



Projeto de Satisfação OESP 2009



Introdução

Histórico

- ♪ A OSESP atualmente é administrada por uma fundação cuja missão é gerir a orquestra e a Sala São Paulo. Para atender ao contrato de gestão, a Fundação OSESP deve monitorar o grau de satisfação de seus clientes.

Objetivo

- ♪ O objetivo principal deste projeto é avaliar o nível de satisfação do público da OSESP e dos freqüentadores da Sala São Paulo. Estes resultados estão sendo comparados com os obtidos na pesquisa realizada em 2008.

- ♪ Pesquisa **Quantitativa**.
- ♪ Técnica de coleta de dados: **entrevistas por internet** (e-survey), através de questionário de auto-preenchimento.
- ♪ **Seleção dos respondentes**: o IBOPE Inteligência enviou um email-convite a todos os participantes da listagem de assinantes e compradores de ingressos avulsos enviada pela **OSESP**. Os resultados consideram todos os questionários preenchidos até a data de encerramento da pesquisa.
- ♪ O estudo teve **caráter branded**, ou seja, os respondentes souberam que o solicitante da pesquisa é a Fundação **OSESP**.

♪ Perfil

- Homens e mulheres;
- Acima de 16 anos;
- Espectadores dos concertos da **OSESP**;
- Assinantes e compradores de ingressos avulsos;
- Freqüentadores da Sala São Paulo.

PERFIL	PLANEJADO	REALIZADO	MARGEM DE ERRO
Assinantes antigos	400	547	3,9 p.p.
Assinantes novos (2009 = primeiro ano de assinatura)	200	111	9,2 p.p.
Compradores avulsos	100	91	9,3 p.p.
TOTAL	700	749	3,3 p.p.

4.060 emails
16% de retorno

515 emails
18% de retorno

Data de campo: 17/06 a 30/06 de 2009

Situação do entrevistado em relação a OSESP (% e NA)

	2007		2008		2009	
	(NA)	(%)	(NA)	(%)	(NA)	(%)
Base: Total amostra	802		813		749	
Eu já era assinante da OSESP em 2008 e RENOVEI MINHA ASSINATURA para a temporada 2009, mantendo a mesma série e o mesmo lugar na sala	(417)	52	(413)	51	(385)	51
• Eu já era assinante da OSESP em 2008 e TROQUEI MINHA ASSINATURA para a temporada 2009, trocando de série, de lugar na sala ou ambos	(202)	25	(171)	21	(162)	22
Eu não era assinante da OSESP em 2008 e fiz uma ASSINATURA NOVA para a temporada 2009	(150)	19	(141)	17	(111)	15
• Eu NÃO SOU ASSINANTE da OSESP	(33)	4	(88)	11	(91)	12



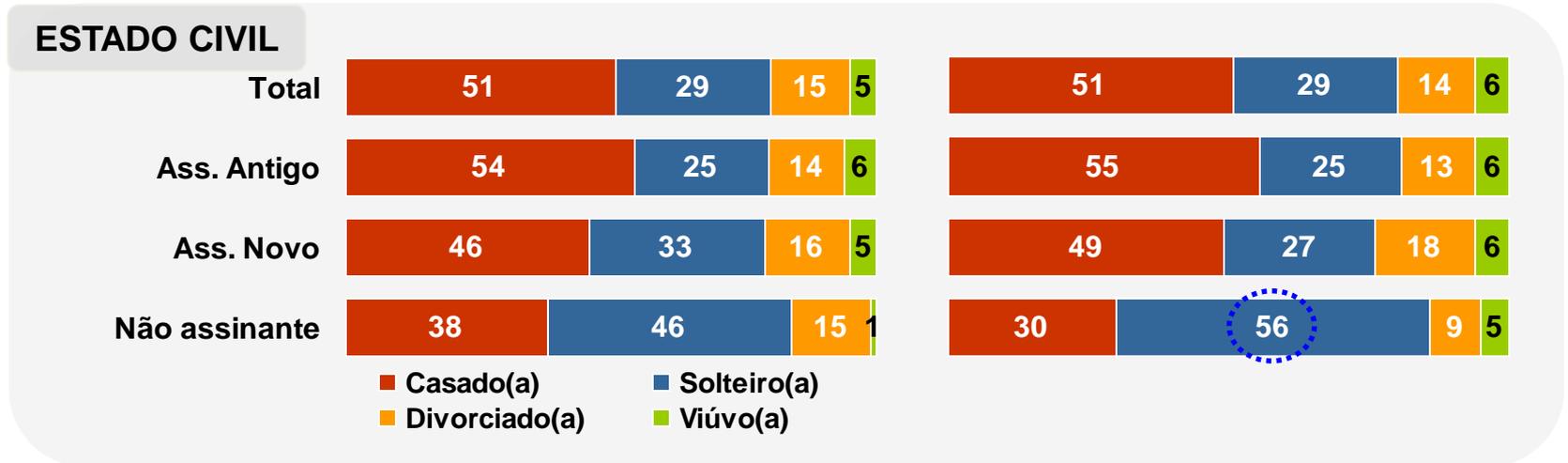
Perfil da amostra



Perfil da Amostra (%)

2008

2009



Base: Aceitaram responder 2008 (772) (556) (134) (82)
Aceitaram responder 2009 (709) (515) (108) (86)

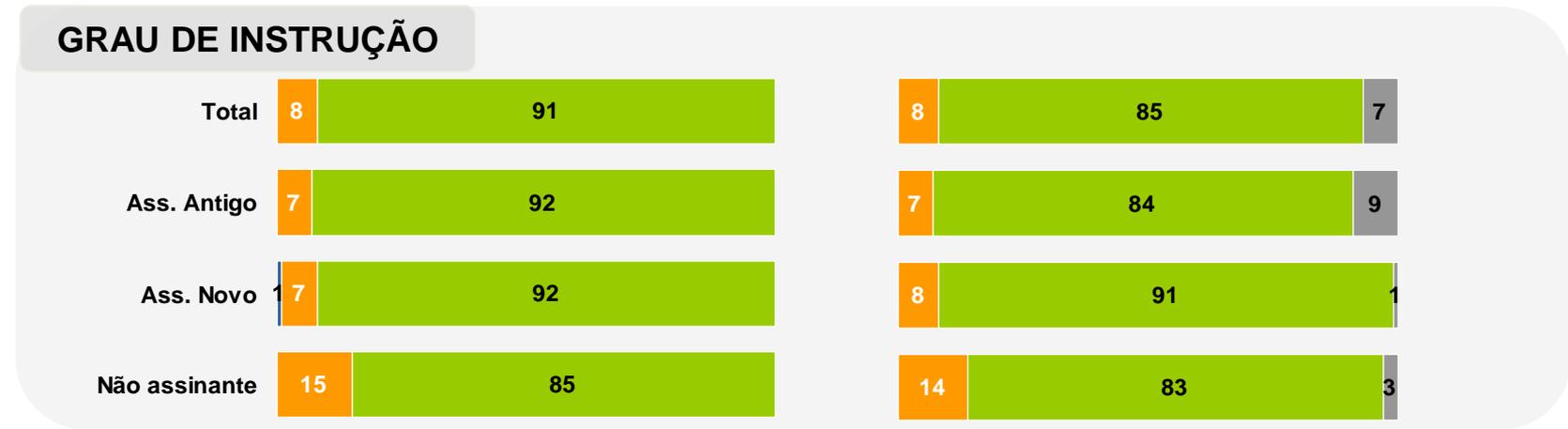
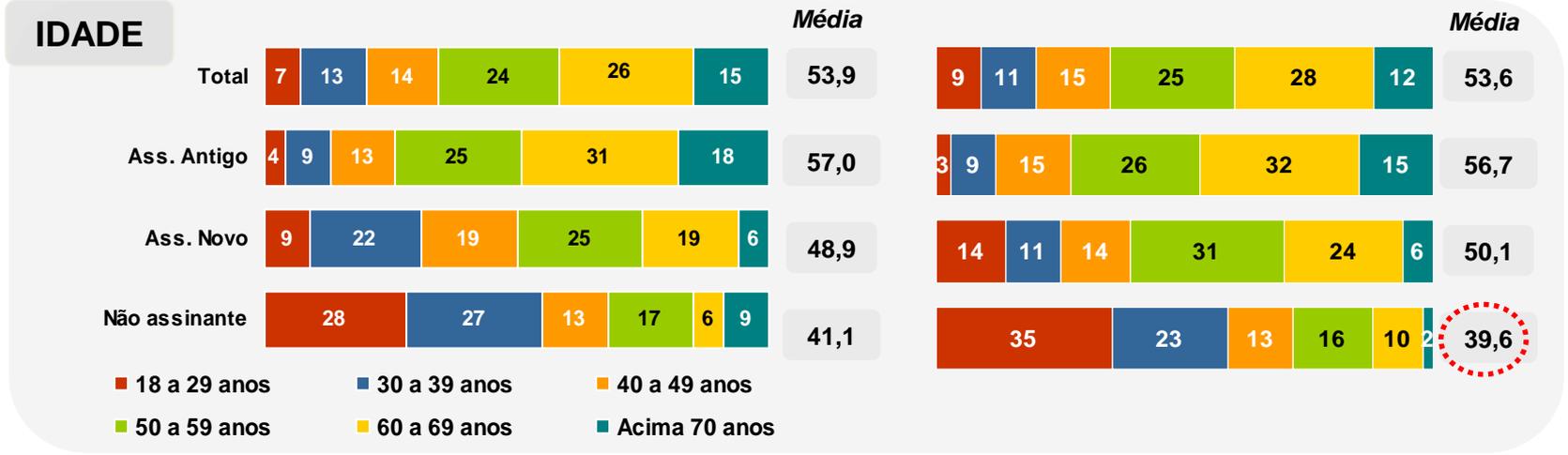
P52. Informe, por favor, seu sexo (RU)
P54. Qual é o seu estado civil? (RU)



Perfil da Amostra (%)

2008

2009



Base: Aceitaram responder 2008 (772) (556) (134) (82)
 Aceitaram responder 2009 (709) (515) (108) (86)

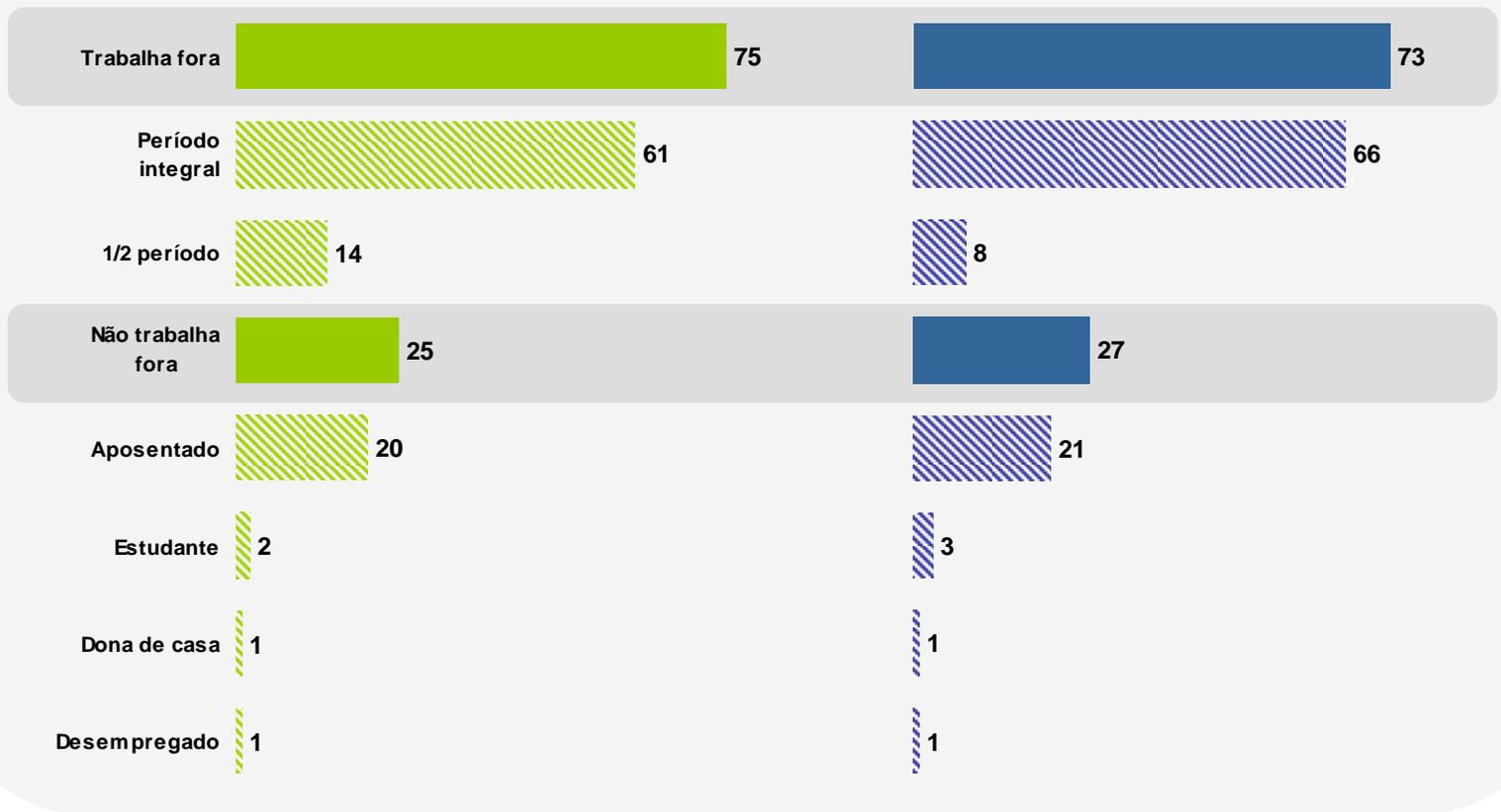
P55. Qual a sua idade, em anos? (RU)
 P57. Qual é o seu grau de escolaridade? Até que ano de escola o Sr.(a) cursou? (RU)

Perfil da Amostra - Total (%)

2008

2009

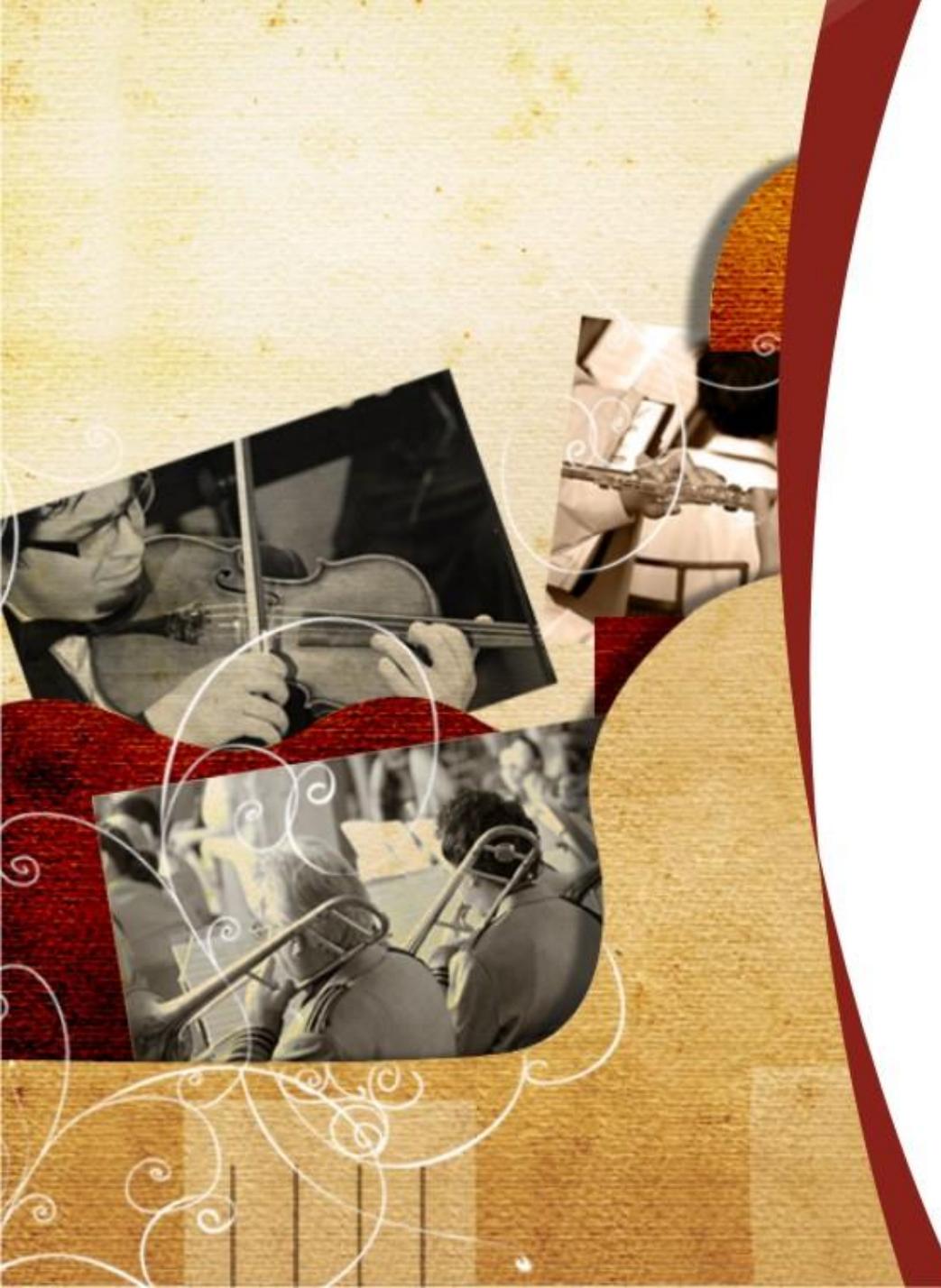
OCUPAÇÃO



Base: Aceitaram responder 2008 (772)
Aceitaram responder 2009 (709)

P53. Qual é a sua ocupação? (RU)

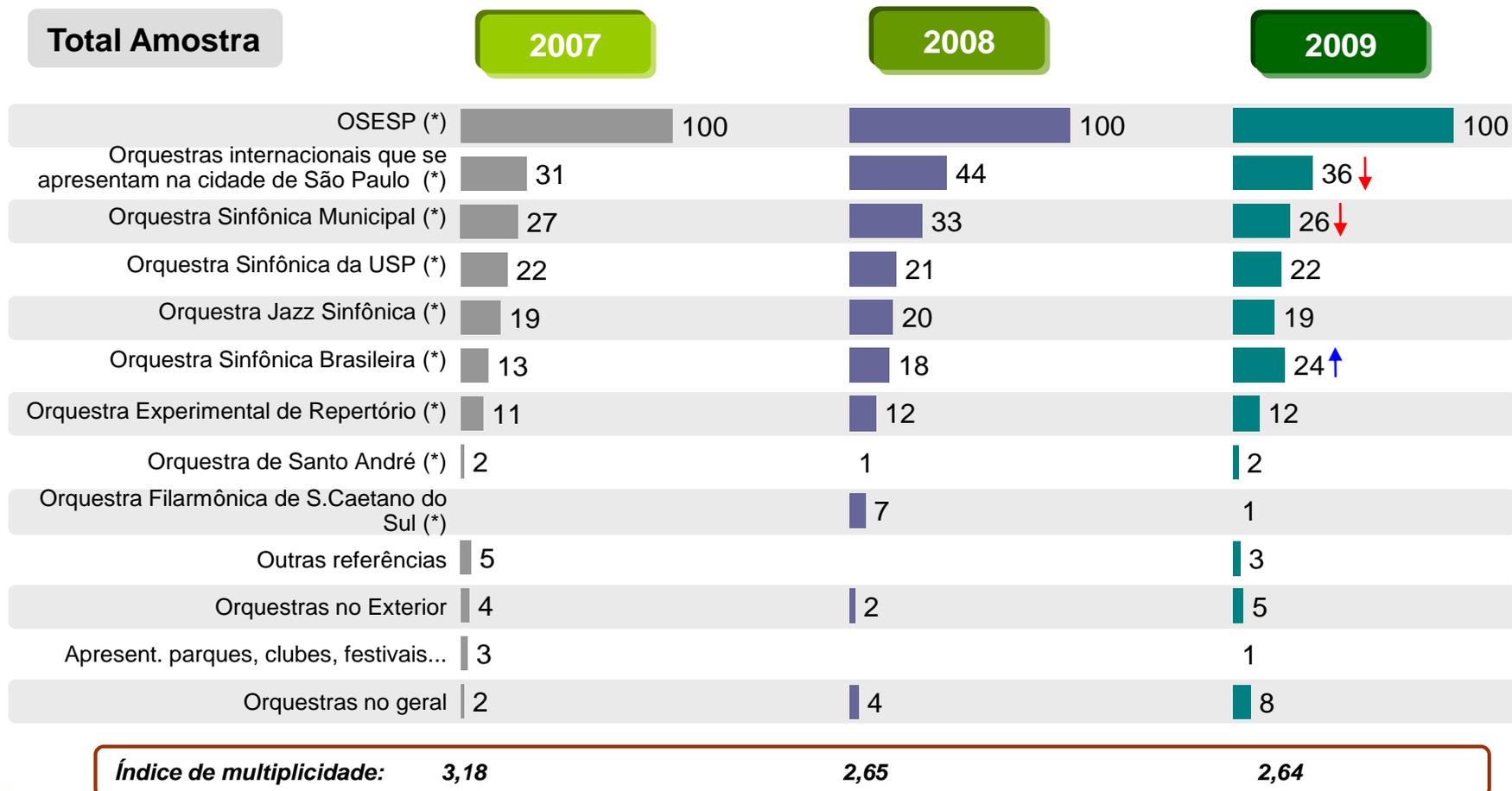




Experiência musical



Concertos aos quais costuma assistir (%)



(*) Itens estimulados

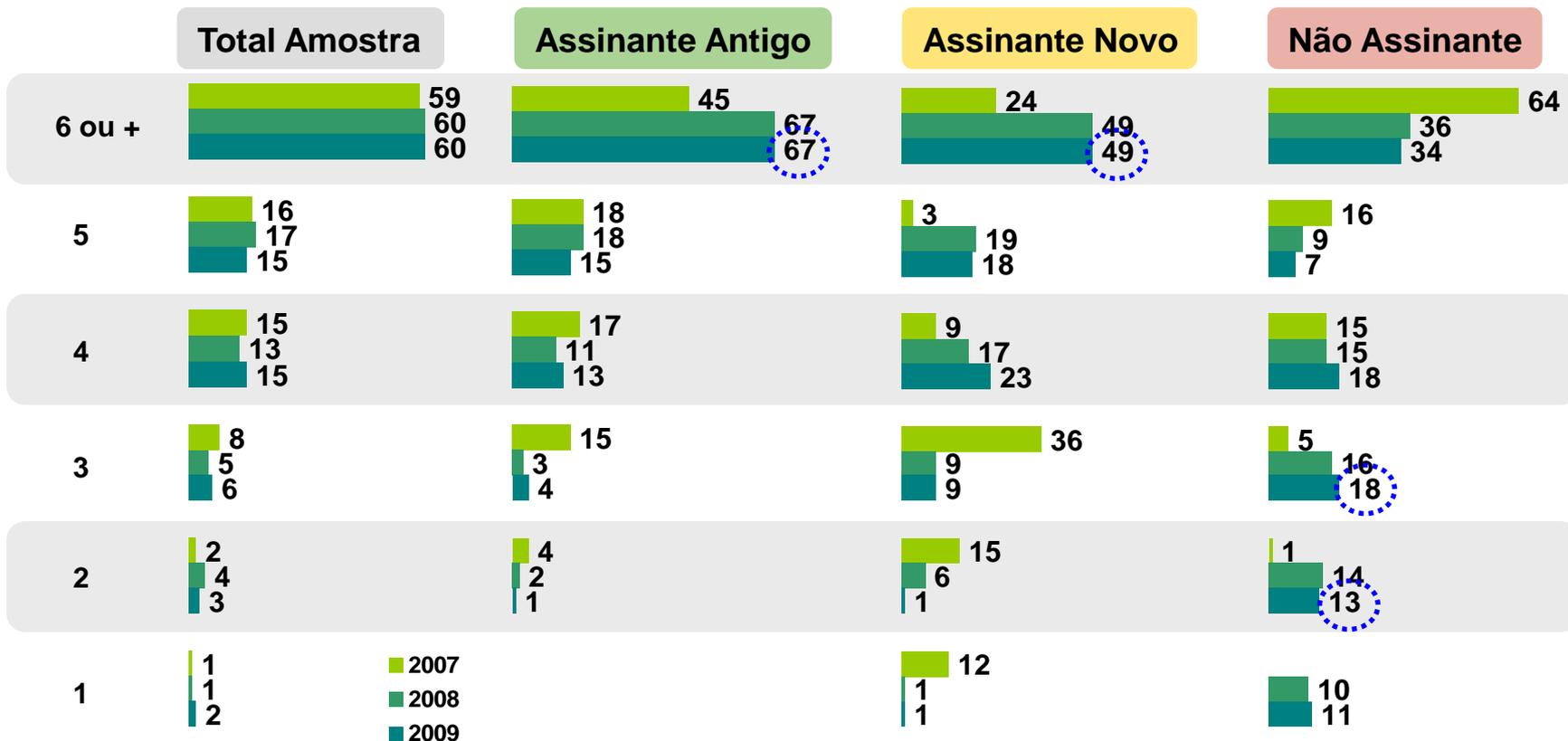


Base: 2007 (802), 2008 (813), 2009 (749)

IBOPE
inteligência

Orquestras nacionais e/ou internacionais

Número de concertos que assistiu nos últimos 6 meses (%)



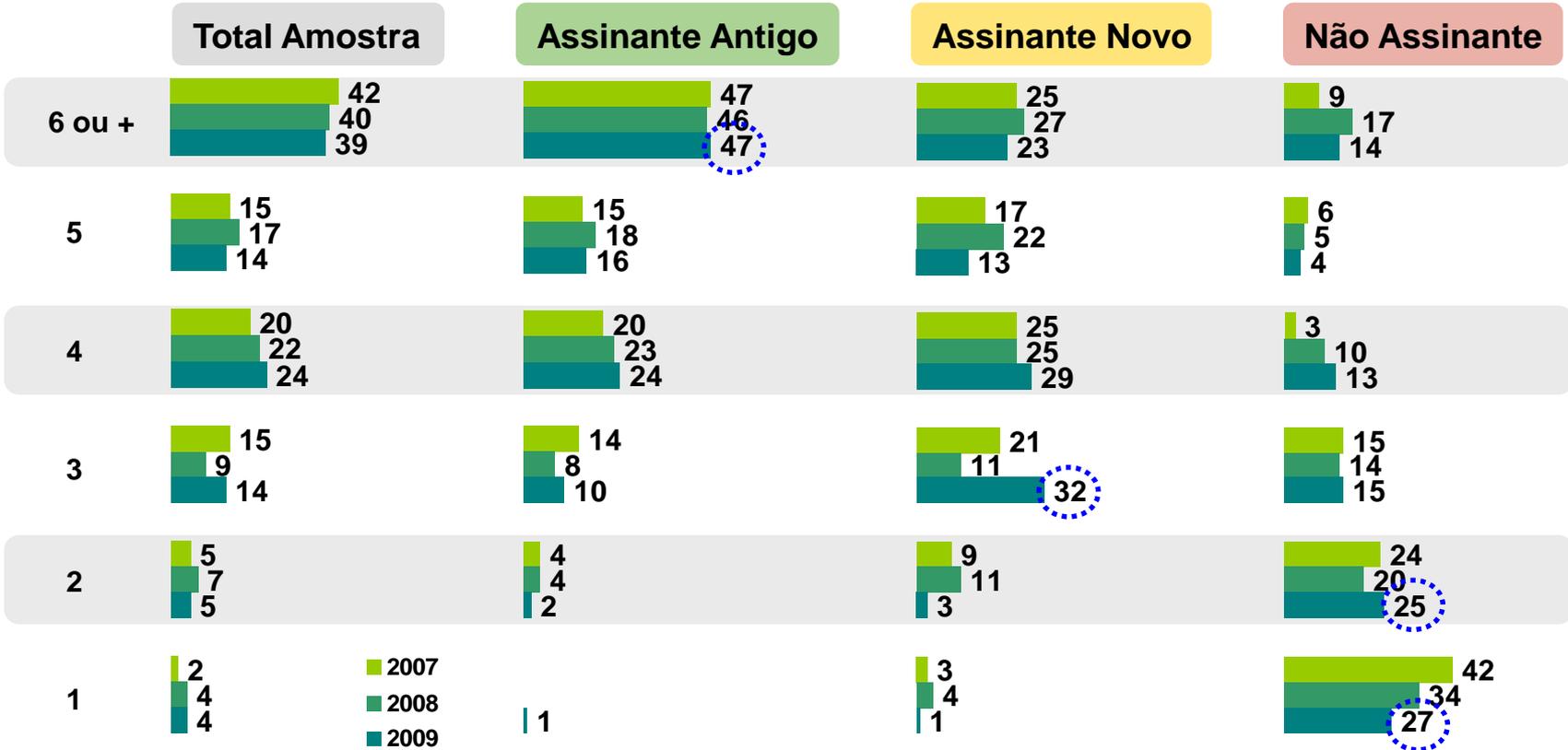
Média: 2007 5,2
 2008 5,2
 2009 5,2

5,3
 5,5
 5,4

4,9
 5,0
 5,0

3,5
 4,1
 4,0

Número de concertos da OSESP que assistiu nos últimos 6 meses (%)



Média:	2007	2008	2009
	4,6	4,6	4,6
	4,9	4,9	4,9
	4,2	4,3	4,2
	2,3	2,8	2,9

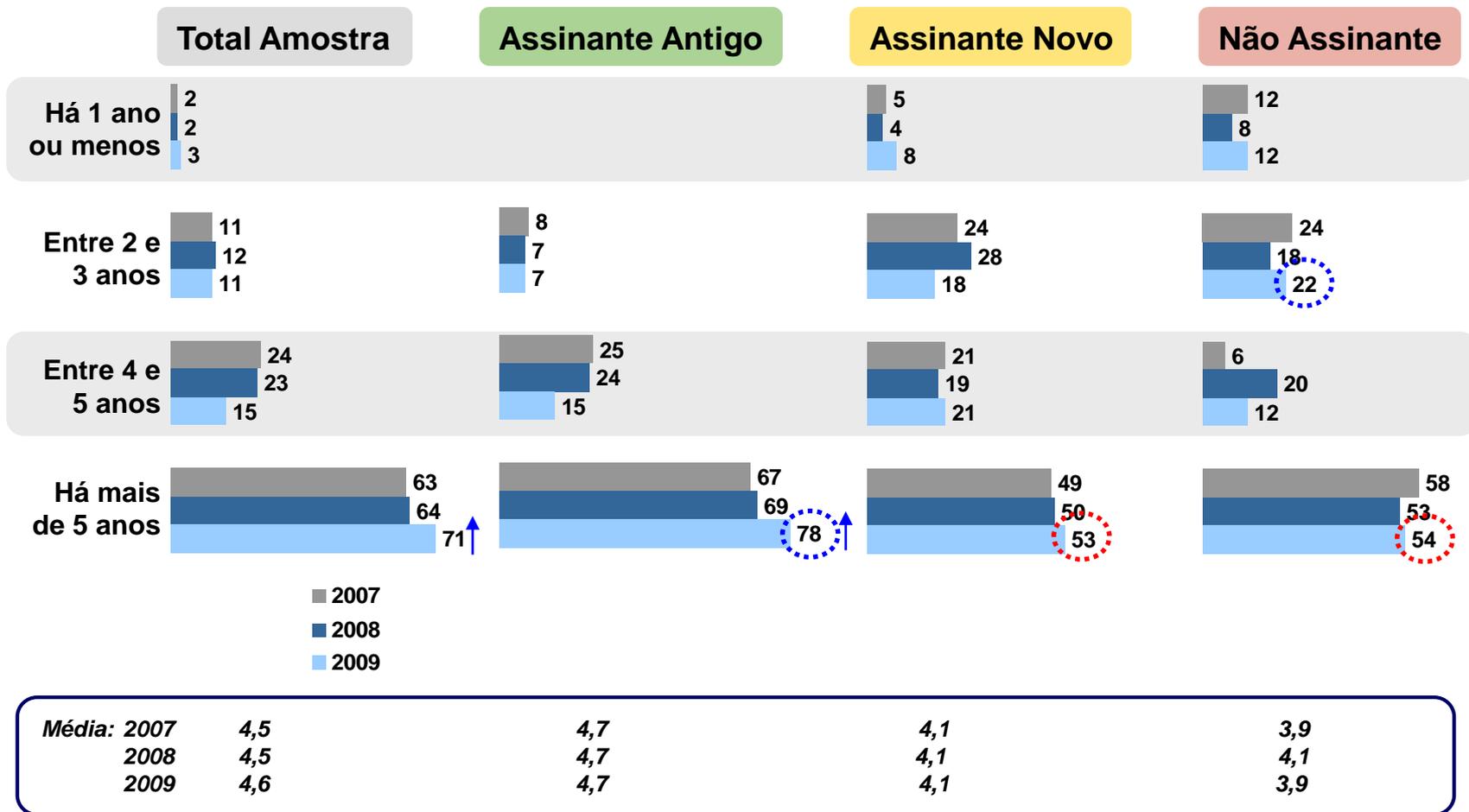


Base: Amostra 2007 (802) (619) (150) (33)
 2008 (813) (584) (141) (88)
 2009 (749) (547) (111) (91)



P4. E a quantos concertos da OSESP o(a) Sr.(a) assistiu nos últimos seis meses? (RU)
 Observação para consistência (a resposta da p4 deve ser igual ou menor que a resposta da p3)

Tempo de conhecimento da OSESP (%)



Como se informa sobre a programação e as atividades da OSESP (%)

	Total Amostra			Assinante Antigo			Assinante Novo			Não Assinante		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Base: Amostra	(802)	(813)	(749)	(619)	(584)	(547)	(150)	(141)	(111)	(33)	(88)	(91)
• Livreto de assinatura *	68	68	61↓	74	78	71	52	60	51	36	14	15
• Site da OSESP *	-	51	70↑	-	43	65	-	61	80	-	84	87
• Programa oficial da OSESP (mensal) *	-	39	48↑	-	44	53	-	29	45	-	16	21
• Jornais *	44	30	40↑	44	28	42	45	34	37	33	32	34
• Folhetos/ Folders distribuídos na Sala São Paulo *	-	19	33↑	-	20	35	-	20	29	-	15	25
• Revistas *	22	17	25↑	22	16	26	23	15	23	21	23	21
• Internet *	34	14	13	27	8	11	53	23	16	64	38	24
• Cartazes na Sala São Paulo *	-	14	24↑	-	14	27	-	12	17	-	10	14
• Rádio *	10	6	20↑	9	5	21	14	4	18	9	9	14
• Amigos, parentes e/ou outros *	11	5	9	10	4	8	15	7	14	15	7	8
• Folhetos e/ou cartazes em espaços culturais, livrarias, cinemas, restaurantes, ... *	2	3	4	2	2	4	3	1	5	6	9	3
• TV *	-	1	6	-	1	6	-	2	5	-	3	2
• Através da assinatura da OSESP	-	1	1	-	1	1	-	-	2	-	-	-
Índice de Multiplicidade	1,9	2,7	3,6	1,9	2,7	3,7	2,1	2,7	3,4	1,9	2,6	2,7

(*) Itens estimulados em 2008/2009



Como se informa sobre a programação e as atividades da OSESP (% e NA)

2009

	Total Amostra	Assinante Antigo	Assinante Novo	Não Assinante
JORNAL	100	100	100	(100)
Base: Citou	(301)	(229)	(41)	(31)
	%	%	%	%
• O ESTADO DE SÃO PAULO	65	67	61	52
• FOLHA DE SÃO PAULO	52	52	51	61
• OUTROS JORNAIS	1	-	5	-
RÁDIO	100	100	(20)	(13)
Base: Citou	(148)	(115)	(20*)	(13*)
	%	%	NA	NA
CULTURA	80	83	(12)	(10)
• Cultura FM/ 103 FM	40	43	(7)	(3)
• Cultura	40	42	(5)	(6)
• Cultura AM	1	-	-	(1)
ELDORADO	19	17	(7)	(1)
• Eldorado	15	12	(7)	(1)
• Eldorado AM	3	3	-	-
• Eldorado FM	2	3	-	-
CBN	11	10	(2)	(3)
• CBN	11	10	(2)	(3)
• CBN AM	1	1	-	-
BAND	3	3	-	(1)
• Band News	2	2	-	(1)
• Band AM	1	1	-	-
• Band News FM	1	1	-	-
OUTROS RÁDIOS	5	5	-	(2)
SEM RESPOSTA	1	-	(1)	-

(*) Base pequena

Como se informa sobre a programação e as atividades da OSESP (% e NA)

2009

	Total Amostra	Assinante Antigo	Assinante Novo	Não Assinante
REVISTA	100	100	(26)	(19)
Base: Citou	(189)	(144)	(26*)	(19*)
	%	%	NA	NA
CONCERTO	50	55	(11)	(5)
BRAVO	8	8	(2)	(2)
PIAÚÍ	2	2	-	(1)
GUIA DA FOLHA	2	1	(2)	-
VEJA	48	47	(14)	(10)
• Veja	39	39	(10)	(7)
• Veja São Paulo/ Vejinha	10	8	(4)	(3)
OUTRAS REVISTAS	4	3	(1)	(2)
SEM RESPOSTA	1	1	-	-
CANAIS	100	100	(6)	(2)
Base: Citou	(43)	(35)	(6*)	(2*)
	%	%	NA	NA
TV CULTURA	91	94	(4)	(2)
TV GLOBO	7	6	(1)	-
• TV Globo News	5	3	(1)	-
• TV Globo	2	3	-	-
SEM RESPOSTA	5	3	(1)	-

(*) Base pequena

Como se informa sobre a programação e as atividades da OSESP (%)

2009

	Total Amostra	Assinante Antigo	Assinante Novo	Não Assinante
SITES OU PORTAL	100	100	100	100
Base: Citou	(101)	(61)	(18)	(22)
%	%	%	NA	NA
MENÇÕES RELACIONADAS AOS SITES/ PORTAIS	77	70	(13)	(22)
• Uol	40	41	(7)	(8)
• Terra	8	8	(3)	-
• Revistaconcerto	7	5	(3)	(1)
• Vivamusica	6	3	(1)	(3)
• Folha Online	6	2	(3)	(2)
• Ingressorapido	5	2	-	(4)
• New Letters	4	3	(1)	(1)
• Google	3	3	(1)	-
• Salasaopaulo	3	2	-	(2)
• Estadao	2	-	(1)	(1)
• Vejinha	2	2	(1)	-
• Guiadasemana	2	-	(1)	(1)
• Teatromunicipal	1	-	-	(1)
• Orkut	1	2	-	-
• Culturafm	1	2	-	-
• Guiaaopaulo	1	-	-	(1)
• Movimento	1	2	-	-
• Bravo	1	2	-	-
• Valor Econômico	1	2	-	-
• Ingresso Fácil	1	-	-	(1)
• Governo do Estado	1	2	-	-
• Mozarteum	1	2	-	-
• Clássicos	1	2	-	-
INTERNET SEM ESPECIFICAR	15	20	(3)	-
• Por e-mails	10	13	(2)	-
• Diversos Sites	2	3	-	-
• Sites de diversão s/e	1	-	(1)	-
• Site s/e	1	2	-	-
• Internet	1	2	-	-
SEM RESPOSTA	9	10	(3)	-

Como se informa sobre a programação e as atividades da OSESP (%)

2009

	Total Amostra	Assinante Antigo	Assinante Novo	Não Assinante
FOLHETOS E/OU CARTAZES	100	100	100	100
Base: Citou	(31)	(23)	(5)	(3)
	%	%	%	%
CINEMAS	23	(5)	(1)	(1)
• Frei Caneca Arteplex	10	(2)	-	(1)
• No Espaço Unibanco de Cinema	6	(1)	(1)	-
• Cinema de Shopping	6	(2)	-	-
• Cinemas	3	(1)	-	-
LIVRARIAS	16	(2)	(2)	(1)
• Livraria Cultura	10	(2)	-	(1)
• Loja Fnac	3	-	(1)	-
• Livrarias s/e	3	-	(1)	-
EM OUTROS LUGARES	13	(3)	(1)	-
• Restaurantes	6	(2)	-	-
• Clube Hebraica	3	(1)	-	-
• Bienal	3	-	(1)	-
FOLHETOS E/OU CARTAZES SEM ESPECIFICAR	10	(3)	-	-
CENTROS/ INSTITUTOS CULTURAIS	6	(1)	-	(1)
• Instituto Tomie Otake	3	-	-	(1)
• Espaços Culturais	3	(1)	-	-
MUSEUS	3	-	(1)	-
• Masp	3	-	(1)	-
UNIVERSIDADES/ ESCOLAS	3	(1)	-	-
• Na USP	3	(1)	-	-
SERVIÇOS SOCIAIS E DE APRENDIZAGEM	3	(1)	-	-
• Sesc	3	(1)	-	-
• Sesi	3	(1)	-	-
SEM RESPOSTA	35	(9)	(2)	-

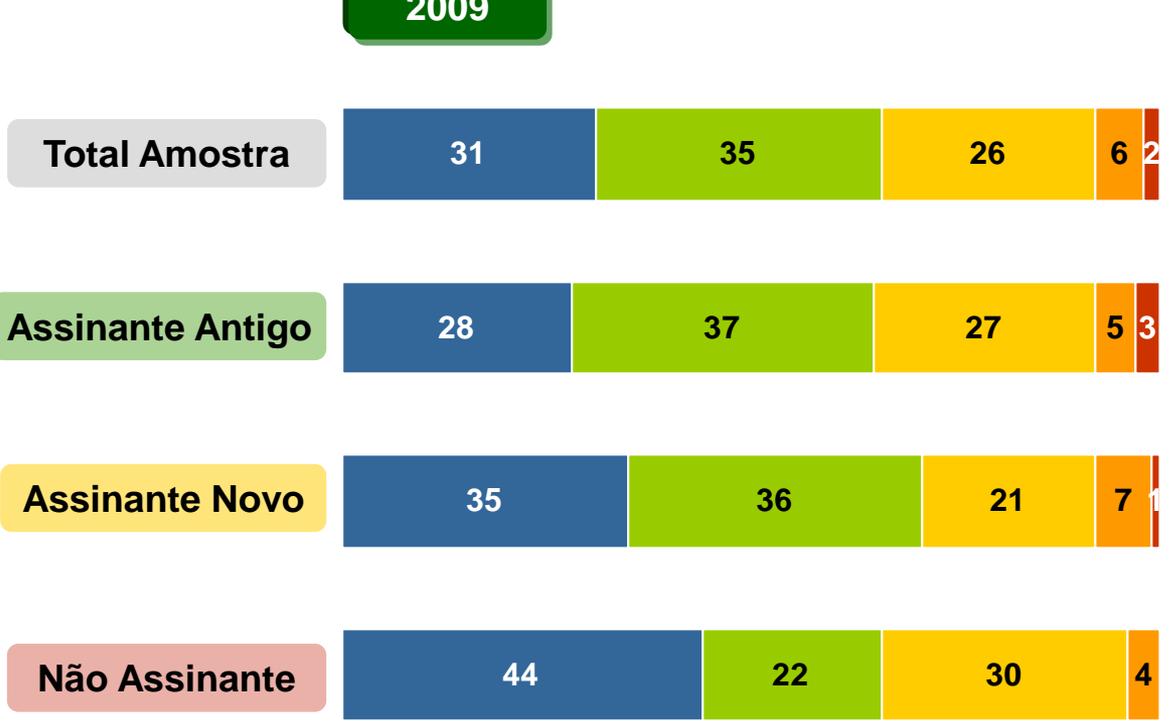


Satisfação com a OESP

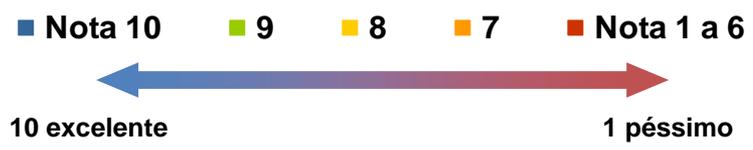


Satisfação geral Execução dos concertos da OSESP (%)

2009



	2007	2008	2009	2007	2008	2009
TOP TRHEE (%)	94	95	92	MÉDIA		
	94	95	92	9,1	9,1	8,8
	97	96	92	9,1	9,1	9,0
	100	95	96	9,5	9,0	9,1



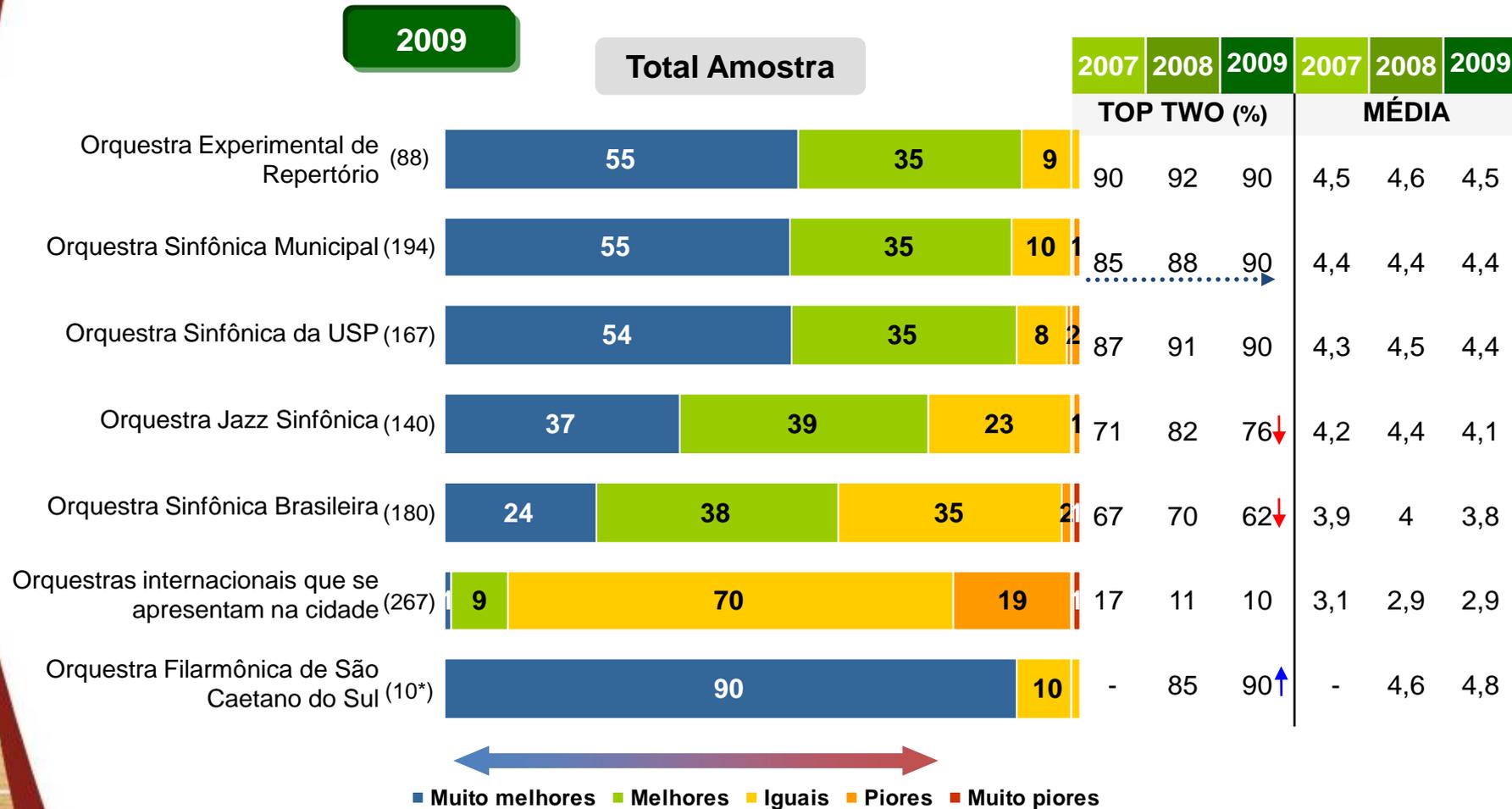
Base: Amostra 2007 (802) (619) (150) (33)
 2008 (813) (584) (141) (88)
 2009 (749) (547) (111) (91)



P7. Considerando a execução dos concertos da OSESP, qual a sua avaliação deles de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). (RU)

Comparando a OSESP a outras orquestras (%)

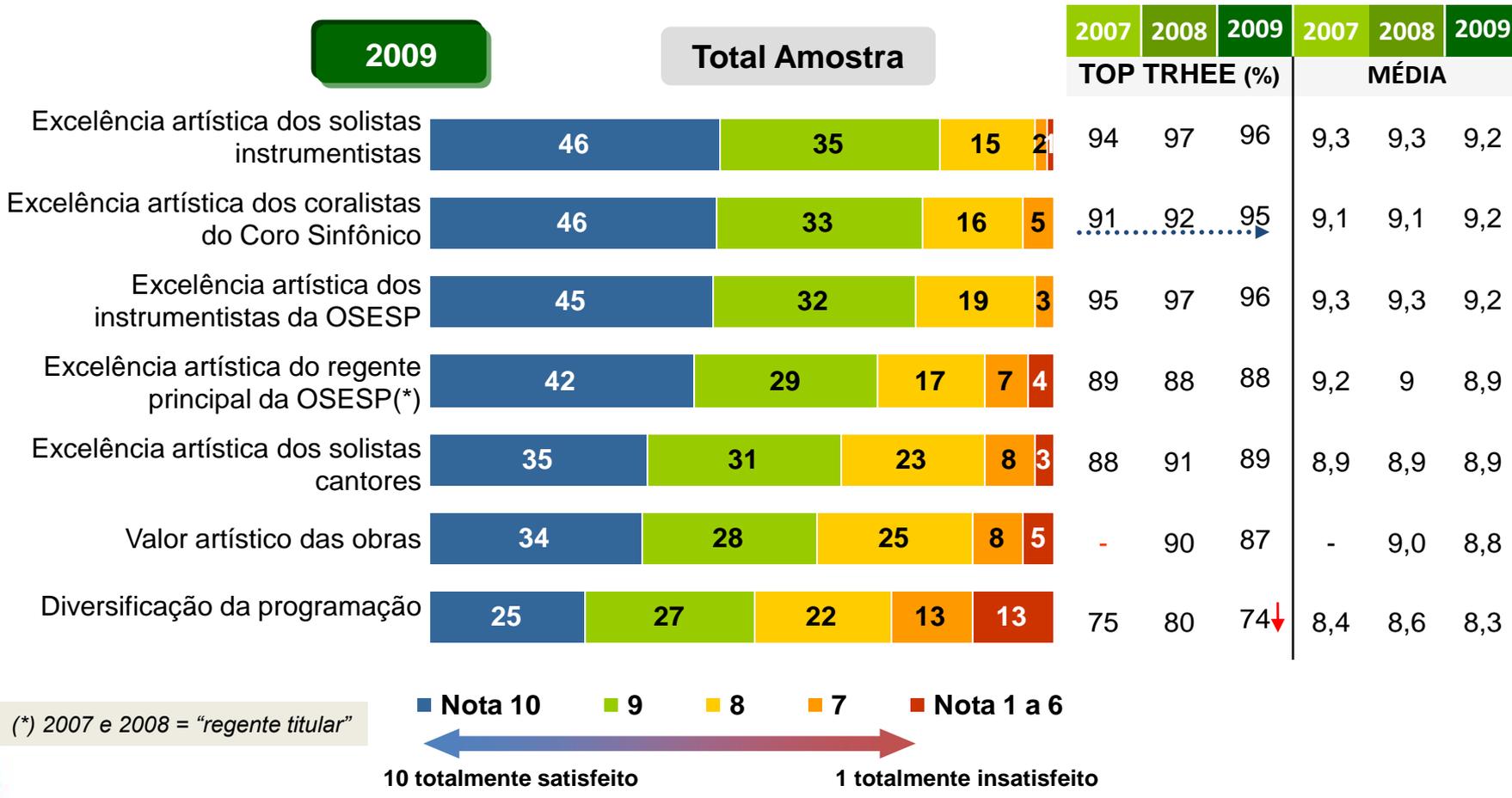
“Comparando com os concertos da _____,
os concertos da OSESP são...”



(*) Base pequena

Base: Citou orquestra

Satisfação com a execução dos concertos pela OSESP (%)



(*) 2007 e 2008 = "regente titular"



Base: Respondente 2007 (794) (735) (794) (789) (732) (---) (796)
 2008 (800) (762) (809) (802) (735) (799) (810)
 2009 (732) (663) (741) (658) (664) (735) (743)

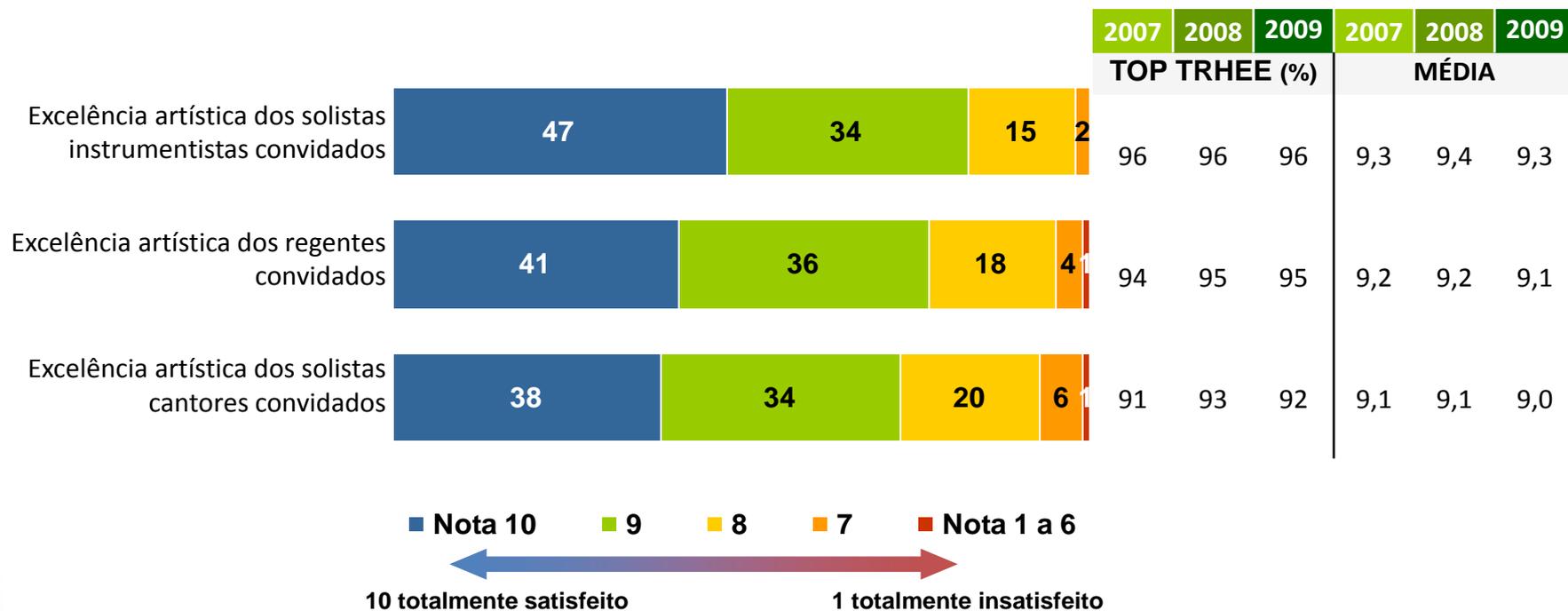


P9. Considerando a execução dos concertos pela OSESP, gostaríamos de saber a sua satisfação com cada um dos seguintes aspectos. Por favor, atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)

Satisfação com os convidados que a OSESP recebe (%)

Total Amostra

2009



Base 2007: Respondente (793) (784) (742)

Base 2008: Respondente (802) (786) (752)

Base 2009: Respondente (732) (727) (675)

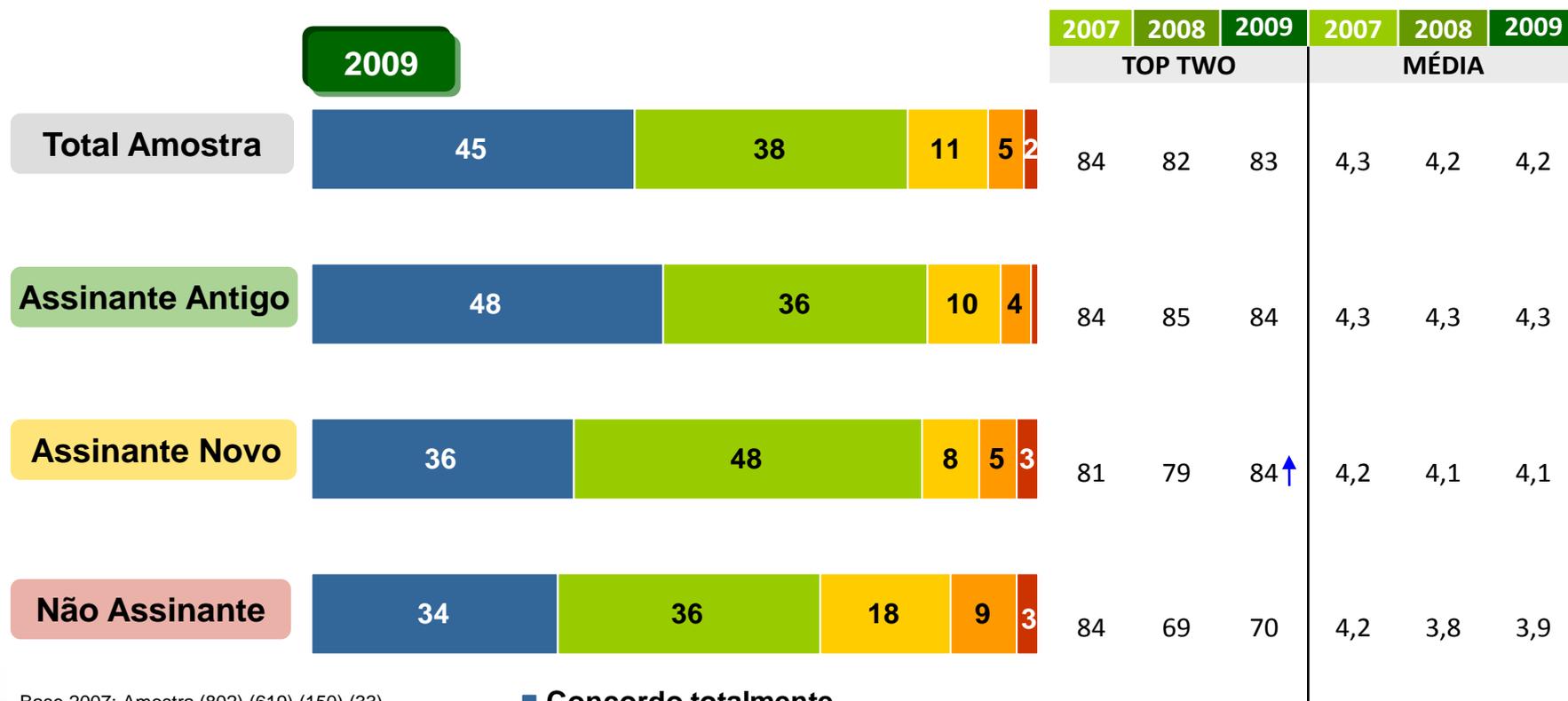


Avaliação da imagem OSESP



Avaliação da imagem OSESP (%)

“A OSESP é uma orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música erudita.”



Base 2007: Amostra (802) (619) (150) (33)

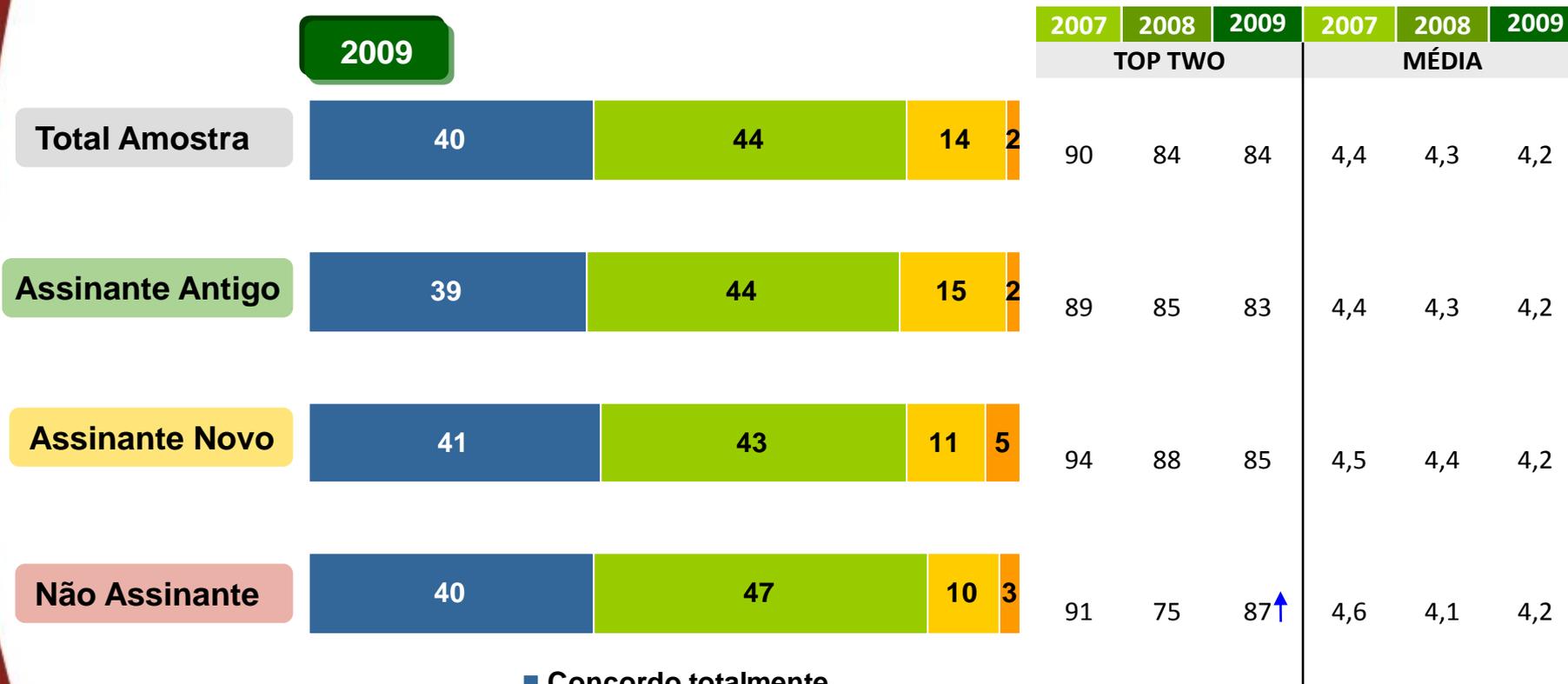
Base 2008: Amostra (813) (584) (141) (88)

Base 2009: Amostra (749) (547) (111) (91)

- **Concordo totalmente**
- **Concordo**
- **Nem discordo nem concordo**
- **Discordo**
- **Discordo totalmente**

Avaliação da imagem OSESP (%)

“A OSESP é uma orquestra que goza de prestígio internacional.”



Base 2007: Amostra (802) (619) (150) (33)

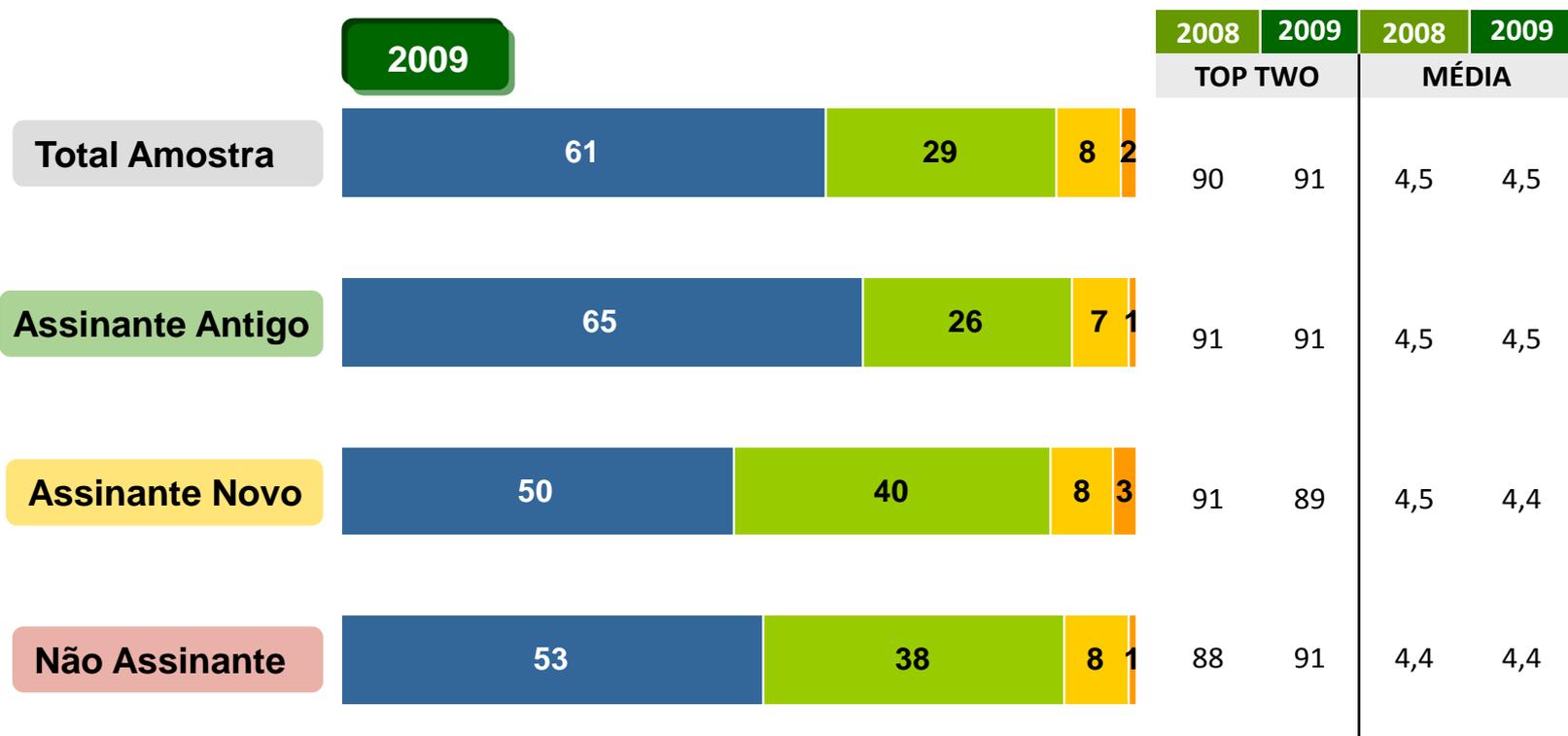
Base 2008: Amostra (813) (584) (141) (88)

Base 2009: Amostra (749) (547) (111) (91)

- Concordo totalmente
- Concordo
- Nem discordo nem concordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Avaliação da imagem OSESP (%)

“A OSESP é a principal referência da música sinfônica no Brasil.”



Base 2007: Amostra (802) (619) (150) (33)
 Base 2008: Amostra (813) (584) (141) (88)
 Base 2009: Amostra (749) (547) (111) (91)

- Concordo totalmente
- Concordo
- Nem discordo nem concordo
- Discordo
- Discordo totalmente



P11. O quanto o(a) Sr(a) concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir? Por favor, use uma escala de 1 a 5, onde 1 é discordo totalmente e 5 é concordo totalmente. (RU)

Conhecimento dos programas OSESP

Definição dos projetos

▶ Discografia da OSESP	CDs gravados pela OSESP.
▶ Programa Sua Orquestra	Programa de contribuição de pessoas físicas aos programas educacionais da OSESP.
▶ Programa Descubra a Orquestra	Projeto educacional da Oseps que oferece concertos didáticos a crianças e adolescentes do ensino médio e fundamental, da rede pública e privada, além de formar professores multiplicadores da apreciação musical.
▶ Academia de Música da OSESP	Curso de aperfeiçoamento profissional com duração de dois a três anos para o apoio ao ingresso de jovens talentosos músicos brasileiros no mercado de trabalho.
▶ Visitas monitoradas à Sala São Paulo	Visitas educativas destinadas a estudantes, turistas e público em geral, com ênfase nos aspectos arquitetônicos e históricos da Sala São Paulo.
▶ Centro de Documentação Musical Maestro Eleazar Carvalho	Disponibiliza para músicos e pesquisadores um acervo especializado que conta com 15.000 títulos, entre livros, partituras, revistas, jornais, imagens e gravações de concertos em áudio e vídeo.
▶ Editora Criadores do Brasil	Resgata, edita e publica obras de compositores brasileiros.

Conhecimento dos programas OSESP

Definição dos projetos

▶ OSESP Itinerante

Turnê a cidades do interior de SP, em julho, mesclando concertos de câmara e coro, aulas de apreciação musical, oficinas de música e concertos ao ar livre. Todos os eventos são gratuitos.

▶ Turnê EUA 2009

Concertos em 13 cidades americanas, em outubro.

▶ Concertos Matinais

São concertos às 11 horas da manhã de domingo, a preços populares (R\$ 2,00), onde são realizadas apresentações da OSESP e orquestras parceiras.

▶ Falando de Música na OSESP

Palestra sobre o programa dos concertos antes do início da apresentação.

▶ PodCast

Serviço disponível no site da OSESP que oferece gratuitamente trechos de obras e entrevistas.

▶ Série de concertos especiais no âmbito do ano da França no Brasil

09 concertos realizados na Sala São Paulo de abril a agosto de 2009.

Conhecimento dos projetos OSESP Total (%)

	2006	2007	2008	2009
Base: Amostra	(860)	(802)	(813)	(749)
• Visitas monitoradas à Sala São Paulo	3	37	80	83
• Discografia da OSESP	-	75	79	86
• Programa Sua Orquestra	-	64	77	81
• Falando de Música na OSESP	-	-	74	88
• OSESP Itinerante	-	-	69	79
• Concertos Matinais	-	-	68	82
• Programa Descubra a Orquestra	32	53	65	71
• Academia de Música da OSESP	-	41	63	67
• Turnê Brasil	-	-	60	*
• Turnê EUA 2009	*	*	*	51
• Centro de Documentação Musical Maestro Eleazar de Carvalho	-	29	32	40
• Editora Criadores do Brasil	-	15	22	34
• PodCast	-	-	18	28
• Série de concertos especiais no âmbito do ano da França no Brasil	*	*	*	71
• Não conheço nenhum projeto	62	2	2	1

Índice de Multiplicidade

1,13

5,20

7,08

8,63

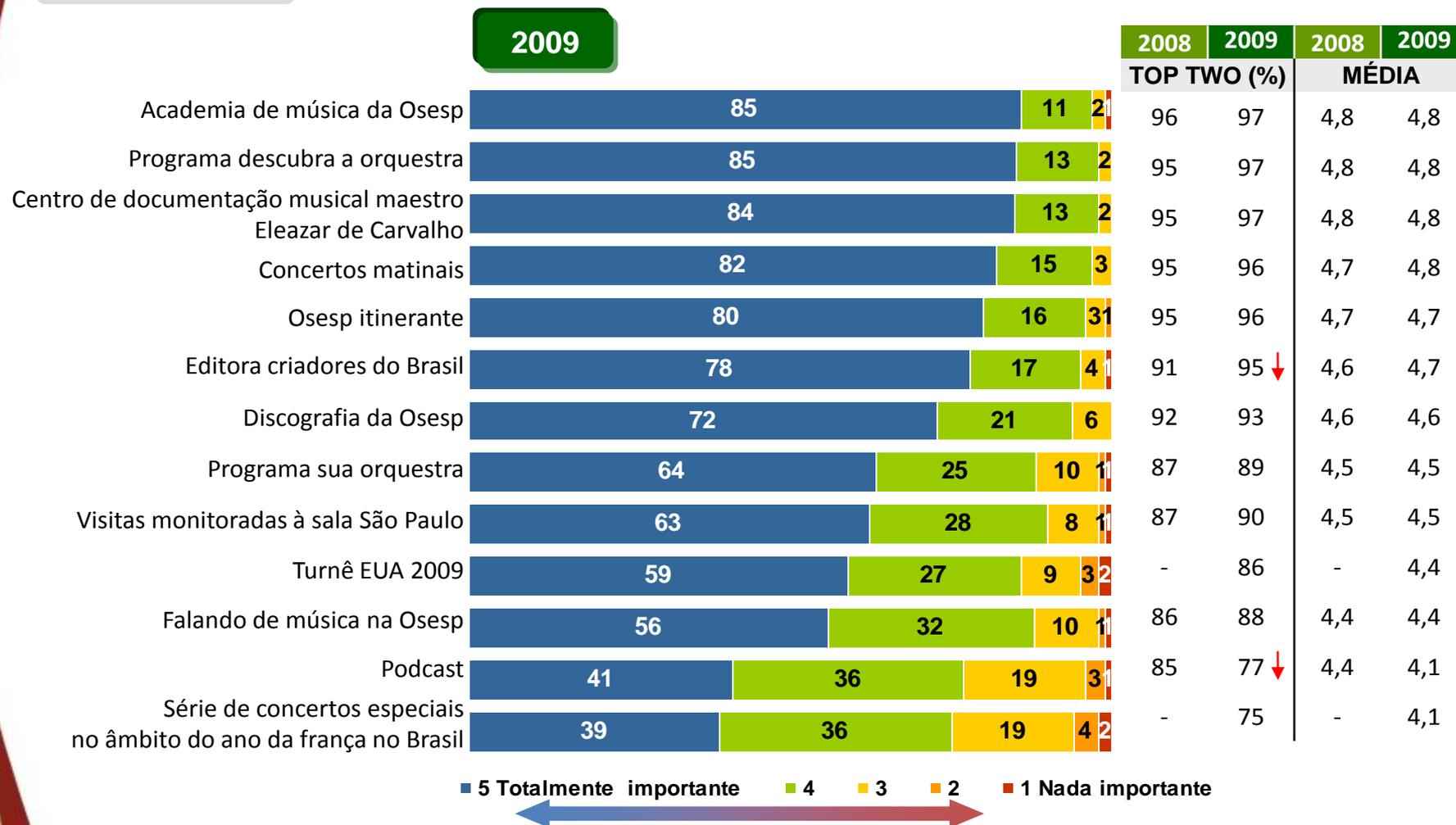
(*) Programa não pesquisado

Conhecimento dos projetos OSESP (%)

	Assinante Antigo				Assinante Novo				Não Assinante			
	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
Base: Amostra	(607)	(619)	(584)	(547)	(208)	(150)	(141)	(111)	(45)	(33)	(88)	(91)
• Visitas monitoradas à Sala São Paulo	3	39	84	88	3	31	75	70	3	24	58	65
• Discografia da OSESP	-	79	85	90 ↑	-	63	65	79 ↑	-	58	63	76 ↑
• Programa Sua Orquestra	-	71	86	90	-	45	63	66	-	24	47	48
• Falando de Música na OSESP	-	-	80	95 ↑	-	-	74	82	-	-	28	55 ↑
• OSESP Itinerante	-	-	74	85 ↑	-	-	62	66	-	-	45	57 ↑
• Concertos Matinais	-	-	68	83 ↑	-	-	70	86 ↑	-	-	61	69
• Programa Descubra a Orquestra	31	57	70	81 ↑	32	40	55	54	45	39	45	37
• Academia de Música da OSESP	-	44	69	74 ↑	-	31	51	50	-	24	42	48
• Turnê Brasil	-	-	65	*	-	-	49	*	-	-	39	*
• Turnê EUA 2009	*	*	*	58	*	*	*	34	*	*	*	30
• Centro de Documentação Musical Maestro Eleazar de Carvalho	-	32	39	47 ↑	-	20	15	23	-	18	17	23
• Editora Criadores do Brasil	-	18	27	41 ↑	-	6	8	15	-	9	10	20 ↑
• PodCast	-	-	19	29 ↑	-	-	16	28 ↑	-	-	15	20
• Série de concertos especiais no âmbito do ano da França no Brasil	*	*	*	70	*	*	*	76	*	*	*	69
• Não conheço nenhum projeto	65	2	-	-	58	3	4	2	45	3	10	3
Índice de Multiplicidade	1,13	5,5	7,66	9,30	1,13	4,1	6,08	7,32	1,09	3,7	4,81	6,21

Avaliação da importância dos projetos (%)

Total Amostra





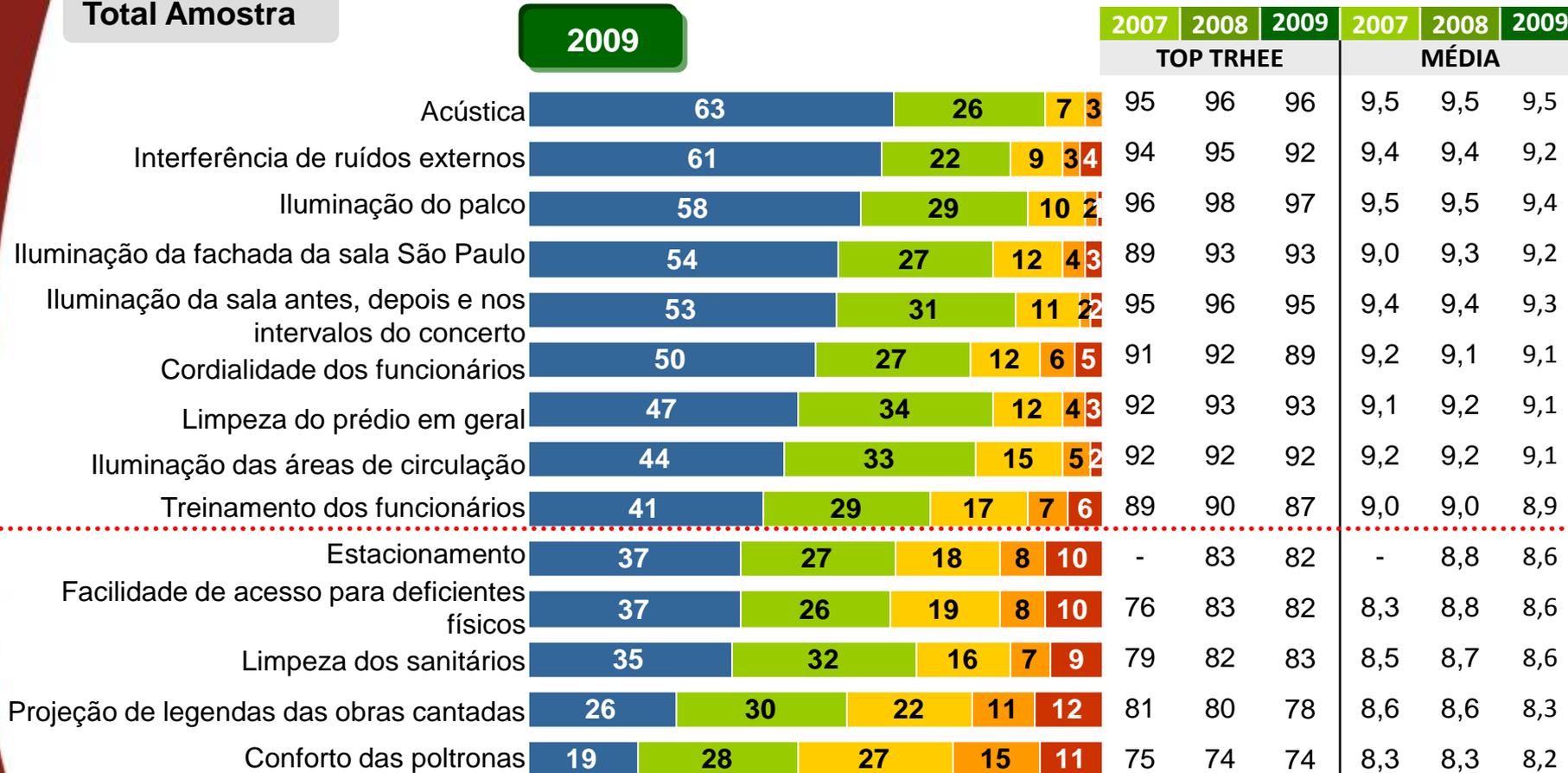
Satisfação com a Sala São Paulo



Satisfação geral - Sala São Paulo (%)

Total Amostra

2009



■ Nota 10 ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ Nota 1 a 6

10 totalmente satisfeito

1 totalmente insatisfeito

Base 2007: Amostra para cada aspecto (794) (792) (802) (736) (799) (796) (797) (795) (762) (--) (249) (776) (664) (800)
 Base 2008: Amostra para cada aspecto (811) (809) (810) (776) (806) (802) (809) (806) (774) (781) (393) (784) (652) (83)
 Base 2009: Amostra para cada aspecto (726) (731) (733) (699) (734) (733) (738) (736) (712) (707) (364) (725) (590) (747)

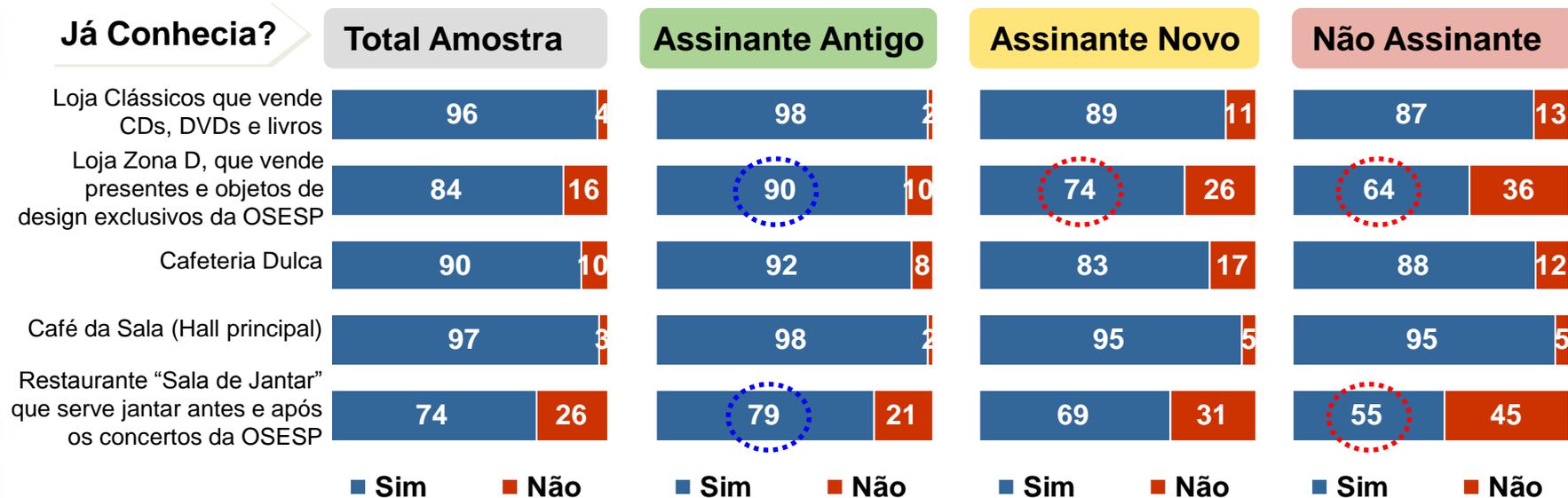


P15. Agora, vamos considerar alguns aspectos específicos da Sala São Paulo. Por favor, atribua uma nota de 1 a 10 para cada um dos seguintes aspectos. Lembrando que a nota 1 é totalmente insatisfeito e a nota 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)

IBOPE
inteligência

Conhecimento dos serviços da Sala São Paulo (%)

2009

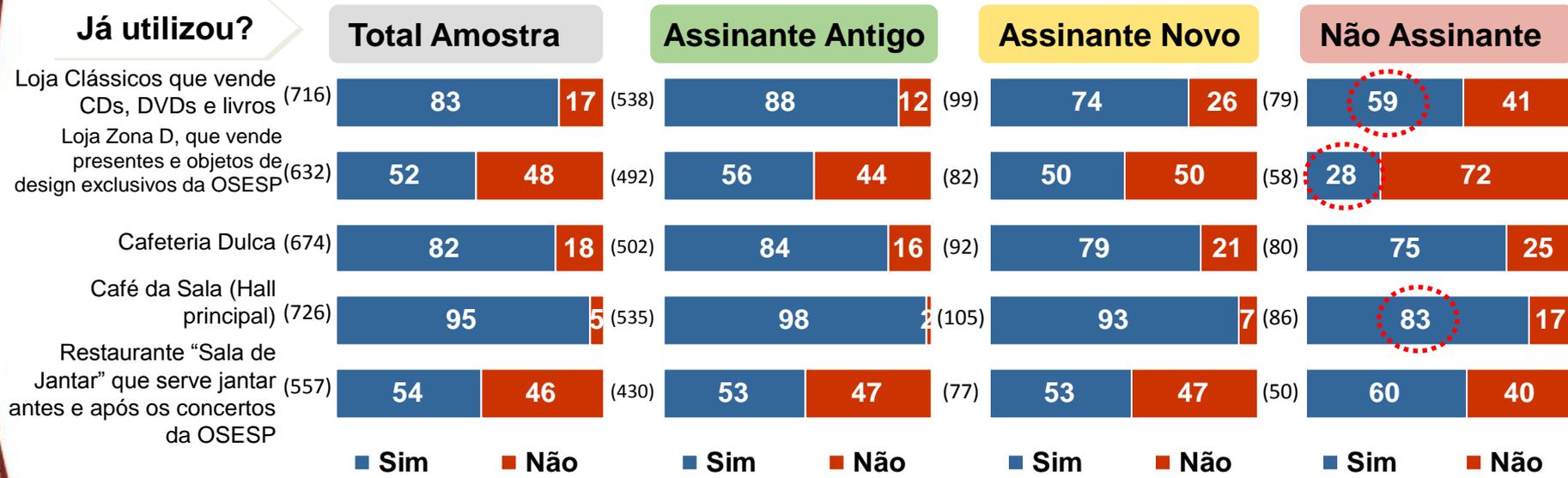


Base: Amostra (749) (547) (111) (91)

Utilização dos serviços da Sala São Paulo (%)

2009

Já utilizou?



Base: Conhece

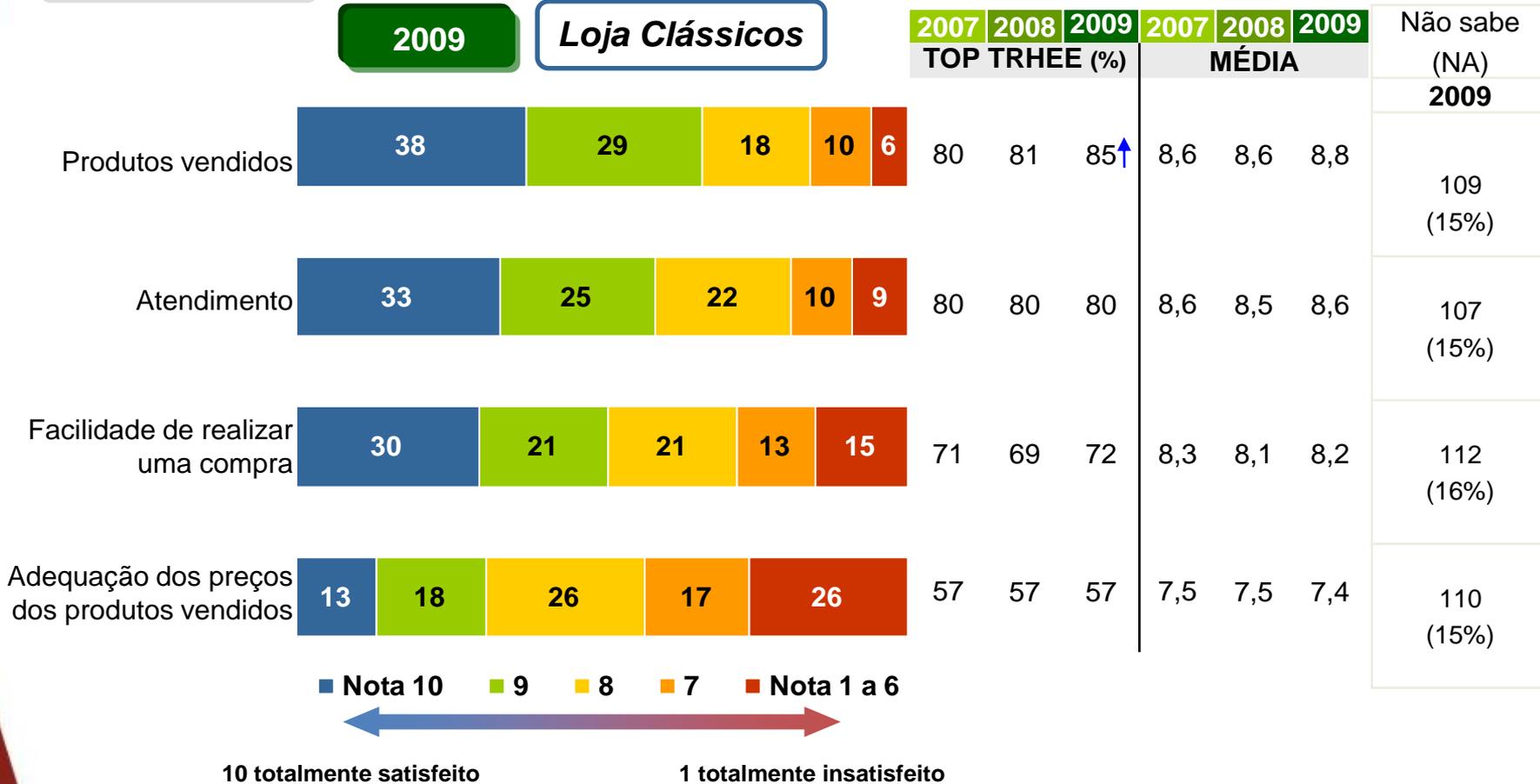
P16A. E quais já utilizou alguma vez?



Satisfação com a Loja Clássicos (%)

Total Amostra

2009 Loja Clássicos



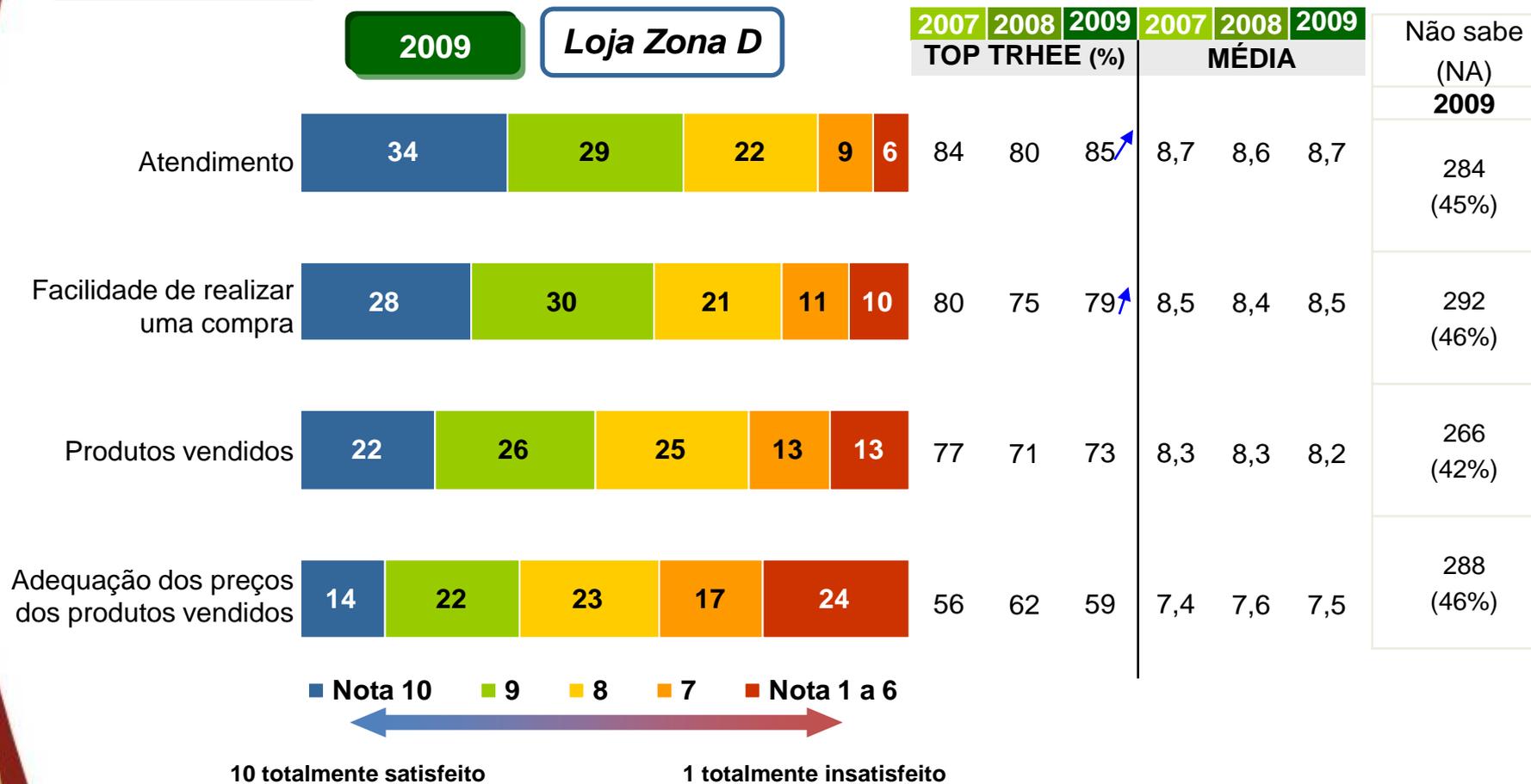
Base 2007: Amostra para cada aspecto (538) (501) (486) (500)
 Base 2008: Amostra para cada aspecto (781) (781) (781) (781)
 Base 2009: Amostra para cada aspecto (716) (716) (716) (716)



P17. Atribua uma nota de 1 a 10 para cada um dos seguintes aspectos. Lembrando que a nota 1 é totalmente insatisfeito e a nota 10 é totalmente satisfeito. Caso o(a) Sr.(a) não tenha experimentado, escolha a opção "não se aplica". (RU EM CADA ATRIBUTO)

Satisfação com a Loja Zona D (%)

Total Amostra



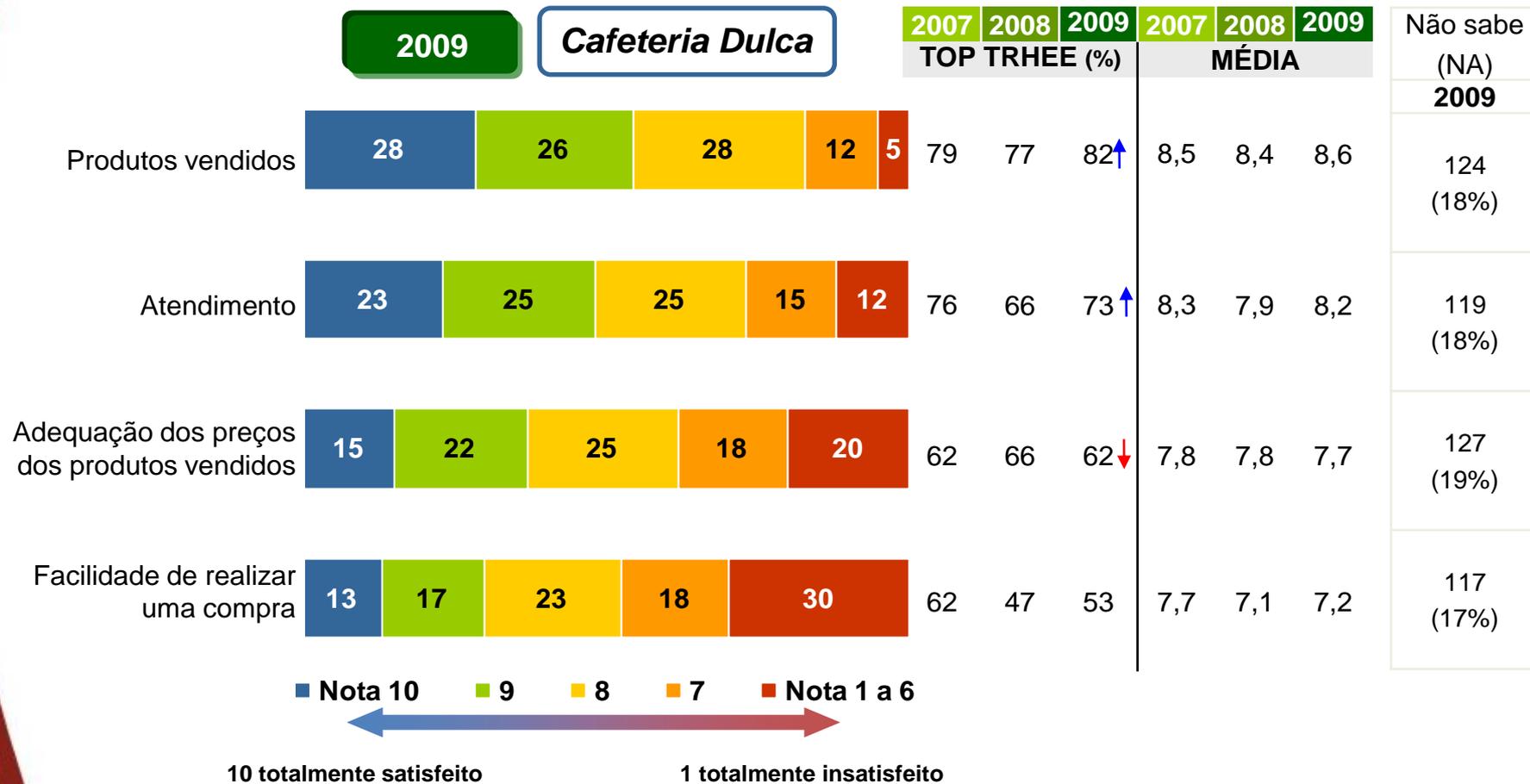
Base 2007: Amostra para cada aspecto (296) (284) (325) (300)
 Base 2008: Amostra para cada aspecto (694) (694) (694) (694)
 Base 2009: Amostra para cada aspecto (632) (632) (632) (632)



P18. Atribua uma nota de 1 a 10 para cada um dos seguintes aspectos. Lembrando que a nota 1 é totalmente insatisfeito e a nota 10 é totalmente satisfeito. Caso o(a) Sr.(a) não tenha experimentado, escolha a opção "não se aplica". (RU EM CADA ATRIBUTO)

Satisfação com a Cafeteria Dulca (%)

Total Amostra



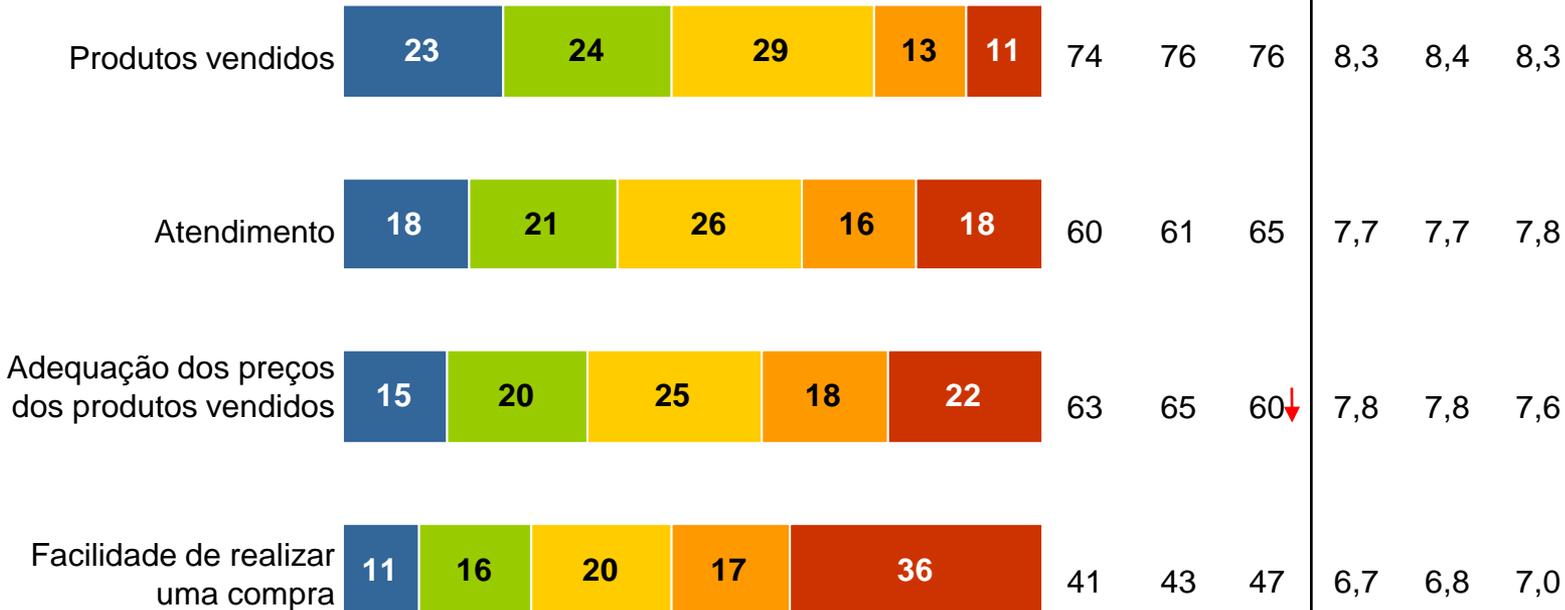
Satisfação com o Café da Sala (%)

Total Amostra

2009 *Café da Sala*

2007	2008	2009	2007	2008	2009
TOP TRHEE (%)			MÉDIA		

Não sabe (NA) 2009



■ Nota 10 ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ Nota 1 a 6

10 totalmente satisfeito

1 totalmente insatisfeito



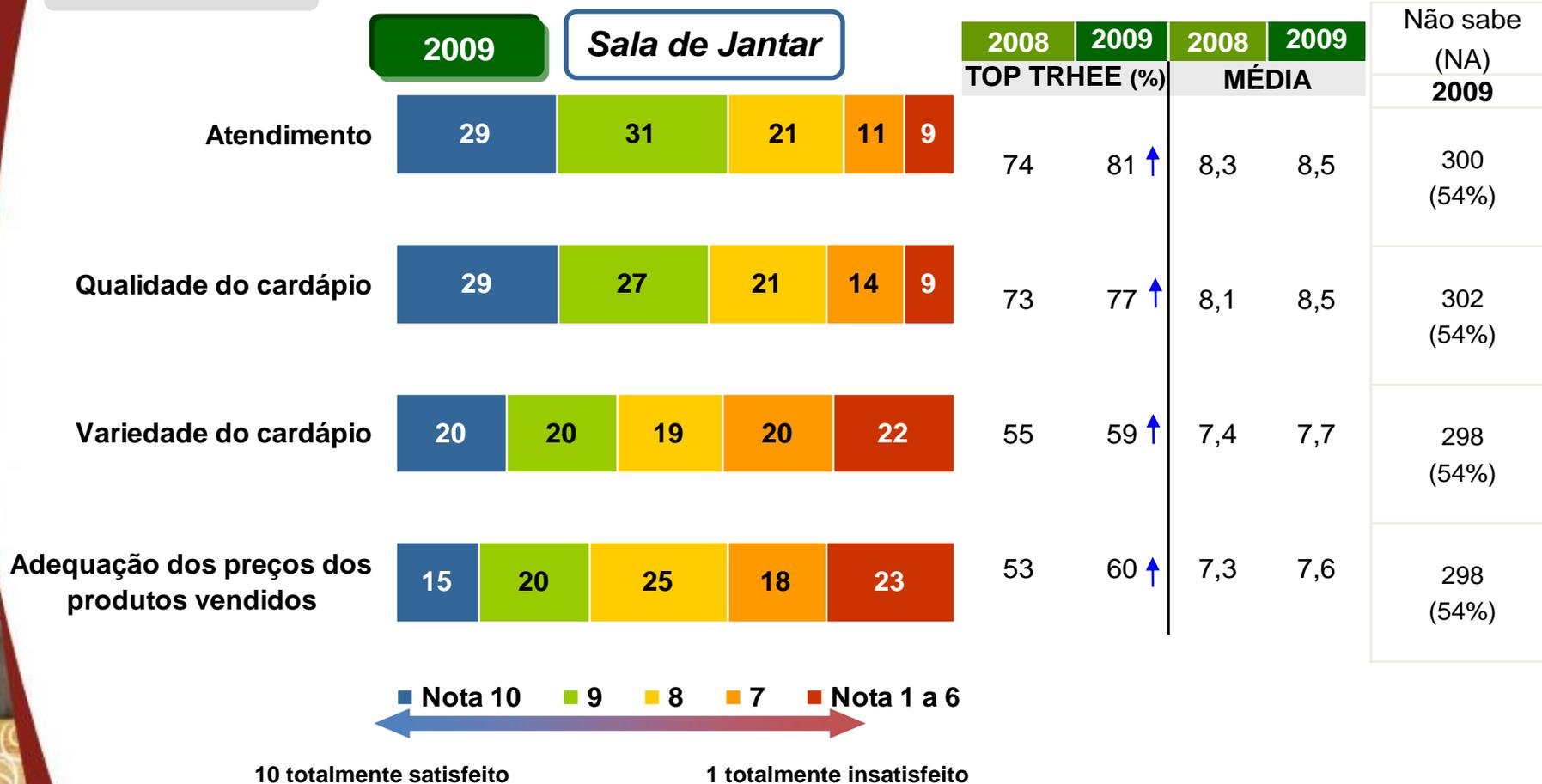
Base 2007: Amostra para cada aspecto (752) (762) (753) (760)
 Base 2008: Amostra para cada aspecto (804) (804) (804) (804)
 Base 2009: Amostra para cada aspecto (726) (726) (726) (726)



P20. Por favor, atribua uma nota de 1 a 10 para cada um dos seguintes aspectos. Lembrando que a nota 1 é totalmente insatisfeito e a nota 10 é totalmente satisfeito. Caso o(a) Sr.(a) não tenha experimentado, escolha a opção "não se aplica". (RU EM CADA ATRIBUTO)

Satisfação com o Restaurante “Sala de Jantar” (%)

Total Amostra





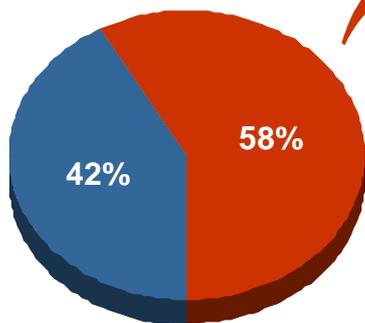
Intenção de se tornar assinante



Intenção de se tornar assinante (%)

2009

Pretende ser assinante?



■ Sim ■ Não

Base: Não assinante (91)

Por quê?

Base: Não pretende se tornar assinante

Distância

- Não reside em São Paulo/ mora em outro país estado cidade
- Fica dispendioso ir muitas vezes por ano à São Paulo

Limitação/ falta flexibilidade

- Programa de assinatura é fixo/ prefere escolher os programas

Motivos pessoais

- Não dispõe de tempo para ir à todas apresentações
- Não é tão assíduo/ não assistiria boa parte dos concertos

Motivos financeiros

- Indisponibilidade financeira
- Valor não é acessível
- Não seria econômico devido a baixa frequência/ fica caro, pois não poderia ir com frequência

Perfil da programação

- Não gosta da maioria da programação
- A programação regular é muito eclética

Disponibilidade de lugares

- Nunca há bons lugares disponíveis para novos assinantes

Outras Referências

- Recebo convites com frequência
- Sem Resposta

Índice de Multiplicidade

Total

(53)

%

38

36

2

28

28

25

13

11

13

8

4

2

6

4

2

2

2

2

2

2

4

1,17

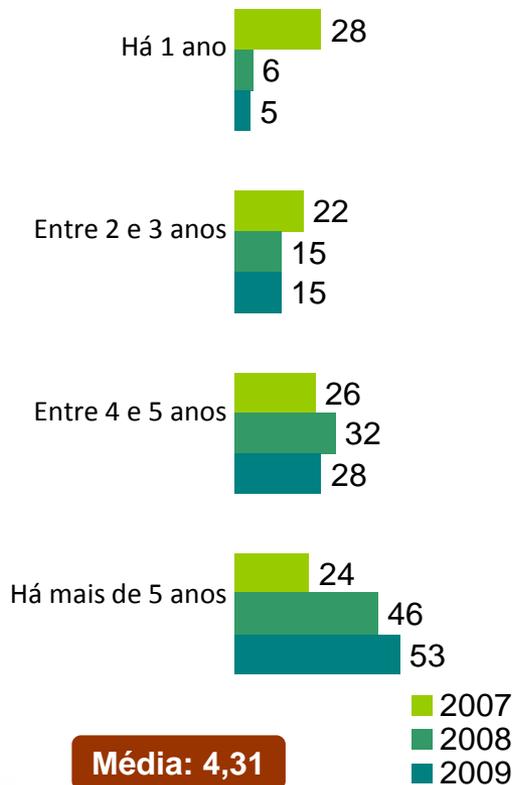


Avaliação do processo de renovação da assinatura

Tempo da assinatura/ concertos perdidos/ destino dos ingressos (%)

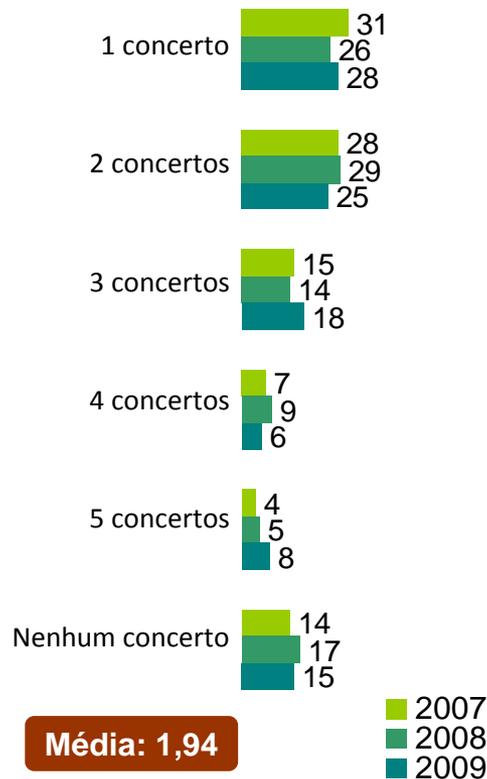
Assinante Antigo

Tempo da assinatura



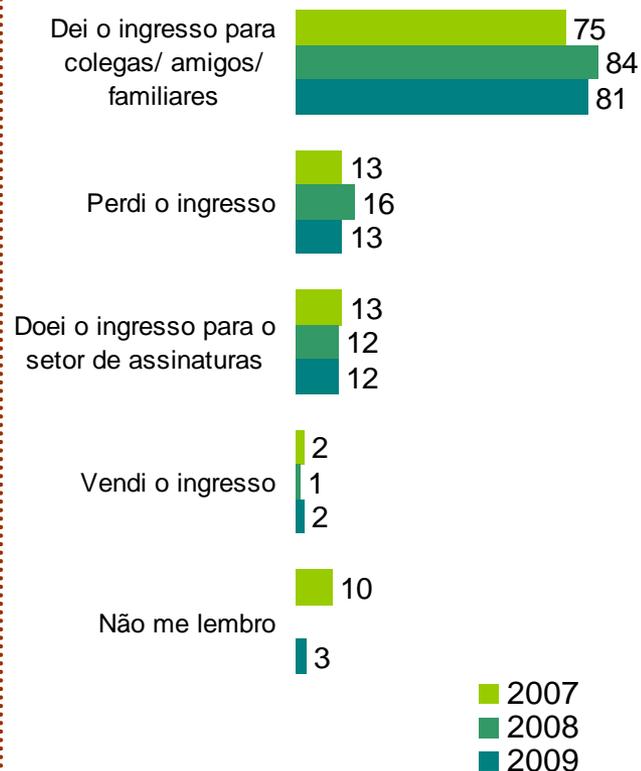
Base: Renovou assinatura
2007: (769) 2008: (413) 2009: (385)

Concertos perdidos



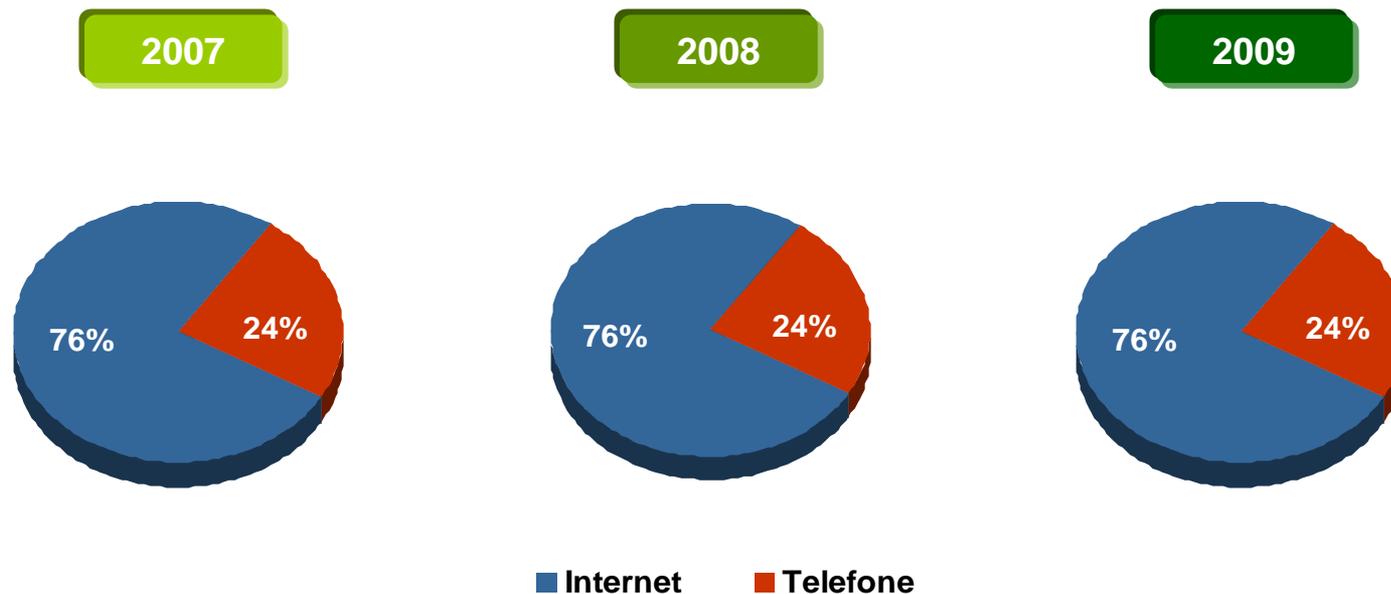
Base: Renovou assinatura
2007: (619) 2008: (413) 2009: (385)

Destino dos ingressos



Base: Não compareceu a algum concerto
2007:(619) 2008:(343) 2009:(326)

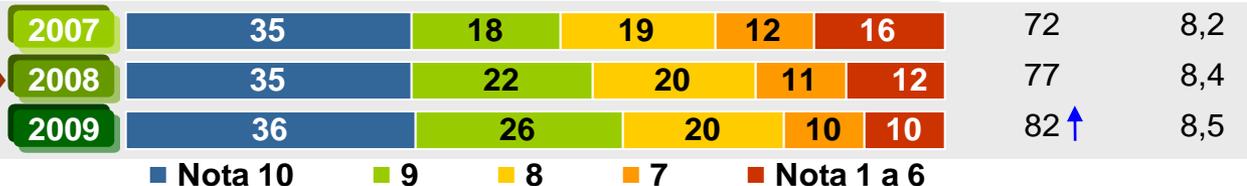
Modo de renovação da assinatura (%)



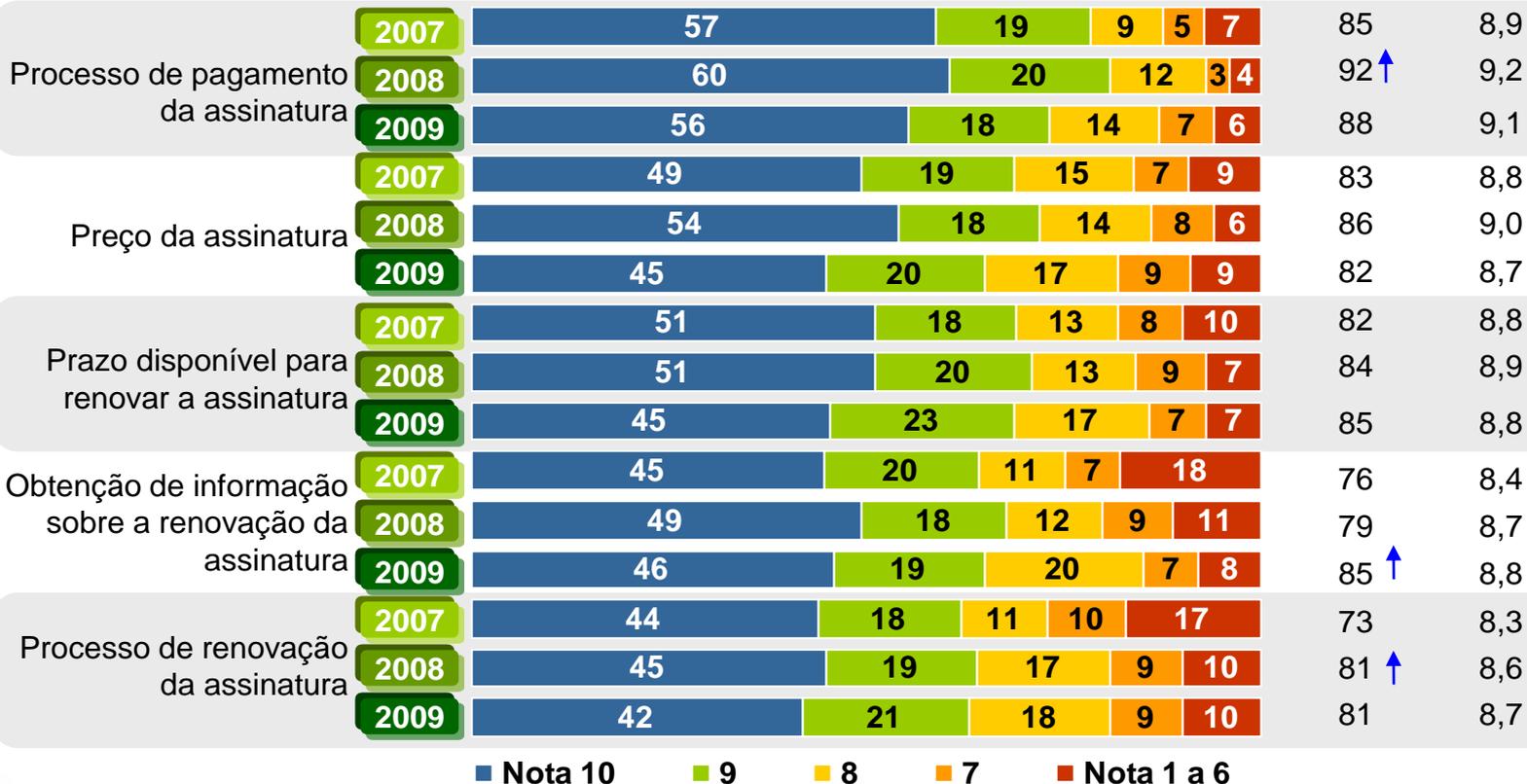
Satisfação com o processo de renovação da assinatura (%)

Total Amostra

Avaliação Geral



Base: Renovou assinatura 2007 (417) / 2008 (413) / 2009 (385)



Base 2007: Renovou assinatura (413) (417) (417) (416) (416)

Base 2008: Renovou assinatura (408) (409) (407) (410) (410)

Base 2009: Renovou assinatura (385) (385) (385) (385) (385)



P29A. Considerando o processo de renovação da assinatura, qual a sua avaliação dele de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). (RU)

P30. Qual o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados à renovação da assinatura? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)

2009

Menções referentes ao processo de renovação da assinatura (%)

Menções Negativas

2009: 29% do total da amostra

Base: Renovou assinatura	385
..PROCESSO DE RENOVAÇÃO	14
Processo via Internet: melhorar site/confuso/simplificar/difícil navegar/ queda conexão	5
Maior disponibilidade de lugares no ato da renovação	3
Deve dar condições de adicionar lugares conjugado no ato da renovação	2
Dificuldade de individualizar as assinaturas	1
As informações à respeito da renovação não estão todas disponíveis	1
Benefícios para assinantes que renovam: privilegiar os assinantes / dar prazo maior	1
Faltam informações sobre substituição de ingresso quando o assinante necessita faltar ao concerto	1
Falta transparência nos critérios adotados para renovação	1
Dificuldade de acesso para fazer a renovação	1
Dificuldade para conseguir assinaturas/ várias tentativas sem sucesso	1
..TROCA	9
Troca de lugares: dificuldade/ falta informações/ possibilitar troca	8
Troca de séries/programas: dificuldade/ falta informações	2

Base: Renovou assinatura	385
..PREÇOS/ PAGAMENTO	5
Não é possível efetuar renovação pagamento com do cartão de crédito/ Dificuldade em realizar pagamentos/ pagamentos com cartão de crédito on line	2
Baixar o preço na renovação/ Baixar o preço para quem já é assinante a alguns anos	1
Melhorar forma de pagamento quando há atraso no pagamento	1
Dificuldade em imprimir boletos	1
..ATENDIMENTO	2
Dificuldades nos contatos telefônicos/ telefones ocupados/ Péssimo atendimento pelo telefone	1
..PRAZOS	2
Prazos curtos para renovação	1

Menções Positivas

2009: 2% do total da amostra

..PROCESSO DE RENOVAÇÃO	1
Serviço excelente/ processo está melhor a cada an	1
..NENHUMA	3
..SEM RESPOSTA	67



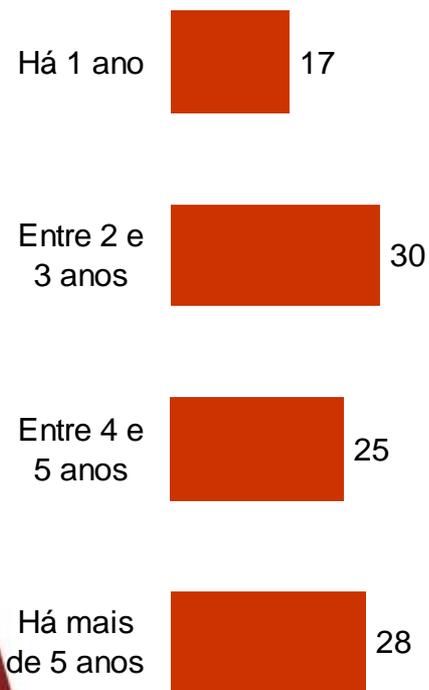
Avaliação do processo de troca de assinatura

Tempo da assinatura/ concertos perdidos/ destino dos ingressos (%)

2009

Assinante Antigo

Tempo da assinatura

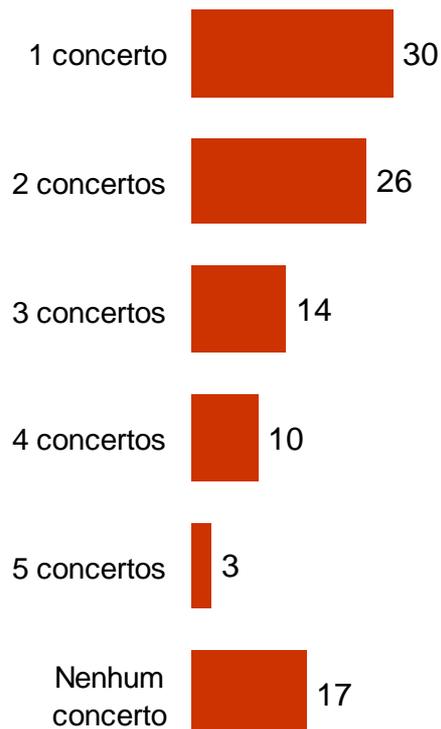


Média: 3,44

Base: Trocou assinatura (162)



Concertos perdidos



Média: 1,80

Base: Trocou assinatura (162)

Destino dos ingressos



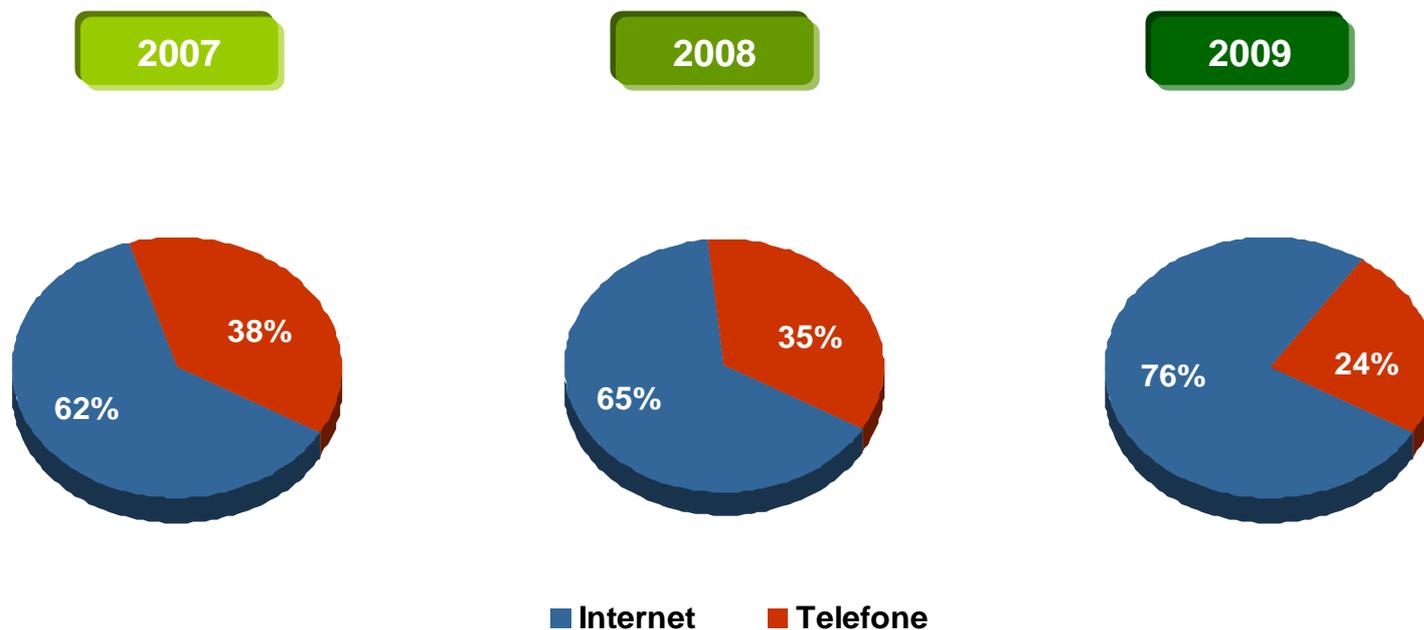
Base: Não compareceu a algum concerto (135)

P32. Há quanto tempo o(a) Sr.(a) é assinante da OSESP? (RU)

P33. Do total de concertos da sua série de 2008, a quantos concertos o(a) Sr.(a) não pôde ir, por qualquer motivo? (RU)

P34. Nas ocasiões em que o(a) Sr.(a) não pôde comparecer a algum concerto da sua série, o que o(a) Sr.(a) fez com o seu ingresso? (RM)

Modo de troca da assinatura (%)



Base 2007: Trocou assinatura (202)
 Base 2008: Trocou assinatura (171)
 Base 2009: Trocou assinatura (162)

Satisfação com o processo de troca da assinatura (%)

Total Amostra

TOP TWO (%) MÉDIA

Avaliação Geral

Ano	Nota 10	9	8	7	Nota 1 a 6	TOP TWO (%)	MÉDIA
2007	24	19	17	16	23	60	7,6
2008	25	24	19	10	22	68 ↑	7,8
2009	25	19	25	12	19	69	7,8

■ Nota 10 ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ Nota 1 a 6

Base: Trocou sua assinatura 2007 (202) / 2008 (171) / 2009 (162)

Aspecto	Ano	Nota					TOP TWO (%)	MÉDIA	Não sabe (NA) 2009	
		10	9	8	7	1 a 6				(%)
Processo de pagamento da assinatura	2007	52	19	8	8	11	79	8,7		
	2008	58	15	11	5	11	84 ↑	8,9		
	2009	53	23	11	5	9	87	9,0	2	(1%)
Obtenção de informação para a escolha da série de concertos	2007	44	19	13	10	16	76	8,5		
	2008	50	22	13	6	8	85 ↑	8,8		
	2009	42	22	18	7	11	82	8,7	6	(4%)
Obtenção de informação sobre os procedimentos da troca de assinatura	2007	38	17	11	11	24	66	8,0		
	2008	43	18	12	11	16	73 ↑	8,3		
	2009	39	25	12	6	20	76	8,3	2	(1%)
Prazo disponível para trocar/alterar a assinatura	2007	40	20	13	9	16	73	8,2		
	2008	46	20	12	11	12	78	8,5		
	2009	38	20	14	11	17	72	8,3	1	(1%)
Obtenção de informação para a escolha do lugar na sala	2007	32	23	11	12	24	66	7,9		
	2008	41	20	17	8	14	78 ↑	8,4		
	2009	37	26	16	4	16	79	8,3	3	(2%)
Preço da assinatura	2007	43	17	18	9	15	78	8,5		
	2008	53	15	15	8	8	83	8,9		
	2009	35	19	24	12	11	78	8,5	1	(1%)
Processo de troca da assinatura	2007	33	18	10	13	26	61	7,7		
	2008	33	16	17	9	25	66 ↑	7,7		
	2009	32	23	12	13	22	67	7,9	2	(1%)

■ Nota 10 ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ Nota 1 a 6

Base 2007: Trocou assinatura p/ cada aspecto (201) (195) (198) (201) (199) (200) (202)
 Base 2008: Trocou assinatura p/ cada aspecto (168) (166) (170) (167) (170) (169) (169)
 Base 2009: Trocou assinatura p/ cada aspecto (162) (162) (162) (162) (162) (162) (162)



P35b. Considerando o processo de troca da assinatura, qual a sua avaliação dele de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). (RU)

P36. Qual o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados à troca da assinatura? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)

IBOPE
inteligência

Menções referentes ao processo de troca da assinatura (%)

Menções Negativas 2009: 34% do total da amostra

Base: Trocou assinatura 162

..PROCESSO DE TROCA 30

Com a troca fica difícil conseguir lugares juntos lugares para casal/ A troca de lugares é impossível/ nunca se consegue lugares vagos 9

Processo via Internet: dificuldade/ lenta/ congestionada/ complicada/confuso/ falta informações das obras que serão executadas/ 5

Localização das poltronas: dificuldade para entender/ mapa deveria ser mais legível/ visualizar assentos para troca// não sabe sua disponibilidade 5

Falta informações/ detalhes sobre os programas com a troca 2

Na troca de série, os lugares deveriam ser destinados aos assinantes mais antigos 2

É demorado para trocar, é preciso agilizar 2

Dificuldade/ burocracia na troca da assinatura s/e 2

Não é permitido colocar mais um lugar/ poltrona na troca de assinatura 1

Falhas no sistema quase ocasiona a perda do prazo de troca 1

Sistema fica muito tempo fora do ar 1

Falta informações sobre horário que inicia a troca de assinatura 1

Deveria criar um banco de dados para troca 1

Base: Trocou assinatura 162

..PROCESSO DE TROCA 30

Para obter melhores lugares foi necessário trocar a serie não ficando satisfeito com a troca 1

Como nem sempre as series são equilibradas, a escolha dos assentos fica bastante prejudicada 1

Algumas poltronas não são liberadas para seleção no entanto não pertencem a nenhum assinante 1

A troca de assinatura deveria ser realizada no final de semana, a partir das 18 horas, promovendo maior justiça de acesso 1

No meio da temporada deveria haver a possibilidade de troca de programa 1

Gerou dúvidas se a troca teve sucesso ou não 1

Caso tenha duas assinaturas na mesma serie a escolha dos lugares deveria ser confirmada após a escolha dos 2 lugares 1

Deveria ter venda das assinaturas dos desistentes durante o ano 1

..ATENDIMENTO 3

Atendimento por telefone é ruim/ indisponível/ demorado 1

Falta mais conhecimento aos atendentes/ Atendente com pouco treinamento 1

Informações chegam muito em cima da hora 1

Menções referentes ao processo de troca da assinatura (%)

Menções Negativas 2009: 34% do total da amostra

Base: Trocou assinatura 162

..PREÇOS/ PAGAMENTO **2**

Dificuldade em efetuar o pagamento com cartão de crédito/
Problemas de pagamento com cartão de crédito via internet/ não funciona/ funciona mal 1

A forma de pagamento está escondida e não há advertência se o assinante deixa de assinalar sua escolha 1

..PRAZOS **2**

Pouco mais de tempo para escolha dos lugares 1

Prazo para aquisição de novas poltronas para o mesmo assinante deve ser igual ao prazo de renovação de assinatura 1

Menções Positivas 2009: 4% do total da amostra

..PROCESSO DE TROCA **3**

O processo foi claro/ O processo é bom/ Todo o processo é bem organizado 2

Sistema de troca via internet ficou mais fácil/ ágil 1

Sistema de prioridades é eficiente 1

No caso de não encontrar o lugar ou serie desejado pode manter o atual 1

..ATENDIMENTO **1**

Atendimento telefônico é eficaz 1

..NENHUM **3**

..SEM RESPOSTA **60**

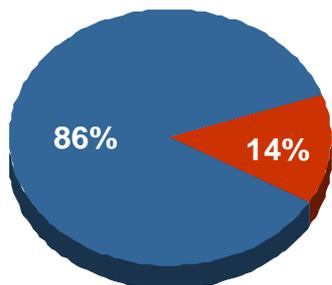




Avaliação do processo de compra da assinatura

2009

Situações



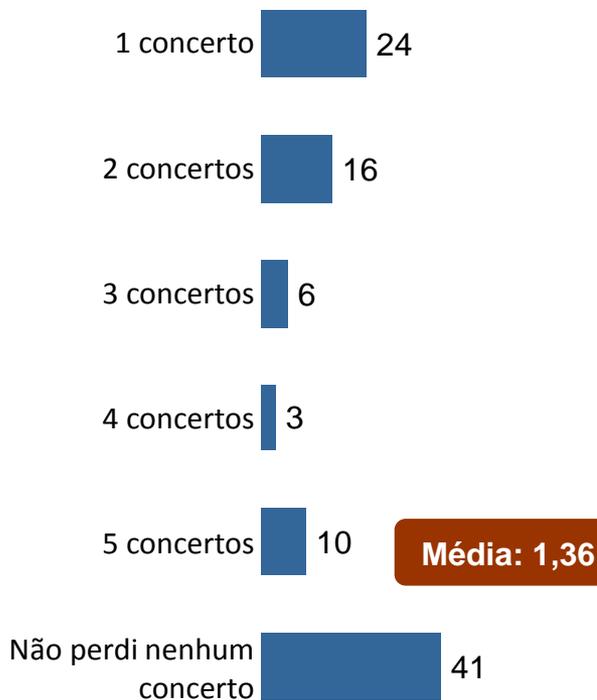
- É a primeira vez que compra assinatura
- Voltou a ser assinante

Concertos perdidos

O que fez ou fará com o ingresso? (%)

Concertos perdidos

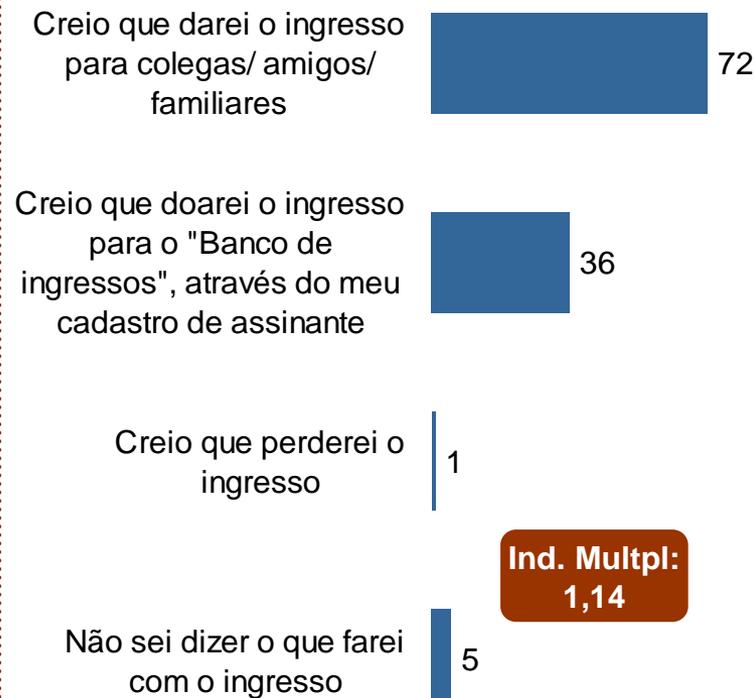
Assinante Novo



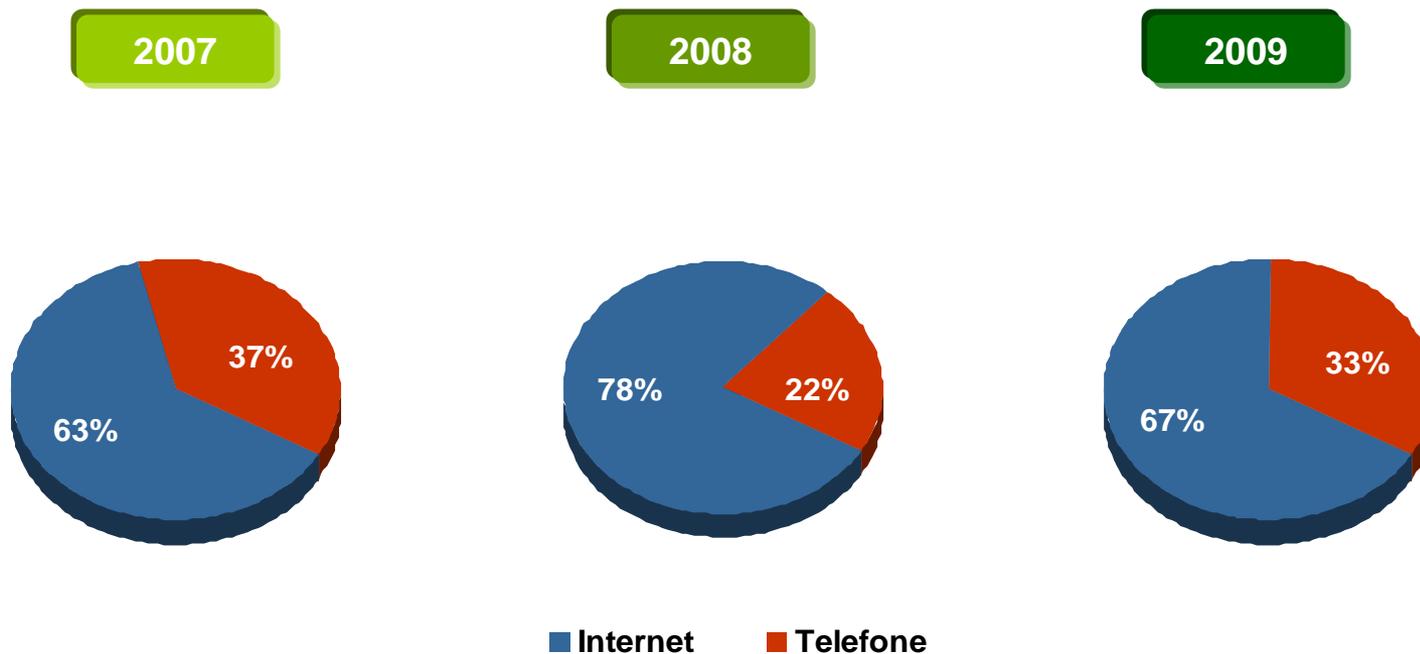
Base: Fez assinatura nova (111)

O que fez / fará com o ingresso?

Assinante Novo



Modo de compra da assinatura (%)



Base 2007: Fez assinatura nova (150)

Base 2008: Fez assinatura nova (141)

Base 2009: Fez assinatura nova (111)

P40. Como o(a) Sr.(a) comprou sua assinatura? Considere o processo de aquisição da assinatura ocorrido no final do ano de 2008, que vale para a temporada 2009. (RU)

Satisfação com o processo de compra da assinatura (%)

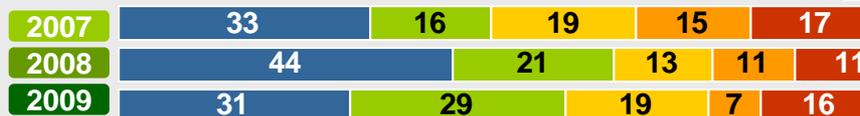
Total Amostra

(%)

TOP THREE
(%)

MÉDIA

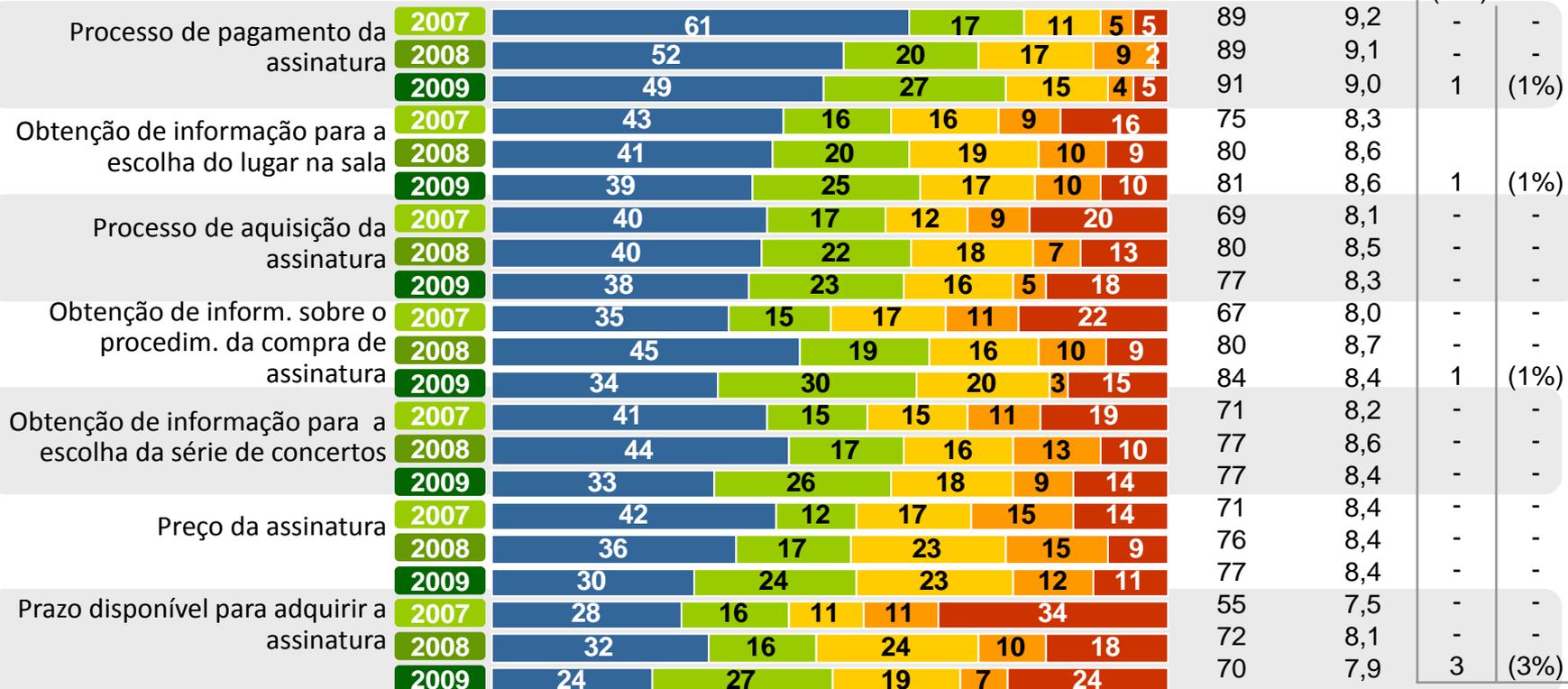
Avaliação Geral



2007	68	8,0
2008	78	8,6
2009	79	8,3

■ Nota 10 ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ Nota 1 a 6

Base: Trocou sua assinatura 2007 (202) / 2008 (171) / 2009 (162)

Não sabe
(NA) 2009

■ Nota 10 ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ Nota 1 a 6

Base 2007: Fez assinatura nova (149) (148) (149) (149) (144) (150) (148)
 Base 2008: Fez assinatura nova (141) (140) (141) (140) (139) (140) (138)
 Base 2008: Fez assinatura nova (111) (111) (111) (111) (111) (111) (111)



P40A. Considerando o processo de compra da assinatura, qual a sua avaliação dele de uma forma geral? Por favor, dê uma nota de 1 (péssimo) a 10 (excelente). (RU)

P41. Qual o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados à aquisição da assinatura? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)

IBOPE
inteligência

Menções referentes ao processo de compra da assinatura (%)

Menções Negativas

2009: 41% do total da amostra

Base: Assinatura nova 162

..PROCESSO DE AQUISIÇÃO 25

Processo via Internet: difícil/ confuso/ não é claro/ melhorar navegação/ problemas de visualização do site 6

Os ingressos estavam esgotado logo no primeiro dia da aquisição da assinatura 5

Pouca disponibilidade de lugares para quem não é assinante// Dificuldade em conseguir lugares conjugados 3

Dificuldade na aquisição de poltronas/ acusava que a poltrona estava ocupada sendo que o mapa indicava o contrário 2

Falta maiores esclarecimentos no ato da assinatura como: visibilidade/ acústica// É preciso receber mais informações sobre assinaturas 2

Faltam informações sobre os concertos 2

Dificuldade de adquirir assinatura para outro dia da semana 2

Informações do site não corresponde a dadas via telefone 1

Ter acesso a um mapeamento tridimensional dos lugares da sala antes da escolha 1

Sistema não passa confiança 1

Dificuldade para fazer assinatura s/e 1

Base: Assinatura nova 162

..PROCESSO DE AQUISIÇÃO 25

Não há muitas alternativas de series 1

Assinantes de um determinado ano não deveriam ter prioridades na compra de ingressos para o ano seguinte 1

São poucos os números de assinaturas 1

Com relação à assinatura Ad Lib, gostaria que a possibilidade de venda se estendesse aos concertos realizados aos sábados 1

..PREÇOS/ PAGAMENTO 8

Não consegui desconto na aquisição de ingressos para adultos/ estudante/ maiores de 70 anos// Atendentes desconhecem o direito de descontos como meia entrada para professores 2

Preço alto para adquirir duas assinaturas 2

Problemas de pagamento com cartão de crédito via internet/ não funciona/ funciona mal 2

Poderia haver um desconto maior para quem não é estudante e nem aposentado 1

Poder realizar o pagamento via on line 1

..TROCA 5

É impossível fazer troca de lugares/ não se consegue lugares 4

Faltam informações sobre a possibilidade da troca de datas 1

Menções referentes ao processo de compra da assinatura (%)

Menções Negativas

2009: 41% do total da amostra

Base: Assinatura nova 162

..TROCA 5

É impossível fazer troca de lugares/ não se consegue lugares 4

Faltam informações sobre a possibilidade da troca de datas 1

..ATENDIMENTO 3

Atendimento telefônico é demorado/ sempre ocupado 3

Aumentar o número de atendentes 1

..PRAZOS 2

Os prazos são curtos para fazer assinatura 2

..OUTRAS MENÇÕES NÃO RELACIONADAS A AQUISIÇÃO 5

..INFRA-ESTRUTURA 2

As vagas reservadas no estacionamento para patrocinadores é um desrespeito aos freqüentadores e assinantes 1

Absurdo terem fechado a porta da entrada do teatro por causa dos mendigos, quando escolheram o local já sabiam da vizinhança 1

Osesp deveria revitalizar a praça que está mal cuidada 1

Base: Assinatura nova 162

..PÚBLICO 4

O público deveria saber como se comportar durante o espetáculo 1

Deveria ser obrigatório ir comprar pessoalmente na São Paulo 1

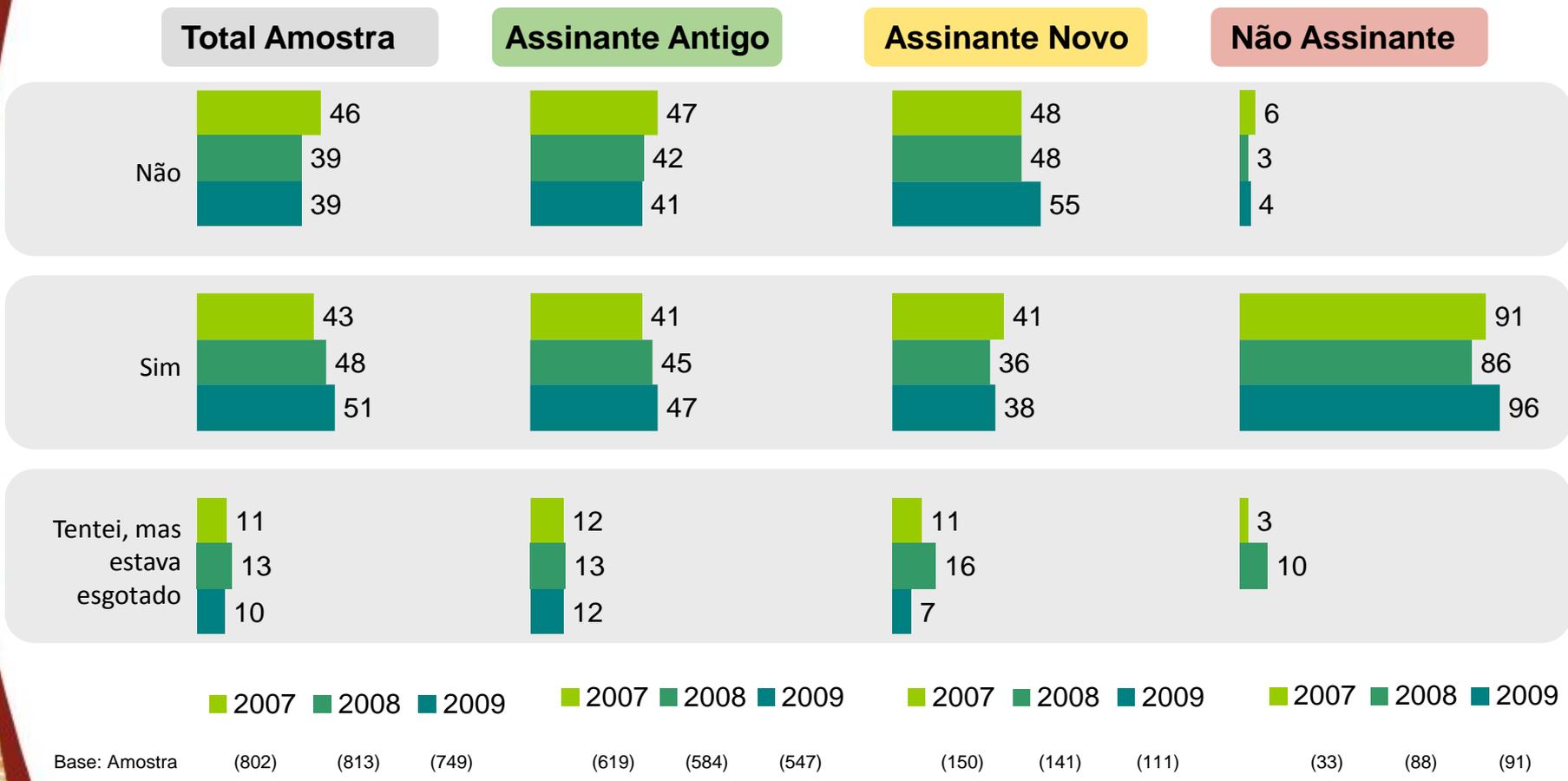
Colocar as pessoas que não conseguiram comprar com antecedência na sala de concerto, uma vez que sobram alguns lugares 1

Fotografo contratado da OSB disparando flashes no público atrapalha quem está no balcão mezanino no lado oposto 1



Avaliação do processo de compra avulsa

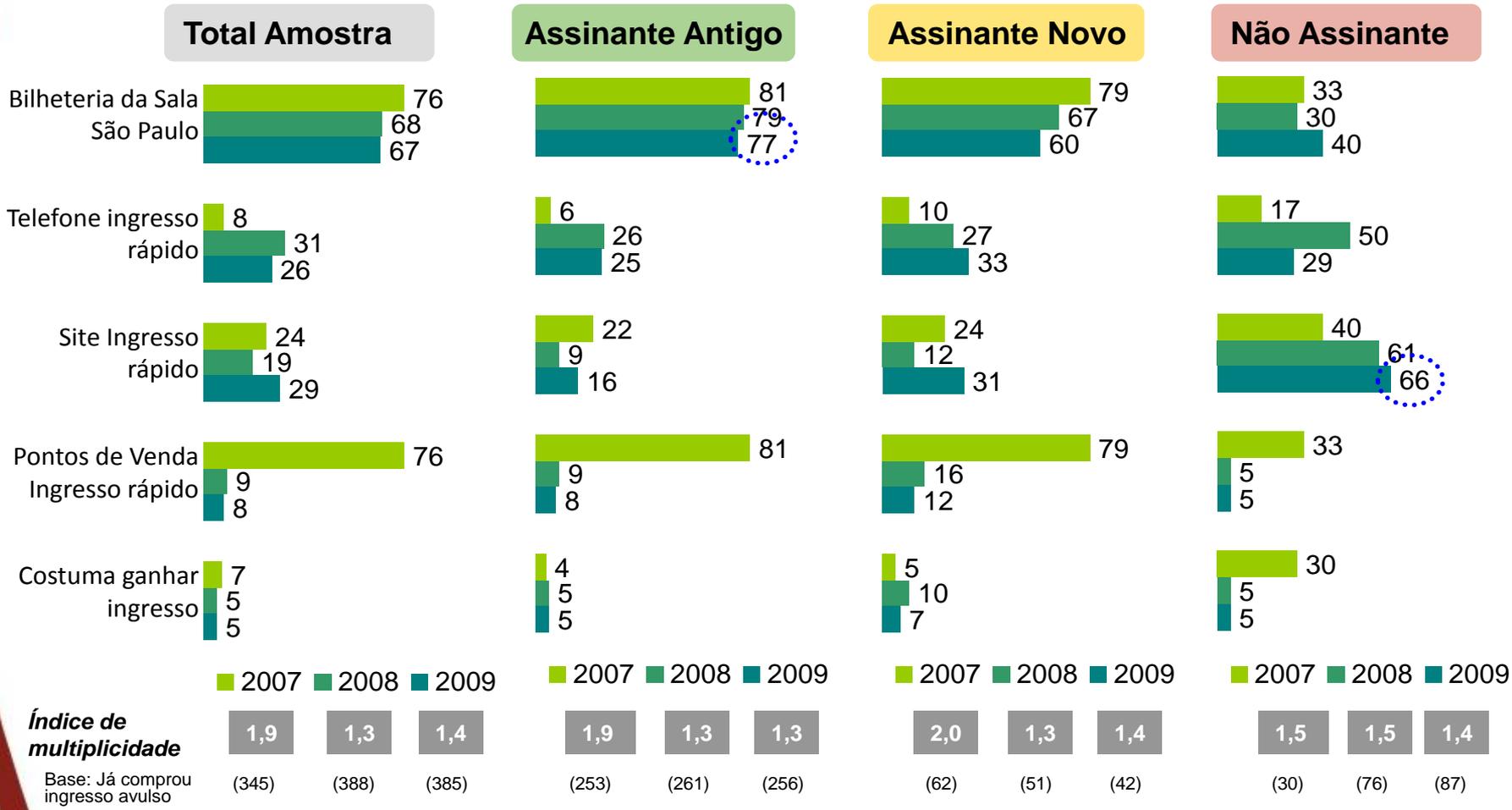
Compra de ingressos avulsos (%)



P43. O(A) Sr.(a) alguma vez comprou um ingresso avulso para assistir a concertos da OSESP na temporada 2009? (RU)

Compra de ingressos avulsos (%)

Como costuma adquirir o ingresso

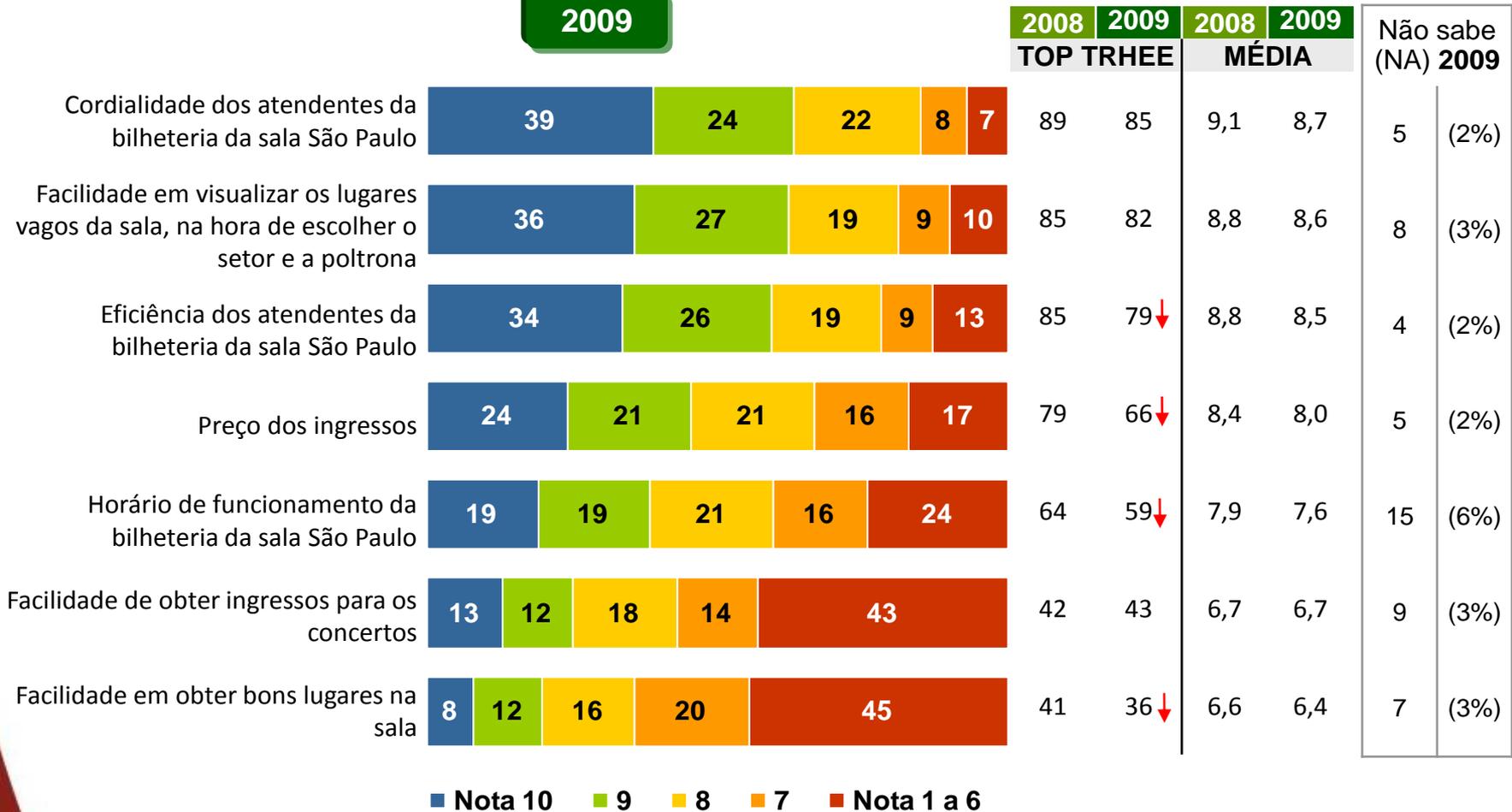


P44. Como o(a) Sr.(a) costuma adquirir seu ingresso avulso para assistir aos concertos da OSES na temporada 2009? (RM)

Satisfação com o processo de compra avulsa na BILHETERIA (%)

Total Amostra

2009



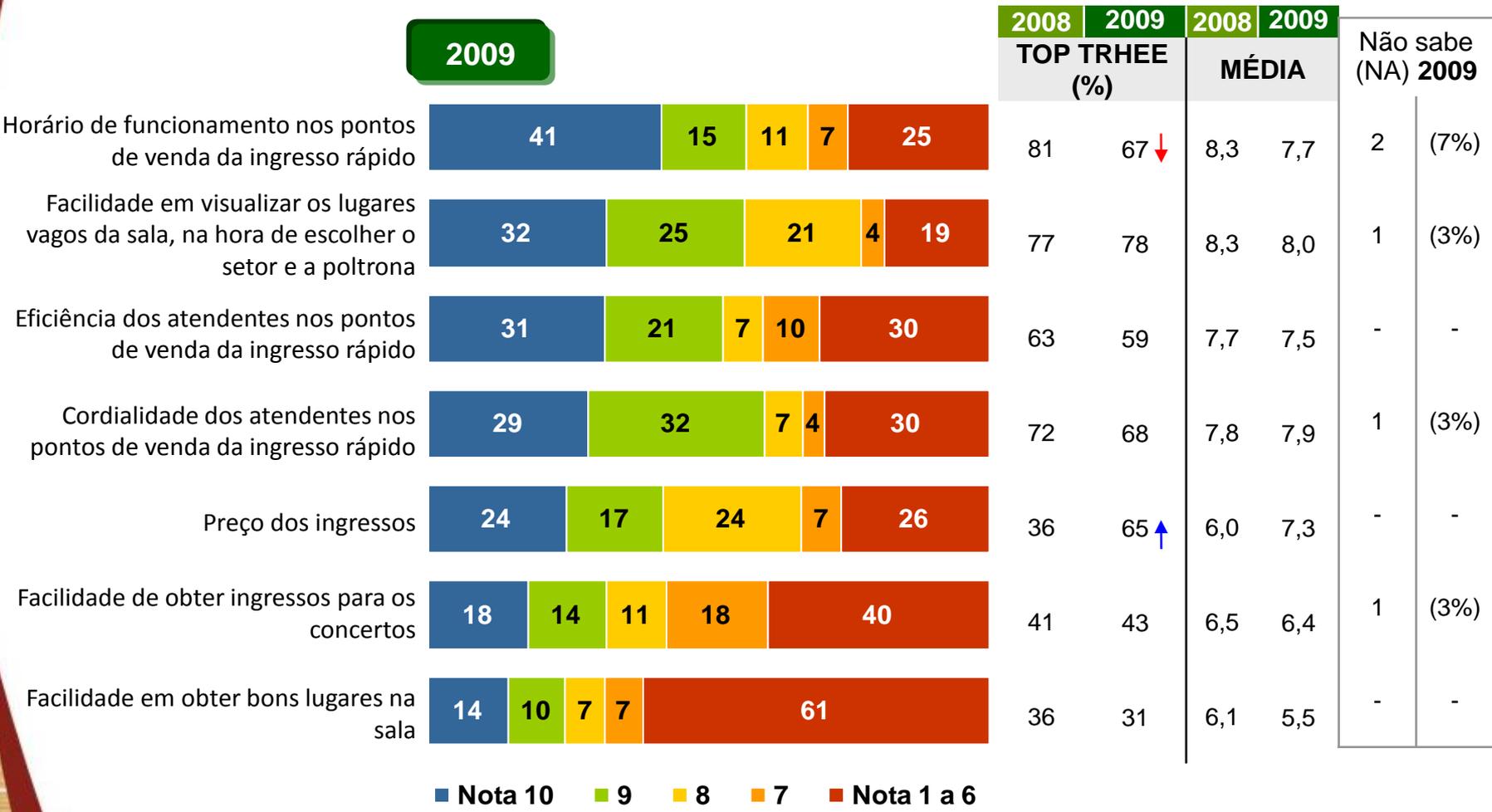
Base:2008 Bilheteria (260) (259) (261) (262) (252) (260) (259)
 Base:2009 Bilheteria (258) (258) (258) (258) (258) (258) (258)



P45. Qual o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados à aquisição de ingressos avulsos para os concertos da OSESP na bilheteria? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)

Satisfação com o processo de compra avulsa nos PONTOS DE VENDA DO INGRESSO RÁPIDO (%)

Total Amostra



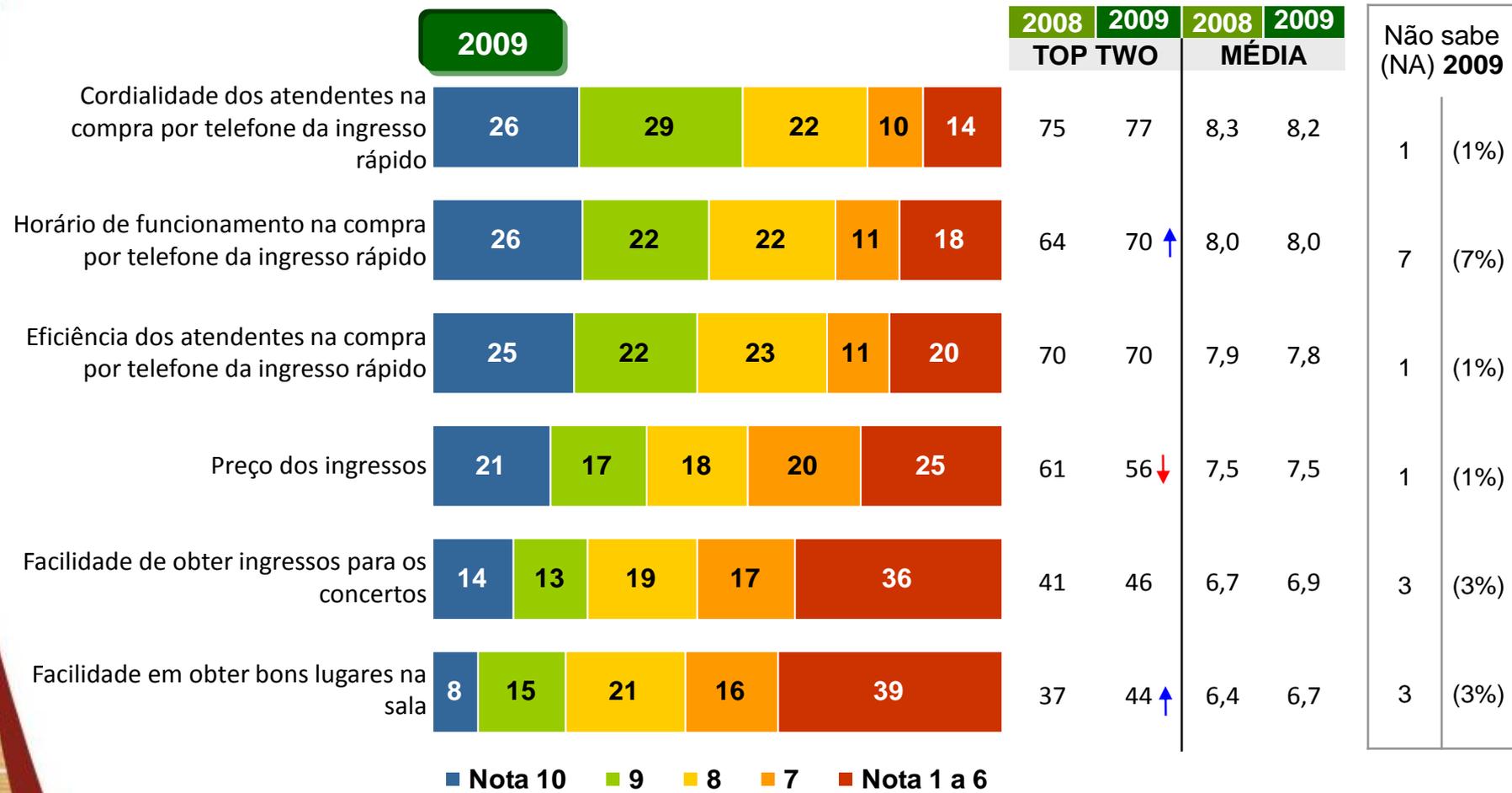
Base: 2008 Pontos de venda (34) (32) (33) (33) (36) (36) (36)
 Base: 2009 Pontos de venda (29) (29) (29) (29) (29) (29) (29)

P46. Qual o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados à aquisição de ingressos avulsos para os concertos da OESP nos pontos de venda da Ingresso Rápido? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)



Satisfação com o processo de compra avulsa no INGRESSO RÁPIDO POR TELEFONE (%)

Total Amostra



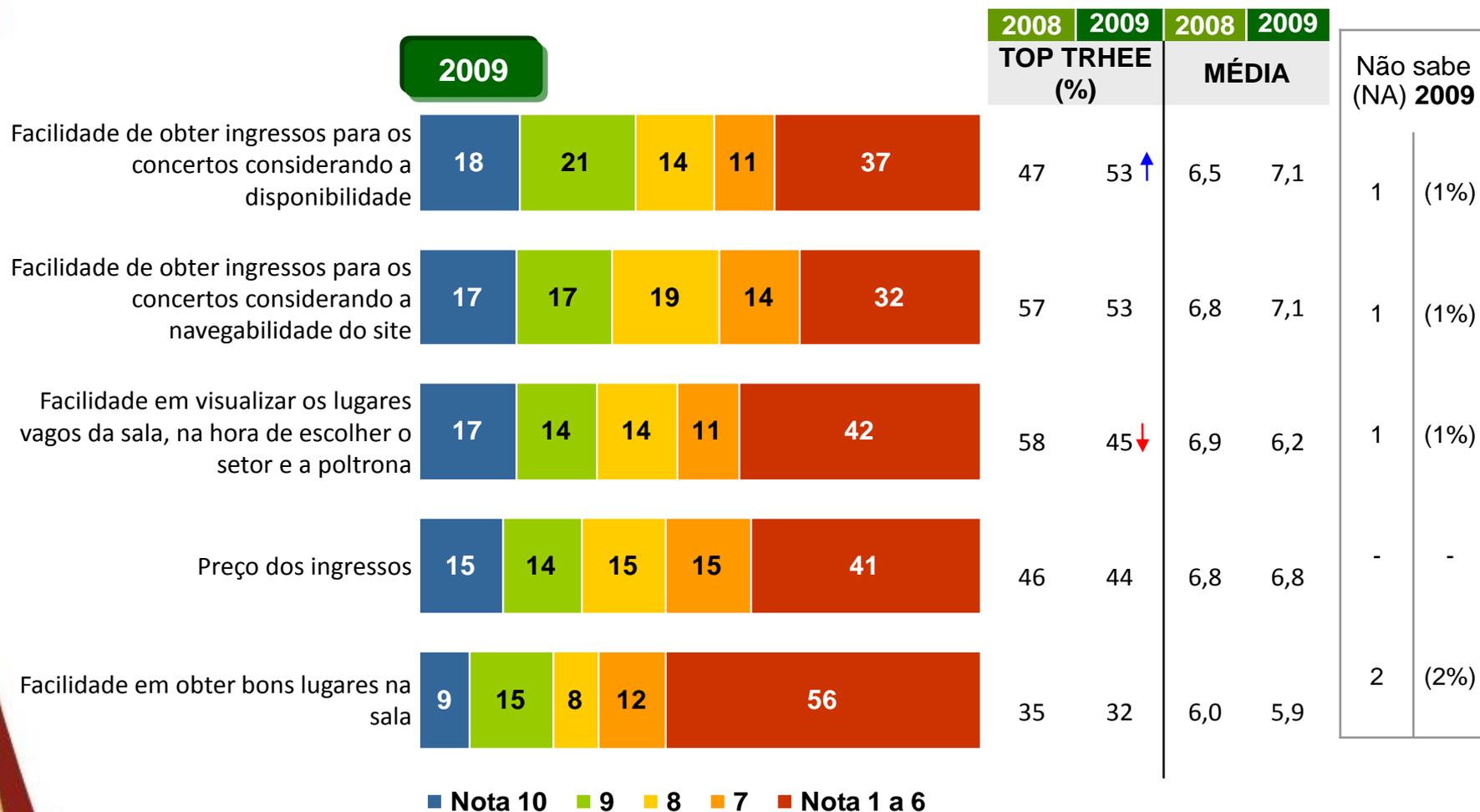
Base: 2008 Telefone (120) (120) (113) (119) (117) (118)
Base: 2009 Telefone (102) (102) (102) (102) (102) (102)

P47. Qual o seu grau de satisfação com os seguintes aspectos relacionados à aquisição de ingressos avulsos para os concertos da ÓSESP pelo telefone da Ingresso Rápido? Atribua uma nota de 1 a 10, onde 1 é totalmente insatisfeito e 10 é totalmente satisfeito. (RU EM CADA ATRIBUTO)



Satisfação com o processo de compra avulsa no SITE DO INGRESSO RÁPIDO (%)

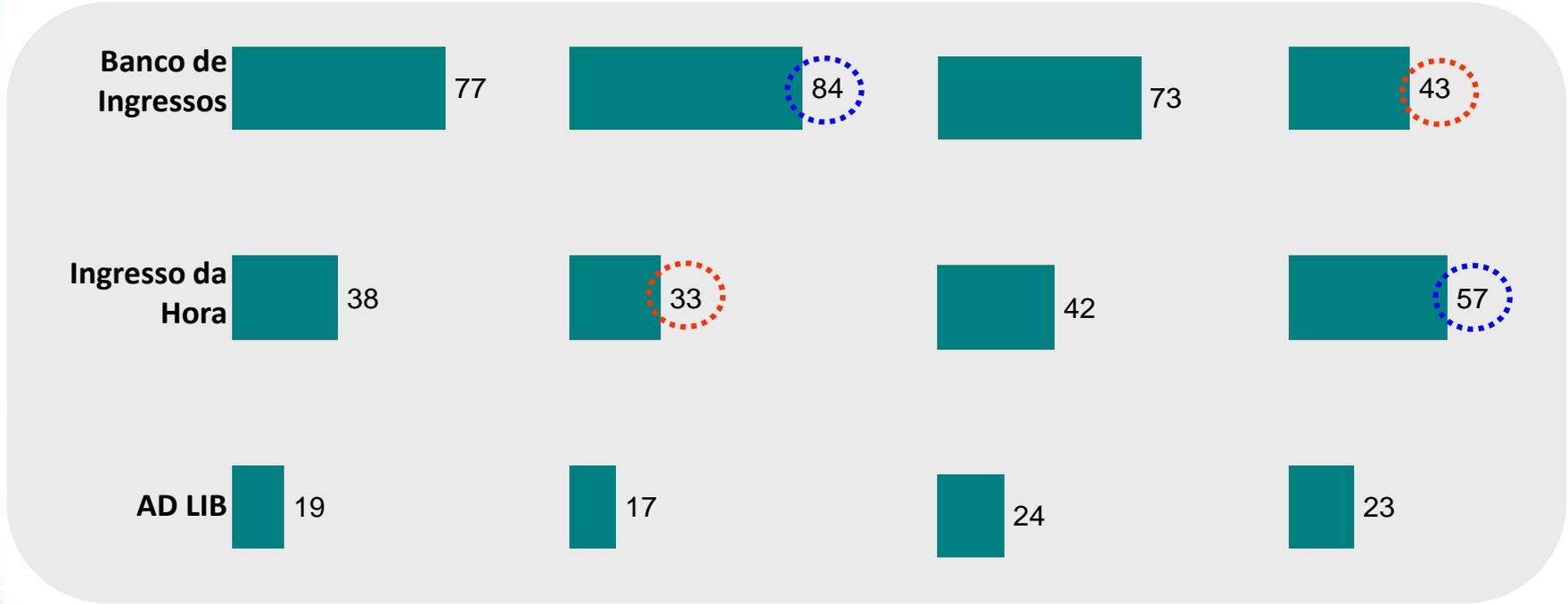
Total Amostra



Conhecimento dos serviços (%)

2009

Total Amostra Assinante Antigo Assinante Novo Não Assinante



Base 2009: Amostra (749) (547) (111) (91)



P49. Quais dos seguintes serviços o(a) Sr.(a) conhece, mesmo que seja apenas de ter ouvido falar? (RM)

Probabilidade de usar os serviços (%)

2009

- Muito provável
- Provável
- Não sei
- Pouco provável
- Improvável
- Já utilizei

Total Amostra							TOP TWO (%)	MÉDIA
Banco de Ingressos	18	30	11	21	8	12	49	3,3
Ingressos da Hora	10	21	11	31	22	4	31	2,6
AD LIB	19	30	16	21	11	1	49	3,2
Assinante Antigo								
Banco de Ingressos	18	33	10	20	6	13	51	3,4
Ingressos da Hora	9	21	11	33	22	3	30	2,6
AD LIB	17	30	16	21	11	1	47	3,2
Assinante Novo								
Banco de Ingressos	28	23	5	21	8	14	51	3,5
Ingressos da Hora	7	23	13	30	23	5	30	2,6
AD LIB	21	30	18	20	10	2	51	3,3
Não Assinante								
Banco de Ingressos	10	19	22	26	23		29	2,7
Ingressos da Hora	20	20	12	22	20	7	40	3,0
AD LIB	26	33	19	14	8		59	3,6

Menções Negativas

2009: 38% do total da amostra

<u>..INFRA-ESTRUTURA</u>	<u>(119)</u>
<u>..CADEIRAS</u>	<u>(40)</u>
Poltronas/ assentos: Falta manutenção /mal estado de conservação// rangendo// são desconfortáveis	(22)
Falta colocar cadeiras/ bancos (cafés/ hall/ restaurante/ saguão/ acomodações pré-espetáculo/ sofás)/ Disponibilizar mais mesas para o café do salão principal	(11)
Cadeiras colocadas nas laterais obrigam os expectadores a permanecer com o pescoço virado para o palco, em posição incômoda	(6)
As poltronas disponibilizadas para compra pelo site Ingresso Rápido não são bem localizados em termos de conforto/ visualização/ audição	(2)
Não agradou a mudança na disposição de poltronas em Um Certo Olhar/ a serie sofreu modificações físicas e perdeu parte da característica	(2)
<u>..ESTACIONAMENTO</u>	<u>(23)</u>
Entrada e saída do estacionamento está caótica/ filas duplas/ deveria acionar manualmente o semáforo ou desligar// Mudança na entrada do estacionamento/ ser possível entrar 2 carros de cada vez	(14)
Estacionamento 2º subsolo: acesso inviável p/idosos e deficientes/ falta iluminação	(3)
Estacionamento sujo/ acumula água da chuva// Poucas vagas pelo acúmulo de entulhos	(3)
Eliminar a obrigatoriedade de devolver o papel na saída	(2)
Mudança na entrada do estacionamento/ ser possível entrar 2 carros de cada vez	(2)
Muitas vagas reservadas para os funcionários da Osesp e da Secretaria	(2)
<u>..ATENDIMENTO</u>	<u>(20)</u>
Um único atendente no café serve/ faz cobrança ao mesmo tempo /Mais atendentes no café/ Melhorar o atendimento do bar/ café	(8)
Falta treinamento aos supervisores/ funcionários/ atendentes	(4)
Aumentar o número de voluntários	(2)
Funcionárias da Dulca ficam sobrecarregadas para atender a fila	(2)
Funcionários conversam durante o concerto	(2)

Menções Negativas

2009: 38% do total da amostra

<u>..INFRA-ESTRUTURA</u>	<u>(119)</u>
<u>..ESPAÇO</u>	<u>(13)</u>
Mais mesas na área do café/ nas salas	(8)
<u>..ILUMINAÇÃO E SINALIZAÇÃO</u>	<u>(11)</u>
Faltam setas orientando posição de lugares, setores, elevadores	(2)
Melhorar o trabalho de visualização das legendas para que todo o público consiga ver	(2)
Falta placa pedindo para desligar o celular	(2)
<u>..LIVRETO DE PROGRAMA</u>	<u>(11)</u>
Elaborar o livreto com todos os concertos em série e com detalhes	(4)
Livreto com a programação deveria ser cortesia	(4)
Melhorar a diagramação do livreto (cores/ poluído/ difícil ler)	(3)
O livreto deveria ser editado por assinatura	(2)
<u>..HORÁRIO FUNCIONAMENTO</u>	<u>(9)</u>
Cafés/ restaurantes devem ficar abertos pós o espetáculo	(5)
Bilheteria poderia permanecer funcionando durante e após o concerto	(3)
<u>..ALIMENTOS E BEBIDAS</u>	<u>(7)</u>
Há anos são servidos os mesmos doces e salgados	(2)
A comida já foi bem mais saborosa/ a comida tem piorado muito	(2)
<u>..ESCADAS</u>	<u>(7)</u>
Colocar corrimão nas escadas e mezaninos para facilitar aos idosos e deficientes	(3)
<u>..BANHEIROS</u>	<u>(7)</u>
Banheiros mal cuidados/ sem higiene/ condições precárias de limpeza	(7)
<u>..TRANSPORTE</u>	<u>(7)</u>
Solicitar a Prefeitura a licença de manipular o semáforo de acordo com o tráfego da rua	(2)
Ajudaria se os taxistas ficassem mais próximos, na saída	(2)
Falta organização na fila de espera dos táxis// Serviço de táxis muito ruim	(2)

Menções Negativas

2009: 38% do total da amostra

<u>.PROCESSOS</u>	(41)
<u>..SISTEMA DE TROCA/DOAÇÃO/REPASSE</u>	(20)
Melhorar a questão da troca de lugares/ criar serviço de troca	(3)
É necessário um estudo que possibilite a troca e/ou doação de ingressos com facilidade	(2)
Deve haver doação por parte dos assinantes/ doação por parte dos patrocinadores e apoiadores evitando cadeiras vazias	(2)
Possibilitar a troca de lugares no ato da renovação	(2)
<u>..COMPRA DE INGRESSOS AVULSOS</u>	(8)
Dificuldades na aquisição de ingressos para concertos avulsos/ rápidos	(2)
Bilheteria alega estar com os ingressos esgotados sendo que a sala não fica cheia no respectivo dia/ há sempre lugares vazios e muitas vezes tentamos comprar sem sucesso	(2)
<u>..INGRESSO RÁPIDO</u>	(7)
Tem que melhorar a navegação pelo site para compra do ingresso rápido, pois é a única opção para quem mora fora de São Paulo	(3)
Disponibilizar no site di Ingresso Rápido um mapa contendo assentos vagos	(2)
Ingresso Rápido tem atendimento confuso e ineficiente	(2)
<u>..AQUISIÇÃO DE ASSINATURA</u>	(6)
Dificuldades no sistema para aquisição de assinaturas	(4)
<u>..RENOVAÇÃO DE ASSINATURA</u>	(6)
Renovação de assinatura é precária s/e// Dificuldade de renovação de assinatura mesmo no primeiro dia de inscrição	(3)
Prioridade para o assinante na renovação de assinatura	(2)
<u>.CONSCIENTIZAÇÃO DO PÚBLICO</u>	(39)
Desenvolver programa educativo com relação a barulho durante a apresentação	(19)
Os indicadores mais novos deveriam ser informados de que as pessoas atrasadas devem se sentar em qualquer lugar// Não permitir a entrada após o início do espetáculo	(11)
Ocupação indevida de poltronas// Cabe aos atendentes da sala transferir pessoas que estão em poltronas indevidas	(7)
Explicitar no programa o tempo de duração para que ninguém saia durante o espetáculo	(4)
Deixar claro ao público que não devem se retirar da sala antes dos integrantes da orquestra	(3)
Falta uma fiscalização maior para inibir quem fica tirando fotos na hora do evento	(2)

Menções Negativas

2009: 38% do total da amostra

<u>.REGENTE</u>	(29)
<u>..REGENTE</u>	(16)
Não contratar regente brasileiro como titular/ não há nenhum à altura do anterior/ o substituto não tem a mesma performance do anterior	(6)
Manter o regente principal em um maior número de apresentações/ ter um regente mais tempo com a orquestra	(4)
Faltam comentários do maestro/ solista sobre as obras antes do espetáculo	(4)
Contratar um maestro brasileiro	(2)
Na escolha do novo maestro deve levar em consideração o público	(2)
<u>..MENÇÕES A SAÍDA NESCHLING</u>	(15)
Lamento o anúncio precoce da saída do Maestro Neschling/ saída já anunciada	(7)
A demissão só foi anunciada as vésperas do início da temporada, depois que os assinantes já haviam pago suas assinaturas	(3)
Mesmo polêmico, merecia mais respeito pelo que fez a Orquestra	(2)
O processo de dispensa do maestro foi incompatível com o que se espera de uma organização como a Osesp, ficou parecendo briga política de 3 categorias	(2)
<u>.CONVIDADOS</u>	(4)
Continuar trazendo músicos e orquestras internacionais	(2)
<u>.ORQUESTRA/ INSTRUMENTISTAS</u>	(2)
<u>.QUALIDADE ARTÍSTICA DAS OBRAS</u>	(9)
As apresentações tipo Sofia Gubaidulina devem ser reservadas em datas independentes do programa de assinantes	(5)
Melhorar o programa s/e	(3)

Menções Negativas

2009: 38% do total da amostra

.DIVERSIFICAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO**(34)**

Faltam mais compositores brasileiros	(6)
Incluir obras clássicas/ apresentar mais músicas clássicas	(5)
Tem excesso de músicas contemporâneas	(5)
Faltam concertos e sinfonias consagradas	(4)
Incluir obras de Michael Nyman e Philip Glass na programação de contemporâneos	(4)
Faltam obras no repertório barroco	(2)
Incluir obras românticas	(2)
Incluir novas obras	(2)
Incluir repertório mais conhecido	(2)

..PREÇO INGRESSO/ PROGRAMA**(15)**

Preço do ingresso é alto	(5)
Reduzir os preços dos programas para assinantes	(3)
Tarifa cobrada pelo ingresso rápido é muito alta	(3)
Os programas poderiam ser de apenas uma apresentação/ individuais por apresentação para diminuir o custo, é desperdício para quem só tem uma assinatura	(3)

..PREÇO ESTACIONAMENTO**(8)**

Estacionamento é caro/ houve aumento muito grande	(6)
Estacionamento deveria ser gratuito	(2)

..PREÇO ALIMENTAÇÃO/ BEBIDA**(6)**

Bebidas alcoólicas tiveram grandes aumentos	(3)
Valor do cafezinhos é alto	(2)

..PREÇO DEMAIS PRODUTOS**(3)**

Preços altos em todas as lojas da Sala São Paulo	(2)
--	-----

Menções Negativas

2009: 38% do total da amostra

..PAGAMENTO**(3)**

Poder utilizar o cartão de crédito no café

(3)

.DIVULGAÇÃO/ INFORMAÇÃO**(25)**

Colocar o conteúdo das programações no site// Antes do espetáculo distribuir um folheto com a sinopse das obras

(8)

Mais divulgação sobre a Osesp para a sociedade

(4)

Cartazes estão muito ruins s/e// Cartazes mais claros, mostrar todas as músicas, solistas e intervalo

(3)

Os programas devem ser recebidos com antecedência// Os programas devem ficar prontos com antecedência para serem baixados pelo site da OSESP

(2)

.PESQUISA**(12)**

Pesquisa com espaço muito curto para respostas//Deveria ter espaço para comentário em todas as páginas da pesquisa

(6)

Pesquisa um pouco extensa

(5)

Pesquisa com perguntas não pertinentes ao assunto

(2)

.RESPEITO**(9)**

Cumprimento de horários apresentação: não atrasar não ultrapassar horário

(7)

Cumprimento do programa: Os concertos de cada série não devem sofrer alteração // Desrespeito quanto a troca de obras

(2)

.RESPONSABILIDADE SOCIAL**(6)**

Devem revitalizar a praça

(2)

.OUTRAS RESPOSTAS**(13)**

Retornar o caminho anterior e não ficar aderiva sem pulso e direção// Voltar a ter o nível de excelência que tinha até o ano passado

(2)

Desenvolver cursos no sentido de ampliar o conhecimento, criando curso de apreciação musical

(2)

Menções Positivas

2009: 48% do total da amostra

.ELOGIOS GERAIS**(29)**

Continuar dando ao público esse prazer ouvir uma boa música de concerto	(6)
Parabéns a todos os envolvidos no projeto OSESP/ todo o quadro artístico e administrativo/ Sala São Paulo	(5)
É um prazer/ estou plenamente satisfeito// É um prazer tê-la conosco	(3)
É motivo de orgulho quando se compara a produções do exterior/ orgulho para o Brasil	(3)
Gosto de freqüentar esta Sala São Paulo com muito orgulho e bastante aproveitamento	(3)
Continuar com a mesma qualidade/ alta qualidade	(2)
Elogios a criação do Banco de Ingressos	(2)
A programação da Osesp tornou-se um orgulho para São Paulo	(2)

.PALESTRA/ PROGRAMA "FALANDO COM MÚSICA"/ OSESP ITINERANTE**(6)**

Continuar com as palestras antes dos concertos	(2)
O programa "Falando com Música" e essencial para entender as peças executadas	(2)

.INFRA-ESTRUTURA**(5)****.ORQUESTRA/ INSTRUMENTISTAS****(4)**

Os concertos seguem tendo o mesmo nível apesar da saída do temperamental Neschling	(2)
--	-----

.DIVERSIFICAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO**(4)**

Continue com a programação eclética tocando sempre compositores modernos, contemporâneos	(2)
--	-----

.REGENTE**(3)****.QUALIDADE ARTISTICA DAS OBRAS****(3)**

Programação de excelente qualidade	(2)
------------------------------------	-----

.OUTRAS RESPOSTAS**(2)**

Os concertos estão começando pontualmente/ às 21h em ponto	(2)
--	-----

..NENHUMA**(5)****..SEM RESPOSTA****(437)**



Conclusões e Recomendações



Conclusões e Recomendações

A pesquisa de satisfação OSESP 2009, apresenta **alto índice de satisfação** de seus clientes com os concertos da OSESP (média 8,8) e é similar as médias dos estudos anteriores (2007 = 9,1 e 2008 = 9,1).

Em geral, todos os aspectos relacionados a **execução dos concertos** pela OSESP continuam sendo bem avaliados, com mais de 80% dos respondentes atribuindo notas 8, 9 ou 10. O único aspecto com um índice um pouco menor foi a *“Diversificação da programação”* (80% → 74%). Espontaneamente obteve 34 sugestões no final da pesquisa.

A excelência artística dos convidados da OSESP continua valorizada.

A expectativa com relação a qualidade artística da **Temporada OSESP 2009** em comparação com 2008 tende a ser positiva:

	Total	Antigo	Novo	Não assinante
Muito melhor/ melhor	32%	31%	32%	33%
Igual	40%	44%	28%	29%
Muito pior/ pior	22%	25%	13%	18%
Não tem como comparar, pois não assistiu em 2008	7%	-	28%	21%

Conclusões e Recomendações

A maior parte do público percebe a OSESP como:

- ✓ uma orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música erudita
- ✓ uma orquestra que goza de prestígio internacional
- ✓ principal referência da música sinfônica no Brasil

Quanto maior o envolvimento com a OSESP, maior o conhecimento de seus **projetos**.

- ✓ Os assinantes antigos conhecem em média 9 projetos enquanto o não assinante conhece 6.
- ✓ E, em geral, todos os projetos são considerados muito importantes.

Conclusões e Recomendações

A avaliação geral da **Sala São Paulo** continua excelente (média 9,2). O diversos aspectos avaliados mantiveram as boas notas, sendo que algumas áreas são um pouco mais criticadas:

- limpeza dos sanitários
- estacionamento (*)
- facilidade de acesso para deficientes físicos
- projeção das legendas
- conforto das poltronas (*)

() estes itens foram citados espontaneamente no final da pesquisa com grande número de menções:*

- cadeiras (40 menções): falta de manutenção, falta de conforto, falta de cadeiras, problemas de localização

- estacionamento (23 menções): problemas na entrada e saída, filas duplas, falta de limpeza

As **lojas e serviços** da Sala São Paulo são bem conhecidos e utilizados pela maioria dos clientes, exceto a loja Zona D e o restaurante “Sala de Jantar” que foram utilizados por, aproximadamente, metade do público (52% e 54% respectivamente).

Conclusões e Recomendações

Surgem algumas críticas entre os usuários das lojas e serviços, principalmente, quanto a:

- facilidade de realizar uma compra na Cafeteria Dulca e no café da Sala, correlacionado com o atendimento nestas áreas
- adequação dos preços em todos os lugares avaliados

Conhece (%)	Utilizou	Satisfação (top 3 boxes)				
		Produtos vendidos	Atendimento	Facilidade realizar compra	Adequação preços	
Loja Clássicos	96	83	85	80	72	57
Loja Zona D	84	52	73	85	79	59
Cafeteria Dulca	90	82	82	73 ← →	53	62
Café da Sala	97	95	76	65 ← →	47	60
Restaurante "Sala de Jantar"	74	54	77(*) 59(**)	81		60

(*) qualidade do cardápio

(**) variedade do cardápio

Conclusões e Recomendações

O “*Banco de Ingressos*” é o serviço com maior índice de conhecimento, porém apenas 49% de intenção de uso.

“*AD LIB*” tem ótima receptividade, quase a metade dos entrevistados tem a intenção de utilizar o serviço mesmo com baixo índice de conhecimento.

	Serviços		
	Banco de ingressos	Ingresso da Hora	AD LIB
Conhece	77%	38%	19%
Probabilidade de uso (top 2 boxes)	49%	31%	49%



É necessário maior divulgação destes serviços que oferece novas alternativas para o cliente.

Conclusões e Recomendações

É comum **perder** um ou outro concerto, por mais que a expectativa inicial da assinatura seja diferente: 41% dos novos assinantes acreditam que não perderão nenhum concerto versus 17% entre os que trocaram e 15% entre os que renovaram

	Processo		
	Compra	Troca	Renovação
Tempo de assinatura - média	86% é a 1ª vez que compra	3,4 anos	4,3 anos
Concertos perdidos – média de ingressos nenhum concerto perdido	1,36 (previsão) 41% (previsão)	1,8 17%	1,9 15%
Destino dos ingressos – dar para colegas/ amigos/ familiares	72% (previsão)	69%	81%

Segundo a declaração dos respondentes, a maior parte desses ingressos são direcionados a colegas, amigos ou familiares.



A adesão dos serviços de Banco de Ingressos pode ampliar o grau de satisfação, pois o próprio cliente recebe o benefício ao doar o seu ingresso.

Conclusões e Recomendações

Na maioria dos **processos de assinaturas** para compra, troca ou renovação, é realizada via Internet.

Por isso, é importante buscar constantemente a melhoria do serviço através deste canal. Os comentários espontâneos citados considera o site: confuso, de difícil compreensão e navegação, tem problemas de visualização, falta informações → são citados por 5% renovação, 6% compra, 5% troca

Embora as médias de satisfação geral dos processos de assinaturas sejam elevadas, é necessário avaliar questões específicas relacionadas a preço e prazo para aumentar a satisfação dos entrevistados. Outra questão a ser estudada é com relação a falta de disponibilidade de lugares, dificuldade de troca, que é mencionado espontaneamente por 8% renovação, 9% troca, 4% compra

	Processo (top 3 boxes)		
	Compra	Troca	Renovação
Realizado pela Internet	67%	76%	76%
Satisfação: Média	8,3	7,8	8,5
Top 2 boxes	79%	69%	82%
Processo de pagamento	91%	87%	88%
Preço	77%	78%	82%
Prazo	70%	72%	85%
Obtenção de informação	64%/64%/59%	82%/76%/79%	85%
Processo	77%	87%	81%

Conclusões e Recomendações

Existem alguns espaços para melhoria quanto às diferentes formas de aquisição de ingressos avulsos:

	Satisfação (top 3 boxes)			
	Bilheteria Sala São Paulo	Telefone (Ingresso rápido)	Site (ingresso rápido)	PDV (Ingresso rápido)
Cordialidade	85	77	-	68
Facilidade de visualizar lugares vagos	82	-	45 ↘	78
Eficiência dos atendentes	79 ↘	70	-	59
Preço dos ingressos	66 ↘	56 ↘	44	65
Horário de funcionamento	59 ↘	70 ↗	-	67
Facilidade de obter ingressos	43 ↘	46	53/53	43/31
Facilidade de obter bons lugares	36 ↘	44 ↗	32	31

Entretanto, a venda de ingressos avulsos e **novas assinaturas** (42% tem a intenção em se tornar assinante) são formas de rejuvenescimento do público da OSESP. Entretanto, é um público menos envolvido com a mesma e com critérios de avaliação que podem ser diferenciados dos assinantes mais antigos.

(%)	18 a 39 anos	40 a 49 anos	+ 50 anos
Assinantes antigos	12 ↓	15	73 ↑
Assinantes novos	25 ↓	14	61 ↑
Não assinantes	58 ↓	13	28 ↑



Projeto de Satisfação OESP 2009