medios de comunicación donde ha recibido información sobre la programación de Les Arts



Base: 660

Pregunta de respuesta múltiple

P.2.1.1. ¿En qué medios de comunicación recuerda haber visto, leído o escuchado información sobre la programación de Les Arts?

Las **redes sociales** se convierten en el canal que genera más interacción con la ciudadanía (33,7%). Una de cada tres personas ha señalado que le llega información sobre la programación a través de correos electrónicos o la newsletter de Les Arts.

Las personas que señalan *Otros medios* indican principalmente que la información les llega a principio de temporada a través del propio abono que reciben personalmente.

La prensa también se convierte en un medio de comunicación en el 22,5% de los casos.

Los resultados para cada uno de los perfiles de encuestados son:

Tabla 29. Medios de comunicación donde ha recibido información sobre la programación de Les Arts por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Radio	8,9%	13,5%	15,4%
Televisión	8,2%	18,6%	46,2%
Prensa	22,6%	23,7%	17,3%
Redes sociales	21,2%	39,5%	44,2%
Página web	32,9%	26,5%	7,7%
Newsletter/correos	44,5%	25,1%	1,9%
Carteles o folletos	7,5%	11,2%	9,6%
Una persona conocida	2,1%	4,7%	0,0%
Otros	16,4%	4,2%	1,9%
Ns/Nc	0,7%	0,0%	1,9%

La **asistencia a Les Arts (bien abonado o asistente) marca los canales de comunicación** ya que estos dos grupos usan más la página web de Les Arts, así como los correos electrónicos o newsletter respecto a aquellas personas que no han asistido a ningún evento. Este último grupo recibe la información principalmente a través de la televisión (46,2%) y las redes sociales (44,2%). Las redes sociales también son el principal medio informativo para aquellas personas que han asistido en alguna ocasión a Les Arts.

Tal y como se observa en la siguiente tabla, la edad determina el medio de información.

Tabla 30. Medios de comunicación donde ha recibido información sobre la programación de Les Arts por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Radio	6,5%	13,1%	12,2%
Televisión	15,2%	19,5%	17,6%
Prensa	26,1%	17,8%	29,8%
Redes sociales	67,4%	39,8%	10,7%
Página web	15,2%	29,2%	25,2%
Newsletter/correos	21,7%	28,4%	32,8%
Carteles o folletos	10,9%	11,0%	6,9%
Una persona conocida	4,3%	1,7%	5,3%
Otros	4,3%	5,5%	14,5%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	1,5%

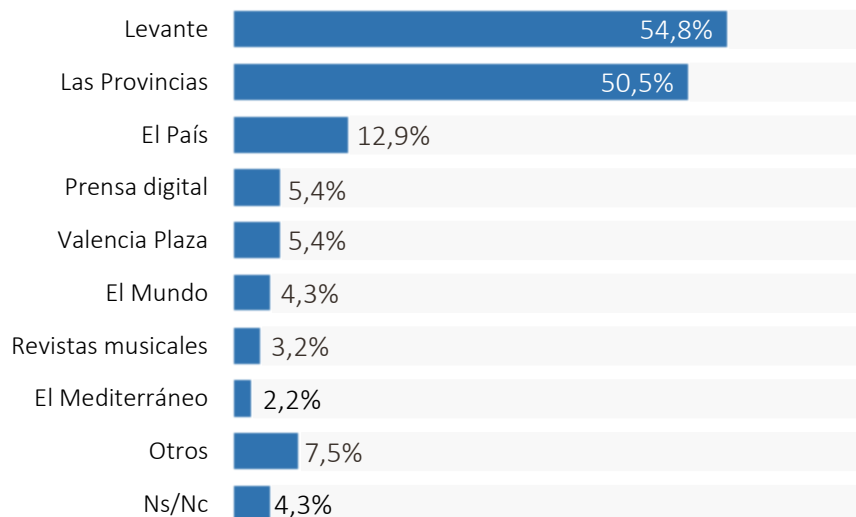
El uso de redes sociales es más habitual entre las personas de 18 a 30 años ya que un 67,4% confirma haber recibido información de Les Arts a través de ellas.

Aunque también son importantes para el grupo de 31 a 65 años (39,8%), en este estrato los pesos se reparten mucho más entre los distintos medios. En las personas mayores de 65 años, los canales más habituales son los correos electrónicos (32,8%), la prensa (29,8%) y la propia página web de Les Arts (25,5%).

- **MEDIOS DE PRENSA**

Se tiene especial interés en conocer los medios de prensa en los que se ha visto, leído o escuchado información sobre la programación de Les Arts.

Gráfico 19. Medios de prensa en los que se ha recibido la información sobre la programación de Les Arts



Base: 93

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han recibido información de Les Arts a través de la prensa.

P.2.1.1.1. ¿En qué medios de prensa recuerda haber visto, leído o escuchado información sobre la programación de Les Arts?

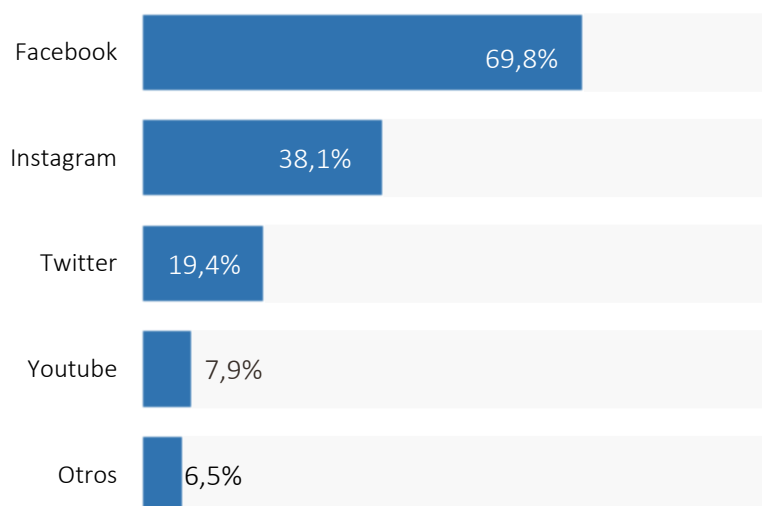
Las principales fuentes informativas para aquellos que se informan sobre la programación de Les Arts a través de la prensa son el Levante (54,8%) y Las Provincias (50,5%).

Otros medios de prensa han sido indicados en menor medida, como por ejemplo El País (12,9%) o las revistas especializadas en música (3,2%).

▪ REDES SOCIALES

A continuación, se analizan las **redes sociales** en las que los usuarios han recibido información sobre la programación de Les Arts.

Gráfico 20. Redes sociales en las que se ha recibido la información sobre la programación de Les Arts



Base: 139

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han recibido información de Les Arts a través de redes sociales

P.2.1.1.2. ¿En qué redes sociales recuerda haber visto, leído o escuchado información sobre la programación de Les Arts?

Del conjunto de redes, **Facebook** es la más utilizada (69,8%), quedando muy por debajo **Instagram** (38,1%), **Twitter** (19,4%) o **Youtube** (7,9%)

El uso de las redes por los distintos perfiles de usuarios es el siguiente:

Tabla 31. Redes sociales en las que se ha recibido información sobre la programación de Les Arts por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Twitter	31,3%	16,7%	13,0%
Facebook	68,8%	69,0%	73,9%
Instagram	28,1%	40,5%	43,5%
Youtube	12,5%	7,1%	4,3%
Otros	3,1%	6,0%	13,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

El uso de las redes entre los distintos perfiles muestra como los **abonados** utilizan en mayor medida **Twitter** (31,3%) y Youtube (12,5%) respecto a los otros dos grupos, en los que el uso de Facebook e Instagram está más acentuado.

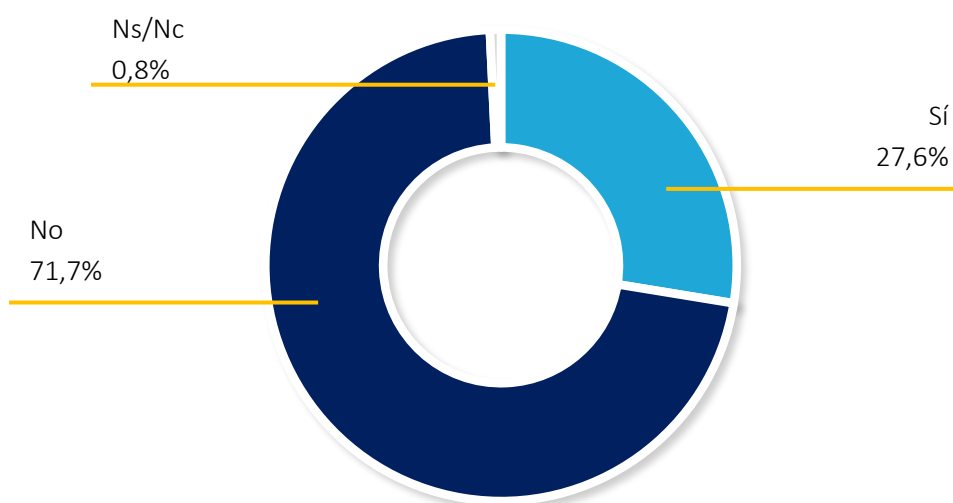
La edad también es una variable que incide en el uso de las redes sociales como canal de información.

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Twitter	19,4%	19,1%	21,4%
Facebook	64,5%	71,3%	71,4%
Instagram	58,1%	35,1%	14,3%
Youtube	3,2%	7,4%	21,4%
Otros	3,2%	7,4%	7,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

El uso de redes en función de la edad como canal de información sobre Les Arts muestra como el estrato de población más joven es el que más utiliza Instagram (58,1%), mientras que esta red tan solo es usada por el 14,3% de los mayores de 65 años. Sin embargo, este grupo es el que más uso hace de Youtube (21,4%).

Ahondando en el tema de las redes sociales, se analiza el porcentaje de **usuarios que son seguidores de Les Arts en redes sociales**.

Gráfico 21. Seguidores de Les Arts en redes sociales



Base: 660
P.5.3. ¿Es seguidor de Les Arts en redes sociales?

Un **27,6%** de los usuarios declara ser seguidor de Les Arts en redes sociales. Por tanto, su interés con respecto a este centro es notable.

El **perfil** de usuario es importante a la hora de definir esta pregunta.

Tabla 32. Seguidores de Les Arts en redes sociales por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Sí	35,5%	32,6%	8,4%
No	64,5%	66,3%	91,0%
Ns/Nc	0,0%	1,1%	0,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La gran diferencia en esta cuestión la marcan las personas que no han asistido nunca, ya que el porcentaje de seguidores en redes sociales se sitúa en el 8,4%, mientras que, para los otros dos perfiles, el porcentaje está por encima del 32%. Es decir, la asistencia a un evento en Les Arts está relacionada con el interés por el centro y, por tanto, con ser seguidor de sus redes sociales.

La **edad** marca también diferencias en esta cuestión.

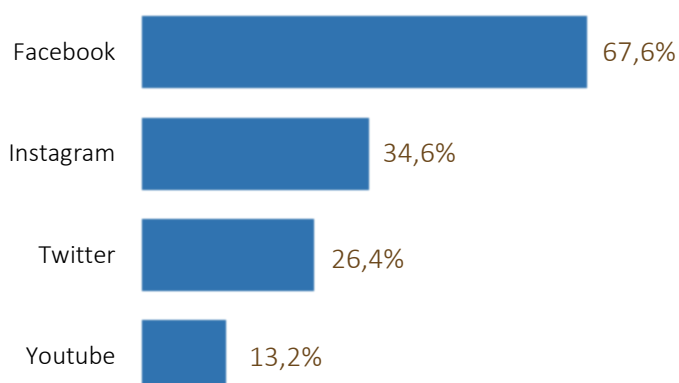
Tabla 33. Seguidores de Les Arts en redes sociales por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Sí	42,4%	29,7%	16,8%
No	57,6%	69,0%	83,2%
Ns/Nc	0,0%	1,3%	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

El uso de las redes sociales disminuye a medida que aumenta la edad. Así, el 42,4% de las personas de 18 a 30 años utilizan las redes sociales de Les Arts, mientras que en los mayores de 65 años este porcentaje es del 16,8%.

Se analiza a continuación, las redes sociales más seguidas de Les Arts.

Gráfico 22. Redes sociales de las que son seguidores de Les Arts



Base: 182

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que señalan seguir las redes sociales de Les Arts

P.5.3.1. ¿Qué redes sociales de Les Arts sigue?

Facebook es sin duda la red social que aglutina mayor número de seguidores con el 67,6%. Muy por debajo quedan el resto, como Instagram con un 34,6% de seguidores.

El **perfil** de usuario marca el uso de un determinado tipo de red social.

Tabla 34. Redes sociales de las que se es seguidor por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Facebook	60,0%	68,4%	92,3%
Twitter	38,2%	21,1%	23,1%
Instagram	29,1%	38,6%	23,1%
Youtube	23,6%	9,6%	0,0%

Los **abonados siguen más Twitter** (38,2%) que el resto, así como también son más seguidores de Youtube (23,6%). Sin embargo, los que conocen Les Arts, pero no han asistido y siguen a Les Arts, lo hacen sobre todo a través de Facebook (92,3%).

De nuevo, la **edad** de los encuestados **influye** no solo en el seguimiento de redes sociales, sino también en la red social seguida, tal y como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 35. Redes sociales de las que se es seguidor por edad

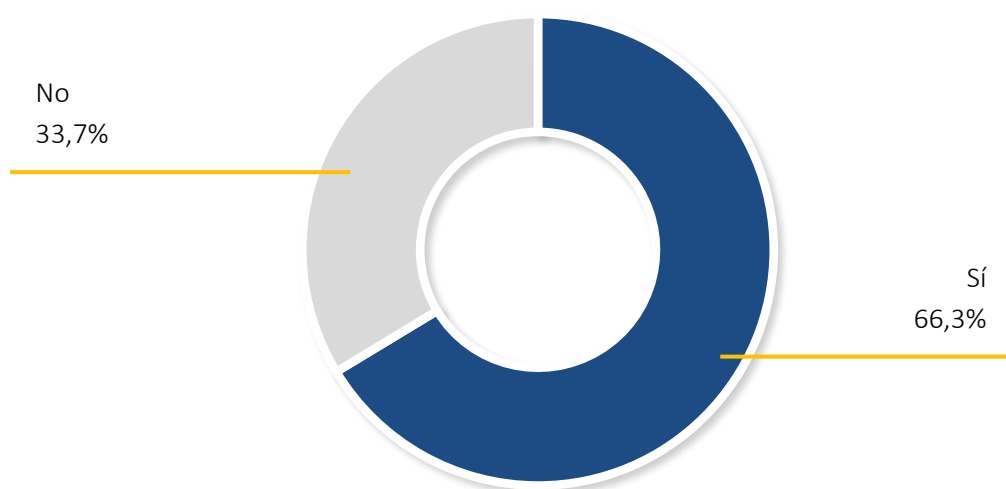
	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Facebook	66,7%	66,7%	71,9%
Twitter	27,8%	28,1%	18,8%
Instagram	58,3%	33,3%	12,5%
Youtube	0,0%	11,4%	34,4%

Instagram es una red social de la que son seguidores en mayor medida las personas de 18 a 30 años (58,3%), mientras que Youtube es más usado por mayores de 65 años (34,4%), coincidiendo con el gran peso que tiene este estrato de edad entre las personas abonadas.

Qué hizo tras conocer la información sobre la programación de Les Arts

En primer lugar, se quiere conocer si recibir información sobre la programación de Les Arts, independientemente del medio por el que se reciba, conlleva un mayor interés hacia Les Arts o su programación.

Gráfico 23. Motivación para conocer más Les Arts o su programación tras recibir información



Base: 413

P.2.1.2. ¿Le motivó esta información a conocer más de Les Arts o de su programación?

Un 66,3% de las personas que sí recibieron información de Les Arts en el último año se vieron motivadas para conocer más en profundidad la programación de Les Arts.

En concreto, para cada uno de los perfiles de usuarios, la respuesta es la siguiente:

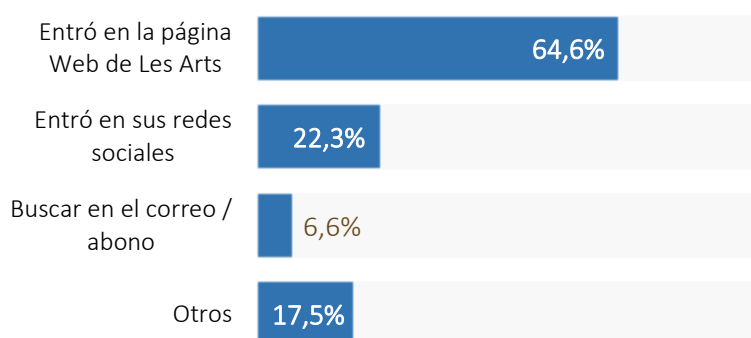
Tabla 36. Motivación a conocer más de Les Arts o su programación tras recibir información por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Sí	56,8%	74,0%	61,5%
No	43,2%	26,0%	38,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Los más interesados en profundizar sobre la información recibida de Les Arts son los **asistentes no abonados** (74,0%), seguidos de aquellos que todavía no han asistido a un espectáculo en Les Arts.

Se quiere conocer cuál fue la **reacción o respuesta** de todas aquellas personas que afirmaron que, tras recibir información de Les Arts, sintieron interés por profundizar en la misma.

Gráfico 24. Qué hizo para conocer más de Les Arts o de su programación



Base: 274

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que se interesaron en conocer más de Les Arts tras recibir información.
P.2.1.2.1. ¿Qué hizo para conocer más de Les Arts o de su programación?

La reacción más habitual de las personas que se interesaron por la información de Les Arts fue **entrar en su página web (64,6%)**. El 22,3% buscó en sus redes sociales. Otras personas se decantaron por mirar información en su abono (6,6%), preguntar a personas conocidas o incluso acercarse directamente a Les Arts para consultar.

La respuesta para cada uno de los **perfiles** en cuanto a qué se hizo tras recibir la información y querer ampliarla es:

Tabla 37. Qué hizo para conocer más Les Arts o de su programación por perfil de usuario

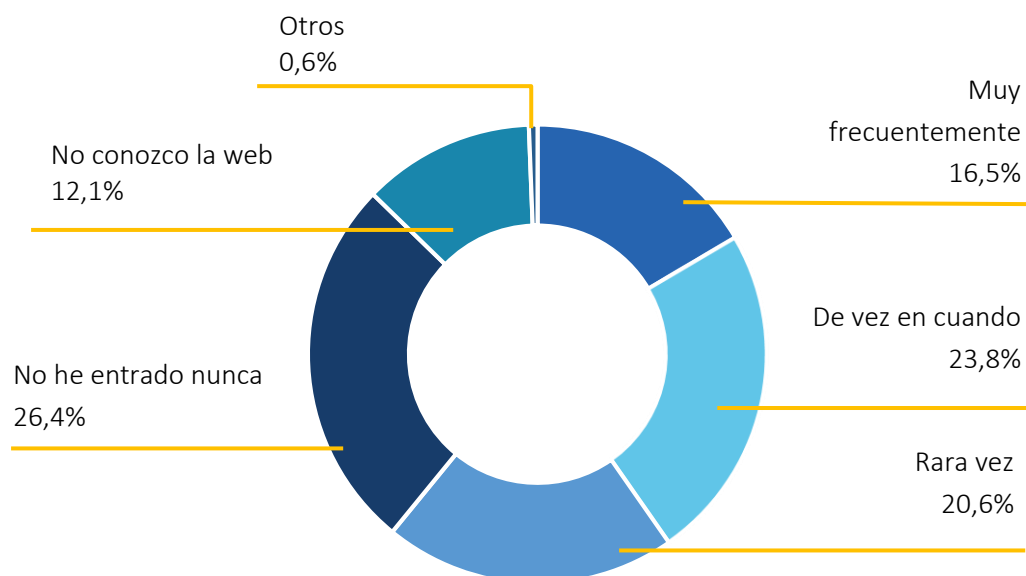
	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Entró en la página web de Les Arts	65,1%	73,0%	21,9%
Entró en sus redes sociales	13,3%	22,0%	46,9%
Otros	33,7%	17,0%	34,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La **página web** es un recurso al que han recurrido sobre todo abonados y asistentes (**65,1% y 73,0% respectivamente**), mientras que los no asistentes se han decantado bien por investigar en las redes sociales de Les Arts (46,9%) o bien por otras alternativas de información (34,4%).

Consulta de la página web de Les Arts

Con relación al uso de la página web de Les Arts como canal informativo, se quiere saber en qué medida se utiliza este recurso para informarse sobre la programación y novedades del Palau.

Gráfico 25. Frecuencia con la que visita la página web de Les Arts



Base: 660

P.5.4. ¿En qué medida visita nuestra página web para informarse de la programación y novedades de Les Arts?

En cuanto **al uso de la web, no existe una tendencia clara o mayoritaria**. Hay un 12,1% de personas que no conocen esta página web y un 26,4% que, aunque la conoce, no ha entrado nunca. Por tanto, existe un público al que dar a conocer este recurso informativo.

En cambio, un 16,5% dice usarla con frecuencia (al menos una vez al mes) y el 23,8% entra “de vez en cuando”.

El **perfil** de usuario define la frecuencia con la que se visita la página web de Les Arts:

Tabla 38. Frecuencia con la que se visita la página web de Les Arts por perfil de usuario

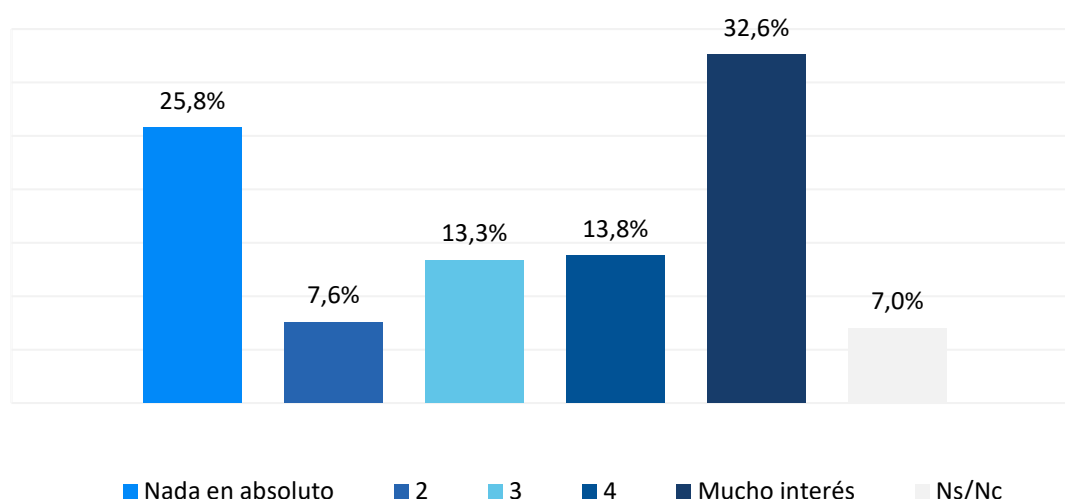
	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Muy frecuentemente	34,2%	16,0%	0,0%
De vez en cuando	36,1%	26,6%	5,2%
Rara vez	12,9%	25,7%	16,8%
No he entrado nunca	12,9%	22,6%	48,4%
No conozco la página web	3,9%	8,6%	28,4%
Otros	0,0%	0,6%	1,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La frecuencia de uso de la página web está ligada a la relación con Les Arts, ya que los abonados son los que más frecuentemente consultan este recurso mientras que los que no han asistido, apenas han hecho uso del mismo. De hecho, un 28,4% de las personas que no han asistido a Les Arts, ni siquiera conocen su página web y el 48,4% sabe que existe, pero no ha entrado nunca.

Programación de Les Arts de manera online o formato digital

Dentro de las posibilidades de difusión de las actividades realizadas en Les Arts se planteó a los encuestados la posibilidad de disfrutar de la programación en formato digital u online.

Gráfico 26. Interés en poder disfrutar de la programación de Les Arts de manera online o de forma digital



Base: 660

P.5.5. Del 1 al 5, ¿Le interesaría disfrutar de la programación de Les Arts de manera online o de forma digital? Siendo 1 que no le interesaría en absoluto y 5 que le interesaría mucho

Un **46,4%** de los encuestados manifiestan tener bastante o mucho interés en poder disfrutar de la programación en un formato digital u online. Sin embargo, el 33,4% muestra poco o ningún interés al respecto.

La **edad** se posiciona como una variable que influye en la opinión sobre este aspecto.

Tabla 39. Interés en poder disfrutar de la programación de Les Arts de manera online o formato digital por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
No me interesaría en absoluto	10,6%	25,0%	34,0%
2	10,6%	6,5%	8,4%
3	18,8%	13,0%	11,5%
4	18,8%	15,6%	7,9%
Me interesaría mucho	35,3%	33,3%	29,8%
Ns/Nc	5,9%	6,5%	8,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

A medida que aumenta la edad de las personas encuestadas, disminuye el interés por esta opción de poder tener la programación de Les Arts en casa a través de un formato digital.

Así, el 34,0% de las personas de más de 65 años indican que no les interesaría en absoluto.

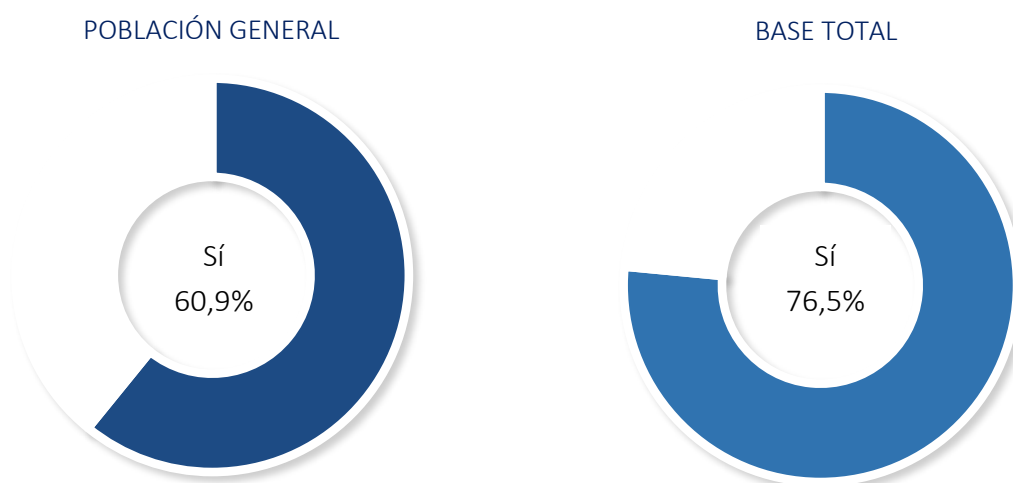
05. Visita a Les Arts

Tras analizar el grado de difusión de Les Arts entre la ciudadanía, así como la percepción sobre este centro, en este bloque se tratará la asistencia a Les Arts.

Visita a Les Arts en alguna ocasión

En primer lugar, se identifica la parte de la ciudadanía que en alguna ocasión ha estado en Les Arts, separando para ello a la denominada “población general” respecto del total.

Gráfico 27. Visita a Les Arts en alguna ocasión



Base población general: 396
P.3.1. ¿Ha estado alguna vez en Les Arts?

Base total: 660

De entre las personas que conocen Les Arts, el **76,5% ha estado en alguna ocasión en este Centro**. Si se tiene en cuenta solo la población general, este porcentaje desciende hasta el 60,9%.

Este porcentaje se sitúa en el 43,3% si se habla del conjunto de la muestra.

El perfil sociodemográfico de los usuarios influye en el nivel de asistencia a Les Arts, tal y como se muestra a continuación.

Tabla 40. Visita a Les Arts por tipo de población y perfil de usuario

	POBLACIÓN GENERAL	TOTAL
GÉNERO		
Masculino	61,5%	77,7%
Femenino	60,4%	75,5%
GRUPOS DE EDAD		
18-30	61,8%	69,4%
31-65	59,6%	74,2%
>65	63,9%	84,3%
PROVINCIA		
Castellón	58,2%	66,7%
Valencia	70,8%	85,1%
Alicante	40,0%	51,2%
INGRESOS MENSUALES		
Menos de 1.000€	42,0%	45,3%
1.001 - 2.000€	60,2%	71,5%
2.001 - 3.000€	54,8%	74,5%
3.001 - 4.000€	84,2%	92,7%
Más de 4.000€	80,0%	96,4%
Ns/Nc	72,5%	86,0%

No hay diferencias significativas por género en cuanto al porcentaje de personas que sí han asistido a Les Arts en alguna ocasión.

Teniendo en cuenta la edad, en ambos casos el grupo que más ha asistido es el de personas de más de 65 años (63,9% para población general y 84,3% para el total). Recordar que en este último grupo se incluye un alto porcentaje de los abonados de Les Arts.

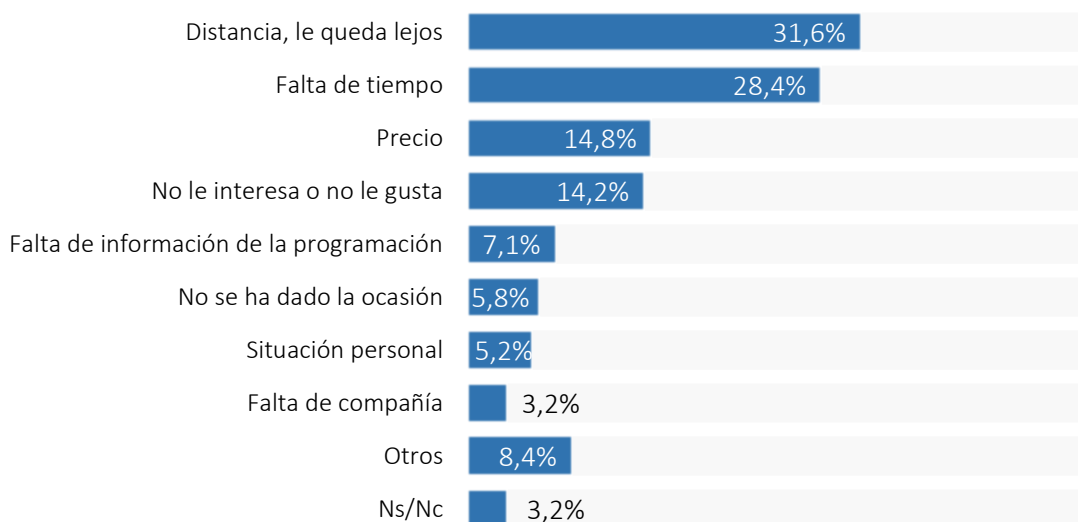
Por provincia, la cercanía al centro marca la asistencia. Entre la población general, el 70,8% de los encuestados de Valencia indican haber acudido a Les Arts, peso que desciende hasta el 58,2% para Castellón y el 40,0% para Alicante.

El nivel de ingresos marca la asistencia. En rentas familiares iguales o superiores a 3.000€ la asistencia es muy mayoritaria (al menos del 80,0% para la población general y del 92,0% para el total).

Motivos de no asistencia a Les Arts

Todas aquellas personas que señalaron no haber estado nunca en Les Arts indicaron los motivos por los que no lo han hecho, siendo éstas sus respuestas:

Gráfico 28. Motivos de no asistencia a Les Arts



Base: 155

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que no han visitado Les Arts.

P.3.1.2. ¿Por qué motivo no ha asistido a un espectáculo / evento cultural en Les Arts?

La **distancia** a Les Arts es el principal motivo para no asistir a este centro, señalado en el 31,6% de los casos. Un 28,4% argumenta la **falta de tiempo**, mientras que el precio ha sido el principal obstáculo para asistir en el 14,8% de los casos. Un 14,2% no siente interés por el tipo de espectáculos que ofrece Les Arts.

Entre los “Otros motivos” de no asistencia (8,4%) destacan:

- La pandemia
- Localidades agotadas para el espectáculo deseado
- No ha encontrado el espectáculo adecuado

Se presenta el resultado de esta pregunta atendiendo a una serie de variables sociodemográficas.

Tabla 41. Motivos de no asistencia a Les Arts por perfil de usuario

	NO LE INTERESA	PRECIO	FALTA TIEMPO	FALTA COMPAÑÍA	DISTANCIA	OTROS	NS/NC
GÉNERO							
Masculino	19,4%	4,5%	28,4%	0,0%	26,9%	38,8%	1,5%
Femenino	10,2%	22,7%	28,4%	5,7%	35,2%	17,0%	4,5%
GRUPOS DE EDAD							
18-30	7,7%	15,4%	42,3%	0,0%	34,6%	11,5%	7,7%
31-65	15,2%	16,2%	29,3%	3,0%	29,3%	29,3%	1,0%
>65	16,7%	10,0%	13,3%	6,7%	36,7%	30,0%	6,7%
PROVINCIA							
Castellón	4,3%	4,3%	30,4%	4,3%	30,4%	39,1%	8,7%
Valencia	23,2%	27,5%	30,4%	5,8%	13,0%	18,8%	2,9%
Alicante	7,9%	4,8%	25,4%	0,0%	52,4%	30,2%	1,6%

Los motivos de no asistencia en los hombres se centran en la falta de interés (19,4%) y en “otros motivos” (38,8%). Las mujeres indican en mayor medida el precio (22,7%) y la falta de compañía (5,7%).

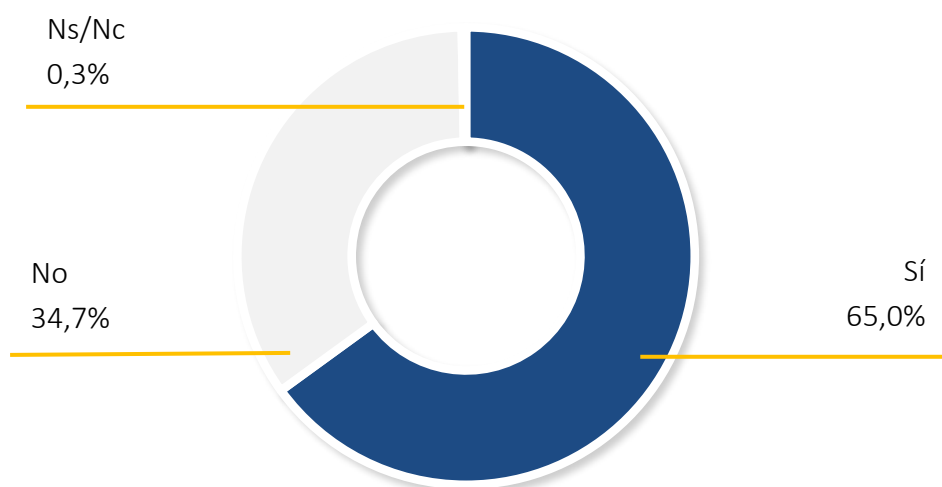
Por edad, el grupo de 18 a 30 años menciona principalmente la falta de tiempo (42,3%), mismo motivo que el indicado por el 29,3% de los encuestados entre 31 y 65 años que señalan igualmente la distancia (29,3%).

Entre los encuestados de Castellón, la distancia y la falta de tiempo (30,4% en ambos casos) son los principales motivos por los que no asisten a Les Arts. Estos mismos argumentos son los más señalados en Alicante (52,4% la distancia y 25,4% la falta de tiempo). En Valencia, destaca la falta de tiempo (30,4%), el precio (27,5%) y la ausencia de interés (23,2%).

¿Suele caminar por el entorno que rodea al edificio?

El Palau de Les Arts está enmarcado dentro del conjunto de la Ciudad de las Artes y las Ciencias, un entorno con una arquitectura única, apto para la realización de múltiples actividades al aire libre como, por ejemplo, pasear.

Gráfico 29. Suele caminar por el entorno que rodea el edificio



Base: 660

P.3.2. ¿Suele caminar por el entorno que rodea el edificio?

Un notable porcentaje de personas (65,0%) afirma caminar por el entorno del edificio.

Tabla 42. Suele caminar por el entorno que rodea el edificio por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Sí	80,6%	69,4%	39,4%
No	19,4%	30,3%	60,0%
Ns/Nc	0,0%	0,3%	0,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Esta pregunta puede ser analizada teniendo en cuenta algunas de las variables de clasificación.

Tabla 43. Suele caminar por el entorno que rodea el edificio por edad y provincia

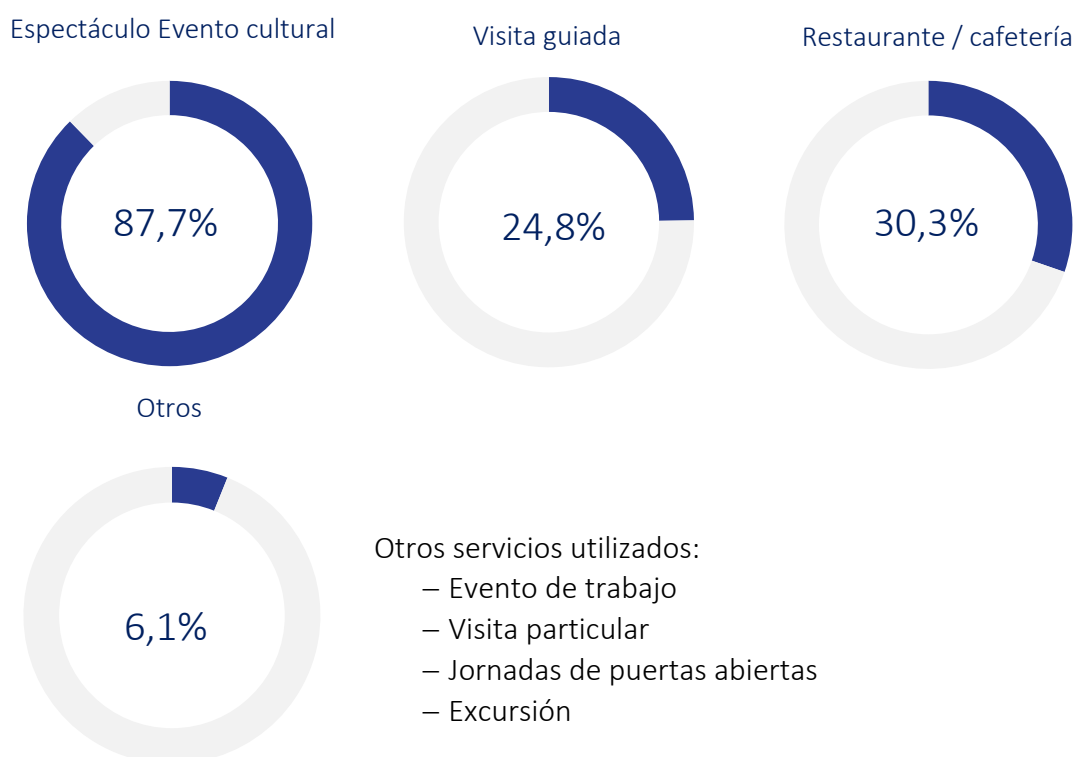
	SÍ	NO	NS/NC	TOTAL
GRUPOS DE EDAD				
18-30	62,4%	36,5%	1,2%	100,0%
31-65	64,6%	35,2%	0,3%	100,0%
>65	67,0%	33,0%	0,0%	100,0%

Como se observa en la tabla, la edad no es una variable que influya en este hábito de caminar por el entorno del edificio de Les Arts.

Servicios utilizados en Les Arts

Todas aquellas personas que han estado en alguna ocasión en Les Arts indicaron los servicios que utilizaron.

Gráfico 30. Servicios de Les Arts que han utilizado los usuarios



Base: 505

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han visitado Les Arts.

P.3.1.3. Indique los servicios utilizados en Les Arts

La asistencia a un evento cultural o espectáculo es el servicio más utilizado de Les Arts (87,7%). Muy por debajo se encuentra el uso del restaurante o cafetería (30,3%) y la visita guiada (24,8%).

Es habitual que estos usos se combinen, así **el 94% de las personas que han acudido al restaurante también han asistido a un evento cultural**, peso que se sitúa en el 65,6% entre los que han hecho una visita guiada.

Se analiza el porcentaje de encuestados que ha utilizado cada uno de los servicios de Les Arts de acuerdo a variables sociodemográficas.

Tabla 44. Servicios utilizados en Les Arts por género, edad y provincia

	ESPECTÁCULO EVENTO CULTURAL	VISITA GUIADA	RESTAURANTE	OTROS
GÉNERO				
Masculino	84,6%	26,1%	30,3%	7,7%
Femenino	90,4%	23,6%	30,3%	4,8%
GRUPOS DE EDAD				
18-30	71,2%	35,6%	15,3%	8,5%
31-65	88,4%	23,9%	32,3%	6,3%
>65	92,5%	22,4%	32,3%	5,0%
PROVINCIA				
Castellón	73,9%	26,1%	28,3%	13,0%
Valencia	90,8%	23,2%	31,8%	5,3%
Alicante	78,8%	33,3%	22,7%	6,1%

La asistencia a un evento cultural o espectáculo es ligeramente más frecuente entre las mujeres. También se incrementa la frecuencia con la edad, pasando del 71,2% entre los menores de 30 años al 92,5% para mayores de 65 años. La provincia también influye puesto que el 90,8% de los residentes en Valencia han acudido, frente al 78,8% de los residentes en Alicante y el 73,9% de los residentes en Castellón.

En los estratos donde menos se asiste a un evento, se tiende a hacer más uso del resto de servicios como la visita guiada (más frecuente en hombres, personas jóvenes y de las provincias de Castellón y Alicante).

06. Valoración del espectáculo / evento cultural

En este bloque se analizan un conjunto de cuestiones que pretenden dar una visión completa de la satisfacción de los asistentes a un espectáculo o evento cultural en Les Arts.

Cabe recordar en este punto la evolución que se va estableciendo con la muestra en función de su relación con Les Arts. Así, en este apartado la muestra estaría en el último de los eslabones; es decir, personas que conocen Les Arts y, además, han asistido a un espectáculo o evento.

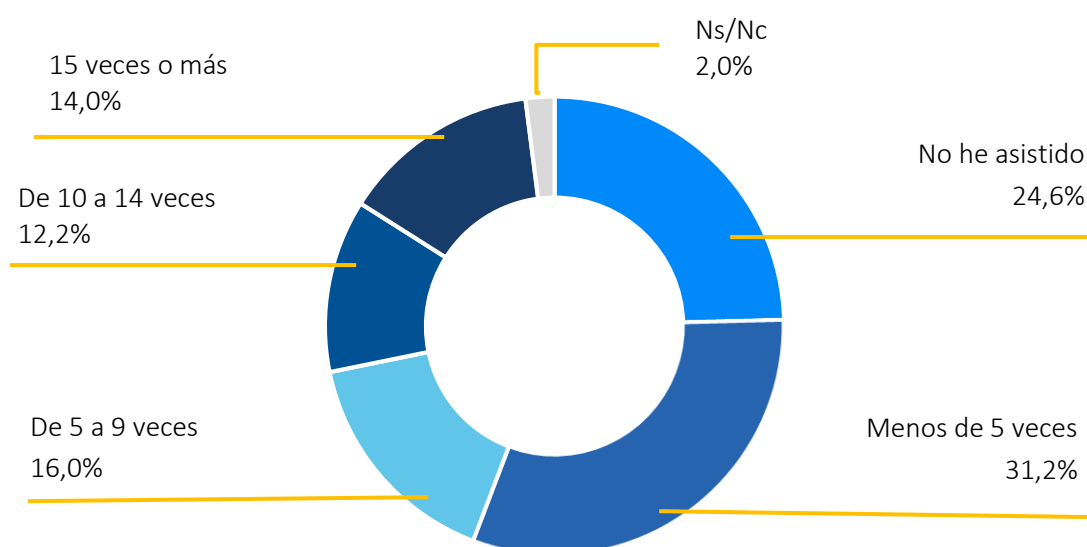


En primer lugar, recordar que, del total de personas que han asistido a Les Arts, un 23,5% son abonados.

Número de asistencias a Les Arts en los dos últimos años

En primer lugar, se quiere medir la frecuencia de asistencia a un espectáculo o evento cultural en Les Arts. Se ha tomado como periodo de referencia los dos últimos años ya que desde marzo de 2020 la situación de pandemia originó cierres y cambios en las representaciones.

Gráfico 31. Número de veces que se ha asistido a Les Arts en los dos últimos años



Base: 443

P.3.4. En los últimos 2 años, ¿cuántas veces ha asistido a un espectáculo en Les Arts?

Se observa un **reparto de los pesos en cuanto a la frecuencia de asistencia** a Les Arts en los dos últimos años. Hay un **24,6% cuya asistencia fue anterior a estos dos años**. El 31,2% ha asistido menos de 5 veces. Sin embargo, un 14% ha ido 15 veces o más. Aquí se encuentran sobre todo las personas abonadas que señalan haber ido a todas las representaciones de la temporada incluidas en su abono.

Del conjunto de variables sociodemográficas, hay dos que marcan la diferencia con esta pregunta, la edad y la provincia de residencia, tal y como se muestra a continuación.

Tabla 45. Número de veces que ha asistido a Les Arts en los dos últimos años por edad y provincia

	NO HE ASISTIDO	MENOS DE 5 VECES	DE 5 A 9 VECES	DE 10 A 14 VECES	15 VECES O MÁS	NS/NC
GRUPOS DE EDAD						
18-30	23,8%	52,4%	4,8%	9,5%	7,1%	2,4%
31-65	26,6%	36,5%	16,7%	11,9%	6,7%	1,6%
>65	21,5%	16,1%	18,1%	13,4%	28,2%	2,7%
PROVINCIA						
Castellón	29,4%	47,1%	5,9%	8,8%	5,9%	2,9%
Valencia	23,5%	28,0%	18,2%	12,6%	15,7%	2,0%
Alicante	28,8%	42,3%	7,7%	11,5%	7,7%	1,9%

La población más asidua a Les Arts son los mayores de 65 años, mientras que los menores de esta edad son asistentes más ocasionales.

En cuanto a la **provincia**, tal y como es lógico, la **proximidad** a Les Arts influye en la frecuencia de uso, ya que su población tiene mayor número de visitas que el resto de provincias.

Como complemento para fijar una situación en cuanto a la asistencia, se recoge el año de la última vez que se acudió a un espectáculo o evento cultural en Les Arts.

Como se ha señalado anteriormente, la pandemia del COVID 19 marcó la agenda cultural, cerrando inicialmente cualquier recinto de espectáculos y limitando posteriormente, el número de ellos y su aforo.

Gráfico 32. Fecha de la última visita a Les Arts en relación con la pandemia de Covid-19



Base: 443

P3.5. ¿Recuerda la última vez que visitó Les Arts para asistir a un espectáculo o evento cultural? Clasificar

Hay una distribución bastante igualada en la asistencia a un espectáculo o evento en Les Arts si se pone como marco temporal de referencia la pandemia de Covid-19. Así un 45,1% asistió antes, mientras que el 54,9% ha indicado haber acudido durante este periodo de pandemia.

El 89% de los abonados encuestados asistieron a Les Arts durante el periodo de pandemia. Sin embargo, la asistencia se reduce al 36,5% para los asistentes no abonados.

Tabla 46. Fecha de la última visita a Les Arts en relación con la pandemia de Covid-19 por perfil de usuario

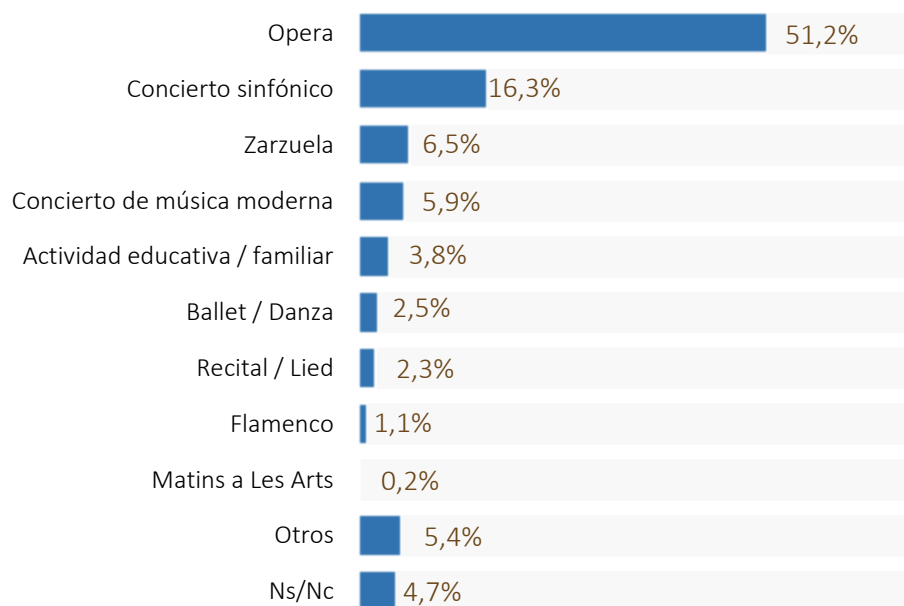
	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO
Antes de la pandemia	11,0%	63,5%
Durante la pandemia	89,0%	36,5%
Total	100,0%	100,0%

Tipo de espectáculo / evento cultural

Existe una gran variedad de oferta de espectáculos y eventos en Les Arts. Dada la asiduidad de muchos de los asistentes y de cara a facilitar el análisis de la información, se solicitó a las personas encuestadas que, en sus valoraciones, se centraran en el último espectáculo o evento cultural al que asistieron.

En primer lugar, se identifica el tipo de espectáculo que fueron a ver las personas asistentes en su última visita a Les Arts.

Gráfico 33. Tipo de espectáculo o evento cultural al que asistió por última vez en Les Arts



Base: 443

P.3.6. ¿De qué tipo era el espectáculo / evento cultural?

La **ópera** es el espectáculo al que más personas han asistido en su última visita a Les Arts (51,2%). El segundo tipo de espectáculo es el **concierto sinfónico** (16,3%). Muy por debajo quedan otros como la zarzuela (6,5%) o un concierto de música moderna (5,9%).

Entre los “*otros*” tipos de eventos o espectáculos están:

- Conciertos de bandas de música
- Actos o eventos
- Teatro
- Certamen

El perfil de usuario influye en el tipo de espectáculo que se ha visto.

Tabla 47. Tipo de espectáculo / evento cultural al que se ha asistido por última vez en Les Arts por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO
Opera	73,5%	39,2%
Zarzuela	7,1%	6,3%
Ballet / Danza	0,6%	3,5%
Flamenco	0,0%	1,7%
Recital / Lied	1,9%	2,4%
Concierto sinfónico	12,9%	18,1%
Concierto de música moderna	0,6%	8,7%
Actividad educativa / familiar	0,0%	5,9%
Matins a Les Arts	0,0%	0,3%
Otros	0,6%	8,0%
Ns/Nc	2,6%	5,9%
Total	100,0%	100,0%

Existe una clara diferencia entre el tipo de espectáculos a los que asisten los abonados respecto al de las personas que no son abonadas. Un 73,5% de los abonados, en su última visita fueron a la ópera y el 12,9% asistieron a un concierto sinfónico.

Los no abonados asisten también a la ópera (39,2%) y a conciertos sinfónicos (18,1%), si bien nombran más variedad de eventos como, por ejemplo, los conciertos de música moderna (8,7%), la zarzuela (6,3%) o las actividades educativas / familiares (5,9%).

La **edad** influye en el tipo de espectáculo al que se ha asistido.

Tabla 48. Tipo de espectáculo / evento cultural al que se ha asistido por última vez en Les Arts por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 30 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Opera	28,6%	48,8%	61,7%
Zarzuela	11,9%	6,0%	6,0%
Ballet / Danza	2,4%	4,0%	0,0%
Flamenco	4,8%	0,8%	0,7%
Recital / Lied	2,4%	1,2%	4,0%
Concierto sinfónico	19,0%	15,5%	16,8%
Concierto de música moderna	7,1%	7,9%	2,0%
Actividad educativa / familiar	11,9%	4,4%	0,7%
Matins a Les Arts	0,0%	0,4%	0,0%
Otros	9,5%	6,3%	2,7%
Ns/Nc	2,4%	4,8%	5,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

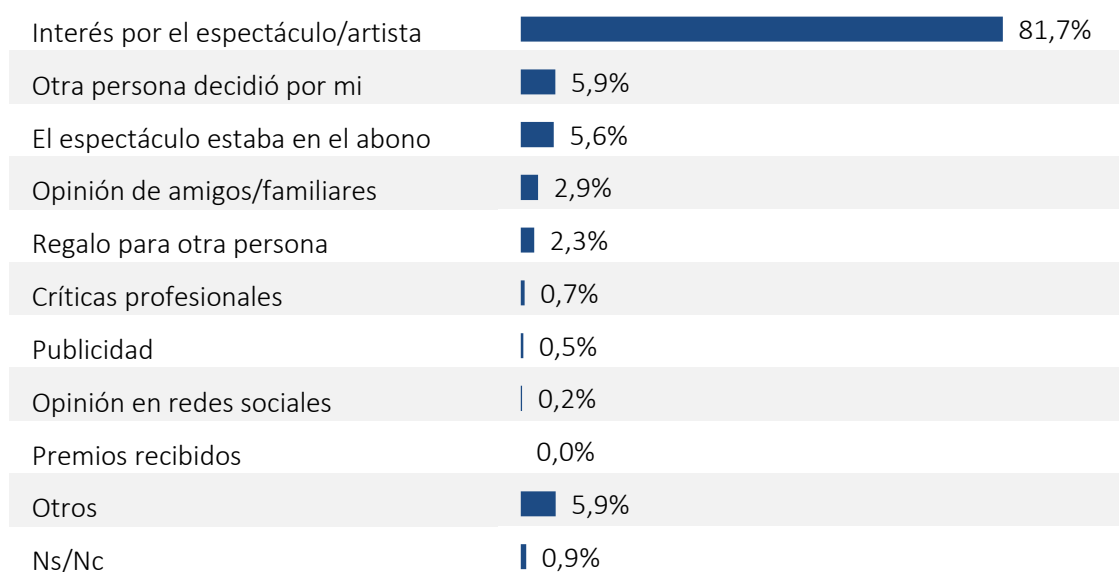
A medida que los asistentes son mayores, crece el peso de los que fueron a la ópera. Recordar que un notable porcentaje de abonados tiene más de 65 años y que ésta era la representación más vista por ellos.

Entre la población menor de 65 años hay mayor variedad de espectáculos, destacando las actividades familiares y educativas, los conciertos de música moderna o el flamenco.

Motivos por los que se decidió asistir al espectáculo / evento cultural

Acudir a un espectáculo o evento cultural en Les Arts puede venir motivado por distintas cuestiones como las que se muestran a continuación.

Gráfico 34. Motivos por los que se decidió asistir al espectáculo / evento cultural



Base: 443

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han asistido a un espectáculo o evento cultural en Les Arts.

P.3.9. ¿Por qué decidió/decidieron ir a ese evento o espectáculo?

Hay un motivo que es fundamental para la asistencia a un espectáculo y es **el interés por el espectáculo o el artista (81,7%)**. El resto de motivos son complementarios y con pesos residuales respecto a éste. Por ejemplo, la asistencia porque fue un regalo bien de otra persona (5,9%) o bien para otra persona (2,3%).

Aparece una **nueva categoría** y es que la actuación o **el espectáculo se encontraba incluido dentro del abono (5,6%)**.

La opinión de amigos o familiares tan solo es determinante en el 2,9% de los casos. Tan solo un 0,5% se decide tras escuchar publicidad en radio o Internet.

Y entre los “otros” motivos de asistencia destacan:

- El espectáculo formaba parte de un viaje
- Interés por conocer Les Arts
- El espectáculo tenía un precio asequible

Los resultados teniendo en cuenta la edad del usuario son:

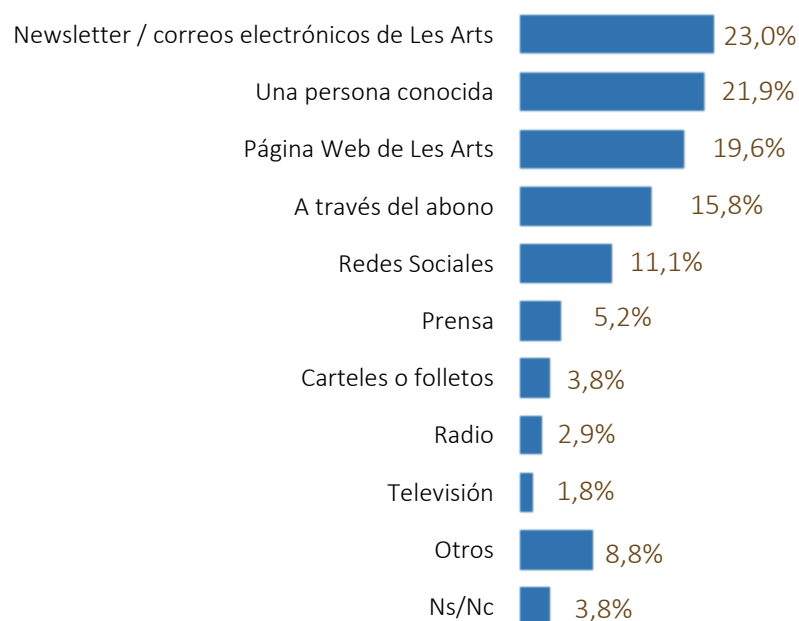
Tabla 49. Motivos por los que se decidió asistir al espectáculo / evento cultural por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Interés por el espectáculo/artista	69,0%	81,7%	85,2%
Otra persona decidió por mi	9,5%	6,0%	4,7%
Regalo para otra persona	2,4%	2,8%	1,3%
Publicidad	2,4%	0,4%	0,0%
Críticas profesionales	2,4%	0,4%	0,7%
Opinión en redes sociales	0,0%	0,4%	0,0%
Opinión de amigos/familiares	11,9%	1,6%	2,7%
Premios recibidos	0,0%	0,0%	0,0%
Otros	11,9%	11,5%	11,4%
Ns/Nc	0,0%	1,2%	0,7%

Cómo conoció el espectáculo / evento cultural

El primer paso en el proceso de asistencia a un evento es el conocimiento del mismo. Se analiza a través de qué canales los asistentes conocieron el espectáculo al que hacen referencia.

Gráfico 35. Medio de conocimiento del espectáculo o evento al que asistió



Base: 443

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han asistido a un espectáculo o evento cultural en Les Arts.
P3.7. ¿Cómo conoció este evento / espectáculo?

El medio más frecuente con el que se han informado del evento son los **correos electrónicos o newsletter de Les Arts (23,0%)**. En relación con este canal, un 19,6% ha acudido directamente a la página web de Les Arts.

Hay un 15,8% que señala haber conocido el espectáculo a través del abono.

Sin embargo, un 21,9% se enteró por canales más informales como las personas conocidas.

La categoría “**otros**” tiene un peso del 8,8%. Las respuestas más destacadas son:

- A través del trabajo / centro de estudios
- Lo vio personalmente en Les Arts
- Invitaciones al evento

El perfil de usuario marca el medio a través del que se recibe la información sobre el evento o espectáculo:

Tabla 50. Medio de conocimiento del espectáculo o evento al que asistió por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO
Radio	1,9%	3,5%
Televisión	0,6%	2,4%
Prensa	2,6%	6,6%
Redes Sociales	4,5%	14,6%
Página Web de Les Arts	14,2%	22,6%
Newsletter / correos electrónicos	41,3%	13,2%
Carteles o folletos	1,9%	4,9%
Una persona conocida	5,2%	30,9%
Otros	47,7%	12,2%
Ns/Nc	0,0%	5,9%

En el caso de los abonados, el 89% se informó de manera directa con la información que personalmente les envía Les Arts. Así, el 47,7% lo hizo por “**otros**” medios que, como se ha visto, es en la mayoría de los casos a través del propio abono mientras que el 41,3% lo hizo a través de los correos / newsletter recibidos.

Entre los no abonados los canales son más variados, destacando la información recibida de una persona conocida (30,9%), la visita a la página web (22,6%) o las redes sociales (14,6%) de Les Arts.

Hay otras variables como la **edad** que también marcan diferencias.

Tabla 51. Medio de conocimiento del espectáculo o evento al que asistió por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 30 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Radio	0,0%	2,4%	4,7%
Televisión	0,0%	1,6%	2,7%
Prensa	2,4%	4,0%	8,1%
Redes Sociales	23,8%	15,1%	0,7%
Página Web de Les Arts	14,3%	25,0%	12,1%
Newsletter / correos electrónicos	7,1%	23,4%	26,8%
Carteles o folletos	2,4%	4,4%	3,4%
Una persona conocida	45,2%	20,6%	17,4%
Otros	9,5%	19,4%	37,6%
Ns/Nc	4,8%	3,2%	4,7%

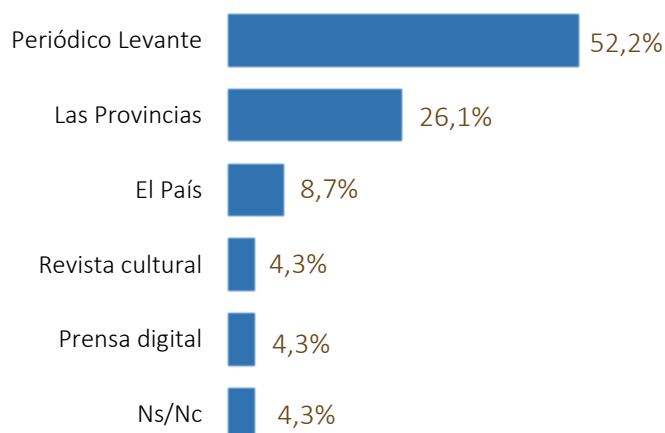
Los canales más tradicionales como la radio, la televisión, prensa e incluso carteles apenas tienen importancia como medios informativos entre los asistentes de 18 a 30 años. En este caso la información de una persona conocida (45,2%) y las redes sociales (23,8%) son los medios más usados.

En el segundo grupo de edad, hay más variedad de canales, destacando la página web (25,0%) y los correos electrónicos (23,4%). Las personas de más edad, usan más “otros” canales (recordar el notable peso de abonados entre los mayores), así como las newsletter recibidas de Les Arts.

- **MEDIOS DE PRENSA**

En cuanto a las personas que han señalado que conocieron el evento a través de la **prensa** (5,2%), las especificaciones son:

Gráfico 36. Medios de prensa a través de los que se conoció el evento o espectáculo



Base: 23

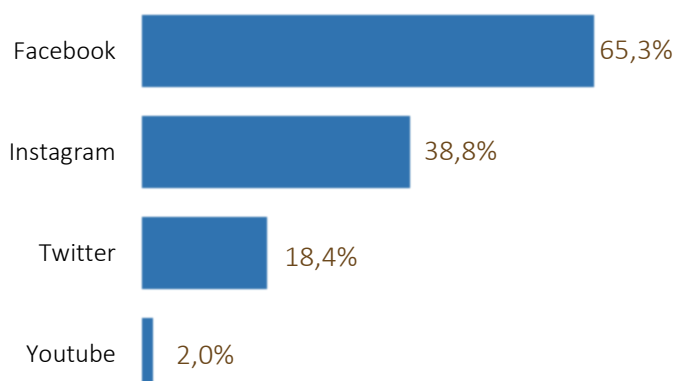
Pregunta de respuesta múltiple: % personas que conocieron el espectáculo o evento cultural a través de un medio de prensa.

La prensa local es la más importante como canal de comunicación, destacando sobre todo el Periódico el Levante (52,2%).

▪ REDES SOCIALES

De nuevo las redes sociales se posicionan como un canal emergente de comunicación, en este caso utilizado por el 11,1%. Se presenta un análisis más detallado de esta cuestión.

Gráfico 37. Redes sociales a través de las que conoció el evento o espectáculo



Base: 49

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que conocieron el espectáculo o evento cultural a través de redes sociales.
P.3.7.1. ¿Me podría indicar a través de qué redes sociales conoció el evento o espectáculo al que asistió?

Como se ha visto hasta ahora, el uso de unas determinadas redes sociales se ve influido por la edad, tal y como se muestra en la tabla.

Tabla 52. Redes sociales a través de las que conoció el evento o espectáculo por edad

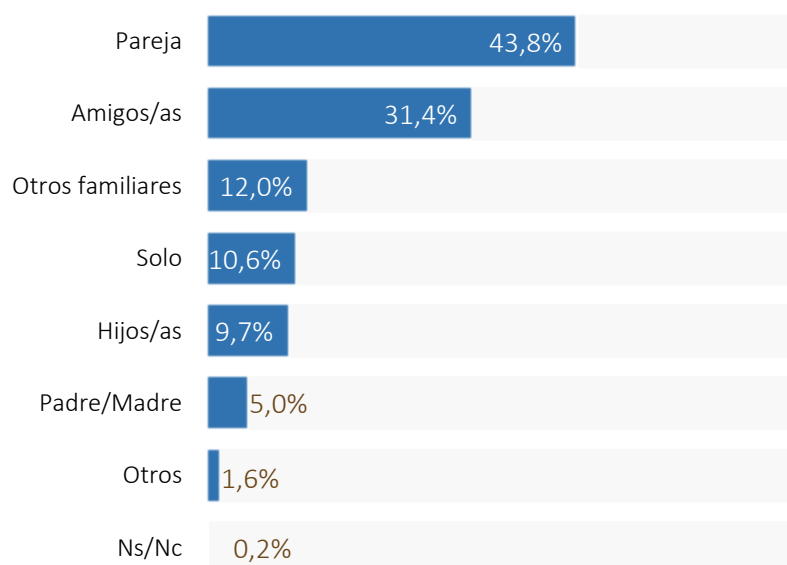
	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Twitter	30,0%	15,8%	0,0%
Facebook	50,0%	68,4%	100,0%
Instagram	50,0%	36,8%	0,0%
Youtube	0,0%	2,6%	0,0%

La mayor concentración de personas que se informaron por redes está en la población de 31 a 65 años. Dentro de éstos, el peso más importante lo tiene Facebook (68,4%) si bien también es notable el uso de Instagram (36,8%).

Acompañante al espectáculo / evento cultural

Otra de las preguntas que ayudan a definir la asistencia a un evento o espectáculo de Les Arts es la compañía.

Gráfico 38. Acompañante al evento o espectáculo



Base: 443

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han asistido a un espectáculo o evento cultural en Les Arts.
P.3.8. ¿Con quién asistió?

La **pareja es la compañía más habitual entre las personas asistentes (43,8%)**. La asistencia con otros miembros de la familia es muy inferior como hijos (9,7%), padre/madre (5,0%) u otros familiares (12,0%). Aparece una nueva categoría correspondiente a aquellos que fueron solos a ver un espectáculo en Les Arts (10,6%).

Acudieron a este espectáculo con amigos el 31,4% de los asistentes.

Entre los **“otros”** acompañantes se encuentran:

- Compañeros de escuela o trabajo
- Asociación

El perfil de usuario define la compañía al espectáculo:

Tabla 53. Acompañante al evento o espectáculo por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO
Pareja	50,3%	40,3%
Hijos/as	5,8%	11,8%
Padre/Madre	1,3%	6,9%
Otros familiares	11,0%	12,5%
Amigos/as	24,5%	35,1%
Otros	12,3%	12,2%
Ns/Nc	0,0%	0,3%

La mitad de los abonados acudieron en pareja (50,3%), siendo esta compañía la elegida por el 40,3% de los no abonados. Éstos fueron en un 35,1% acompañados de amigos, peso que se reduce hasta el 24,5% en el caso de los abonados.

La edad también es una variable que marca la compañía con la que se asiste a este tipo de espectáculos.

Tabla 54. Acompañante al evento o espectáculo por edad

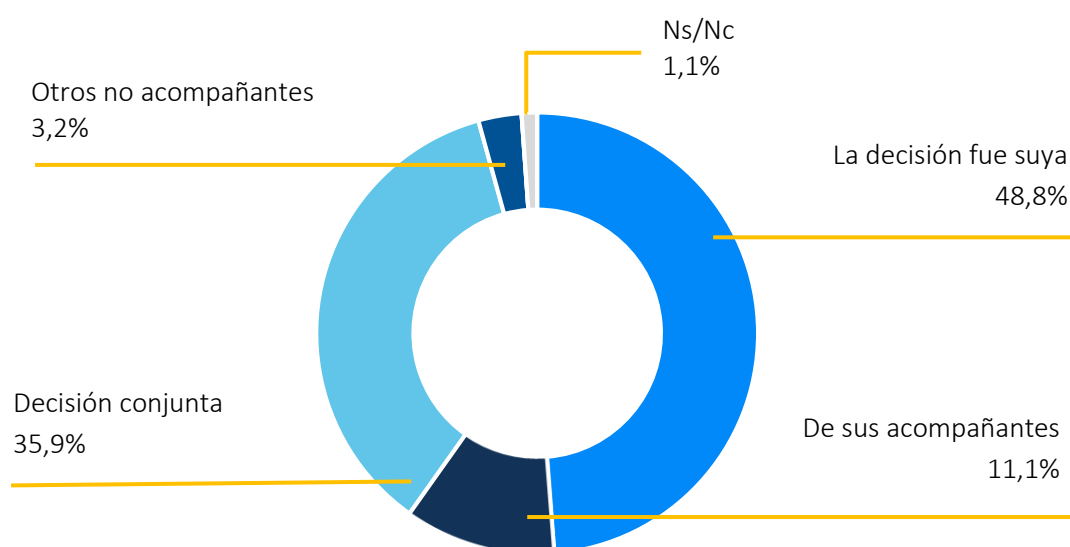
	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Pareja	14,3%	46,8%	47,0%
Hijos/as	0,0%	12,7%	7,4%
Padre/Madre	19,0%	5,2%	0,7%
Otros familiares	9,5%	12,7%	11,4%
Amigos/as	54,8%	28,2%	30,2%
Otros	9,5%	11,9%	13,4%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	0,7%

La compañía de amigos es la más habitual entre los asistentes de 18 a 30 años (54,8%). En este grupo destaca también la asistencia con el padre/madre (19%), mientras que la pareja, acompañante más habitual en los otros dos grupos de edad (46,8% y 47,0% respectivamente), tan solo está en el 14,3% de los casos.

Quién tomó la iniciativa de asistir al espectáculo / evento cultural

Además de con quién se acudió al evento, es interesante saber quién tomó la iniciativa de asistir.

Gráfico 39. Persona/s que tomaron la iniciativa de asistir al espectáculo o evento



Base: 443

P.3.10. ¿Quién tomó la iniciativa para asistir a este evento o espectáculo?

Fue el **propio asistente** encuestado quien decidió asistir al espectáculo en casi la mitad de las ocasiones (**48,8%**), mientras que la asistencia formó parte de una **decisión conjunta en el 35,9% de los casos**.

Sin embargo, el asistente no participó en la decisión de asistir en el 14,3% de los casos, bien porque fue un regalo o porque decidieron sus acompañantes.

Esta pregunta puede ser analizada teniendo en cuenta el perfil de usuario.

Tabla 55. Persona/s que tomaron la iniciativa de asistir al espectáculo por perfil de usuario

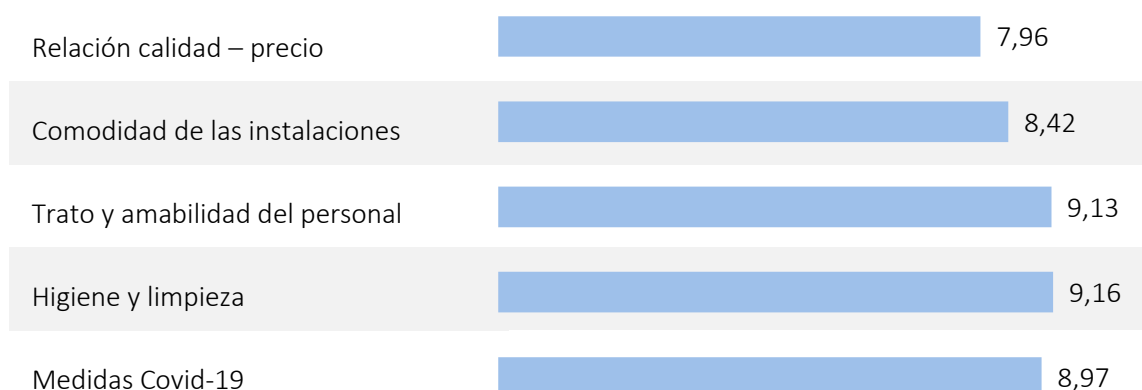
	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO
La decisión fue suya	50,3%	47,9%
La decisión fue de sus acompañantes	7,7%	12,8%
Fue una decisión conjunta	41,3%	33,0%
Otras personas no acompañantes decidieron	0,6%	4,5%
Otros	0,0%	0,0%
Ns/Nc	0,0%	1,7%
Total	100,0%	100,0%

Como es lógico entre el grupo de abonados, las decisiones en las que no está implicado el propio asistente apenas tiene peso ya que el abono marca en un alto número de ocasiones, el espectáculo de asistencia.

Valoración de una serie de aspectos relacionados con la última visita a Les Arts

Para conocer la satisfacción con la visita a Les Arts, se analiza la percepción de los asistentes en relación a un conjunto de aspectos relacionados con dicha visita. Éstos han sido calificados dentro de una escala de 0 a 10, mostrando a continuación la puntuación media obtenida por cada uno de ellos.

Gráfico 40. Valoración de un conjunto de aspectos sobre la visita a Les Arts



Base: 443

P.3.11. Valore dentro de una escala de 0 a 10, los siguientes aspectos relacionados con su última visita a Les Arts (0 es la puntuación mínima y 10 la puntuación máxima).

Del conjunto de aspectos valorados aquel que cuenta con mejor puntuación media es el relativo a la **higiene y limpieza**, con una puntuación media de 9,16 puntos. También recoge una muy elevada satisfacción media el **trato y amabilidad del personal** (9,13 puntos). El punto con una valoración inferior es el relativo a la relación calidad-precio, con 7,96 puntos de media.

La percepción de los distintos aspectos en relación al perfil de usuario es la siguiente:

Tabla 56. Valoración de un conjunto de aspectos sobre la visita a Les Arts por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO
Relación calidad – precio	7,85	8,02
Comodidad de las instalaciones	8,14	8,58
Trato y amabilidad del personal	9,28	9,04
Higiene y limpieza	9,12	9,19
Medidas Covid-19	8,78	9,23

Las diferencias de valoración entre ambos perfiles de asistentes son más acusadas en cuanto a las medidas Covid-19 y la comodidad de las instalaciones. Aunque en todos los casos, son puntuaciones medias elevadas, que denotan una satisfacción general con los aspectos evaluados.

La valoración media obtenida para cada uno de los diferentes ítems de acuerdo a los tres estratos de edad es la siguiente.

Tabla 57. Valoración de un conjunto de aspectos sobre la visita a Les Arts por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Relación calidad – precio	8,39	8,06	7,64
Comodidad de las instalaciones	8,76	8,51	8,18
Trato y amabilidad del personal	9,49	9,08	9,09
Higiene y limpieza	9,48	9,21	9,00
Medidas Covid-19	9,19	8,97	8,95

Los asistentes más jóvenes tienden a ser más positivos que el resto a la hora de evaluar la satisfacción con cada uno de los aspectos relacionados con la visita. La mayor puntuación la obtiene el trato y amabilidad del personal (9,49 puntos) y la higiene y limpieza (9,48 puntos).

Sin embargo, las personas mayores de 65 años tienden a emitir una valoración inferior al resto. El aspecto peor valorado es la relación calidad-precio, con una media de 7,64.

Satisfacción general con la última visita a Les Arts

Como resumen de todos los puntos evaluados, se solicitó a las personas encuestadas que indicaran su grado de satisfacción general con su visita a Les Arts, dentro de una escala de 0 a 10, en la que 0 es muy insatisfecho y 10 es muy satisfecho.

Gráfico 41. Satisfacción general con la última visita a Les Arts



Base: 443

P.3.12. Del 0 al 10, valore su satisfacción general con la visita a Les Arts, siendo 0 muy insatisfecho y 10 muy satisfecho

La satisfacción, indicada dentro de una escala de 0 a 10, cuenta con una valoración media de 8,84 puntos, lo que pone de manifiesto una elevada satisfacción general de los asistentes con su visita a Les Arts.

Así, tan solo se han mostrado como insatisfechos (menos de 5 puntos) un 0,2% de los usuarios. El 96,7% dice estar satisfecho o muy satisfecho (puntuaciones 7 a 10) con su experiencia en Les Arts.

La satisfacción depende de una serie de variables, tal y como se muestra a continuación.

Tabla 58. Satisfacción general con la visita a Les Arts por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO
Satisfacción general con la visita a Les Arts	8,71	8,92

Aunque las diferencias de valoraciones son muy pequeñas, se identifica una ligera mayor satisfacción con la visita entre las personas asistentes que no están abonadas (8,92 puntos frente a los 8,71 puntos de los abonados).

La edad es la otra variable que influye en esta percepción.

Tabla 59. Satisfacción general con la visita a Les Arts por edad

	DE 18 A 30 AÑOS	DE 31 A 65 AÑOS	MÁS DE 65 AÑOS
Satisfacción general con la visita a Les Arts	9,21	8,88	8,68

A medida que se incrementa la edad de los usuarios, disminuye el nivel de satisfacción con la visita a Les Arts. Así, los más jóvenes son los más satisfechos con una puntuación media de 9,21, mientras que los mayores de 65 años tienen una satisfacción global de 8,68 puntos.

- **ASPECTOS QUE NO GUSTARON**

En consonancia con esta valoración, se solicitó a los usuarios cuya valoración fue de 6 o menos puntos que indicaran de manera abierta y completamente libre, si hubo algo que no les gustara de su visita. Por tanto, son muy pocas las respuestas aportadas y van dirigidas en esta línea:

Tabla 60. Aspectos que no gustaron de la visita a Les Arts

ASPECTO QUE NO GUSTÓ	%
Los asientos, son estrechos	16,7%
El trato no fue el adecuado	16,7%
Los aseos son insuficientes y no están bien ubicados	8,3%
La accesibilidad	8,3%
No le gusta la programación de esta temporada	8,3%
No le gusta la sala del auditorio	8,3%
Masificación	8,3%
Otros	8,3%
Ns/Nc	20,0%

Base: 443

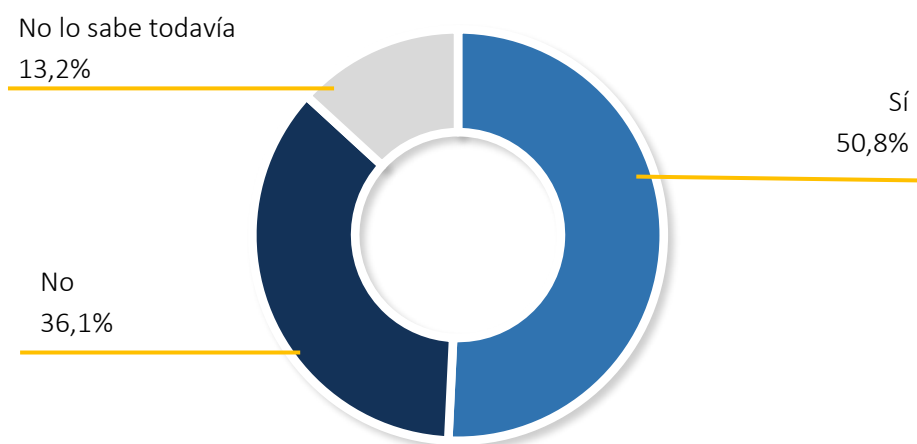
Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han asistido a un espectáculo o evento cultural en Les Arts.

P.3.12.1. ¿Hubo algo que no le gustara?

Previsión de asistir a Les Arts en los próximos meses

De acuerdo a la experiencia pasada y la información que pueda tener de cara al futuro, los usuarios indicaron si tienen previsto acudir a Les Arts en los próximos meses para disfrutar de su programación.

Gráfico 42. Previsión de asistir a Les Arts en los próximos meses



Base: 660

P.3.13. ¿Prevé asistir a Les Arts en los próximos meses para disfrutar de su programación?

La mitad de las personas que conocen Les Arts tienen previsto en los próximos meses, asistir a este centro para disfrutar de su programación.

Sin embargo, un **36,1%** ha señalado que **no lo hará**, mientras que el **13,2%** **no lo tiene claro** todavía.

Las personas que han señalado que no asistirán próximamente a Les Arts, señalan los siguientes motivos:

Tabla 61. Motivos para no asistir a Les Arts en los próximos meses

MOTIVOS PARA NO ASISTIR	%
Por la pandemia	38,2%
Por la distancia	11,3%
No le interesa	9,2%
Por el precio	8,0%
No hay motivo, no lo tiene previsto	7,6%
No conoce la programación	6,7%
Falta de tiempo	5,5%
Por motivos de salud	3,8%
Por su situación personal	3,8%
Otros	5,9%

Base: 238

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que no prevén asistir a Les Arts en los próximos meses.

En el momento en que se ha realizado la encuesta, la situación de la pandemia (número de contagios, avance de la vacunación, etc.) hace que un 38,2% no contemple asistir a un espectáculo o evento en un recinto con aforo cerrado como Les Arts. Por tanto, se trata de un motivo que podría revertirse en un futuro.

La distancia del domicilio a Valencia capital es el argumento señalado por el 11,3%. En tercer lugar, se recoge la falta de interés por este tipo de espectáculos, indicado en el 9,2% de los casos. También destaca el 8,0% para los que el precio de las entradas constituye un freno a la hora de plantearse asistir a un evento en Les Arts.

Asimismo, todas las personas que dudan de si asistirán o no en un futuro próximo a Les Arts, señalan como razones las siguientes.

Tabla 62. Motivos por los que no se sabe si se asistirá a Les Arts en los próximos meses

MOTIVOS POR LOS QUE NO SE SABE SI SE ASISTIRÁ	%
Depende de la pandemia	26,4%
Depende de la programación	23,0%
Aún no lo sabe	21,8%
Si los precios fueran adecuados	9,2%
Vive lejos, tendría que plantear un viaje	5,7%
Depende de su salud	5,7%
Otros	8,0%

Base: 87

Pregunta de respuesta múltiple: % personas que no saben si asistirán a Les Arts en los próximos meses.

De nuevo la pandemia se sitúa como principal motivo por el que la asistencia a Les Arts no está clara. En este caso, el 26,4% son personas que afirman que si todo mejora irán a ver un espectáculo a este centro.

El 23,0% señala que dependiendo de la programación que haya en cartel, se plantearán ir. En esta línea, un 21,8% no tiene una opinión clara ya que son varios los factores que influyen en su decisión. Por otro lado, de nuevo aparece el precio como un limitador a la asistencia. El 9,2% indica que si las entradas fueran más baratas acudirían a Les Arts.

Tal y como es lógico, el **perfil** de usuario marca la respuesta a esta pregunta.

Tabla 63. Previsión de asistir a Les Arts en los próximos meses por perfil de usuario

	ABONADO	ASISTENTE NO ABONADO	CONOCE Y NO HA ASISTIDO
Sí	87,7%	46,6%	23,2%
No	9,0%	38,3%	58,1%
No lo sabe todavía	3,2%	15,1%	18,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La gran mayoría de los abonados, 87,7%, se mantiene fiel a Les Arts señalando que seguirán asistiendo en los próximos meses. Este porcentaje baja hasta el 46,6% entre aquellos que han estado en alguna ocasión en Les Arts pero no son abonados. Sin embargo, entre aquellas personas que nunca han asistido a un espectáculo, tan solo el 23,2% se muestra decidida a hacerlo en un futuro cercano.

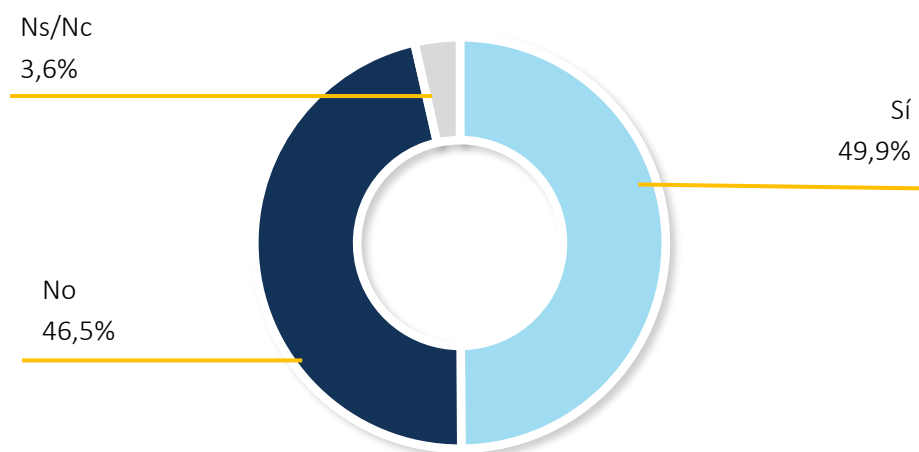
07. Experiencias

Todo el conjunto de factores y elementos en los que el usuario está en contacto con Les Arts a lo largo de su proceso de compra y asistencia al evento, determinan una percepción positiva o negativa respecto a su experiencia con Les Arts.

Experiencia positiva en Les Arts

Los asistentes a Les Arts señalaron si recordaban alguna experiencia con Les Arts que les sorprendiera de manera positiva; como por ejemplo algo ocurrido y no esperado que le gustara, algo con lo que quedara muy satisfecho, etc.

Gráfico 43. Recuerdo de alguna experiencia en Les Arts que le haya sorprendido positivamente



Base: 505

P.4.1. ¿Recuerda alguna experiencia con Les Arts que le haya sorprendido positivamente? (algo que le haya ocurrido que no esperaba y le ha sorprendido, le ha gustado, ha quedado muy contento...)

La mitad de los asistentes a Les Arts han indicado experiencias positivas destacables. A continuación, se recogen las categorías más recurrentes señaladas por los encuestados.

Tabla 64. Experiencias positivas vividas en Les Arts

EXPERIENCIAS SOBRE LA ÓPERA	15,9%
UN ESPECTÁCULO / EVENTO EN CONCRETO	13,5%
TODO ES POSITIVO	11,5%
HAY ESPECTÁCULOS MARAVILLOSOS	6,7%
LA GRANDEZA DE LAS INSTALACIONES (SALA, ESPACIO, ESCENARIO...)	5,6%
LA ACÚSTICA	4,8%
DISFRUTÓ MUCHO	4,8%
CALIDAD DE REPRESENTACIONES (ORGANIZACIÓN, ESCENOGRAFÍA...)	3,2%
LA PRIMERA VEZ FUE SORPRENDENTE	2,8%
EDIFICIO (ESPACIO, JARDINES, ILUMINACIÓN...)	2,8%
AMBIENTE SANO, AGRADABLE	2,8%
EL ENTORNO	2,4%
LA AMABILIDAD DEL PERSONAL	2,0%
LAS VISITAS DE LA REINA	1,2%
LA VISITA GUIADA	1,2%
ESTUVO MUY CERCA / CONOCIÓ A PLACIDO DOMINGO	1,2%
EL PRIMER AÑO FUE MARAVILLOSO	1,2%
ACTIVIDADES PARALELAS (CONFERENCIAS, CURSOS, CHARLAS...)	1,2%
OTROS	15,5%

Base: 252

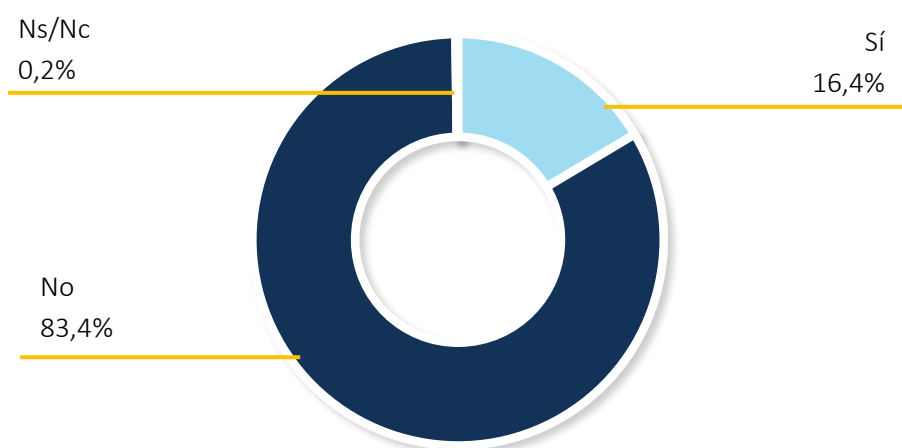
Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han vivido una experiencia positiva con Les Arts.

Experiencia negativa en Les Arts

Del mismo modo, y con el objetivo de recoger todas las experiencias de los usuarios, se indican aquellas vivencias que pudieron resultar negativas con Les Arts.

Así, el porcentaje de usuarios que tiene una experiencia negativa destacable es el siguiente:

Gráfico 44. Recuerdo de alguna experiencia negativa en Les Arts



Base: 505

P4.2. ¿Y destacaría alguna experiencia negativa?

El peso de las personas que recuerdan una experiencia negativa es del 16,4%, muy inferior al recogido en el caso de las positivas.

Las principales respuestas aportadas por los encuestados en este sentido son:

Tabla 65. Experiencias negativas vividas en Les Arts

NO LE GUSTÓ ALGUNA REPRESENTACIÓN (ESCENOGRAFÍA...)	24,1%
PROBLEMAS DENTRO DEL EDIFICIO (FALTA DE ASCENSORES, ACCESIBILIDAD, ASEOS, SEÑALIZACIÓN...)	16,9%
PRECIO	7,2%
PROBLEMAS CON LA ORGANIZACIÓN (CAMBIO DE HORARIOS, COMPRA DE ENTRADAS...)	6,0%
PROBLEMAS CON EL APARCAMIENTO (PRECIO, LEJANÍA, ESCASEZ...)	6,0%
TRATO DEL PERSONAL	4,8%
PROBLEMAS CON LA SALA (COMODIDAD, VISIBILIDAD)	4,8%
DESCONTENTO CON EL EDIFICIO (ESTRUCTURA, MANTENIMIENTO)	4,8%
SERVICIO DE HOSTELERÍA	3,6%
MUCHO AFORO EN PANDEMIA	3,6%
SE DESCOLGARON PANCARTAS CON ALUSIONES POLÍTICAS	2,4%
PÚBLICO POCO RESPETUOSO (RUIDO, MÓVILES ENCENDIDOS)	2,4%
FALTA DE ACCESO EN TRANSPORTE PÚBLICO	2,4%
OTROS	10,8%

Base: 83

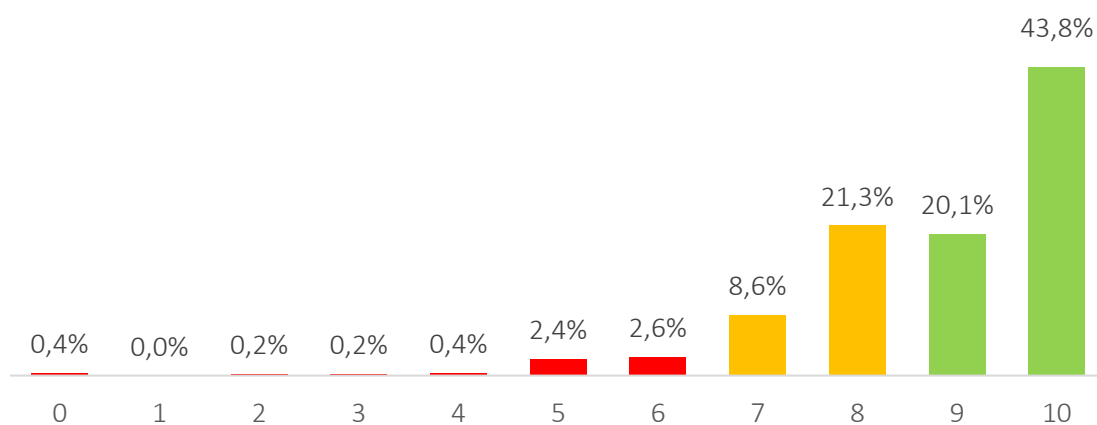
Pregunta de respuesta múltiple: % personas que han vivido una experiencia negativa con Les Arts.

08. Recomendación de Les Arts

Como resumen de la valoración de los distintos aspectos relacionados con la experiencia vivida en Les Arts, se solicitó a las personas encuestadas que señalaran hasta qué punto recomendarían Les Arts a amigos o familiares.

Esta recomendación se lleva a cabo dentro de una escala de 0 a 10, lo que permite, no solo analizar las puntuaciones individuales y medias, sino que también posibilita la obtención de un indicador clave tal y como es el NPS (*Net promoter score: mide la satisfacción de los clientes basándose en la recomendación*).

Gráfico 45. Grado de recomendación de Les Arts a familiares o amigos



Base: 498

P.6.1. De 0 a 10, ¿hasta qué punto recomendaría Les Arts a sus amigos o familiares? 0 es nada probable y 10 es seguro que lo recomendaría

- Valoraciones 0 - 6. Usuarios detractores.
- Valoraciones 7 - 8. Usuarios neutros.
- Valoraciones 9 - 10. Usuarios promotores.

NPS = Usuarios promotores – Usuarios detractores

NPS = 63,9% - 6,2% = **57,6**

Apenas hay clientes detractores, tan solo el 6,2%, y dentro de éstos las valoraciones más habituales son 5 y 6.

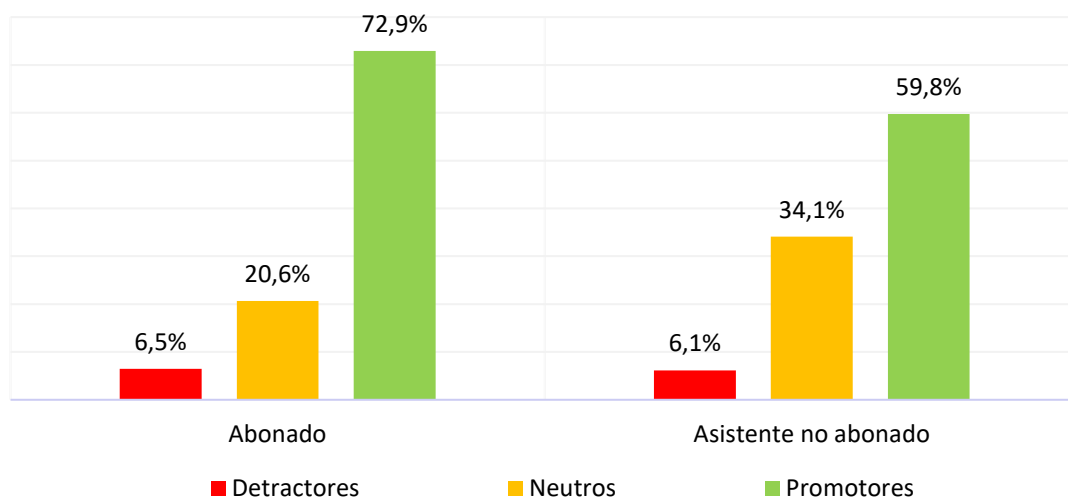
Por otro lado, se identifica un porcentaje notable de clientes neutros, 29,9%. Es decir, se trata de personas que, aunque satisfechas con su visita a Les Arts, se quedan en una posición intermedia a la hora de recomendar este centro. Existe, por tanto, un margen de mejora en la recomendación para convertir a esos clientes en promotores.

El grupo de clientes promotores es notable, 63,9%, son personas muy satisfechas con su experiencia en Les Arts por eso recomendarían con total seguridad este centro a familiares y amigos.

En un análisis individual de las valoraciones se obtiene una **recomendación media de 8,80 puntos**, lo que indica que, en término medio, existe una elevada probabilidad de recomendar Les Arts a amigos o familiares.

Con el objetivo de ahondar en la recomendación de los usuarios, se presentan los resultados para cada uno de los dos perfiles de usuarios que han efectuado esta recomendación: abonados y asistentes no abonados.

Gráfico 46. NPS: recomendación por perfil de usuario



- NPS de los abonados = $72,9\% - 6,5\% = 66,4$
- NPS de asistente no abonado = $59,8\% - 6,1\% = 53,7$

Base Abonado: 155

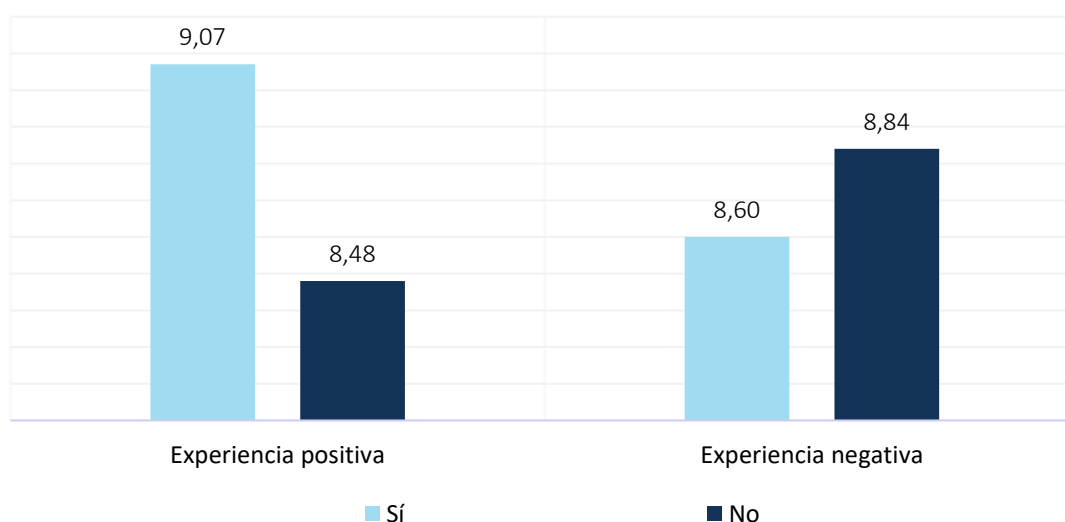
Base Asistente no abonado: 348

Hay una gran diferencia cuando el NPS se analiza de manera individual para cada uno de los dos perfiles. Los abonados tienen un NPS mucho más elevado debido al alto número de promotores (72,9%) que pasan a ser en más de un 13% neutros cuando se trata de los asistentes no abonados. En ambos grupos se mantiene el peso de los detractores.

En término medio, la recomendación de Les Arts a familiares o amigos de los **abonados es de 9,09 puntos**, mientras que para los **asistentes no abonados** esta recomendación media es de **8,66 puntos**.

Hay variables que influyen en la recomendación de Les Arts y están relacionadas con la experiencia vivida en Les Arts, tanto positiva como negativa.

Gráfico 47. Relación entre la recomendación de Les Arts y experiencia positiva / negativa vivida



Base: 505

Las personas que recuerdan y han señalado alguna experiencia con Les Arts que les sorprendiera positivamente, son las que en mayor medida recomendarían este centro a familiares y amigos (9,07).

Sin embargo, en aquellas personas que han sufrido una experiencia negativa con Les Arts, baja el peso de la recomendación hasta los 8,60 puntos, aunque es importante señalar que, a pesar de esa experiencia negativa, la recomendación sigue teniendo una valoración muy elevada

Motivos de la valoración

Además de cuantificar la probabilidad con la que se recomendaría Les Arts, se solicitó a los encuestados que justificaran de manera libre y completamente abierta, los principales motivos por los que se había otorgado esta valoración.

Los principales argumentos se recogen a continuación.

Tabla 66. Motivos de la recomendación de Les Arts

MOTIVOS DE LA VALORACIÓN	
PROGRAMACIÓN / OFERTA CULTURAL (CALIDAD, VARIEDAD...)	37,4%
EXPERIENCIA CULTURAL / APOYO A LA CULTURA	25,1%
REFERENTE / TURISMO	12,3%
ARQUITECTURA / INSTALACIONES	9,9%
LE GUSTA	7,5%
ACÚSTICA	4,8%
ENTORNO / UBICACIÓN	4,4%
PRECIO	3,4%
INFORMACIÓN	0,2%
OTROS	3,6%
NO SABE / NO LE GUSTA RECOMENDAR	6,7%

Base: 505

Pregunta de respuesta múltiple

P.6.2. ¿Puede indicar los motivos principales de esta valoración?

El principal argumento para la recomendación de Les Arts está relacionado con la **programación u oferta cultural** que se ofrece en este centro, indicado por un 37,4%.

Un 25,1% señala que acudir a Les Arts supone toda una experiencia cultural.

Además, el 12,3% considera que este centro es todo un referente y que como tal, apoya al turismo de Valencia.

El precio sería el principal motivo argumentado por las personas que han emitido una valoración baja (5 o menos) sobre la recomendación de Les Arts.

09. Sugerencias y propuestas de mejora

Para finalizar, las personas encuestadas pudieron señalar de manera libre todo aquello que, en su opinión, echara en falta o mejoraría de los servicios ofrecidos por Les Arts.

Tabla 67. Principales sugerencias y propuestas de mejora para Les Arts

SUGERENCIAS Y PROPUESTAS DE MEJORA	%
PRECIO / PROMOCIONES / OFERTAS	6,9%
PROGRAMACIÓN (MÁS VARIEDAD, MEJORAR EL NIVEL, AUMENTAR EL NÚMERO DE ESPECTÁCULOS, ETC.)	5,5%
PUBLICIDAD / INFORMACIÓN	4,8%
SERVICIO DE CATERING/RESTAURACIÓN	2,5%
ACCESIBILIDAD / BARRERAS ARQUITECTÓNICAS	2,1%
APARCAMIENTO	1,5%
ASEOS	1,1%
HORARIOS	0,9%
COMUNICACIONES DE TRANSPORTE PÚBLICO	0,8%
OTROS	2,6%
NO SABE/ NO CAMBIARÍA NADA	75,1%

Base: 1.167

Pregunta de respuesta múltiple

P.7.1. ¿Qué echa en falta o que mejoraría de los servicios ofrecidos en Les Arts?

La gran mayoría de los encuestados, un **75,1%** no ha emitido una opinión o sugerencia de mejora.

La principal propuesta, señalada por el **6,9%** de las personas, está relacionada con el **precio de los eventos** o espectáculos de Les Arts, sugiriendo mayor número de promociones y ofertas a los espectáculos.

El 5,5% de las sugerencias son referidas a la programación, por ejemplo, más variedad y cantidad de espectáculos, que éstos tengan un alto nivel...

La tercera de las sugerencias, indicadas por un 4,8%, señala que sería necesaria más publicidad e información sobre los espectáculos de Les Arts.

010. Conclusiones

Como síntesis de toda la información presentada a lo largo de este informe, se presenta un conjunto de datos principales y conclusiones.

NOTORIEDAD

*El **43,9%** de la población de la Comunidad Valenciana dice conocer o haber oído hablar del Palau de Les Arts Reina Sofía.*

- El **nivel de estudios y los ingresos mensuales** en el hogar son dos variables que marcan el perfil de las personas que sí conocen este centro. Así en ambos casos, cuanto mayores son, más se conoce Les Arts. Además, la provincia de residencia y por tanto la proximidad, también es determinante en el conocimiento de esta institución, ya que la ciudadanía de la provincia de **Valencia** es la que más la conoce.
- De entre la ciudadanía que conoce Les Arts, más del 80% piensa que **es una institución bastante o muy conocida en toda la Comunidad Valenciana**. Sin embargo, no se percibe del mismo modo la difusión de este centro a nivel nacional ya que los que piensan que es bastante o muy conocido descienden hasta el 50% aproximadamente.

IMAGEN

- La imagen pública de Les Arts tiene una valoración media de 8,02 puntos, por lo que puede decirse que se encuentra muy bien posicionada entre la ciudadanía de la comunidad.

Les Arts se relaciona con calidad: de la programación, atención al usuario, edificio e instalaciones...

- Del conjunto de aspectos valorados, la calidad de la programación es el que mejor puntuación obtiene; 8,20 puntos (para el total). Sin embargo, la relación calidad – precio es el que cuenta con una valoración menor (6,41 puntos).
- Además, la no asistencia a este centro condiciona la percepción del mismo haciendo que sea inferior en los distintos aspectos que la de aquellos que han asistido a Les Arts en alguna ocasión.

- En la descripción de Les Arts, un 34,7% apela a las **emociones** sentidas al asistir a este centro: bonito, fantástico, fabuloso, impresionante...

El otro gran grupo (31,1%) hace una descripción del edificio y su entorno, motivados por su singularidad y lo destacado que es dentro de la ciudad y la Comunidad Valenciana.

- Si se compara Les Arts con otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana, **un 65,9% piensa que es mejor o mucho mejor**. Se trata de una opinión unánime en todas las provincias, por tanto, es tomado como un referente dentro de este ámbito.

Entre las razones para esta opinión destacan la valoración de la gran programación u oferta cultural que tiene Les Arts, pero también el edificio (arquitectura, instalaciones) y su entorno son fundamentales para valorarlo por encima del resto.

- En torno al 70% de la ciudadanía es capaz de nombrar **otros centros culturales** y artísticos de su comunidad. De hecho, se ha recogido una amplia variedad de centros; siendo la cercanía al lugar de residencia una de las variables clave a la hora de nombrarlos.

Hay dos excepciones, el **Palau de la Música y el Teatro Principal de Valencia**. Ambas instituciones se nombran entre los 5 primeros lugares en las 3 provincias; indicando en su mayoría, que son centros tanto o más conocidos que Les Arts.

- Sin embargo, hay un **19,7% de la ciudadanía que no conoce Les Arts y tampoco conoce otros centros culturales y artísticos**. Son personas de entre 31-65 años (54,8%), con estudios primarios o secundarios (58,7%) y destacan los residentes en la provincia de Alicante (43,9%).

INFORMACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

- Los esfuerzos en comunicación llevados a cabo por Les Arts en el último año se reflejan en el hecho de que un **62,6% de la ciudadanía ha recibido información** sobre la programación.

Para el caso de la **población general**, más de la mitad (**55,3%**) dice que **no le ha llegado ningún tipo de información en este último año**.

Si se tiene en cuenta el total de la muestra (1.167 encuestas), la población impactada sería el 35,4%.

El perfil formado por los **no asistentes** a Les Arts destaca por ser los que más se manifiestan como desinformados sobre la programación (58,7% dice no haber recibido información).

También la **lejanía** de Valencia hace que se “pierda” esa información, ya que la ciudadanía de Castellón y Alicante se siente más desinformada al respecto.

- Un 22,7% de la población que conoce Les Arts afirma que no conoce en absoluto su programación. Sin embargo, un 44,2% afirma conocerla bastante o mucho.

La programación de Les Arts es conocida, en término medio, en 5,26 puntos sobre 10.

Como es lógico, existe una relación entre la asistencia a Les Arts y el conocimiento de su programación. Así, los abonados la conocen muy bien (media de 8,67 puntos), mientras que los asistentes la conocen ligeramente (media de 5,03 puntos) y los no asistentes apenas saben nada de ella (media de 2,28 puntos).

- El **43,6%** de la ciudadanía que conoce Les Arts considera que **desde la institución sí se hace publicidad sobre los espectáculos de su programación.**

Son muy diversos los medios desde los que se recibe información sobre la programación de Les Arts, destacando los **medios digitales** como las redes sociales (33,7%), newsletter (29,1%) y página web (26,4%).

En cuanto al **uso de las redes** como canal informativo, un **27,6%** señala que es seguidor de **Les Arts** en alguna de estas aplicaciones. En concreto, Facebook es la que más seguidores tiene con un 67,6%, seguido de Instagram (34,6%).

Respecto al uso de la **página web de Les Arts**, es un recurso al que se dirige el 64,6% de las personas que siente curiosidad por conocer más de la programación / espectáculos.

Sin embargo, un **26,4%** no ha entrado nunca en la **página** mientras que el **12,1%** ni siquiera la conoce. Por tanto, difundir más esta plataforma puede ayudar en gran medida a ampliar el conocimiento de la ciudadanía sobre Les Arts, tanto a nivel general o institucional como también sobre su programación (eventos, precios, etc.).

VISITA A LES ARTS

- De los usuarios que conocen Les Arts, el 76,5% ha visitado en alguna ocasión este centro. Este porcentaje se sitúa en el 60,9% cuando se trata de la población general.

Los asistentes respecto al total de encuestas de la población general son el 26,7%. Si se tiene en cuenta el conjunto de la muestra (1.167 encuestas), el porcentaje de asistentes es del 43,3%.

Se registra más asistencia entre los mayores de 65 años y las personas con niveles de ingresos más altos. La provincia de residencia también marca la asistencia.

- Los que **no han asistido a Les Arts** señalan varios motivos: la **distancia** al centro (indicada sobre todo entre la ciudadanía de Castellón y Alicante), la **falta de tiempo** (sobre todo para los más jóvenes). La falta de compañía también se indica sobre todos entre las mujeres.

Del conjunto de servicios disponibles en Les Arts, el 87,7% de los asistentes ha ido a un espectáculo o evento cultural.

El resto de servicios, como el restaurante o la visita cuentan con muchos menos usuarios.

La asistencia al espectáculo es del 38,0% para el total de la muestra y del 19,8% para la población general.

VALORACIÓN DEL ESPECTÁCULO

- Hay una asistencia muy heterogénea a Les Arts en los dos últimos años. De hecho, un 24,6% aunque ha ido a este centro, no lo ha hecho en este periodo.
- En relación a la **última asistencia, un 51,2% fue a un espectáculo de ópera**, siendo sus asistentes más numerosos los abonados y mayores de 65 años. El 16,3% acudió a un concierto sinfónico, ganando aquí peso las personas no abonadas.
- El principal **motivo** de asistencia a el espectáculo es el **interés por el artista o por el espectáculo en su conjunto** (81,7%). Ente los más jóvenes gana peso la opinión recibida de familiares y amigos.
- De nuevo, los **medios digitales** son los más importantes a la hora de informarse sobre el espectáculo; newsletter (23,0%) para abonados sobre todo o página web (19,6%). Los medios generalistas (radio, televisión, prensa) ganan importancia entre los que no son abonados. Ente este grupo también destaca la información recibida a través de un conocido.

- En el **90% de los casos se asiste al espectáculo en compañía**, sobre todo de la pareja (43,8%) y también de otros familiares. Hay un 31,4% que asistió con amigos, sobre todo entre los usuarios de 18 a 30 años. En estos casos, la decisión de asistencia fue conjunta entre todos los asistentes.

La visita fue, en término medio, satisfactoria con una valoración media de 8,84 puntos.

Dicha satisfacción está basada en una buena higiene y limpieza (9,16), medidas Covid-19 (8,97), el trato y amabilidad del personal (9,13) o la comodidad de las instalaciones (8,42).

Las personas más críticas al respecto hacen alusión a temas relacionados con las instalaciones como los asientos, los aseos o la accesibilidad y también al trato recibido.

- Respecto a la **previsión de asistir** a Les Arts en los próximos meses, el 36,1% dice que no lo hará y el 13,2% no lo tiene claro.

La pandemia se sitúa como el principal motivo de falta de asistencia, aunque también se apunta a la lejanía del domicilio a Les Arts, el precio de las entradas o la falta de conocimiento de la programación.

EXPERIENCIAS Y RECOMENDACIÓN

- La mitad de los asistentes ha querido señalar una experiencia positiva vivida en Les Arts.

Respecto a las **experiencias negativas**, se reducen al **16,4% de los casos**. Tener una experiencia de este tipo influye en cuestiones como la satisfacción global o la recomendación de Les Arts, que tienden a ser más negativas.

EL NPS de Les Arts, medido a través de la recomendación (escala de 0 a 10) es de 57,6 puntos.

Apenas hay usuarios detractores (6,2%) por lo que se confirma la buena imagen y satisfacción que hay con el centro.

Su amplia oferta cultural y de calidad, el apoyo a la cultura o el edificio como emblema de la ciudad son alguno de los principales motivos argumentados por los ciudadanos para ratificar su recomendación.

SUGERENCIAS Y PROPUESTAS

- El precio, las promociones y los descuentos son las sugerencias de mejora más nombradas por la población, si bien su peso es relativamente bajo sobre el total de personas encuestadas (el 6,9%).

Una de las demandas de la ciudadanía está ligada con un tema de mucho interés para Les Arts, tal y como es el **aumento de la publicidad y la información que se proporciona sobre los espectáculos**. Esta idea se apoya en el hecho de que el conocimiento medio de la población de la programación es bajo y no se recoge suficientemente toda la publicidad que se emite.

Hay aquí, por tanto, un segmento notable de personas que sienten interés por la cultura y, sobre todo, por la programación de Les Arts que probablemente, serían usuarios más habituales si conocieran mejor los eventos que se desarrollan.

Como se ha visto en el informe, se trata de un público digital, que usa estos medios como canal de información. Por tanto, pueden aprovecharse los mismos para incrementar la estrategia informativa entre la población.

011. Anexo

Índice de gráficos

Gráfico 1. Interés por distintos ámbitos culturales y asistencia a eventos de ese tipo.....	16
Gráfico 2. Conoce o ha oído hablar de Les Arts.....	19
Gráfico 3. Grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana.....	21
Gráfico 4. Grado de conocimiento de Les Arts a nivel nacional.....	23
Gráfico 5. Valoración de un conjunto de afirmaciones sobre Les Arts.....	25
Gráfico 6. Valoración de la imagen pública de Les Arts.....	28
Gráfico 7. Descripción de Les Arts: principales grupos.....	29
Gráfico 8. Descripción de Les Arts para cada uno de los perfiles de usuarios.....	31
Gráfico 9. Comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana.....	32
Gráfico 10. Otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana.....	35
Gráfico 11. Otros centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana.....	36
Gráfico 12. Centros culturales y artísticos de la Comunidad Valenciana más nombrados en cada provincia.....	37
Gráfico 13. Conocimiento de Les Arts y conocimiento de otros centros de la Comunidad Valenciana.....	39
Gráfico 14. Información recibida de la programación de Les Arts en el último año.....	41
Gráfico 15. Impacto de la información sobre la programación de Les Arts por población....	43
Gráfico 16. Grado de conocimiento de la programación de Les Arts.....	44
Gráfico 17. Consideración de que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación.....	48
Gráfico 18. Medios de comunicación donde ha recibido información sobre la programación de Les Arts.....	49
Gráfico 19. Medios de prensa en los que se ha recibido la información sobre la programación de Les Arts.....	52
Gráfico 20. Redes sociales en las que se ha recibido la información sobre la programación de Les Arts.....	53
Gráfico 21. Seguidores de Les Arts en redes sociales.....	54
Gráfico 22. Redes sociales de las que son seguidores de Les Arts.....	56
Gráfico 23. Motivación para conocer más Les Arts o su programación tras recibir información.....	57
Gráfico 24. Qué hizo para conocer más de Les Arts o de su programación.....	58
Gráfico 25. Frecuencia con la que visita la página web de Les Arts.....	60
Gráfico 26. Interés en poder disfrutar de la programación de Les Arts de manera online o de forma digital.....	61
Gráfico 27. Visita a Les Arts en alguna ocasión.....	63
Gráfico 28. Motivos de no asistencia a Les Arts.....	65
Gráfico 29. Suele caminar por el entorno que rodea el edificio.....	67
Gráfico 30. Servicios de Les Arts que han utilizado los usuarios.....	68
Gráfico 31. Número de veces que se ha asistido a Les Arts en los dos últimos años.....	71

Gráfico 32. Fecha de la última visita a Les Arts en relación con la pandemia de Covid-19....	72
Gráfico 33. Tipo de espectáculo o evento cultural al que asistió por última vez en Les Arts	74
Gráfico 34. Motivos por los que se decidió asistir al espectáculo / evento cultural	77
Gráfico 35. Medio de conocimiento del espectáculo o evento al que asistió.....	78
Gráfico 36. Medios de prensa a través de los que se conoció el evento o espectáculo	81
Gráfico 37. Redes sociales a través de las que conoció el evento o espectáculo	81
Gráfico 38. Acompañante al evento o espectáculo	82
Gráfico 39. Persona/s que tomaron la iniciativa de asistir al espectáculo o evento	84
Gráfico 40. Valoración de un conjunto de aspectos sobre la visita a Les Arts	86
Gráfico 41. Satisfacción general con la última visita a Les Arts.....	87
Gráfico 42. Previsión de asistir a Les Arts en los próximos meses	90
Gráfico 43. Recuerdo de alguna experiencia en Les Arts que le haya sorprendido positivamente	93
Gráfico 44. Recuerdo de alguna experiencia negativa en Les Arts	95
Gráfico 45. Grado de recomendación de Les Arts a familiares o amigos.....	97
Gráfico 46. NPS: recomendación por perfil de usuario.....	98
Gráfico 47. Relación entre la recomendación de Les Arts y experiencia positiva / negativa vivida	99

Índice de tablas

Tabla 1. Perfil sociodemográfico de la muestra: género, edad y provincia	11
Tabla 2. Perfil sociodemográfico de la muestra: hábitat	12
Tabla 3. Perfil sociodemográfico de la muestra: situación laboral y nivel de estudios	12
Tabla 4. Perfil sociodemográfico de la muestra: estado civil, tipo de hogar e ingresos mensuales del hogar.....	13
Tabla 5. Usuarios con interés (bastante + mucho) por cada tipo de evento	17
Tabla 6. Usuarios que han asistido a un evento en los dos últimos años	18
Tabla 7. Conoce o ha oído hablar de Les Arts: perfil de usuarios	20
Tabla 8. Grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana por perfil de usuario	22
Tabla 9. Grado de conocimiento de Les Arts en la Comunidad Valenciana por provincia	22
Tabla 10. Grado de conocimiento de Les Arts a nivel nacional por perfil de usuario	24
Tabla 11. Grado de conocimiento de Les Arts a nivel nacional por provincia.....	24
Tabla 12. Valoración de un conjunto de afirmaciones sobre Les Arts por perfil de usuario..	26
Tabla 13. Nombre que suele usar para identificar a Les Arts.....	27
Tabla 14. Valoración de la imagen pública de Les Arts a nivel nacional por perfil de usuario	29
Tabla 15. Descripción de Les Arts (% del total)	30
Tabla 16. Comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana por perfil de usuario.....	33
Tabla 17. Comparación de Les Arts con otros centros culturales de la Comunidad Valenciana por provincia	33
Tabla 18. Motivos por los que se ha comparado así a Les Arts con otros centros de la Comunidad Valenciana	34
Tabla 19. Comparación de la notoriedad de Les Arts con cada uno de los centros nombrados	38

Tabla 20. Conocimiento de Les Arts y conocimiento de otros centros de la Comunidad Valenciana por género, edad, provincia y nivel de estudios	40
Tabla 21. Comparación de la información de Les Arts en el último año por perfil de usuario	42
Tabla 22. Comparación de la información de Les Arts en el último año por provincia	43
Tabla 23. Impacto de la información sobre la programación de Les Arts por provincia	44
Tabla 24. Conocimiento medio de la programación de Les Arts por perfil de usuario	45
Tabla 25. Conocimiento medio de la programación de Les Arts por provincia.....	45
Tabla 26. Conocimiento medio de la programación de Les Arts y relación con un conjunto de variables de conocimiento y asistencia	46
Tabla 27. Consideración de que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación por perfil de usuario	48
Tabla 28. Consideración de que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación por provincia	49
Tabla 29. Medios de comunicación donde ha recibido información sobre la programación de Les Arts por perfil de usuario	50
Tabla 30. Medios de comunicación donde ha recibido información sobre la programación de Les Arts por edad	51
Tabla 31. Redes sociales en las que se ha recibido información sobre la programación de Les Arts por perfil de usuario	53
Tabla 32. Seguidores de Les Arts en redes sociales por perfil de usuario	55
Tabla 33. Seguidores de Les Arts en redes sociales por edad	55
Tabla 34. Redes sociales de las que se es seguidor por perfil de usuario	56
Tabla 35. Redes sociales de las que se es seguidor por edad	57
Tabla 36. Motivación a conocer más de Les Arts o su programación tras recibir información por perfil de usuario.....	58
Tabla 37. Qué hizo para conocer más Les Arts o de su programación por perfil de usuario .	59
Tabla 38. Frecuencia con la que se visita la página web de Les Arts por perfil de usuario	60
Tabla 39. Interés en poder disfrutar de la programación de Les Arts de manera online o formato digital por edad.....	62
Tabla 40. Visita a Les Arts por tipo de población y perfil de usuario	64
Tabla 41. Motivos de no asistencia a Les Arts por perfil de usuario	66
Tabla 42. Suele caminar por el entorno que rodea el edificio por perfil de usuario.....	67
Tabla 43. Suele caminar por el entorno que rodea el edificio por edad y provincia.....	67
Tabla 44. Servicios utilizados en Les Arts por género, edad y provincia	69
Tabla 45. Número de veces que ha asistido a Les Arts en los dos últimos años por edad y provincia	72
Tabla 46. Fecha de la última visita a Les Arts en relación con la pandemia de Covid-19 por perfil de usuario.....	73
Tabla 47. Tipo de espectáculo / evento cultural al que se ha asistido por última vez en Les Arts por perfil de usuario	75
Tabla 48. Tipo de espectáculo / evento cultural al que se ha asistido por última vez en Les Arts por edad	76
Tabla 49. Motivos por los que se decidió asistir al espectáculo / evento cultural por edad..	78
Tabla 50. Medio de conocimiento del espectáculo o evento al que asistió por perfil de usuario	79
Tabla 51. Medio de conocimiento del espectáculo o evento al que asistió por edad	80
Tabla 52. Redes sociales a través de las que conoció el evento o espectáculo por edad	82
Tabla 53. Acompañante al evento o espectáculo por perfil de usuario.....	83
Tabla 54. Acompañante al evento o espectáculo por edad.....	84

Tabla 55. Persona/s que tomaron la iniciativa de asistir al espectáculo por perfil de usuario	85
Tabla 56. Valoración de un conjunto de aspectos sobre la visita a Les Arts por perfil de usuario	86
Tabla 57. Valoración de un conjunto de aspectos sobre la visita a Les Arts por edad	87
Tabla 58. Satisfacción general con la visita a Les Arts por perfil de usuario	88
Tabla 59. Satisfacción general con la visita a Les Arts por edad	88
Tabla 60. Aspectos que no gustaron de la visita a Les Arts.....	89
Tabla 61. Motivos para no asistir a Les Arts en los próximos meses	90
Tabla 62. Motivos por los que no se sabe si se asistirá a Les Arts en los próximos meses	91
Tabla 63. Previsión de asistir a Les Arts en los próximos meses por perfil de usuario.....	92
Tabla 64. Experiencias positivas vividas en Les Arts	94
Tabla 65. Experiencias negativas vividas en Les Arts	96
Tabla 66. Motivos de la recomendación de Les Arts	100
Tabla 67. Principales sugerencias y propuestas de mejora para Les Arts	101

CLASIFICACIÓN DE LA PERSONA ENCUESTADA

Sexo

Hombre.....1
Mujer.....2

Provincia de residencia

Castellón1
Valencia.....2
Alicante.....3

Edad

BLOQUE 1. IMAGEN Y CONOCIMIENTO DE LES ARTS

1.1 ¿Conoce o ha oído hablar del Palau de les Arts Reina Sofía?

Sí.....1
No.....2

Salto:

Si P1_1= (2) ir a [P2_3_1]

1.1.1 Por lo general, ¿qué nombre suele utilizar para identificar esta institución?

1.2.1 ¿En qué medida cree que Les Arts es conocido en la Comunidad Valenciana?

Muy conocido 1
Bastante conocido 2
Algo conocido 3
Poco conocido..... 4
Nada conocido..... 5
Ns/Nc..... 98

1.2.2 ¿Y en qué medida cree que Les Arts es conocido a nivel nacional?

Muy conocido 1
Bastante conocido 2
Algo conocido 3
Poco conocido..... 4
Nada conocido..... 5
Ns/Nc..... 98

1.3 En pocas palabras, ¿cómo describiría Les Arts?

1.4 Valore dentro de una escala de 0 a 10, siendo 0 totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo, las siguientes afirmaciones sobre Les Arts:

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns/Nc
Dispone de una programación variada	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
Su programación se dirige a todos los públicos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
Les Arts desarrolla una programación de mucha calidad	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
La programación de Les Arts se desarrolla en varios lugares en la Comunidad Valenciana, más allá del edificio central de Valencia	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
Ofrece representaciones a precios asequibles	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98

1.5 Y del 0 al 10, siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor valoración, ¿cómo valoraría, en general, la imagen pública de Les Arts?

0.....0
1.....1
2.....2
3.....3
4.....4
5.....5
6.....6
7.....7
8.....8
9.....9
10.....10
Ns/Nc.....98

BLOQUE 2. POSICIONAMIENTO DE LES ARTS

2.1 En el último año, cree que le ha llegado...

Menos información que antes sobre la programación de Les Arts 1
La misma información que antes sobre la programación de Les Arts.....2
Más información que antes sobre la programación de Les Arts3
No le ha llegado información sobre la programación de Les Arts en el último año4
Ns/Nc98

Salto:

Si P2_1= (4; 98) ir a [P2_2]

2.1.1 ¿En qué medios de comunicación recuerda haber visto, leído o escuchado información sobre la programación de Les Arts? Pregunta multirrespuesta

- Radio1
- Televisión.....2
- Prensa3
- Redes sociales.....4
- Página web de Les Arts (www.lesarts.com).....5
- Newsletter / Correos electrónicos de Les Arts6
- Carteles o folletos.....7
- Una persona conocida.....8
- Otro.....70
- Ns/Nc98

Salto:
 Si P2_1_1= (3) ir a [P2_1_1_1]
 Si P2_1_1= (4) ir a [P2_1_1_2]
 Si P2_1_1= (1;2;5;6;7;8;70;98) ir a [P2_1_2]

Filtros:
 Si NO P2_1_1= (70) ir a la siguiente.

Salto:
 Si P2_1_1= (3) ir a [P2_1_1_1]
 Si P2_1_1= (4) ir a [P2_1_1_2]
 Si P2_1_1= (1;2;5;6;7;8;70;98) ir a [P2_1_2]

2.1.1.1 ¿En qué medios de prensa recuerda haber visto, leído o escuchado información sobre la programación de Les Arts?

Salto:
 Si NO P2_1_1= (4) ir a [P2_1_2]

2.1.1.2 ¿En qué redes sociales recuerda haber visto, leído o escuchado información sobre la programación de Les Arts? Pregunta multirrespuesta

- Twitter.....1
- Facebook.....2
- Instagram3
- YouTube4
- Otro.....70

Filtros:
 Si NO P2_1_1_2= (70) ir a la siguiente.

2.1.2 ¿Le motivó esta información a conocer más de Les Arts o de su programación?

- Sí.....1
- No2

Salto:
 Si P2_1_2= (2) ir a [P2_2]

2.1.2.1 ¿Qué hizo para conocer más de Les Arts o su programación? Pregunta multirrespuesta

- Entró en la página web de Les Arts.....1
- Entró en sus redes sociales.....2
- Otro, especificar70

Filtros:
 Si NO P2_1_2_1= (70) ir a la siguiente.

COMPARACIÓN CON OTROS CENTROS CULTURALES

2.2 Les Arts, en relación con otros centros culturales artísticos* de la Comunidad Valenciana es, en su opinión, una entidad...

*Por ejemplo: museos, teatros, salas de espectáculo. Importante: no dar ejemplos concretos.

- Mucho mejor1
- Mejor.....2
- Igual (no leer).....3
- Peor4
- Mucho peor5
- No conoce otros centros culturales6
- Ns/Nc98

Salto:
 Si P2_2= (3; 98) ir a [P2_3_1]
 Si P2_2= (6) ir a [P3_1]

2.2.1 ¿Podría señalar el motivo de esta valoración?

2.3 ¿Qué otros centros culturales o artísticos*, de la Comunidad Valenciana, conoce? Señalar los 3 principales

- 1º _____
- 2º _____
- 3º _____

*Por ejemplo: museos, teatros, salas de espectáculo. Importante: no dar ejemplos concretos.

2.3.1 Para cada uno de los centros culturales/artísticos señalados -> En su opinión _____ es más o menos conocido en la Comunidad Valenciana que Les Arts?

Importante: Si no conoce ninguno, marcar directamente la opción Ns/Nc

Filtros:
 Si P1_1= (2) ir a [P8_1_1_A_1] – Teatro

	Más conocido que Les Arts	Igual de conocido (no leer)	Menos conocido que Les Arts	Ns/Nc
1	1	2	3	98
2	1	2	3	98
3	1	2	3	98

LOQUE 3. VISITA A LES ARTS

3.1 ¿Ha estado alguna vez en Les Arts?

<i>Sí</i>	1
<i>No</i>	2
<i>Ns/Nc</i>	98

Salto:

Si P3_1= (1) ir a [P3_1_1]
Si P3_1= (98) ir a [P3_2]

3.1.2 ¿Por qué motivo no ha asistido a un espectáculo / evento cultural en Les Arts?

Pregunta multirrespuesta

<i>No le interesa o no le gusta</i>	1
<i>Precio</i>	2
<i>Falta de tiempo</i>	3
<i>Falta de compañía</i>	4
<i>Distancia, le queda lejos</i>	5
<i>Otros, especificar</i>	70
<i>Ns/Nc</i>	98

Salto:

Si P3_1= (2) ir a [P3_2]

Filtro:

Si NO P3_1_2= (70) ir a la siguiente.

Salto:

Si P3_1= (2) ir a [P3_2]

3.1.3 Indique los servicios utilizados en Les Arts

Pregunta multirrespuesta

<i>Espectáculo / Evento cultural</i>	1
<i>Visita guiada</i>	2
<i>Restaurante / Cafetería</i>	3
<i>Otros, especificar</i>	70

Filtro:

Si NO P3_1_1= (70) ir a la siguiente.

3.2 ¿Suele caminar por el entorno que rodea al edificio?

<i>Sí</i>	1
<i>No</i>	2
<i>Ns/Nc</i>	98

Salto:

Si NO P3_1_1= (1) ir a [P3_13]

VALORACIÓN DEL ESPECTÁCULO / EVENTO CULTURAL

3.3 ¿Me podría indicar si está abonado a Les Arts?

<i>Sí</i>	1
<i>No</i>	2
<i>Ns/Nc</i>	98

3.4 En los últimos 2 años, ¿cuántas veces ha asistido a un espectáculo en Les Arts?

3.5 ¿Recuerda la última vez que visitó Les Arts para asistir a un espectáculo o evento cultural?

Indicar año y clasificar

Año: _____

<i>Antes de la pandemia de COVID-19</i>	1
<i>Durante la pandemia de COVID-19</i>	2
<i>Ns/Nc</i>	98

A continuación, nos centraremos en esta última visita...

3.6 ¿De qué tipo era el espectáculo / evento cultural?

<i>Opera</i>	1
<i>Zarzuela</i>	2
<i>Ballet / Danza</i>	3
<i>Flamenco</i>	4
<i>Recital / Lied</i>	5
<i>Concierto sinfónico</i>	6
<i>Concierto de música moderna</i>	7
<i>Actividad educativa / Familiar</i>	8
<i>Matins a Les Arts</i>	9
<i>Otros, especificar</i>	70
<i>Ns/Nc</i>	98

Filtro:

Si NO P3_6= (70) ir a la siguiente.

3.7 ¿Cómo conoció este evento / espectáculo?

Pregunta multirrespuesta

<i>Radio</i>	1
<i>Televisión</i>	2
<i>Prensa</i>	3
<i>Redes Sociales</i>	4
<i>Página web de Les Arts</i>	5
<i>Newsletter / Correos electrónicos de Les Arts</i>	6
<i>Carteles o folletos</i>	7
<i>Una persona conocida</i>	8
<i>Otro, especificar</i>	70
<i>Ns/Nc</i>	98

Salto:

Si P3_7= (4) ir a [P3_7_1]

Si P3_7= (1;2;3;5;6;7;8;70;98) ir a [P3_8]

Filtro:

Si NO P3_7= (70) ir a la siguiente.

Salto:

Si P3_7= (4) ir a [P3_7_1]

Si P3_7= (1;2;3;5;6;7;8;70;98) ir a [P3_8]

Filtro:

Si NO P3_7= (3) ir a la siguiente.

Salto:

Si P3_7= (4) ir a [P3_7_1]

Si P3_7=(1;2;3;5;6;7;8;70;98) ir a [P3_8]

3.7.1 ¿Me podría indicar a través de que redes sociales conoció el evento o espectáculo al que asistió? Pregunta multirrespuesta

<i>Twitter</i>	1
<i>Facebook</i>	2
<i>Instagram</i>	3
<i>YouTube</i>	4
<i>Otro</i>	70

Filtro:

Si NO P3_7_1= (70) ir a la siguiente.

3.8 ¿Con quién asistió? Pregunta multirrespuesta

Pareja.....	1
Hijos/as.....	2
Padre / Madre	3
Otros familiares	4
Amigos/as	5
Otro, especificar	70
Ns/Nc	98

Filtros:

Si NO P3_8 = (70) ir a la siguiente.

3.9 ¿Por qué decidió (o decidieron) ir a este evento / espectáculo? Pregunta multirrespuesta

Interés por el espectáculo / artista	1
Otra persona decidió por mi (fue un regalo).....	2
Regalo para otra persona (yo era acompañante).....	3
Publicidad	4
Críticas profesionales (prensa...)	5
Opinión en redes sociales.....	6
Opinión de amigos / familiares	7
Premios recibidos.....	8
Otro, especificar	70
Ns/Nc	98

3.11 Valore dentro de una escala de 0 a 10, los siguientes aspectos relacionados con su última visita a Les Arts (0 es la puntuación mínima y 10 la puntuación máxima).

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns/Nc
Relación calidad - precio	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
Comodidad de las instalaciones	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
Trato y amabilidad del personal	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
Higiene y limpieza	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
Medidas Covid-19 (reducción de aforo, control de temperatura, etc.)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98

3.12 Del 0 al 10, valore su satisfacción general con la visita a Les Arts, siendo 0 muy insatisfecho y 10 muy satisfecho

0.....	0
1.....	1
2.....	2
3.....	3
4.....	4
5.....	5
6.....	6
7.....	7
8.....	8
9.....	9
10.....	10
Ns/Nc	98

Salto:

Si P3_12= (7;8;9;10;98) ir a [P3_13]

3.12.1 ¿Hubo algo que no le gustara?

3.13 ¿Prevé asistir a Les Arts en los próximos meses para disfrutar de su programación?

Sí.....	1
No	2
No lo sabe todavía (no leer)	3

Salto:

Si NO P3_1= (1) ir a [P5_1]

Filtros:

Si NO P3_9 = (70) ir a la siguiente.

Si NO P3_9= (4) ir a la siguiente.

3.10 ¿Quién tomó la iniciativa de asistir a este evento / espectáculo?

La decisión fue suya.....	1
La decisión fue de su acompañante/es	2
Fue una decisión conjunta	3
Otras personas no acompañantes decidieron (regalo de un tercero).....	4
Otros, especificar	70
Ns/Nc.....	98

Filtros:

Si NO P3_10= (70) ir a la siguiente.

Filtros:

Si NO P3_13= (2) ir a la siguiente.

Si NO P3_1= (1) ir a [P5_1]

Filtros:

Si NO P3_13= (3) ir a la siguiente.

Salto:

Si NO P3_1= (1) ir a [P5_1]

BLOQUE 4. EXPERIENCIAS

4.1 ¿Recuerda alguna experiencia con Les Arts que le haya sorprendido positivamente? (algo que le haya ocurrido que no esperaba y le ha sorprendido, le ha gustado, ha quedado muy contento...)

Sí.....	1
No.....	2
Ns/Nc.....	98

Filtros:

Si NO P4_1= (1) ir a la siguiente.

4.2 ¿Y destacaría alguna experiencia negativa?

Sí.....	1
No.....	2
Ns/Nc.....	98

Filtros:
Si NO P4_2= (1) ir a la siguiente.

BLOQUE 5. CONOCIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN DE LES ARTS

5.1 ¿En qué medida conoce la programación de Les Arts, de 0 a 10, siendo 0 que no la conoce en absoluto y 10 que la conoce bastante?

0.....	0
1.....	1
2.....	2
3.....	3
4.....	4
5.....	5
6.....	6
7.....	7
8.....	8
9.....	9
10.....	10
Ns/Nc.....	98

5.2 ¿Considera que Les Arts ofrece publicidad o da a conocer los espectáculos de su programación?

Sí.....	1
No.....	2
Ns/Nc.....	98

5.3 ¿Es seguidor de Les Arts en redes sociales?

Sí.....	1
No.....	2
Ns/Nc.....	98

Saltos:
Si P5_3= (2;98) ir a [P5_4]

5.3.1 ¿Qué redes sociales de Les Arts sigue? Pregunta multirrespuesta

Facebook.....	1
Twitter.....	2
Instagram.....	3
YouTube.....	4

5.4 ¿En qué medida visita nuestra página web para informarse de la programación y novedades de Les Arts?

Muy frecuentemente (al menos 1 vez al mes).....	1
De vez en cuando (cada 2 o 3 meses).....	2
Rara vez (menos de 1 vez cada 3 meses).....	3
No he entrado nunca.....	4
No conozco la página web.....	5
Otros, especificar.....	70

Filtros:
Si NO P5_4= (70) ir a la siguiente.

5.5 Del 1 al 5, ¿Le interesaría disfrutar de la programación de Les Arts de manera online o de forma digital? siendo 1 que no le interesaría en absoluto y 5 que le interesaría mucho.

1.....	1
2.....	2
3.....	3
4.....	4
5.....	5
Ns/Nc.....	98

BLOQUE 6. RECOMENDACIÓN

6.1 De 0 a 10, ¿hasta qué punto recomendaría Les Arts a sus amigos o familiares? 0 es nada probable y 10 es seguro que lo recomendaría

0.....	0
1.....	1
2.....	2
3.....	3
4.....	4
5.....	5
6.....	6
7.....	7
8.....	8
9.....	9
10.....	10
Ns/Nc.....	98

6.2 ¿Puede indicar los motivos principales de esta valoración?

BLOQUE 7. SUGERENCIAS Y PROPUESTAS DE MEJORA

7.1 ¿Qué echa en falta o que mejoraría de los servicios ofrecidos en Les Arts?

BLOQUE 8. PERFIL DE LA PERSONA ENCUESTADA: ASPECTOS CULTURALES

8.1.1 ¿En qué medida le interesan los siguientes ámbitos? Indique si le interesan mucho, bastante, poco o nada. ¿Ha asistido a un evento de este tipo en los últimos 2 años?

	<i>Mucho</i>	<i>Bastante</i>	<i>Poco</i>	<i>Nada</i>	<i>Ns/Nc</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>Ns/Nc</i>
Teatro	1	2	3	4	98	1	2	98
Opera	1	2	3	4	98	1	2	98
Zarzuela	1	2	3	4	98	1	2	98
Ballet / Danza	1	2	3	4	98	1	2	98
Espectáculos familiares o infantiles	1	2	3	4	98	1	2	98
Concierto de música sinfónica	1	2	3	4	98	1	2	98
Flamenco	1	2	3	4	98	1	2	98
Jazz	1	2	3	4	98	1	2	98
Otros conciertos	1	2	3	4	98	1	2	98

8.1.2 ¿Está suscrito a alguna plataforma de contenido digital en estos momentos (música, series, películas...)?

Sí.....1
No.....2
Ns/Nc.....98

Filtros:
 Si NO P8_1_2= (1) ir a la siguiente.

8.2 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

8.2.1 Género

Masculino.....1
Femenino.....2
Otros.....3
Prefiero no decir.....4

8.2.2 Municipio de residencia

8.2.3 Situación laboral

Trabajando.....1
ERTE.....2
Desempleado.....3
Jubilado / Pensionista.....4
Estudiante.....5
Labores domésticas.....6
Otros.....70
Ns/Nc.....98

Filtros:
 Si NO P8_2_4= (70) ir a la siguiente.

8.2.4 Nivel de estudios

Estudios primarios incompletos.....1
Educación Primaria.....2
ESO, EGB, Bachiller elemental y similares.....3
Bachillerato, BUP, COU y similares.....4
Ciclo Formativo de Grado Medio.....5
Ciclo Formativo de Grado Superior.....6
Estudios universitarios.....7
Postgrado / Máster.....8
Doctorado.....9
Otros, especificar.....70
Ns/Nc.....98

Filtros:
 Si NO P8_2_5= (70) ir a la siguiente.

8.2.5 Estado civil

Soltero/a.....1
Casado/a - Pareja de hecho.....2
Separado/a - Divorciado/a.....3
Viudo/a.....4
Ns/Nc.....98

8.2.6 Tipo de hogar

Vive solo.....1
Solo/a con sus hijos/as (con o sin otros parientes).....2
Pareja sin hijos que convivan en el hogar.....3
Pareja con hijos que convivan en el hogar.....4
Vive con su padre/madre.....5
Personas que no forman ningún núcleo familiar entre sí.....6
Otros, especificar.....70
Ns/Nc.....98

Filtros:
 Si NO P8_2_7= (70) ir a la siguiente.

8.2.7 Nivel de ingresos mensuales (en el hogar)

Sin ingresos.....1
Menos de 1.000 €.....2
1.001 - 2.000 €.....3
2.001 - 3.000 €.....4
3.001 - 4.000 €.....5
Más de 4.000 €.....6
Ns/Nc.....98

OBSERVACIONES DE LA ENTREVISTA (A RELLENAR POR EL ENCUESTADOR)