

| o | s | e | s | p |

Orquestra  
Sinfônica do  
Estado de  
São Paulo

mc 15

*Projeto:*  
**Satisfação  
Osesp  
2023**

PJ23173

PJ23218 | DEZ DE 2023



| o | s | e | s | p |

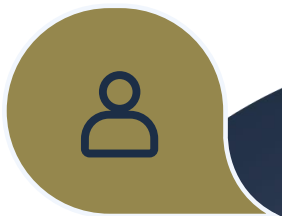
Orquestra  
Sinfônica do  
Estado de  
São Paulo

mc 15

# Introdução



# COM QUEM FALAMOS



## 1079 contatos

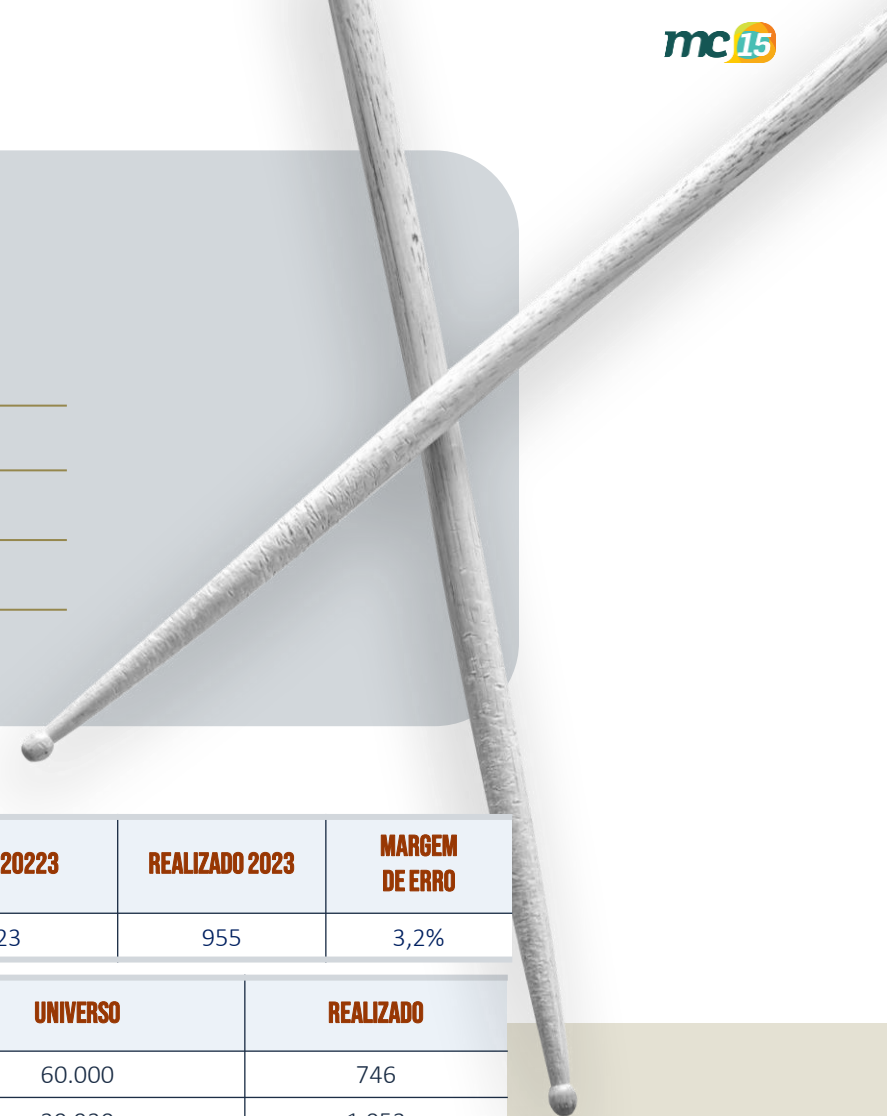
(955 assistiram concertos na Osesp este ano e 279 não assistiram);

Homens e mulheres;

Acima de 16 anos;

Frequentedores da Sala São Paulo;

Assinantes e compradores de ingressos avulsos.



PERFIL	UNIVERSO 20223	REALIZADO 2023	MARGEM DE ERRO
Total	32.823	955	3,2%

ANO	UNIVERSO	REALIZADO
2022	60.000	746
2021	39.930	1.053
2019	35.946	1.682
2018	18.619	1.392
2017	28.646	1.168

# OBJETIVOS E METODOLOGIA

**Avaliar o nível de Satisfação do público da Osesp**, assim como identificar quais são as suas expectativas em relação ao futuro da Fundação.

---

## PADRÃO DE AÇÃO

---

Traçar planos viáveis para o futuro da Osesp (principalmente no que se refere à programação).

---

## PESQUISA QUANTITATIVA ATRAVÉS DE ENTREVISTAS ONLINE.

Envio de e-mail convite para todos os públicos: assinantes, não assinantes e Sou Osesp (listagens fornecidas pela Osesp).

---

Data de coleta: novembro de 2023.

---

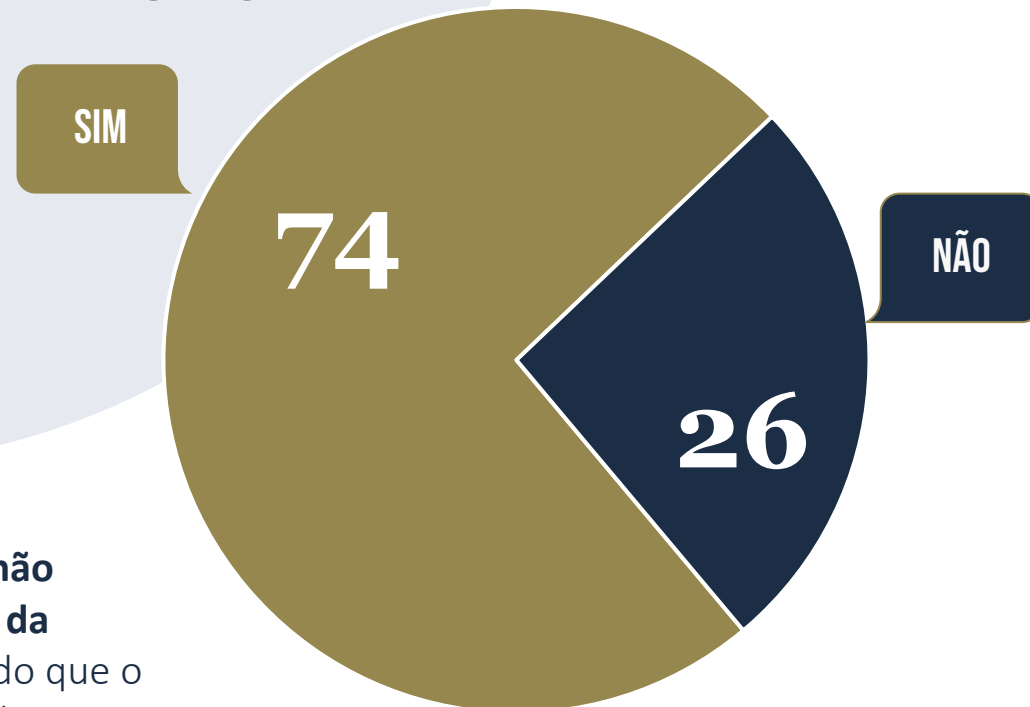
O estudo teve caráter branded, ou seja, os respondentes souberam que o solicitante da pesquisa é a Fundação Osesp.

---

Os resultados de 2023 estão sendo comparados com 2018, 2019, 2021 e 2022 sempre que possível.

# ASSISTIU A, PELO MENOS, UM CONCERTO OU ENSAIO DE MÚSICA CLÁSSICA AO VIVO EM 2023

*Executado pela Osesp*



Somente  $\frac{1}{4}$  dos espectadores não assistiram a nenhum concerto da Osesp em 2023 (índice menor do que o observado no ano passado, onde praticamente metade dos respondentes declaravam que não tinha assistido).



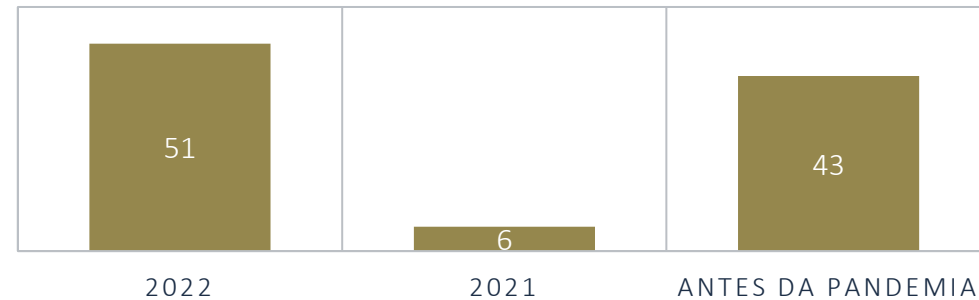
Base: Número de Contatos – 1079 (279 não assistiram a Osesp este ano)

# Por que não assistiu?

Cracolândia  
Questões familiares.  
Imprevistos pessoais  
Perdi a vontade  
**Falta de tempo**  
Insegurança de ir na Sala SP à noite  
**Não moro em SP**  
Ingressos esgotados  
Problemas de saúde



% Quando esteve na Osesp pela última vez



# *Capítulo 1*

# Detalhamento do Público Frequentador



# PERFIL DA AMOSTRA

2023

Público de 2023 com um menor percentual de espectadores de classe A do que o observado em anos anteriores.

46% 53%

44% casados

22% de aposentados  
Idade Média: 54 anos

Alto grau de instrução (86% superior completo)

38% Classe A  
48% Classe B  
14% Classe C

**COMPRADORES AVULSOS**  
**(577) - 60%**

49% homens  
**Mais solteiros (48%)**

Idade Média - 43 anos  
**13% aposentados**

2022  
CLASSE A  
[32%]

Classe A (28%)  
Classe B (53%)

**ASSINANTES**  
**(378) - 40%**

60% homens  
**Mais casados (54%)**

Idade Média 66 anos  
**34% aposentados**

2022  
CLASSE A  
[60%]

Classe A (53%)  
Classe B (41%)

Como chegam a Oseps?

**57%**  
Carro Próprio (Assinantes: 74%)

**49%**  
Trem/ metrô (Avulsos: 59%)

**20%**  
UBER

**10%**  
Taxi



# FREQUÊNCIA EM ORQUESTRAS (GERAL)

Cai a frequência em outras orquestras e aumenta o % de espectadores da Osesp online (16% → 21%)

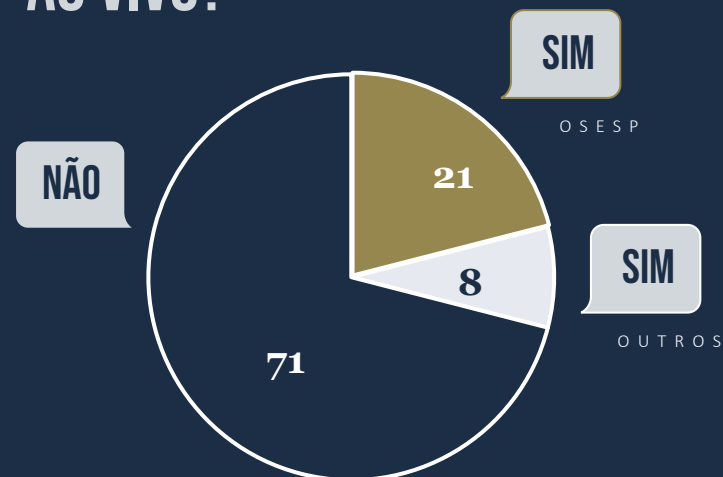
Entre os que assistiram outros espetáculos, se destacam: Orquestra Brasil Jazz Sinfônica, Sinfônica Brasileira e Sinfônica Municipal de São Paulo

## 61% ASSISTEM OUTRAS ORQUESTRAS (81% EM 2022)

ALÉM DA OSESP ASSISTEM A:	2023	2022	2021	2019	2018
Orquestra Brasil Jazz Sinfônica	16%	12%	20%	16%	10%
Orquestra Sinfônica Brasileira	16%	3%	5%	4%	4%
Orquestra Sinfônica Municipal de São Paulo	14%	19%	14%	25%	20%
Orquestra Bachiana Filarmônica	12%	4%	6%	7%	6%
Orquestra do Theatro São Pedro	11%	13%	10%	12%	12%
Orquestra Sinfônica da USP	6%	6%	5%	14%	11%
Orquestras e Grupos Internacionais	5%	7%	14%	18%	21%

Base: Amostra Total - 955

## ASSISTIU A ALGUM concerto online AO VIVO?



Esses concertos foram assistidos **principalmente** no Youtube



# COSTUMAM SE INFORMAR? EM QUAIS CANAIS?

98% afirmam que costumam se informar sobre a Osesp (em 3 veículos diferentes, assinantes chegam a 4).  
As mídias digitais são as mais acessadas por ambos os públicos e o site da Osesp é o meio que mais cresceu esse ano.

*Entre quem não se informa as maiores justificativas são falta de hábito e tempo.*

	2023	2022	2021	2019	2018
	50%	63%	58%	56%	67%
	95%	96%	97%	90%	83%
	3,3	3,9	3,4	2,9	2,8

ÍNDICE DE MULTIPLICIDADE

%	2023	2022	2021	2019	2018
<b>Mídia Convencional</b>					
Livro da Temporada Osesp (57 x 17)	33	27	25	22	33
Jornais	9	22	25	16	18
Revista Osesp Anual (39 x 6)	19	17	17	15	24
Amigos ou parentes	16	17	12	16	12
Revistas	5	9	9	8	10
Rádio	5	13	15	9	10
<b>Mídia Digital</b>					
E-mails enviados pela Osesp (85 x 48)	63	69	78	50	27
SITE (s/e) (70 x 77)	74	67	62	72	69
• Site Osesp	55	46	///	///	///
• Site Sala São Paulo	49	44	///	///	///
Aplicativo Osesp (21 x 6)	12	11	13	12	18
Redes Sociais Osesp	21	25	///	///	///
Redes Sociais da Sala São Paulo	20	20	///	///	///
NÃO COSTUMA SE INFORMAR	2	1	///	///	///

*Meios tradicionais que mais perdem relevância: jornais (principalmente), revistas e rádio.*

*O APP tem mais apelo para os homens, faixas etárias mais velhas (+ 60), classe A e assinantes*

**Mídia Convencional**  
perde ainda mais sua importância

---

✓ **Assinante**  
97% digital X 69% convencional

---

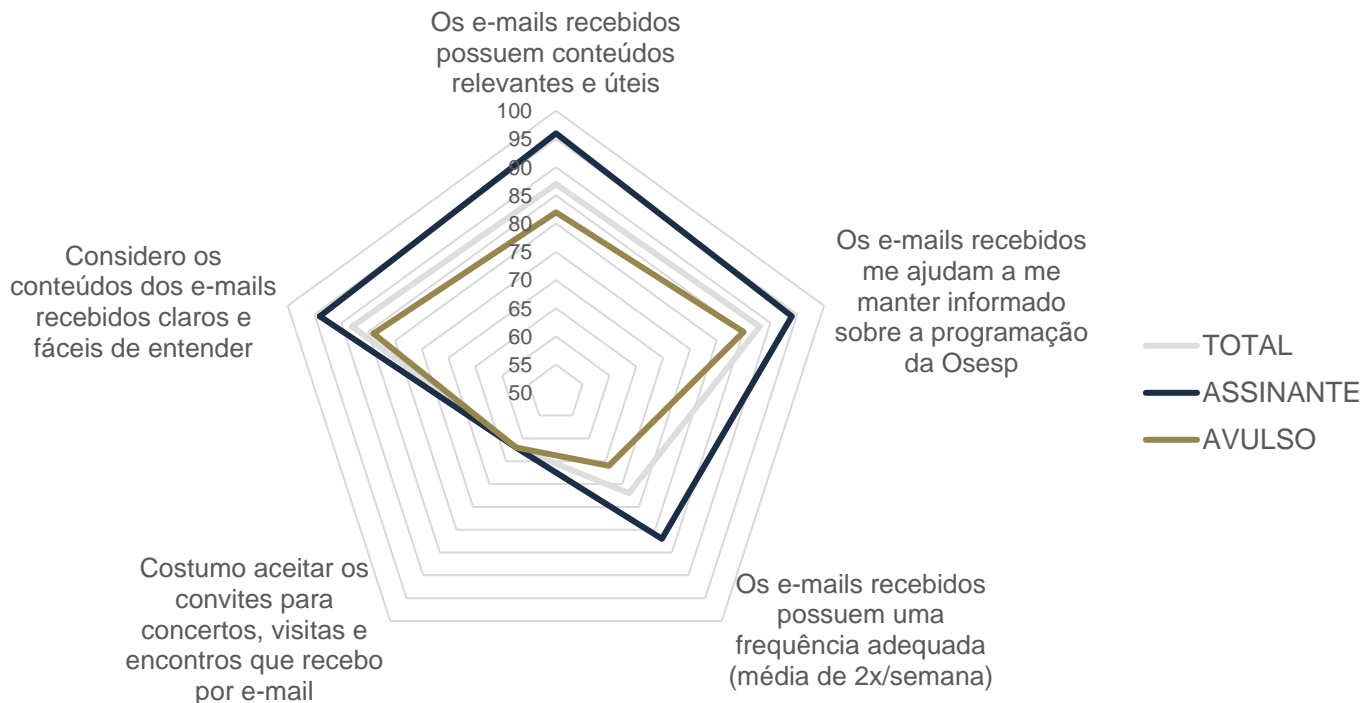
✗ **Não Assinante**  
94% digital X 38% convencional

Base: Amostra Total - 955

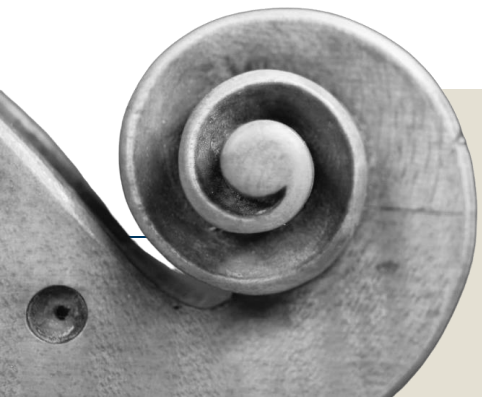
**DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)**



# AVALIAÇÃO DOS E-MAILS RECEBIDOS

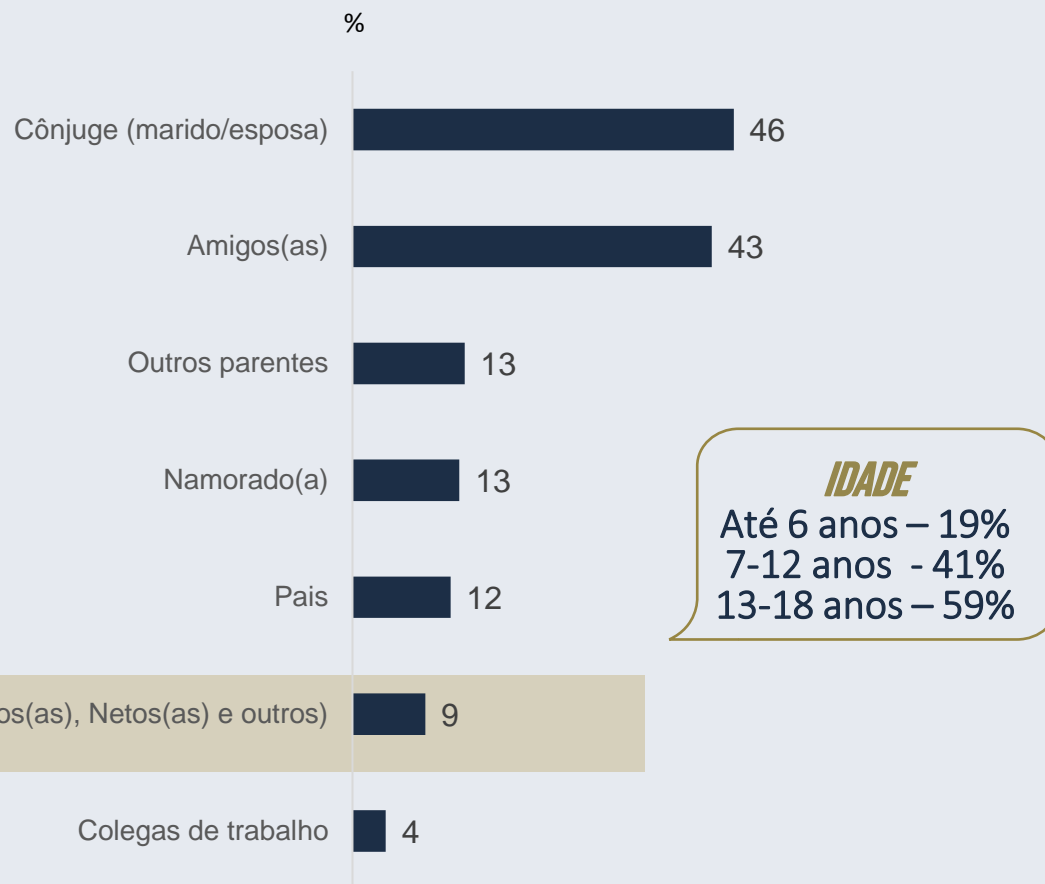


Assinantes, principalmente, reconhecem a relevância dos e-mails recebidos, mas a frequência nem sempre é adequada e os espectadores nem sempre aceitam os convites recebidos por e-mail (62%)



# COM QUEM ASSISTEM AOS CONCERTOS

Cônjuges ou amigos são os principais acompanhantes.



Base: Amostra Total - 955

## Quando levam as crianças?



### DIAS DA SEMANA

Quinta – 10%

Sexta – 22%

Sábado – 58%

Domingo – 60%

### PROGRAMAÇÃO

Clássico – 89%

Moderno – 58%

### REPERTÓRIO

Vários – 39%

Clássico – 23%

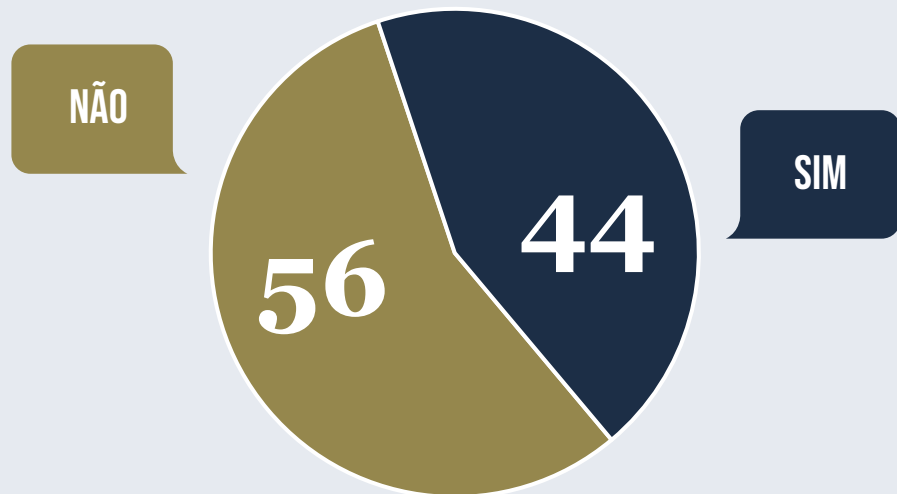
Concertos de Orquestras – 12%

Trilhas de Filmes – 10%



# PROGRAMAÇÃO INFANTIL

*Acreditam que a Osesp tem programas e atividades para as crianças?*



## **POR QUE SIM?**

**25% ACREDITAM QUE O REPERTÓRIO ATUAL É ADEQUADO ÀS CRIANÇAS MAS, A MAIORIA CITA (58%): TRILHAS SONORAS DE FILMES, DESENHOS E GAMES, PROGRAMAÇÃO MATINAL, VISITA GUIADA E CORO INFANTIL.**

## **POR QUE NÃO?**

**NA VERDADE A MAIORIA AFIRMA QUE DESCONHECE UMA PROGRAMAÇÃO ESPECÍFICA PARA CRIANÇAS (68%) DEMAIS ACHAM QUE O REPERTÓRIO NÃO É ATRATIVO PARA AS CRIANÇAS.**

*Por que as atividades já desenvolvidas pela Osesp são interessantes para as crianças?*

*Desenvolve a musicalidade, o bom gosto musical/Prática da boa música/Aprendizado desde pequenos*

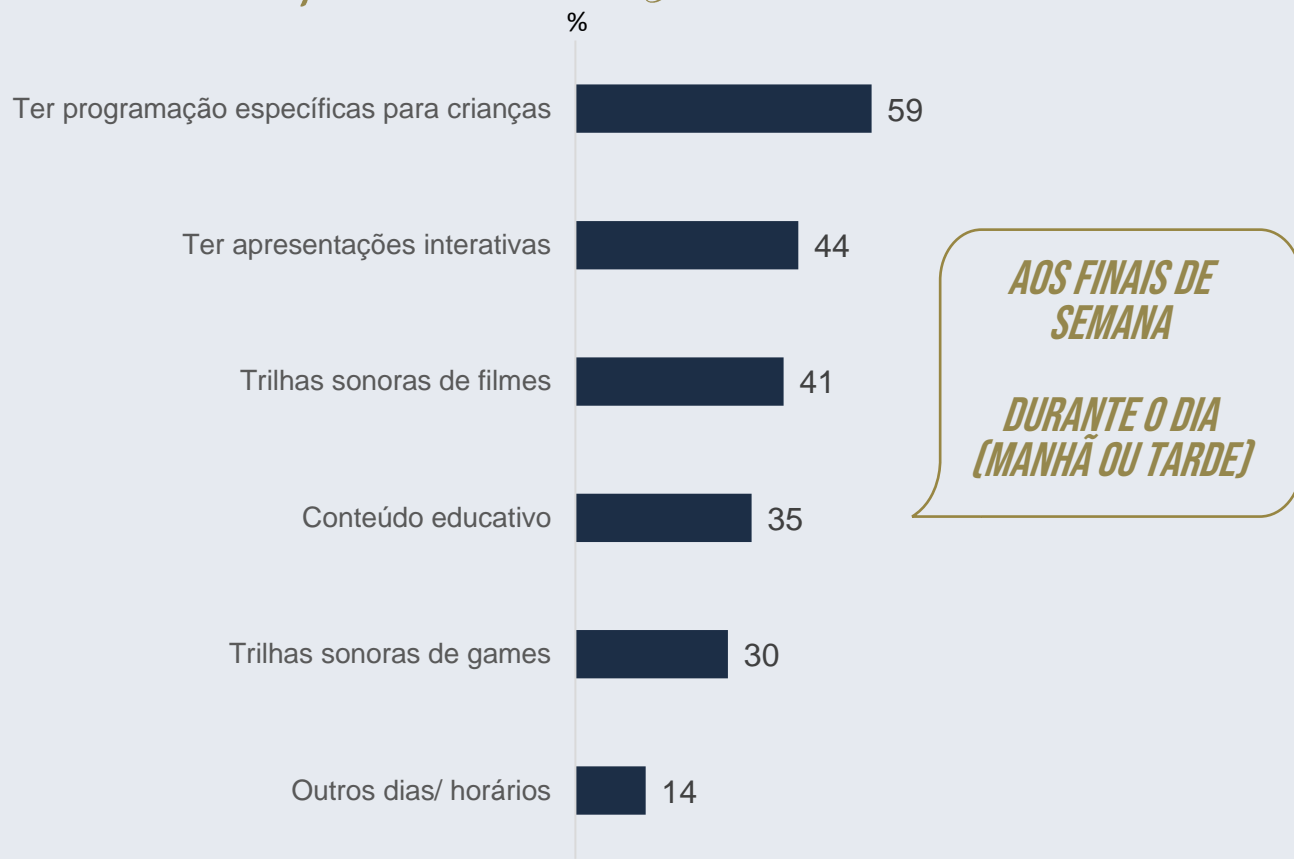
*Ampliar horizontes culturais/Para conhecer melhor a cultura/Desenvolvimento cultural e artístico/Incentivo à cultura*

*Inserir a criança/Porque desperta o interesse*



# PROGRAMAÇÃO INFANTIL

*O que a Osesp deveria fazer para ser mais interessante para as crianças? (estimulado)*

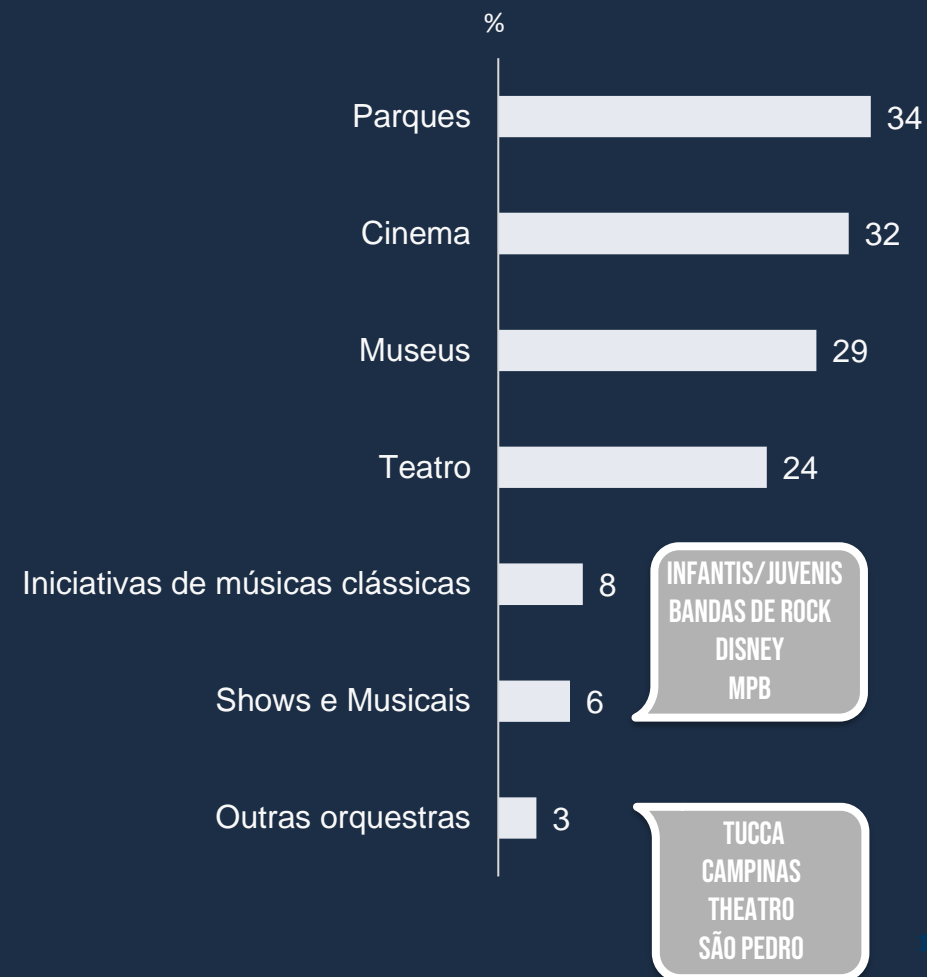


Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

**49% COSTUMAM FAZER PROGRAMAS INFANTIS**

*O que costuma fazer com as crianças?*



# Capítulo 2

## Avaliação

## Osesp



# RECOMENDAÇÃO (NET PROMOTER SCORE)

*A Osesp mantém seu alto índice de NPS*

NPS (2023)	NPS (2022)	NPS (2021)
94	94	94



**PROMOTORES:**

**95%**

(soma das notas 10 + 9)



**NEUTROS:**

**4%**

(soma das notas 8 + 7)



**DETRATORES:**

**1%**

(soma das notas 6 a 1)



**Assinante**

93%



**Não Assinante**

97%

*Assinante tende a ser mais crítico*



## Satisfação geral

**A Osesp aumenta  
ainda mais seu índice  
de satisfação entre os  
dois públicos**

	2023	2022	2021	2019	2018
Notas 6 ou -	0%	1%	0%	0%	1%
Notas 7 e 8	7%	10%	12%	11%	16%
Notas 9 e 10	93%	89%	88%	89%	83%
<b>Média</b>	<b>9,7</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,2</b>	<b>9,3</b>

	MÉDIA	ASSINANTE	AVULSO
2023		9,6	9,8
2022		9,5	9,6
2021		9,4	9,6
2019		9,2	9,7
2018		9,2	9,4

# AVALIAÇÃO ASPECTOS ESPECÍFICOS

Avaliação bastante positiva e em linha com os anos anteriores

<b>Médias das notas</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
Orquestra Osesp	9,8	9,7	9,7	9,6	9,5
Maestros convidados pela Osesp	9,6	9,5	9,5	9,4	9,4
Solistas convidados da Osesp	9,6	9,5	9,5	9,1	9,4
Coro da Osesp	9,6	9,5	9,5	9,4	9,3
Diretor Musical e Maestro Titular da Osesp – Thierry Fischer	9,5	9,4	9,5	9,3	9,2
Programação de Câmara (recitais de solistas e quinteto (Osesp)	9,4	9,2	9,2	9,2	///
Programação do Coro	9,3	9,1	9,1	9,1	8,9
Programação da Orquestra	9,2	9,1	9,1	9,8	8,8

Compradores avulsos avaliam ainda melhor

	<b>2023</b>	
	<b>ASSINANTES</b>	<b>AVULSOS</b>
Orquestra	9,70	9,82
Coro	9,55	9,71
Solistas convidados	9,50	9,67
Maestros convidados	9,47	9,66
Diretor Musical e Maestro Titular	9,40	9,64
Programação de Câmara	9,23	9,50
Programação do Coro	9,19	9,38
Programação da Orquestra	8,91	9,32

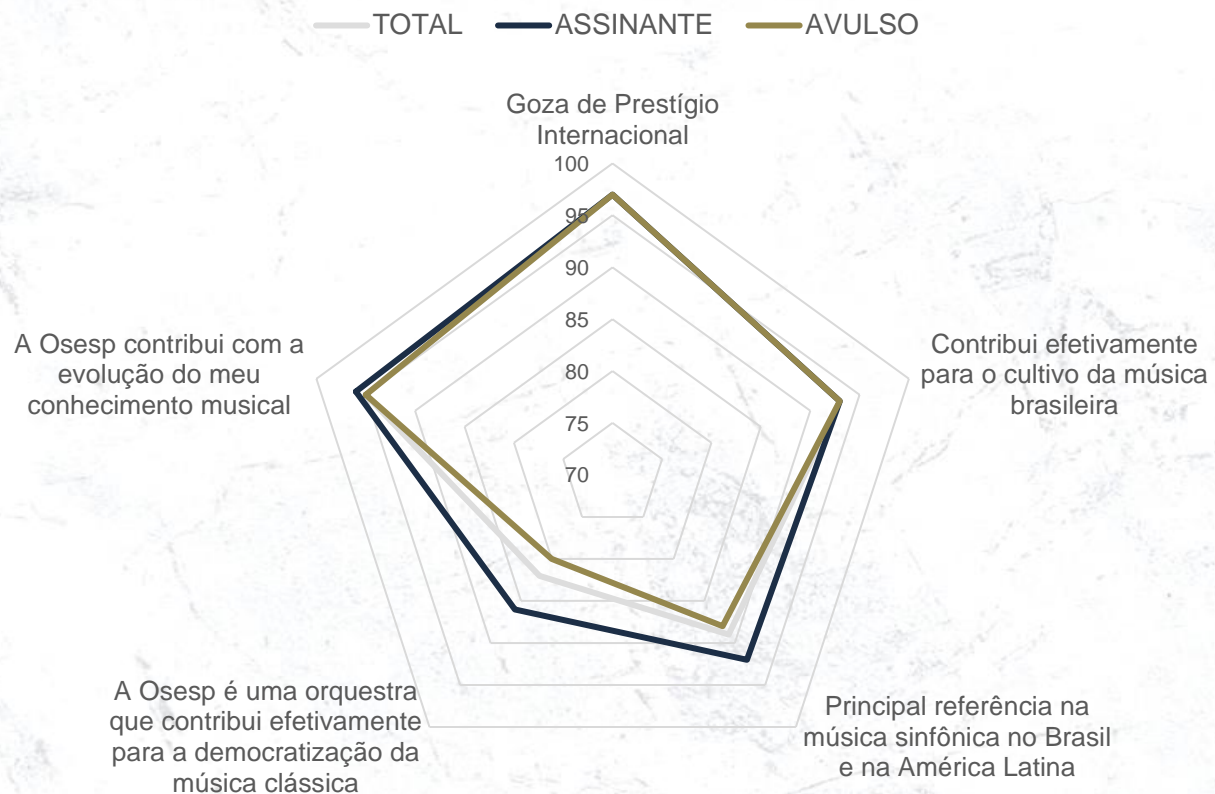
# CONHECIMENTO DA MISSÃO

Desde 2022, compreendem que a Oseps cumpre com excelência a sua missão relacionada a apresentação do melhor da música, mas não totalmente seu papel formativo.



A Oseps é altamente relacionada à: *goza de prestígio internacional, contribui para o cultivo da música brasileira e também contribui com a evolução do meu conhecimento musical* (inserido nesta última onda).

Falta ainda ser mais associada, principalmente, *a uma orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música clássica no Brasil*

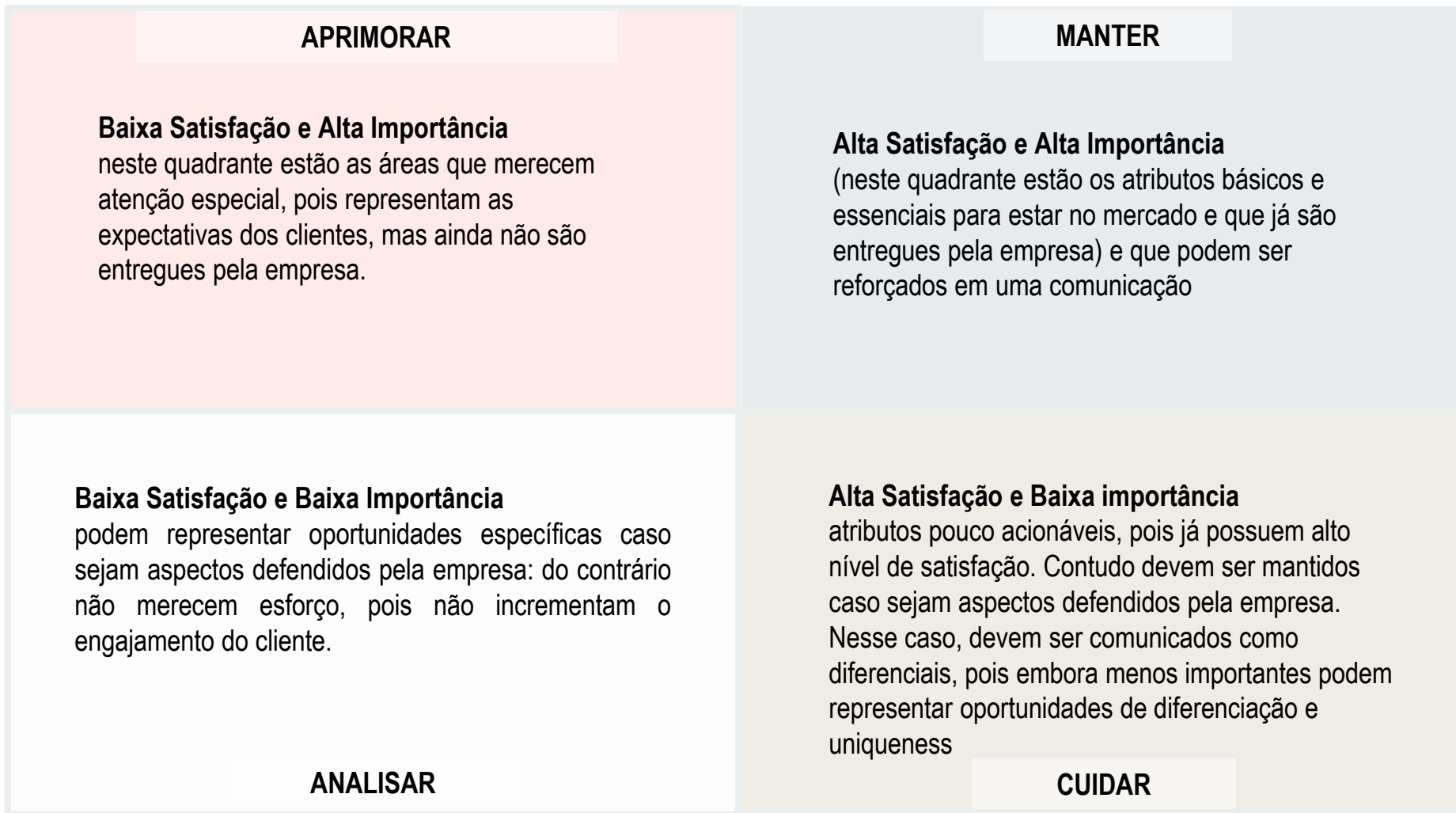


%	2023	2022	2021	2019	2018
Goza de prestígio internacional	97	97	92	91	87
Contribui efetivamente para o cultivo da música brasileira	93	93	86	88	83
Principal referência na música sinfônica no Brasil e na América Latina	89	88	89	87	///
A Oseps é uma orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música clássica	82	82	84	84	///
A Oseps contribui com a evolução do meu conhecimento musical	95				

**Quais são os atributos que  
mais impactam na  
satisfação?**

# ANÁLISE DE QUADRANTES – MATRIZ DE OPORTUNIDADES

IMPORTÂNCIA DOS ATRIBUTOS NA SATISFAÇÃO (%)



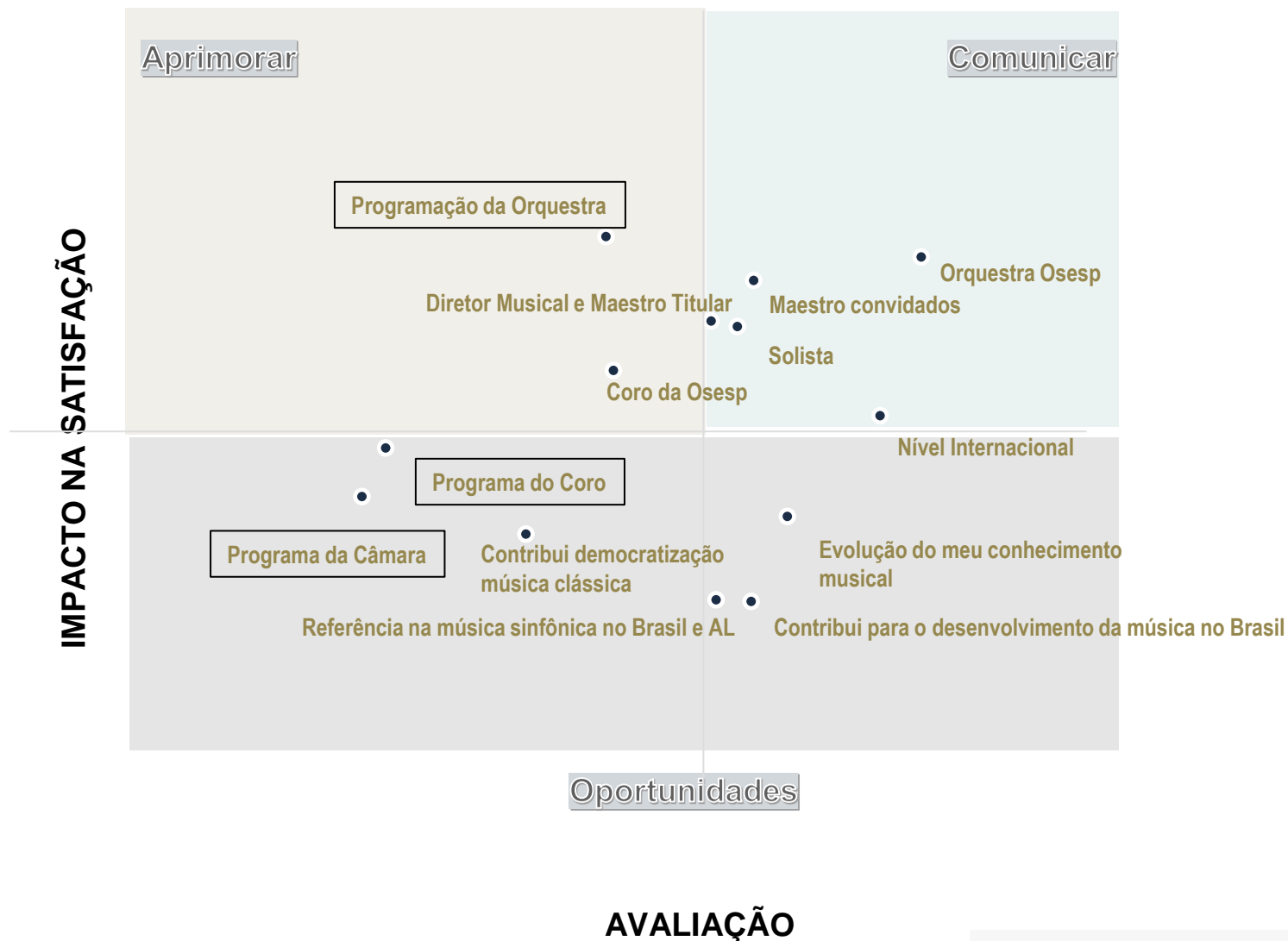
PERFORMANCE (TOPBOX %)

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA [95%]

# ANÁLISE DE QUADRANTES

Músicos (orquestra, solista, maestro) são os pontos fortes da Osesp – impactam na satisfação e têm uma avaliação positiva. Por outro lado, a Programação da Orquestra e o Coro da Osesp (que também impactam na satisfação) têm espaço para melhorias.

Ser uma orquestra de nível internacional (outra fortaleza da Osesp) precisa ser trabalhada em comunicação pois também impacta positivamente para a satisfação.

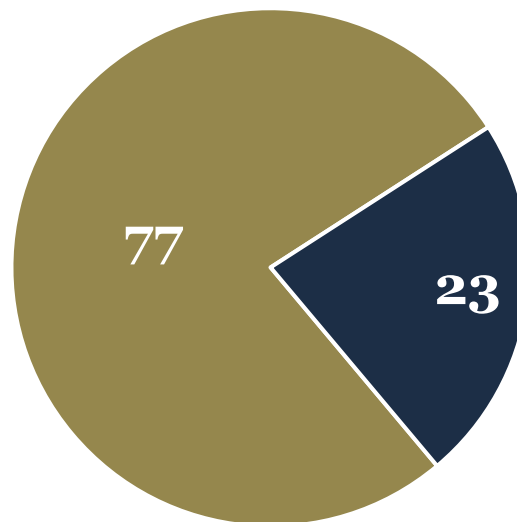


# INOVAR OU MANTER?

O desejo do espectador é que a Osesp não mude



MANTER



MUDAR

*O que a Osesp deveria preservar?*

**REPERTÓRIO (42%)**  
*VARIEDADE, EXCELÊNCIA, MÚSICA CLÁSSICA*  
**QUALIDADE (22%)**  
**TRADIÇÃO (5%)**

*O que a Osesp tem que mudar?*

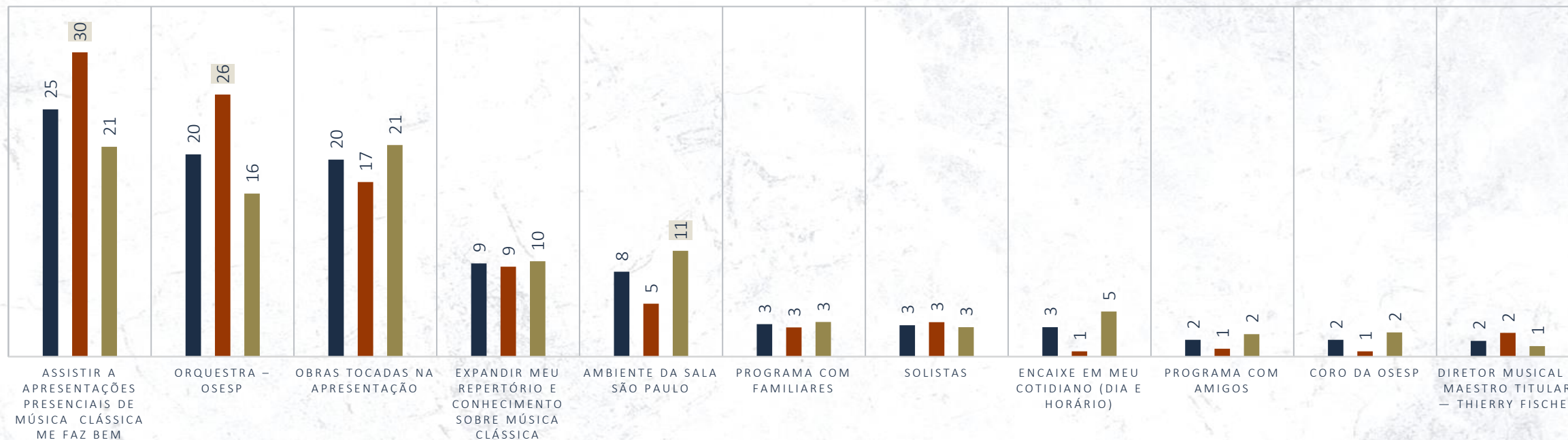
**REPERTÓRIO (15%)**



# CRITÉRIOS PARA ESCOLHA DE UM CONCERTO – 1<sup>o</sup> lugar

Apresentações presenciais e a orquestra das Osesp são os aspectos que mais impactam os assinantes enquanto que apresentações presenciais e as obras tocadas na apresentação, seguidas pela orquestra são os que mais alavancam os compradores avulsos.

■ TOTAL ■ ASSINANTES ■ AVULSOS



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA [95%]





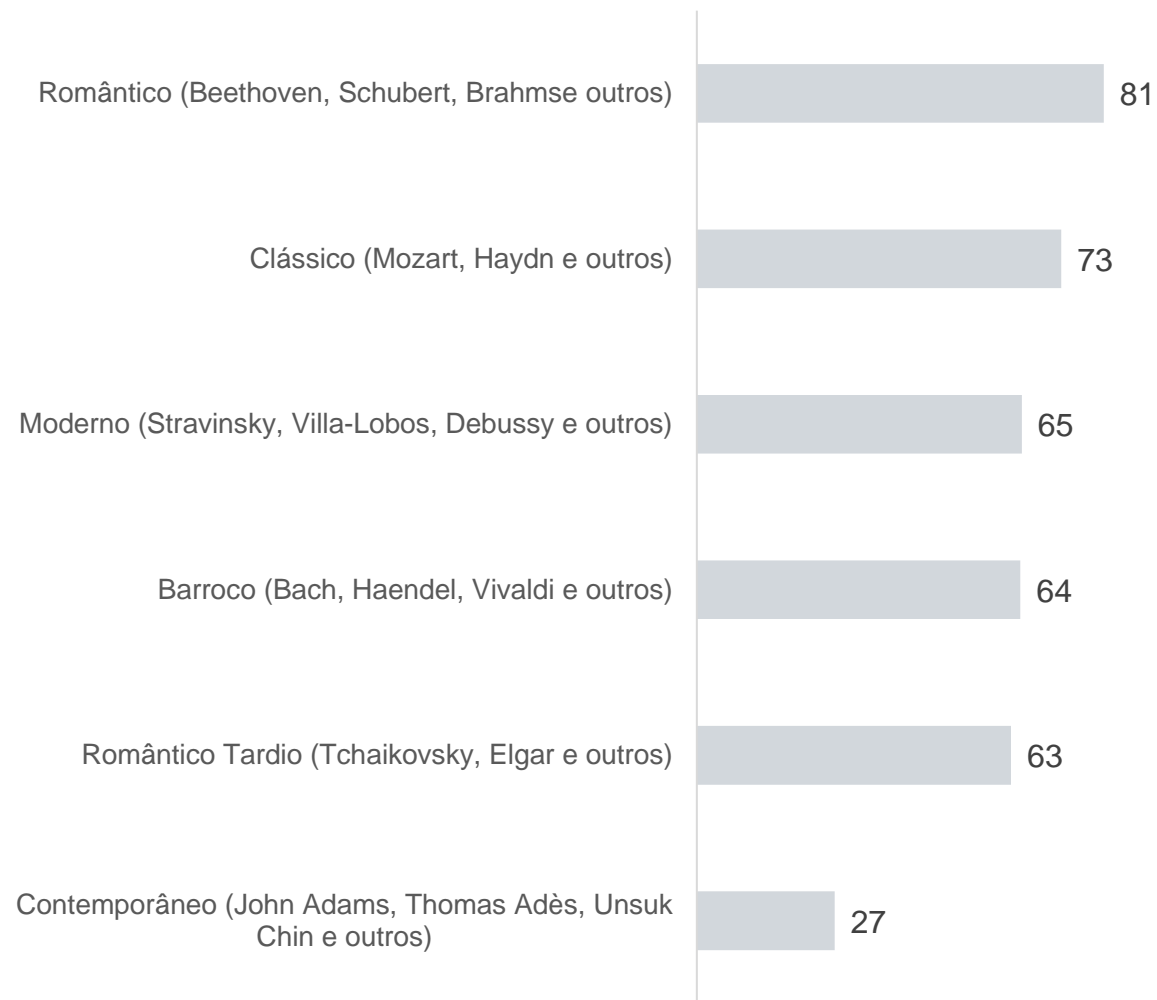
## Programação

**74% ESCOLHE A PROGRAMAÇÃO A PARTIR DAS OBRAS E COMPOSITORES**

## Períodos

**86% ELEGEM ROMÂNTICO/  
ROMÂNTICO TARDIO**

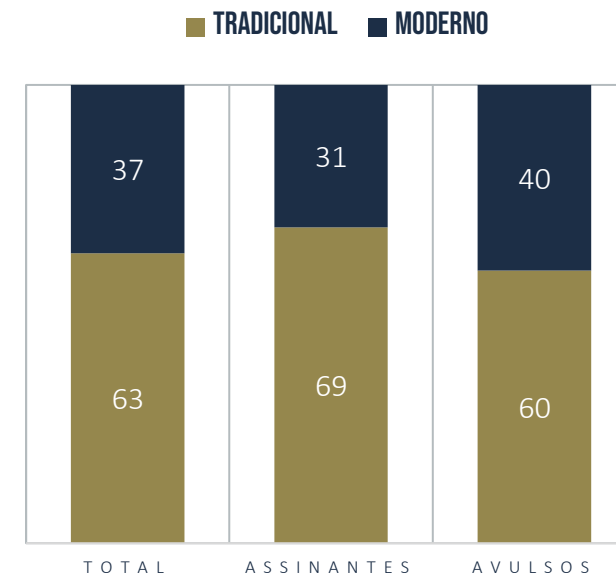
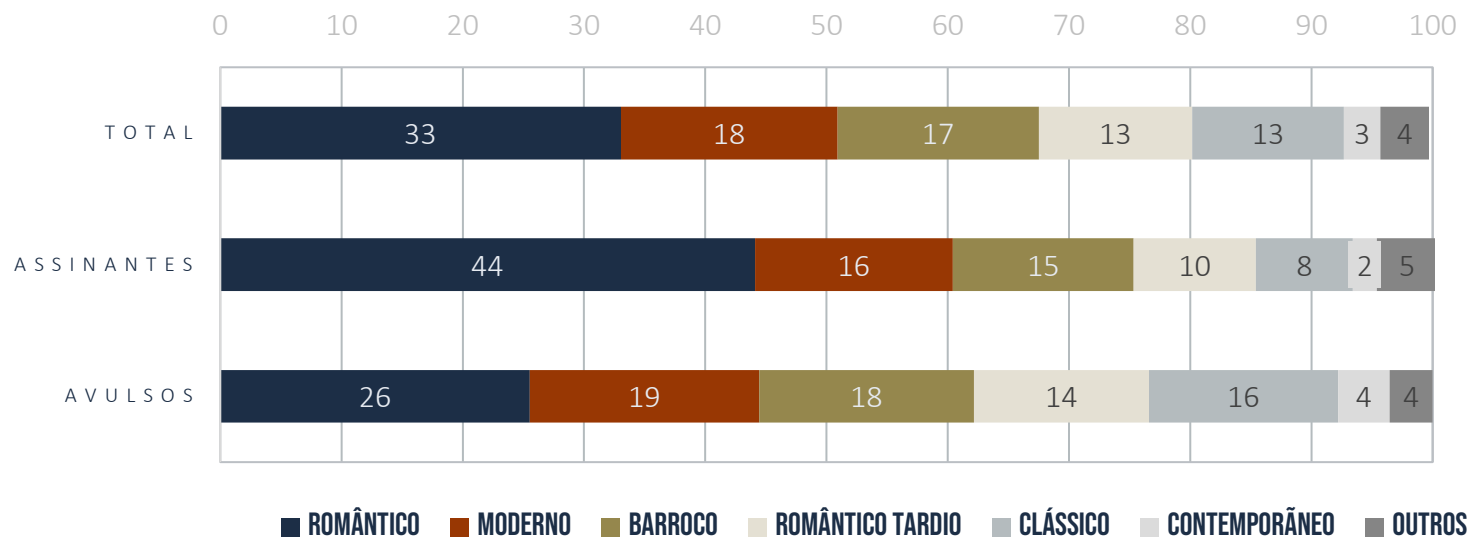
Períodos que mais gostariam de ver sendo apresentados na Osesp (%)



Base: Amostra Total - 955

# PERÍODOS PREFERIDOS

Há uma preferência pelo “tradicional”, principalmente dos assinantes, sendo que o Romântico é o período preferido  
 Romântico + Romântico Tardio = 46% (54% x 40%)



Base: Escolhem a programação a partir da obra - 711

73% (59% assinante e 82% avulso) sentem falta de **repertório inédito**.

# REPERTÓRIOS QUE MAIS MOTIVAM A ASSISTIR UM CONCERTO AO VIVO

	TOTAL	ASSINANTE	AVULSO
Beethoven	43	53	36
Mozart	31	32	30
Bach	28	29	27
Tchaikovsky	20	20	20
Villa Lobos	20	19	21
Rachmaninoff	13	16	12
Mahler	13	19	9
Brahms	12	16	9
Debussy	11	14	10
Vivaldi	11	9	12
Chopin	10	13	9
Stravinsky	8	9	7
Shostakovich	7	9	6
Schubert	6	6	6
Ravel	6	7	5



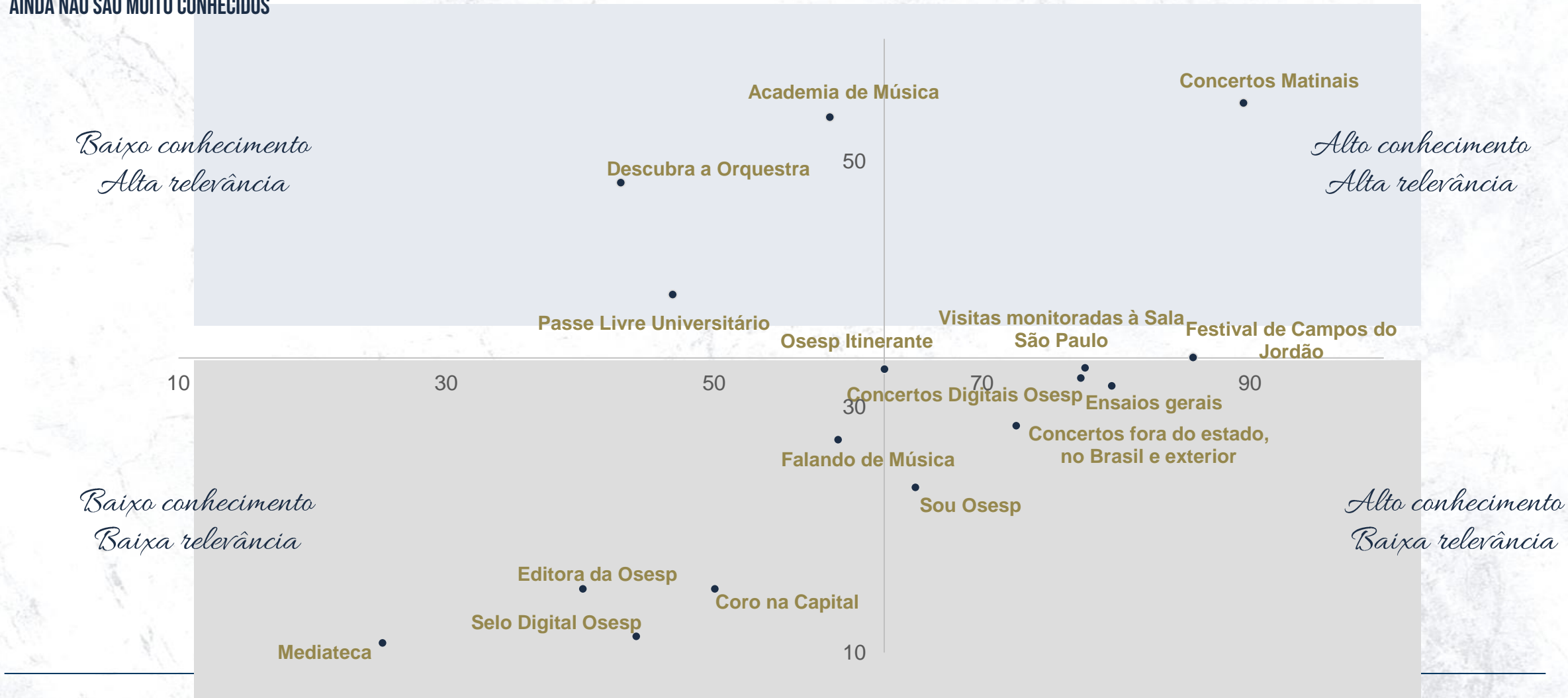
## REPERTÓRIOS QUE MENOS MOTIVAM

	TOTAL	ASSINANTE	AVULSO
Nada a declarar/ Não sei	40	32	46
Contemporâneo	18	25	13
Compositores modernos	10	13	8

Base: Amostra Total - 955

# CONHECIMENTO E RELEVÂNCIA DOS PROJETOS

PROJETOS RELEVANTES DEVERIAM SER ALVO DE COMUNICAÇÃO JÁ QUE ATRAEM O ESPECTADOR: MANTER VISIBILIDADE (DOS QUE JÁ SÃO CONHECIDOS) E GERAR AWARENESS DAQUELES QUE AINDA NÃO SÃO MUITO CONHECIDOS

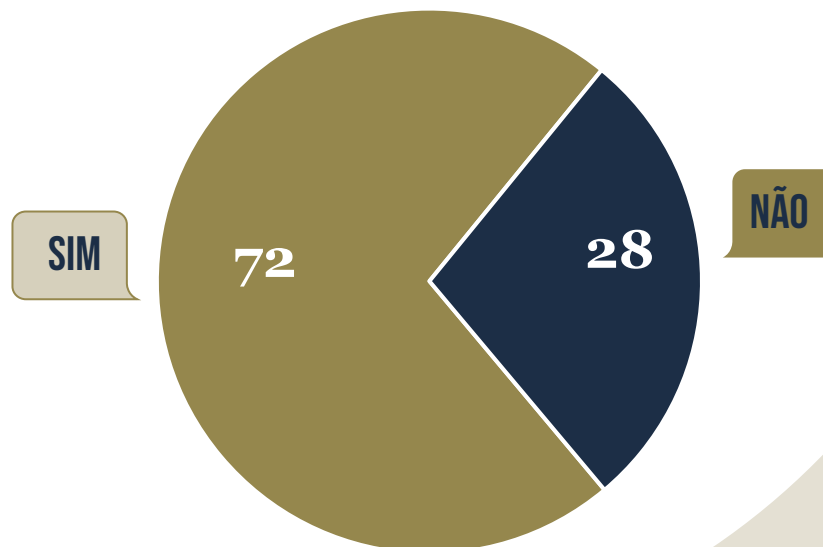


# PROGRAMAÇÃO DE TRANSMISSÃO AO VIVO

A maioria dos espectadores conhece a iniciativa, sendo que 1/3 assiste a programação com uma certa frequência.

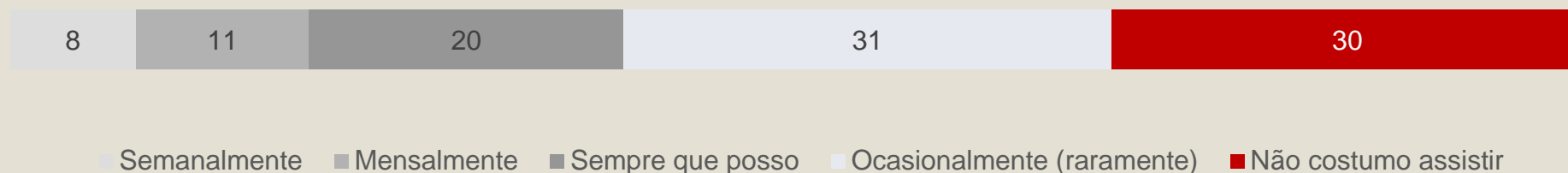
A transmissão ao vivo é bem avaliada, mas há espaço para melhorias nas interações pelo chat.

*Conhece essa iniciativa?*



AVALIAÇÃO – MÉDIAS (1-10)	
Qualidade da imagem	8,93
Qualidade de áudio	8,84
Conteúdo sobre o programa	8,84
Frequência da agenda	8,55
Interações pelo chat	7,90

*Assiste transmissão ao vivo da Osesp?*



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA [95%]

*Capítulo 3*

**Sala**

**São Paulo**





# Satisfação Sala São Paulo

**A SALA MANTÉM OS ALTOS ÍNDICES DE SATISFAÇÃO OBSERVADOS EM ANOS ANTERIORES**

Base: Amostra Total - 955

**DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)**



%	2023	2022	2021	2019	2018
Notas 6 ou -	1	1	1	1	1
Notas 7 e 8	12	14	12	12	17
Notas 9 e 10	87	85	87	86	82
<b>Média</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,4</b>	<b>9,3</b>

Média	2023	2022	2021	2019	2018
Assinante	9,4	9,4	9,5	9,3	9,2
Avulso	9,6	9,5	9,6	9,5	9,3

# AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA DA SALA

Avaliação se mantém estável, mas a percepção de não ter ruídos, a iluminação da sala, o atendimento dos funcionários, a iluminação nas áreas de circulação e ar condicionado melhoraram este ano quando comparado a 2022. Por outro lado, a percepção de limpeza dos banheiros caiu.



## Pouca Satisfação

%	2023	2022	2021
Fácil acesso para deficientes físicos	29	30	30

O acesso a deficientes é mais desconhecido do que mal avaliado - 53% não sabem de sua existência (56% em 2022)



## Média Satisfação

%	2023	2022	2021
Conforto das poltronas	43	44	46

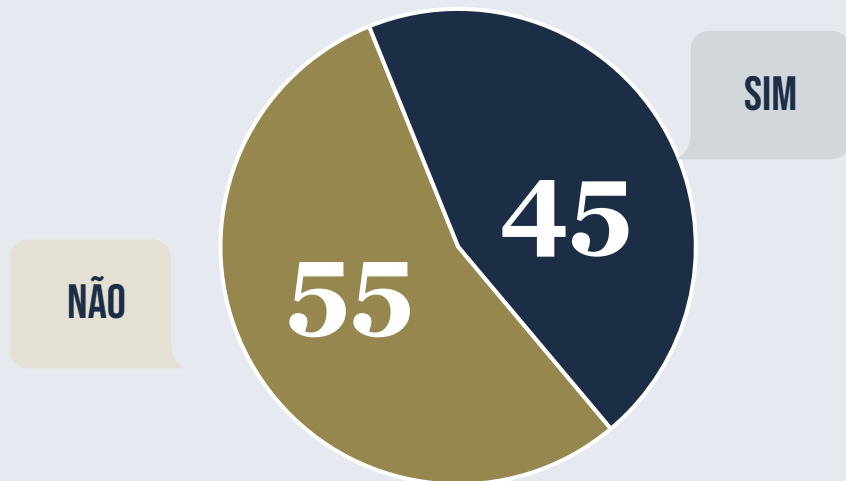


## Alta Satisfação

%	2023	2022	2021
Acústica	85	83	84
(Não) Interferência de ruídos	79	74	77
Iluminação da sala de concertos	80	72	79
Atendimento dos funcionários	75	72	73
Iluminação nas áreas de circulação	71	66	68
Limpeza dos banheiros	65	74	78
Ar condicionado	67	56	65



# O USO DOS SERVIÇOS DA SALA



**54% ASSINANTE**  
**38% COMPRADOR AVULSO**

Importante estimular o uso dos serviços da sala, principalmente, entre compradores avulsos.

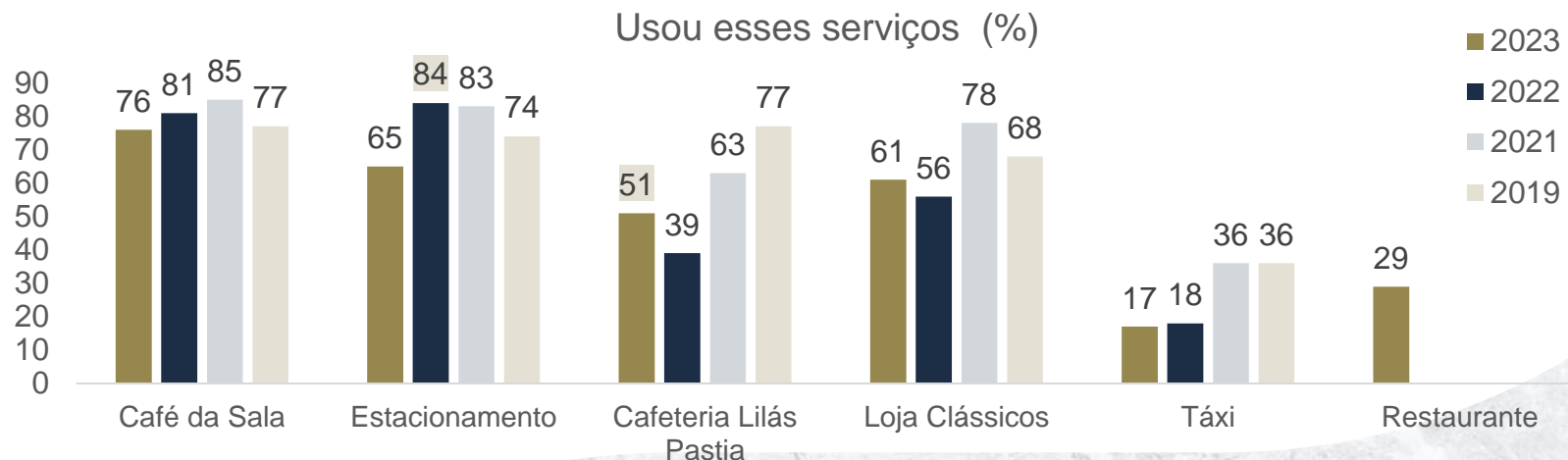
ENTRE AQUELES QUE USARAM OS SERVIÇOS NOS INTERVALOS...

- **69% SERVIÇO RÁPIDO**
- **77% ACESSO FÁCIL**



# O USO E A AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS DA SALA

O café da sala e o estacionamento apresentaram quedas no uso enquanto que a Cafeteria e a Loja Clássicos cresce



Assinantes tendem a usar bem mais os serviços da sala do que Compradores Avulsos

Há espaço para alavancar o uso da Cafeteria Lilás Pastia e Lojas Clássicas (mais frequentados no passado)

Todos os serviços são bem avaliados e estão em linha com o ano passado

MÉDIA AVALIAÇÃO GERAL	2023	2022	2021	2019
Café da Sala	8,4	8,3	8,5	8,1
Estacionamento	8,9	8,7	8,9	8,6
Cafeteria Lilás Pastia	8,6	8,4	8,5	8,2
Loja Clássicos	8,9	9,1	9,1	9,7
Táxi	8,9	8,7	8,7	8,6
Restaurante	8,4			

Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA [95%]

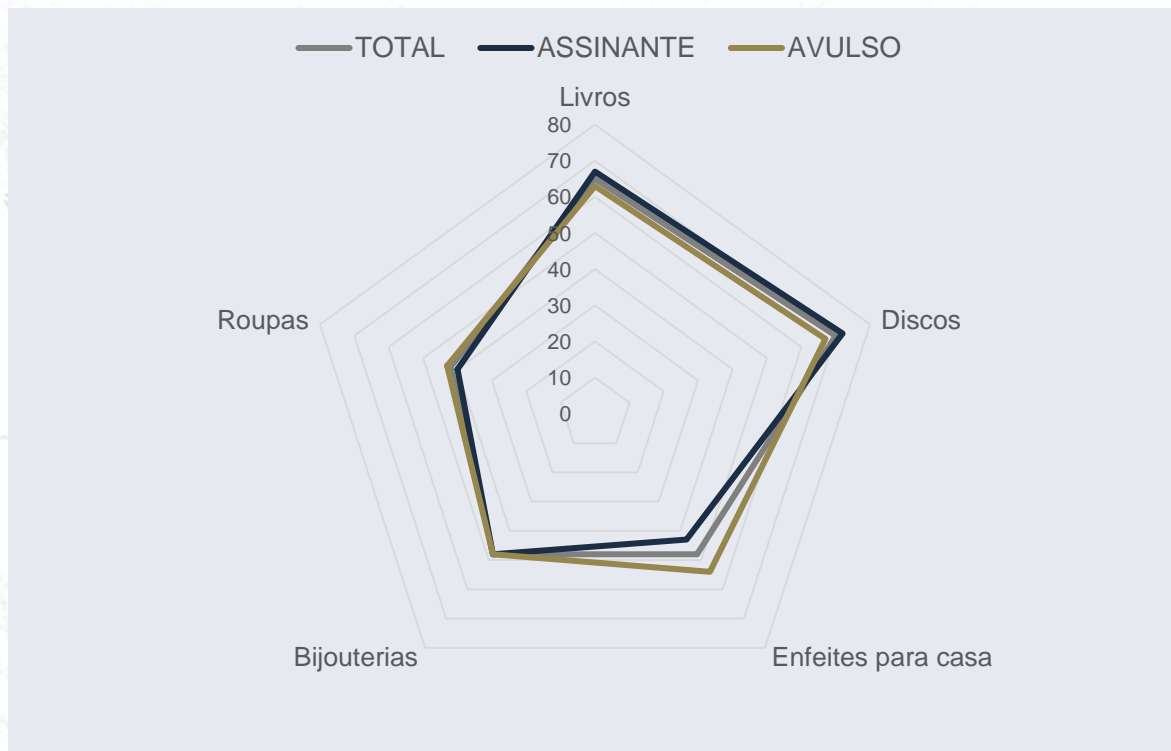
# LOJAS CLÁSSICOS: AVALIAÇÃO E COMPRA

Livros e Discos são os produtos melhores avaliados

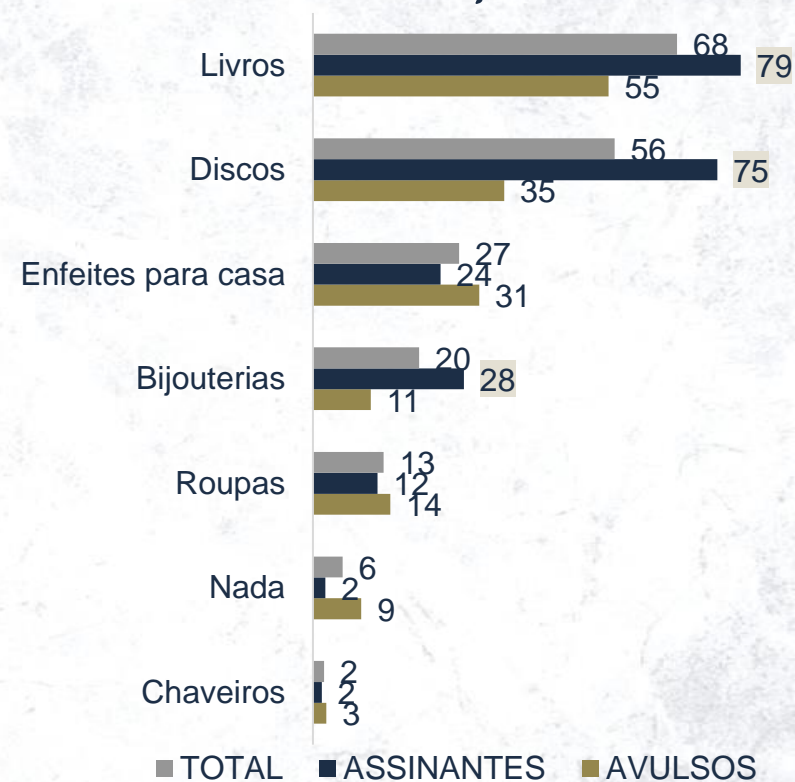
De fato esses são os produtos mais comprados



## Avaliação dos Produtos (%)



## Produtos Comprados (%)



Base: Frequentam a Loja Clássicos: 579

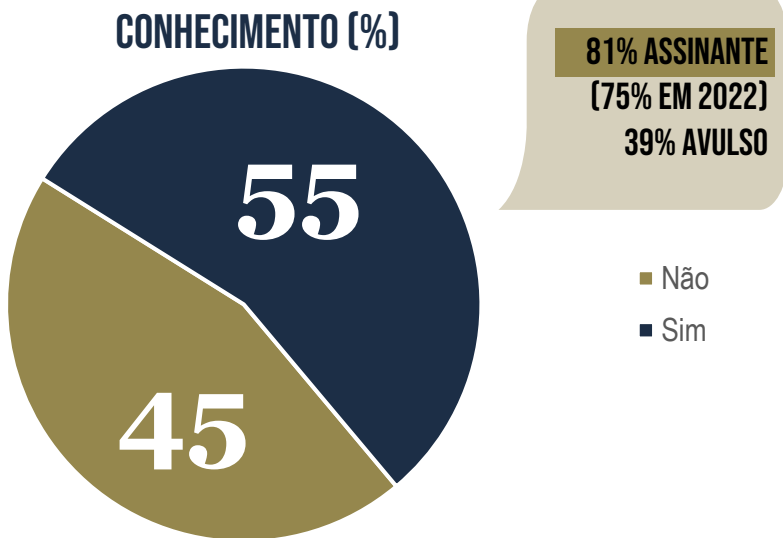
DIFERENÇA SIGNIFICATIVA [95%]

*Capítulo 4*  
**Apoiadores**



# APOIADORES

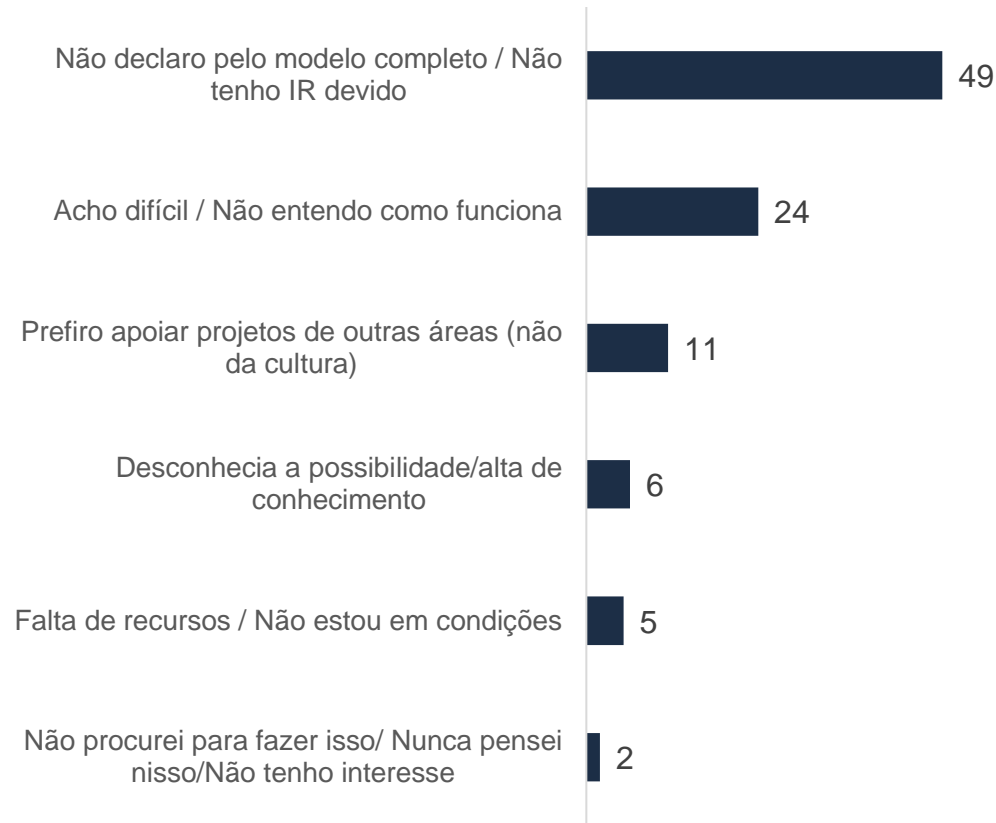
Um pouco mais da metade da amostra sabe que as pessoas físicas que declaram o imposto de renda pelo modelo completo podem destinar até 6% do valor devido para a Osesp



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

## 84% NUNCA DOARAM, POR QUE (%):



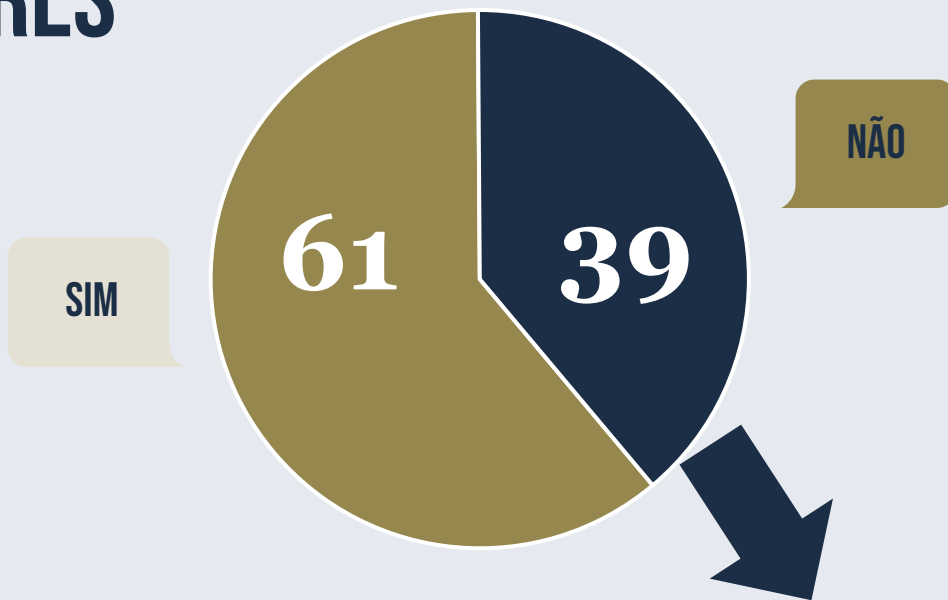
## 16% DECLARAM QUE FAZEM UMA DOAÇÃO (15% EM 2022)

- 32% ASSINANTE
- 6% COMPRADOR AVULSO

**CATEGORIAS DE DOAÇÃO**  
 ALLEGRO - 33%  
 VIVACE - 17%  
 PLANO AZUL - 14%  
 VIVACE COM BRIO - 9%  
**NÃO SEI - 58%**

# APOIADORES

Maioria dos doadores usufrui das contrapartidas do Sou Osesp



**71% RECOMENDARIA OU JÁ RECOMENDOU O Sou Osesp PARA AMIGOS OU FAMILIARES**

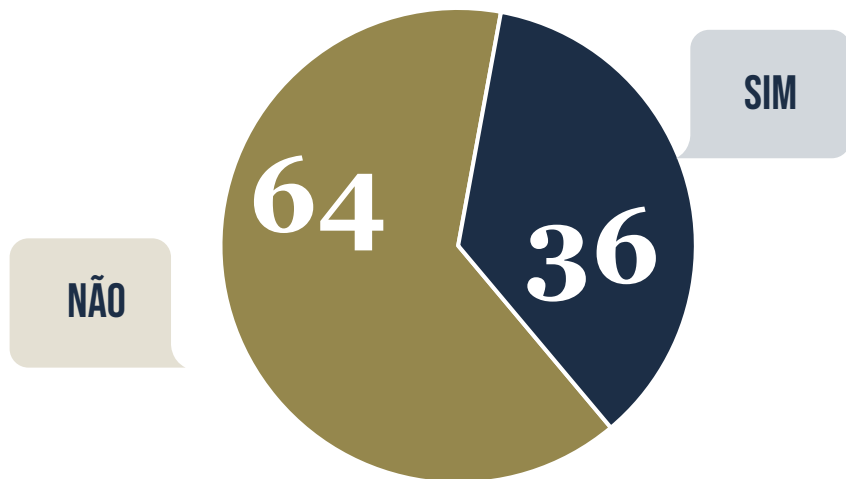
## *Por que não usufrui (%)*

Não sei	20
Não procurei para fazer isso/ Nunca pensei nisso/Não tenho interesse	18
Falta de tempo/Disponibilidade/problemas de minha agenda	15
Não conheço	15
Falta de oportunidade/Falta de possibilidade	8
Moro longe	3
Sem informação/Informações chegam com pouco tempo para se programar	3

Base: Amostra Total - 156

# CONCERTO MATINAIS

Somente 1/3 assistem concertos matinais, principalmente, avulsos - 49% X 17% dos assinantes.



## Razões

1. GRATUITO 73% + AVULSOS
2. DIA DA SEMANA 48%  
PROGRAMAÇÃO 45% + ASSINANTES
3. HORÁRIO 24% + ASSINANTES



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA [95%]

75% FREQUENTAM A AGENDA DE CONCERTOS PAGOS DA SALA SÃO PAULO

- 88% ASSINANTE
- 66% COMPRADOR AVULSO

# *Capítulo 5*

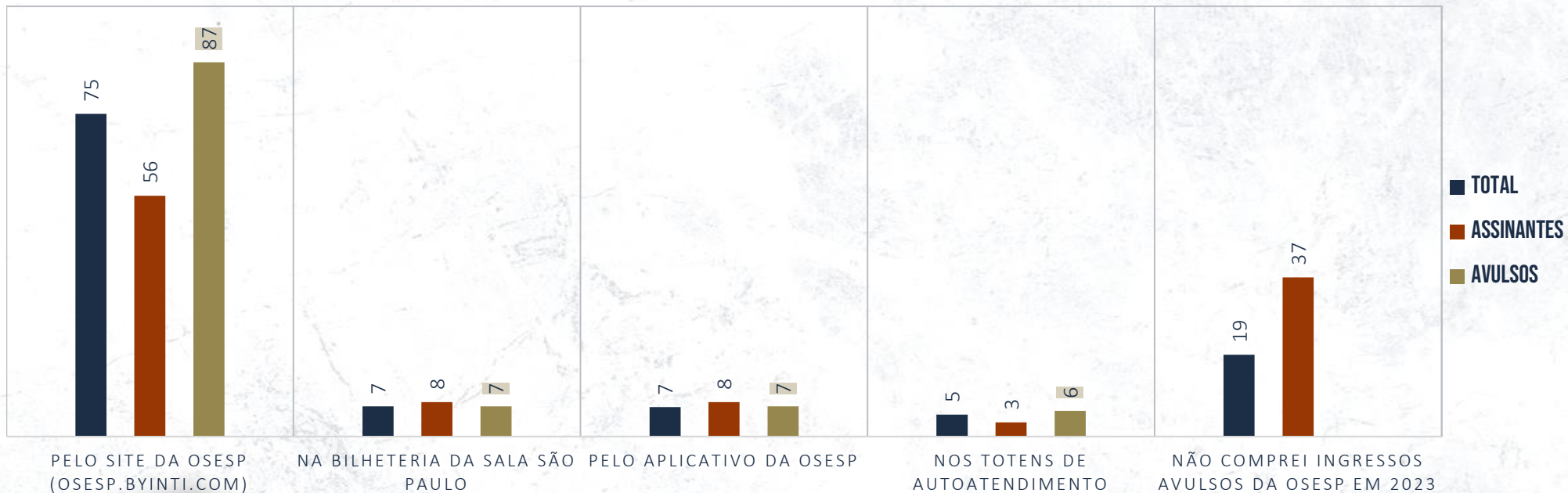
# Experiência de Compra





# COMO COMPROU OS INGRESSOS AVULSOS

Site é o principal canal de compra de ingressos avulsos dos dois públicos



Base: Amostra Total - 955

DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)

# AVALIAÇÃO DOS PRINCIPAIS PONTOS DE VENDA (INGRESSOS AVULSOS)

Avaliação bastante positiva e em linha com os anos anteriores

Média	Bilheteria	Site
Cordialidade dos atendentes da bilheteria da Sala São Paulo	9,22	///
Facilidade de efetivar a compra / de navegar no site	9,04	8,56
Horário de funcionamento da bilheteria da Sala São Paulo	8,71	///
Agilidade para concluir a jornada de compra e pagamento	///	8,60
Logar no site para adquirir os ingressos	///	8,56
<b>AVALIAÇÃO GERAL</b>	<b>9,13</b>	<b>8,68</b>
Base de compradores de ingressos avulsos	70	714

%	TOTAL	ASSINANTES	AVULSOS
E-mails enviados pela Osesp	52	<b>72</b>	38
Site da Osesp	41	34	<b>45</b>
Site da Sala São Paulo	33	17	<b>43</b>
Livro da Temporada Osesp	23	<b>38</b>	13
Mídias Sociais	8	15	<b>20</b>
• Redes Sociais Osesp	12	7	15
• Redes Sociais Sala São Paulo	8	4	11
Amigos/Parentes	13	7	18
Revista Osesp	10	<b>18</b>	6
Jornal	6	7	5

## Percepção de Preços



**Acessíveis**  
63%

Assinantes 72%  
Avulsos 56%



**Acima do Esperado**  
37%

Assinantes 27%  
Avulsos 43%

**Maior parte dos assinantes acha os ingressos avulsos acessíveis, enquanto que quase metade dos avulsos acha acima do esperado.**



**ONDE SE INFORMAM SOBRE VENDA DE INGRESSOS:** e-mails e sites são os principais pontos de contato. Livretos se destaca entre assinantes assim como mídias sociais entre compradores avulsos.

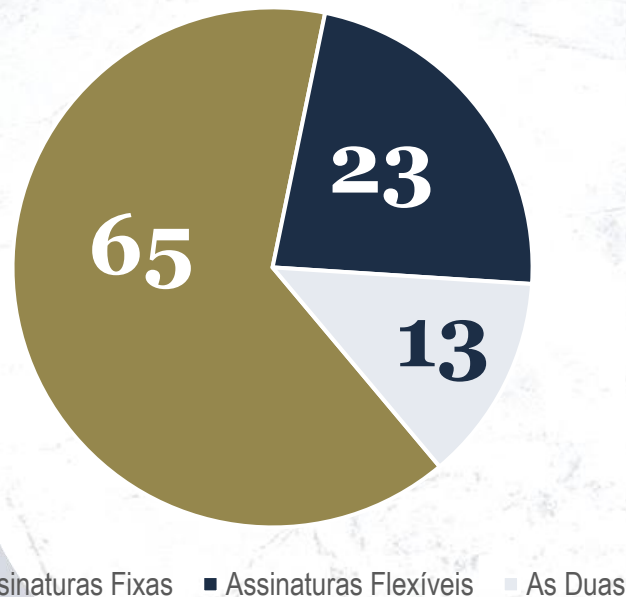
Base: Amostra Total - 955

**DIFERENÇA SIGNIFICATIVA [95%]**

# PROCESSO DE ASSINATURA

Assinantes tendem a preferir assinaturas fixas e no geral, estão bastante satisfeitos com todo o processo de renovação

Grande maioria afirma que irá renovar sua assinatura para 2024!



■ Assinaturas Fixas ■ Assinaturas Flexíveis ■ As Duas

%	AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE RENOVAÇÃO	
	Processo de pagamento	9,33
	Cordialidade do atendente pelo telefone	9,21
	Obtenção de informações pelo livreto de Assinaturas	9,18
	Prazo disponível para renovar a assinatura	9,08
	Obtenção de informações pelo site da Osesp	8,82
	Obtenção de informações pelo telefone	8,66
	Facilidade de efetivar a compra pelo telefone	8,65
	Facilidade de navegação para comprar pelo site	8,46
	<b>AVALIAÇÃO GERAL</b>	<b>8,82</b>
	<b>RECOMENDAÇÃO DA ASSINATURA</b>	<b>9,52</b>

**INTENÇÃO DE RENOVAÇÃO EM 2024**

**81%  
CERTAMENTE  
RENOVARÁ**

Base: Assinantes - 378

**10% COMPRADORES AVULSOS JÁ FORAM ASSINANTES OSESP**

# NO SHOW

Continua elevado o número de assinantes que deixam de comparecer a algum espetáculo. No entanto, maioria afirma que disponibilizou seu ingresso para o Banco de Ingressos



## O QUE FEZ COM OS INGRESSOS DOS SHOWS QUE NÃO COMPARECEU

%	ASSINANTES	
	2023	2022
<b>NÃO USEI TODOS OS INGRESSOS</b>	<b>89</b>	<b>87</b>
Disponibilizei o ingresso para o Banco de Ingressos	64	58
Presenteei o ingresso para amigos ou familiares	44	44
O ingresso não foi aproveitado	15	16
Transferi o ingresso via site para amigos ou familiares	11	9
<b>UTILIZEI TODOS OS INGRESSOS</b>	<b>11</b>	<b>13</b>

## RAZÕES DE NÃO TER COMPARECIDO: IMPREVISTOS SÃO OS MAIS CITADOS

%	ASSINANTES
Imprevistos pessoais	65
Imprevistos profissionais	20
O programa daquele concerto era menos atraente que os demais da minha série	13
Estava viajando (férias/trabalho)	10
Condições do tempo (frio, chuva)	6
Expectativa de trânsito ruim	4
Cracolândia / Falta de segurança ao redor da Sala São Paulo em razão dos drogados	2

Base: Assinantes - 378

**DIFERENÇA SIGNIFICATIVA (95%)**

# *Capítulo 6*

# Aprendizados



# SOBRE OS FREQUENTADORES

Parece que a Osesp vem recuperando sua frequência (consequências da Pandemia). Em 2023 observa-se uma maior DIVERSIDADE (menos espectadores de classe A) e uma maior PRESENÇA EXCLUSIVA na Osesp (menor incidência de outras orquestras).

## CONCLUSÕES

- Quase metade dos espectadores não chegam a Sala São Paulo em carro particular
- Praticamente 100% dos frequentadores se informam sobre a Osesp usando, pelo menos, um meio digital
- Embora acreditem que o desenvolvimento da musicalidade desde cedo seja relevante, ainda é baixa a presença de crianças nos espetáculos da Osesp.
- Grande parte desconhece a existência de uma programação específica para esse target.

## RECOMENDAÇÕES

- Atenção a segurança e a sinalizações
- Oportunidade de “venda casada”/pacotes (ingressos + taxi)
- Foco nos sites (conteúdo e navegação)
- Atenção aos e-mails (conteúdos são relevantes mas, espectadores não estão totalmente satisfeitos com a frequência)
- Comunicar as iniciativas voltadas para o público infanto-juvenil.
- Desenvolver mais programas específicos para o target (trilhas de filmes, apresentações interativas e programas educativos).

# AValiação OSESP

A Oseps mantém seus altos índices de NPS, principalmente, entre Compradores Avulsos

## CONCLUSÕES

- Espectadores também se mostram bastante satisfeitos
- As avaliações dos 'atributos' são positivas entre os dois targets
- Repertório é um ponto importante de avaliação. Maioria quer manter, mas há aqueles que gostariam de inovações. A programação é escolhida a partir das obras e compositores, com destaque para o Romântico
- Continua alta a satisfação com a Sala São Paulo.
- Melhora a avaliação da infraestrutura

## RECOMENDAÇÕES

- Ser uma orquestra de nível internacional poderia ser foco de comunicação pois impacta positivamente para a satisfação.
- Repertório precisa trazer diversidade e apesar do foco no tradicional também deveria se aventurar pelo moderno (desejo de 40% dos compradores avulsos)
- Serviços da sala poderiam ser melhor aproveitados. Há espaço para alavancar, principalmente, o uso da Cafeteria Lilás Pastia e Lojas Clássicas (a exceção de livros e discos, demais produtos não em avaliação muito alta)

# APOIADORES E A COMPRA DE INGRESSO

No geral, a compra de ingressos é bem avaliada, assim como a renovação de assinaturas. Todo o processo é bastante concentrado no site. Assinantes tendem a preferir assinaturas fixas e parte dos avulsos se ressentem do valor dos ingressos.

## CONCLUSÕES

- Apesar do amplo conhecimento sobre a possibilidade de destinar até 6% do valor devido de IR para a Osesp (principalmente entre assinantes), o % de doadores ainda é baixo e um pouco menos da metade não usufrui das vantagens do Sou Osesp.
- As justificas estão relacionadas a não declaração completa de IR (mais assinantes) ou falta de conhecimento sobre o programa (mais compradores avulsos).

## RECOMENDAÇÕES

- Ampliar os esforços de comunicação a respeito do programa e as vantagens do Sou Osesp.
- Dar visibilidade aos programas educacionais, principalmente, aqueles dedicados aos jovens e musicistas.
- Engajar ainda mais os assinantes fornecendo outras 'exclusividades' aos doadores – **PROGRAMA DE BENEFÍCIOS** (desde vantagens financeiras até experiências únicas: concertos exclusivos, 'welcome drink' antes de uma apresentação, acesso a determinado musicista, etc)





**TELEFONES**

+55 11 4193-5946 / 4193-4644

**EMAIL**

[contato@mc15.com.br](mailto:contato@mc15.com.br)

**ENDEREÇO**

Al. Tocantins, 75 cj 906 - Alphaville - Barueri – SP

---

***mc15.com.br***