

# Estudios de públicos del Teatro Nacional Cervantes Año: 2024



# Informe final 2024 de caracterización de públicos y satisfacción con los servicios del TNC

## Resumen ejecutivo

### Sistematización de los estudios de públicos

Desde el Teatro Nacional Cervantes estamos interesados en **conocer el perfil del público asistente a las funciones de los espectáculos desarrollados por el teatro durante 2024, con el objetivo de mejorar las estrategias de difusión y ampliar y diversificar el público en general**. En este sentido, se buscó caracterizar a los espectadores en términos de su perfil sociodemográfico (edad, género, zona de residencia, nivel educativo, perfil ocupacional) y de su relación con el TNC y con otro tipo de actividades culturales y de ocio. Además, se buscó evaluar su nivel de satisfacción con algunos de los servicios y propuestas del TNC.

El presente documento es el resumen de los resultados obtenidos a través de una encuesta en Google Forms enviada por correo electrónico a los espectadores del TNC que compraron sus entradas por [www.alternativateatral.com.ar](http://www.alternativateatral.com.ar) durante 2024. Se obtuvieron 749 casos que fueron procesados y sistematizados, presentándose sus principales resultados en este informe.

## Propuesta metodológica

De acuerdo con los objetivos –caracterización de públicos y evaluación de satisfacción con los servicios del teatro- se realizó una encuesta a través de un cuestionario cerrado vía web. Este instrumento permite relevar información de manera sistemática que posibilite luego analizar los datos en función de describir, caracterizar y explicar las principales características del público que asiste al TNC, así como también las opiniones sobre los servicios que se ofrecen. La encuesta se implementó a través de la web, enviando el cuestionario a todas las personas que hubieran comprado sus entradas en el sitio Alternativa Teatral y mediante el envío a referentes de los grupos convocados a participar desde el Área de Gestión de Públicos, instituciones educativas de todos los niveles y comunidades. Es decir, que se trata de un cuestionario individual autoadministrado, donde cada encuestado recibió en su casilla de correo electrónico una invitación a responder las preguntas. El envío contó con las indicaciones necesarias para completar correctamente el cuestionario.

El cuestionario fue enviado una vez que se bajó de cartel cada una de las obras que se relevaron en este período. Se obtuvo una base de datos de 749 casos que se procesaron y analizaron y cuyos resultados se presentan en este informe. Algunos de estos datos se cruzaron con los obtenidos para los años anteriores, con el objetivo de obtener información comparada en perspectiva temporal.

## Síntesis perfil sociodemográfico del público del TNC

Los principales resultados muestran que el perfil de los **asistentes** a las actividades del TNC en 2024 está compuesto mayoritariamente por **mujeres (70%)** en rango etario de **30 a 44 años (20%) de 45 a 59 años (33%) y de 60 o más (41%)**.

Asimismo, hay una fuerte presencia de personas con **niveles educativos altos (94% tienen como máximo nivel educativo universitario: Posgrado completo (24%) Terciario o Universitario Completo (50%) y Terciario o Universitario incompleto (20%); trabajadores/as (69% empleados o trabajadores independientes) y residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (69%), en particular en la zona centro** (dentro de CABA representan el 58%).

A su vez, hay una importante concurrencia de personas que se desempeñan **en ámbitos laborales o de estudio relacionados con el arte y el ámbito creativo**.

En términos de la relación que tienen los asistentes con el TNC se destaca que el **principal motivo** por el que concurrieron durante **2024 fue por la programación (48%)**. Asimismo, el **81% de los asistentes concurrieron al teatro acompañados por alguien**.

Otro dato importante a destacar es que el **98% ya había asistido al teatro con anterioridad**, de los cuales un 17% señaló una asistencia con frecuencia mensual.

De las distintas formas en que el público asistente al TNC en 2024 se enteró de sus actividades, el **(48%) lo hizo a través de las redes sociales y gacetillas del teatro**, un 17% a través de amigos y familiares. Un 10% supo a través de la página de Alternativa Teatral y un 5% por la crítica especializada.

En 2020, debido a la cuarentena decretada por la pandemia, el TNC acrecentó su oferta teatral a través de plataformas

virtuales. El **(26%)** de los asistentes al teatro en 2024 **reconoce haber accedido a estas propuestas virtuales**. Dentro de este 26 %, el 61% eligieron las obras filmadas, el 12% el Ciclo Conversaciones con nuestros artistas y el 14% por el Programa Cervantes Educación.

Del público asistente al TNC en 2024, un 52% participa de eventos culturales y teatrales mensualmente, el 32% concurre alguna vez cada 3 meses.

## Síntesis de evaluación de satisfacción con los servicios del TNC

El relevamiento realizado por el público asistente en 2024 indica la siguiente información a modo de resumen:

**Altos porcentajes de satisfacción positiva ( con valoraciones “muy bueno” o “bueno”)** con respecto a los servicios brindados por el teatro: alcanzando los mayores porcentajes la atención del personal (95%), el precio de las entradas (93%), el estado general del edificio (93%), la circulación de los pasillos (Foyer-Hall-Pasillos) (93%), el estado de la limpieza (94%), la acústica (92%), la iluminación (92%), el servicio de la venta de entradas (88%), la puntualidad/cumplimiento de los horarios (90%) y la refrigeración/calefacción de las salas (80%).

**Muy alto el nivel de satisfacción general (99%)** con la experiencia en el TNC, el 99% volvería a participar en una actividad en el TNC y un 99% lo recomendaría a otras personas.

En cuanto a las herramientas de comunicación y difusión, se elevó a un 72% la página web del TNC, un 16% Twitter TNC, 21% Facebook TNC, 19% Facebook TNC Educación, 42% Instagram, 27% Instagram Comunidades y 25% Vía Pública.

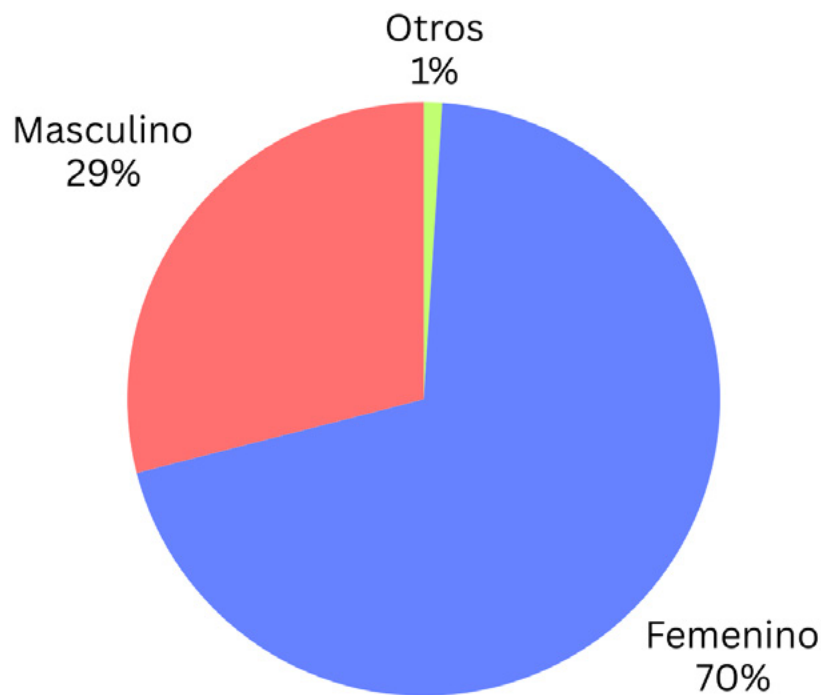
# BLOQUE 1: Perfil sociodemográfico de los asistentes al TNC en 2024



En este primer bloque se presentan los principales datos que dan cuenta de los perfiles sociodemográficos de las personas que asistieron al TNC en 2024: género, edad, lugar de residencia, composición de los hogares, nivel educativo y perfil ocupacional.

## Perfil sociodemográfico del público en general

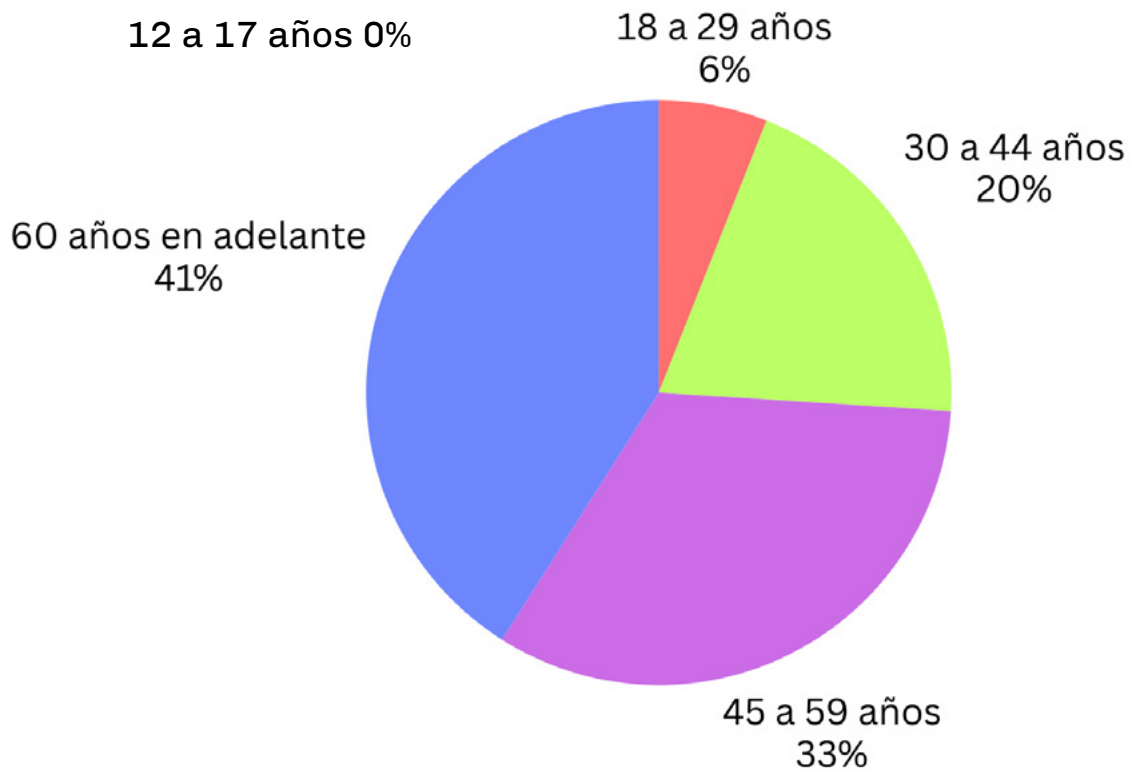
Gráfico 1: Asistentes al tnc 2024 según género



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

De acuerdo a los resultados, se observa una **composición mayoritariamente femenina** de los espectadores del TNC dado que representan el 70%, siendo el 29% masculino los asistentes que asistieron a alguna actividad en el teatro. El 1% restante se reparte entre individuos que se reconocen binarios, no binarios y trans.

Gráfico 2: Asistentes al tnc 2024 según edad - rango etario

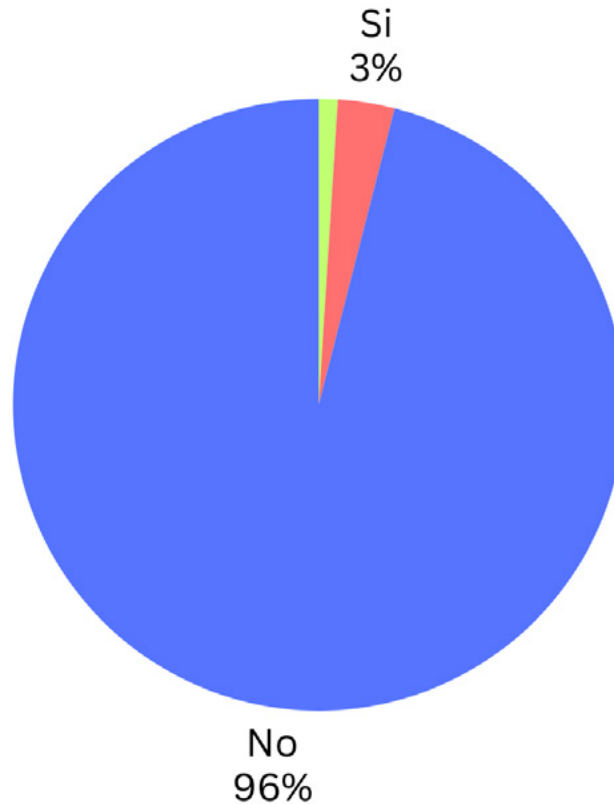


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Como se observa en el gráfico 2, el público del TNC en 2024 se caracterizó principalmente por ser mayor de 30 años o más años en el 94 % de los casos, de los cuales el 20 % corresponde a asistentes de 30 a 44 años, el 33 % a asistentes de 45 a 59 años y el 41% a personas de 60 años o más.



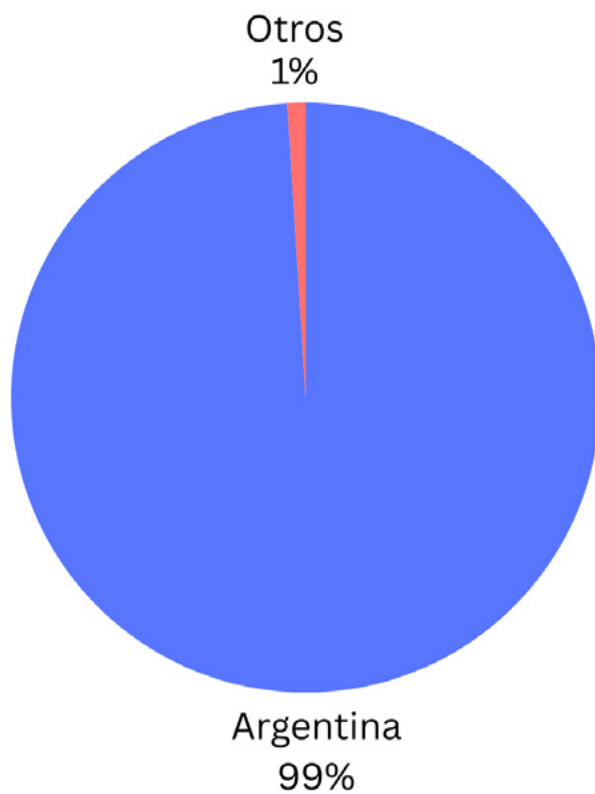
**Gráfico 3: Asistentes al tnc 2024 ¿tiene usted alguna discapacidad?**



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El relevamiento de asistentes al TNC en 2024 con alguna discapacidad es el 3% y se distribuye un 2% en discapacidad motriz, un 0.5 % en discapacidad sensorial y un 0.5 % en discapacidades visual.

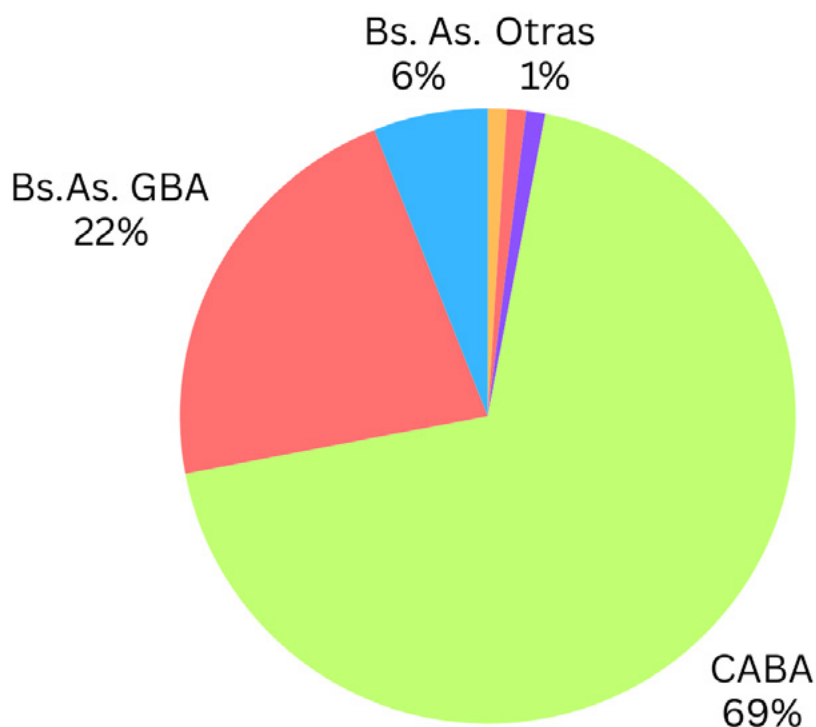
Gráfico 4: Asistentes al tnc 2024 según país de residencia actual



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Según surge del gráfico 4, el **99% de los asistentes al TNC residen en Argentina.**

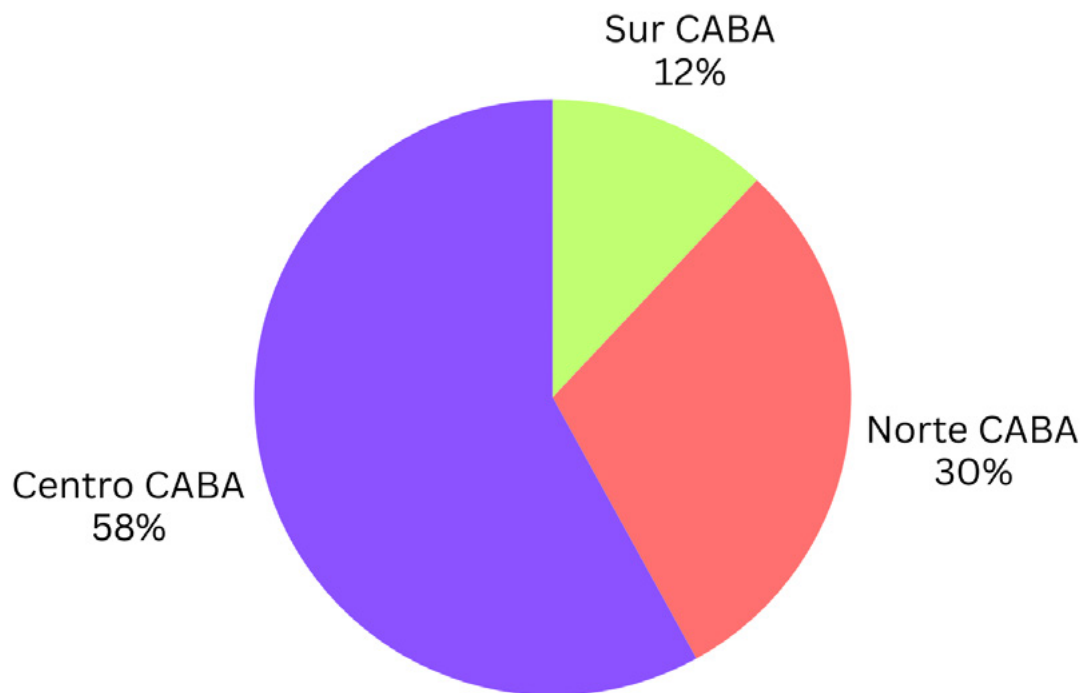
Gráfico 5: Asistentes al tnc 2024 según su lugar de residencia



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

En cuanto al lugar de residencia, tal como se observa en el gráfico N.º 5, el 69 % del público que concurrió al TNC reside en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mientras que 22% reside en el Gran Buenos Aires cercano al Área metropolitana y un 6 % en la Provincia de Buenos Aires. Un 3% se distribuye en diversas provincias argentinas.

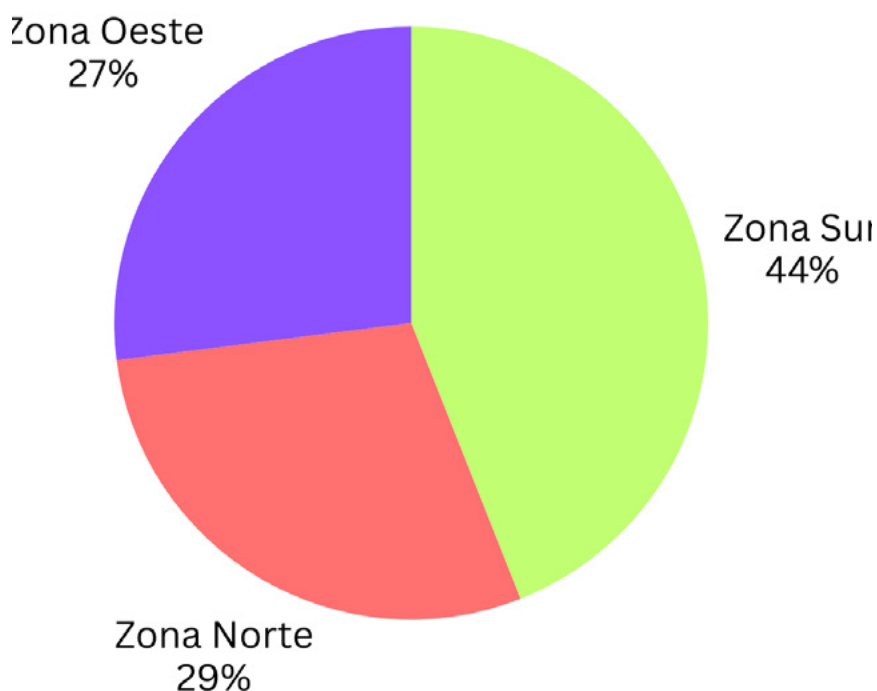
Gráfico 6: Asistentes al tnc 2024 con residencia en CABA



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Como se advierte en el gráfico 6, del público asistente al TNC en 2024 que reside en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires un 58% proviene de la zona centro. Por otro lado, el 30% habita en la zona norte y el 12% en la zona sur de la Ciudad. (1)

Gráfico 7: Asistentes al tnc 2024 con residencia en GBA



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

La zona sur del conurbano bonaerense presenta la mayoría de los espectadores del TNC en 2024 que presenta el 44 % de los casos. Mientras que de la zona norte provino el 29% del público asistente y de la zona oeste el 27%. (2)

(1) se toma la siguiente clasificación de las regiones de CABA de acuerdo con las propias categorías del Gobierno de la Ciudad. **Norte CABA:** Recoleta, Belgrano, Núñez, Colegiales, Palermo / **Centro CABA:** Retiro, San Nicolás, Monserrat, Constitución, San Telmo, Puerto Madero, Balvanera, San Cristóbal, Almagro, Boedo, Caballito, Flores, Parque Chacabuco, Villa Devoto, Villa del Parque, Villa Santa Rita, Villa General Mitre, Saavedra, Coghlan, Villa Urquiza, Villa Pueyrredón, Agronomía, Parque Chas, Villa Ortúzar, La Paternal, Chacarita, Villa Crespo/ **Sur CABA:** La Boca, Barracas, Parque Patricios, Nueva Pompeya, Villa Soldati, Villa Lugano, Villa Riachuelo, Parque Avellaneda, Mataderos, Liniers, Villa Real, Versalles, Monte Castro, Villa Luro, Vélez Sarsfield, Floresta

**RESIDENCIA AGRUPADA EN EL CONURBANO POR ZONAS (2).** Bs As. **Zona Norte:** Vicente López, San Isidro, San Fernando, Tigre, General San Martín, San Miguel, José C. Paz, Malvinas Argentinas y Pilar / **Zona Sur:** Avellaneda, Quilmes, Berazategui, Florencio Varela, Lanús, Lomas de Zamora, Almirante Brown, Esteban Echeverría, Ezeiza, Presidente Perón y San Vicente / **Zona Oeste:** La Matanza, Merlo, Moreno, Morón, Gral. Rodríguez, Marcos Paz, Hurlingham, Ituzaingó y Tres de Febrero.

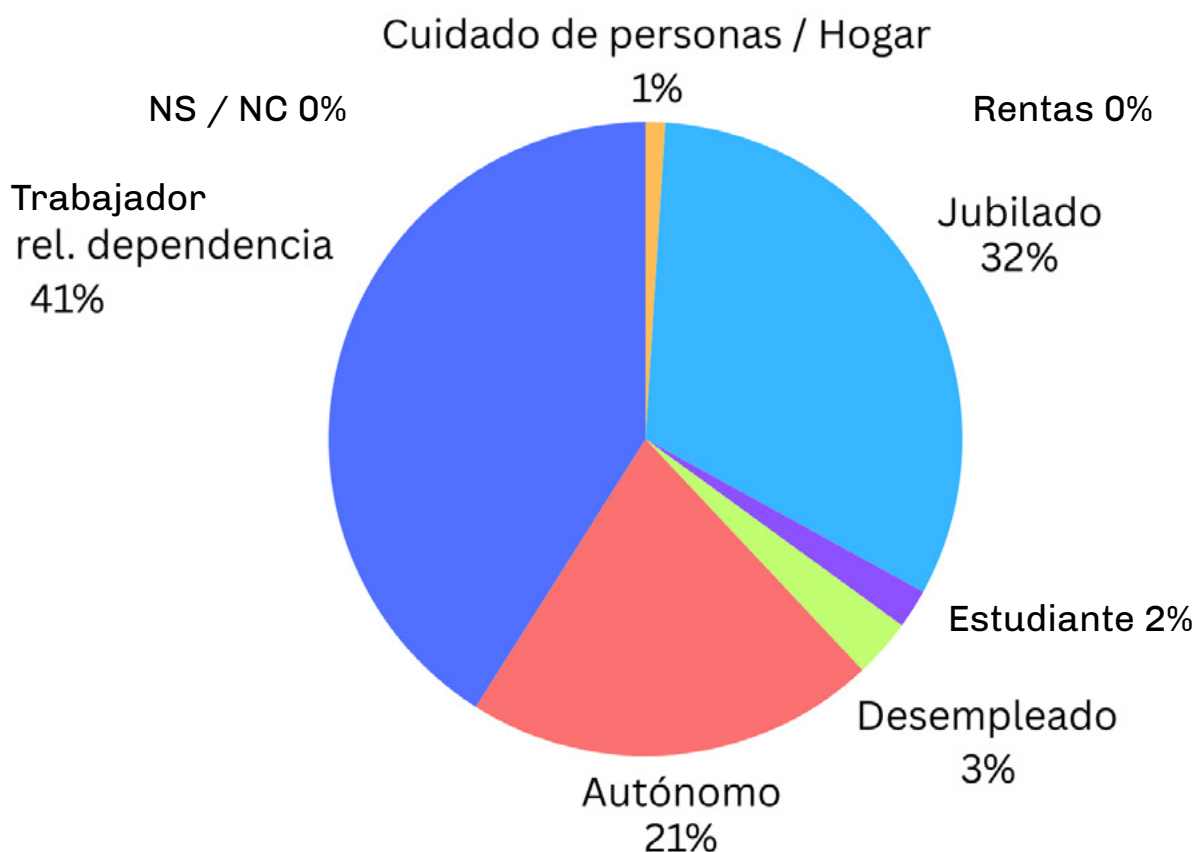
**Gráfico 8: Asistentes al tnc 2024 según su máximo nivel de estudios alcanzados**



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

En cuanto al nivel educativo de los espectadores del teatro, se observa que casi la totalidad de los casos poseen niveles educativos altos: un 24% alcanzó el nivel de posgrado completo; la mayor parte, el 50% tiene títulos universitarios o terciarios completos y el 20% universitario o terciario incompleto. Por su parte, el 5% tiene el secundario completo.

Gráfico 9: Asistentes al tnc 2024 según su perfil ocupacional

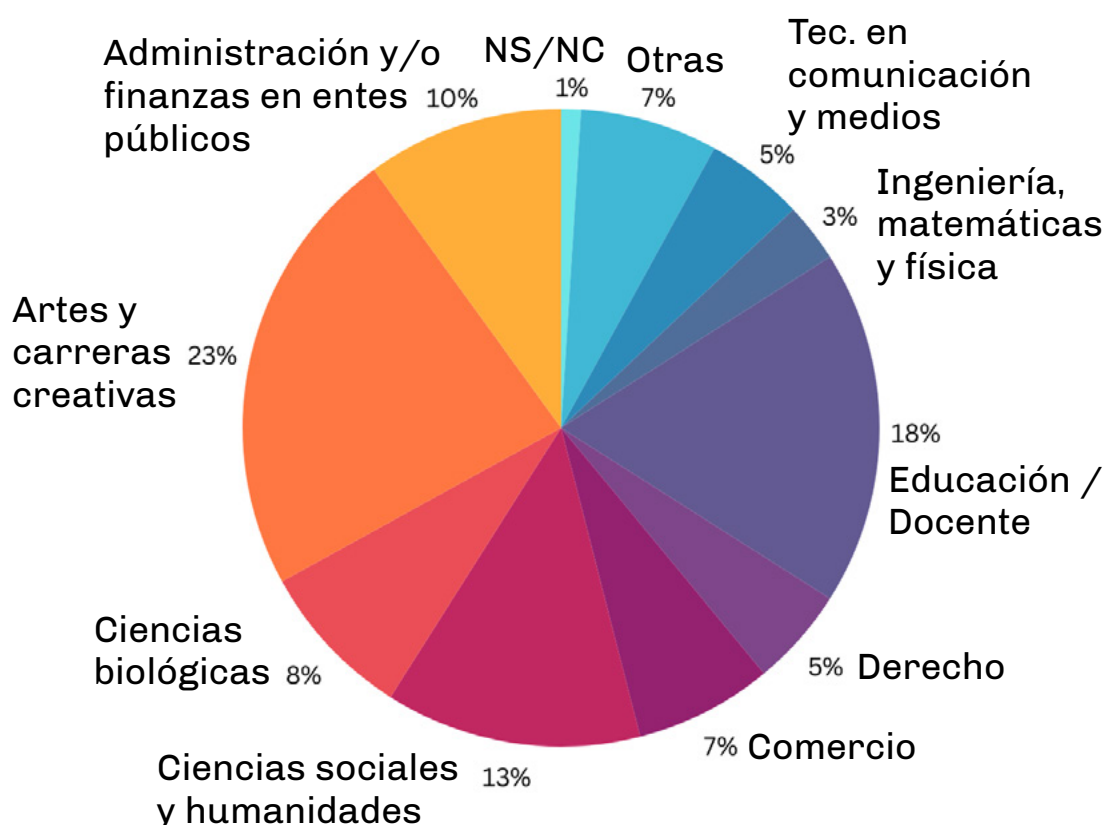


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

De acuerdo con el gráfico 9, se advierte que el **41% de los asistentes al teatro se encontraba empleado en relación de dependencia**. En tanto que un 21% corresponde a trabajadores independientes y un 32% a personas jubiladas o pensionadas. Un 2% se encontraba solamente estudiando, un 3 % está desempleado y un 1% se dedica al cuidado del hogar, de personas o de algún familiar sin pago.

Es decir, un **62% de las personas que asistieron al TNC en 2024 se encontraba activamente trabajando**, más allá de la modalidad (relación de dependencia o autónomo).

Gráfico 10: Asistentes al tnc 2024 según en qué área laboral se desempeña



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Según el gráfico 10, se observa que el área donde se desempeñan – ya sea como estudiantes o trabajadores- los asistentes al TNC durante 2024 pertenecen en primer lugar a las **Artes y las carreras del ámbito creativo (23%)**, en segundo lugar se encuentran las pedagógicas o docencia (18%) y le siguen el área de Ciencias Sociales y Humanidades (13%) y las Ciencias Biológicas y de la Salud (8%). Administración o Finanzas en Entes públicos o Empresas (10%), Tecnología, Comunicación y Medios (5%), Comercio (7%), Derecho (5%), e Ingeniería (3%) concentran menor cantidad de casos.



Dentro del 7% que respondió otras categorías no explicitadas en el cuestionario, se observa con mayor importancia la presencia de personas con formación y empleo en el ámbito de la arquitectura y urbanismo, traductores y administrativos.

## Perfil sociodemográfico del público del TNC

El público asistente al TNC para sus espectáculos es en su gran mayoría femenino (70%) en tanto que un 29% es masculino. En cuanto a las edades, el 59% es menor de 60 años, dividiéndose en 20% de personas de 30 a 44 años y otro 33% en personas de 45 a 59 años. El 6% es público de 18 a 29 años y el 41% es público mayor de 60 años.

El 3% del público tiene alguna discapacidad, ya sea motriz (1%), sensorial (0.5%) y visual (0.5%)

Sobre la residencia, la mayoría del público general (99%) reside en la República Argentina y el 69% vive en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, un 22% son asistentes al TNC del conurbano bonaerense y un 6% reside en la Provincia de Buenos Aires. Un 3% reside en otras provincias.

Del 71% del público que vive en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el 58% de ese total reside en el Centro de la Ciudad, el 30% en la zona Norte y el 12% en la zona Sur.

Del 22% de las personas que asisten al TNC que residen en el Conurbano Bonaerense, el 42% vive en la zona Norte, el 34% en la zona Sur y el 24% en la zona Oeste.

En cuanto al nivel educativo de los espectadores del teatro, se observa que la casi totalidad de los casos poseen niveles educativos altos: el 94% de los asistentes ha pasado por la Universidad y/o estudios terciarios.

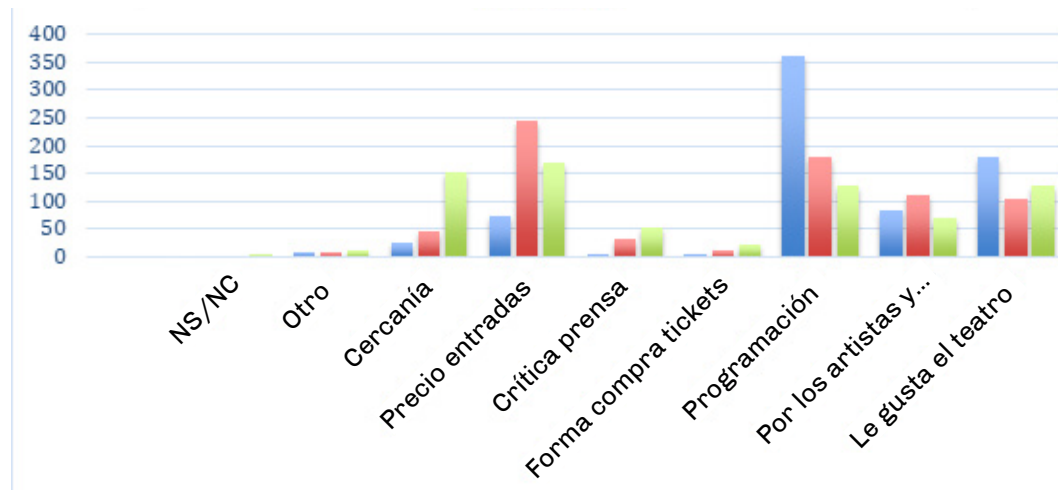
En relación al perfil ocupacional, en su mayoría (62%) son personas empleadas y/o trabajadores independientes, que se desempeñan en el ámbito de las artes, en Educación y en Ciencias Sociales y Humanidades. Un 2% son estudiantes y un 32% son personas jubiladas o pensionadas. Un 3% son personas desempleadas, y otro 1% son personas que se dedican al cuidado del hogar, de personas o de algún familiar sin pago.

## BLOQUE 2: Perfil sociodemográfico de los asistentes al TNC en 2024



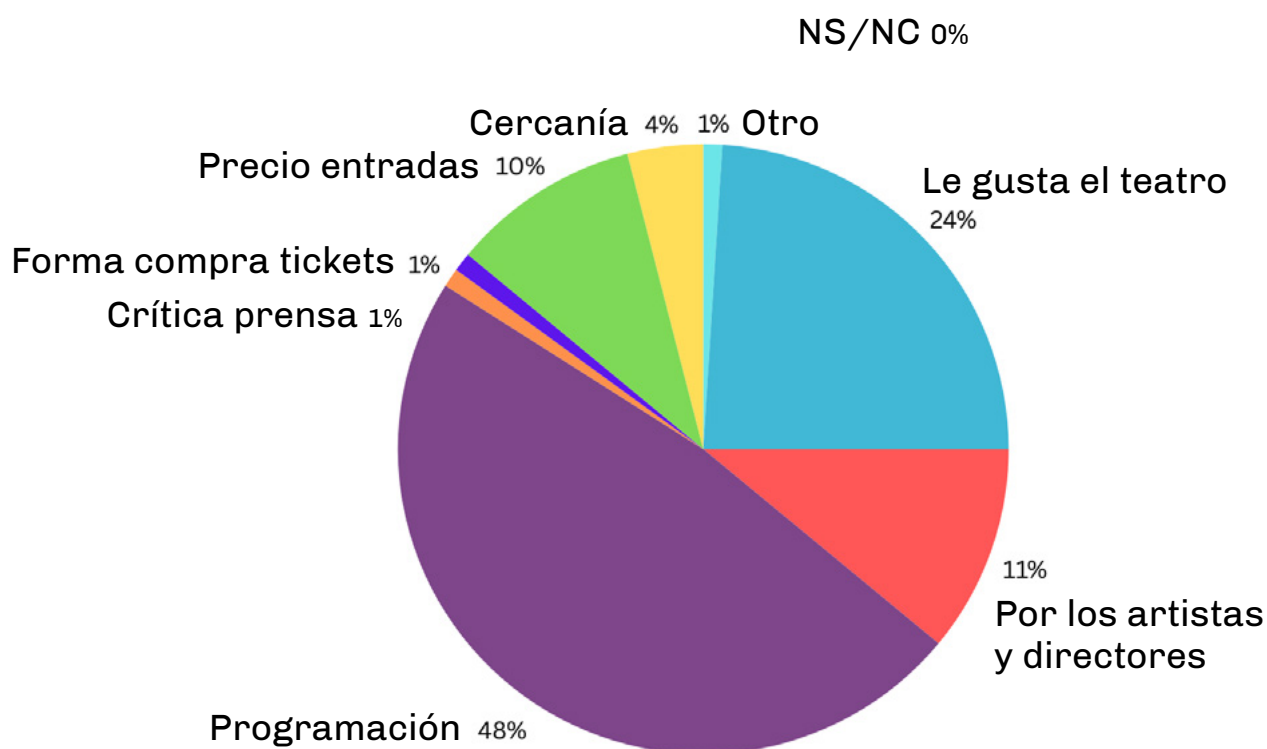
En este segundo bloque se presentan los principales resultados en cuanto a la relación con el TNC de las personas que asistieron en 2024: motivación por la cual decidieron asistir, frecuencia y forma de asistencia al TNC.

Gráfico 11: Motivación para la asistencia al TNC el nivel de importancia. Azul, mayor importancia. Naranja, media importancia. Gris, menor importancia.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

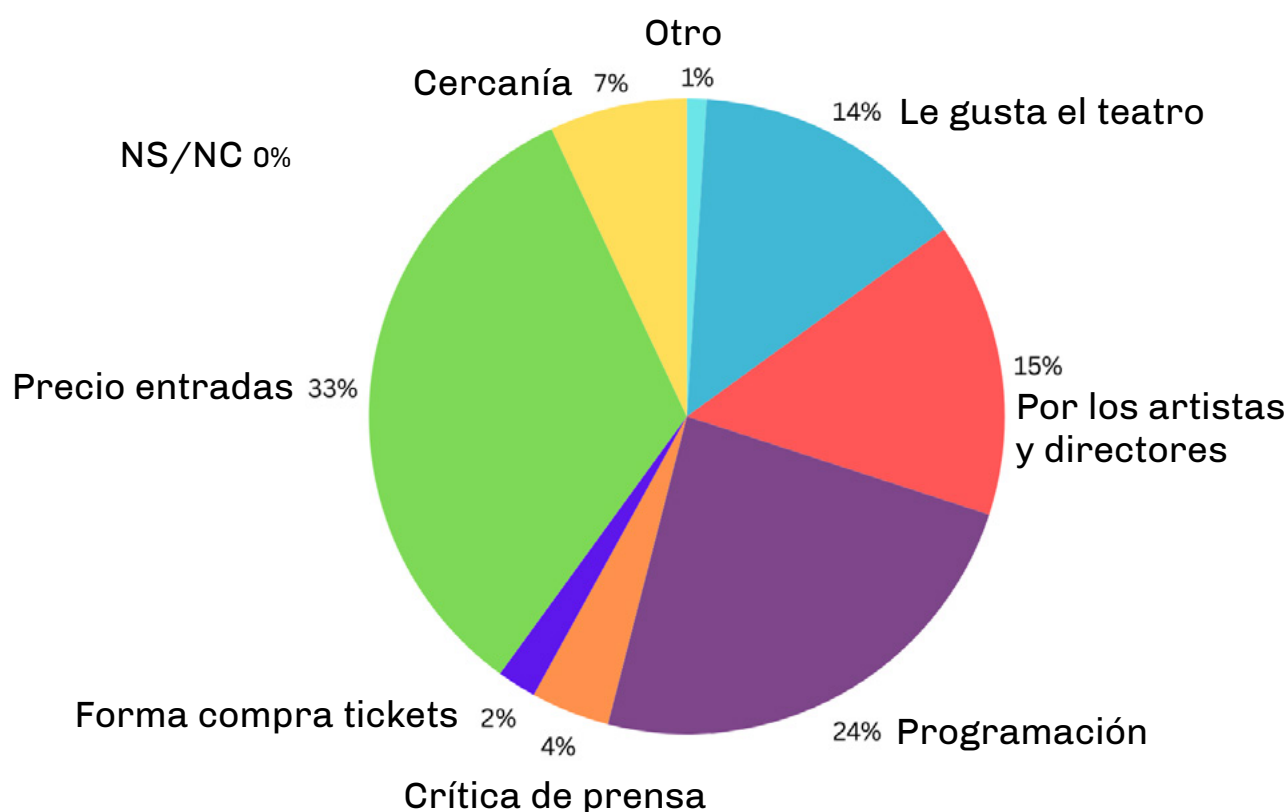
Gráfico 12: Motivación para la asistencia al TNC según la mayor importancia.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Dentro de las motivaciones relevadas, el 48% de los encuestados señaló que el principal motivo, por el que concurrió al TNC estuvo dado por la programación, en segundo lugar, porque le gusta el teatro (24%) y el 11% por los artistas y directores. En menor medida, refirieron al precio de las entradas (10%), la cercanía (4%) y la crítica de la prensa (1%)

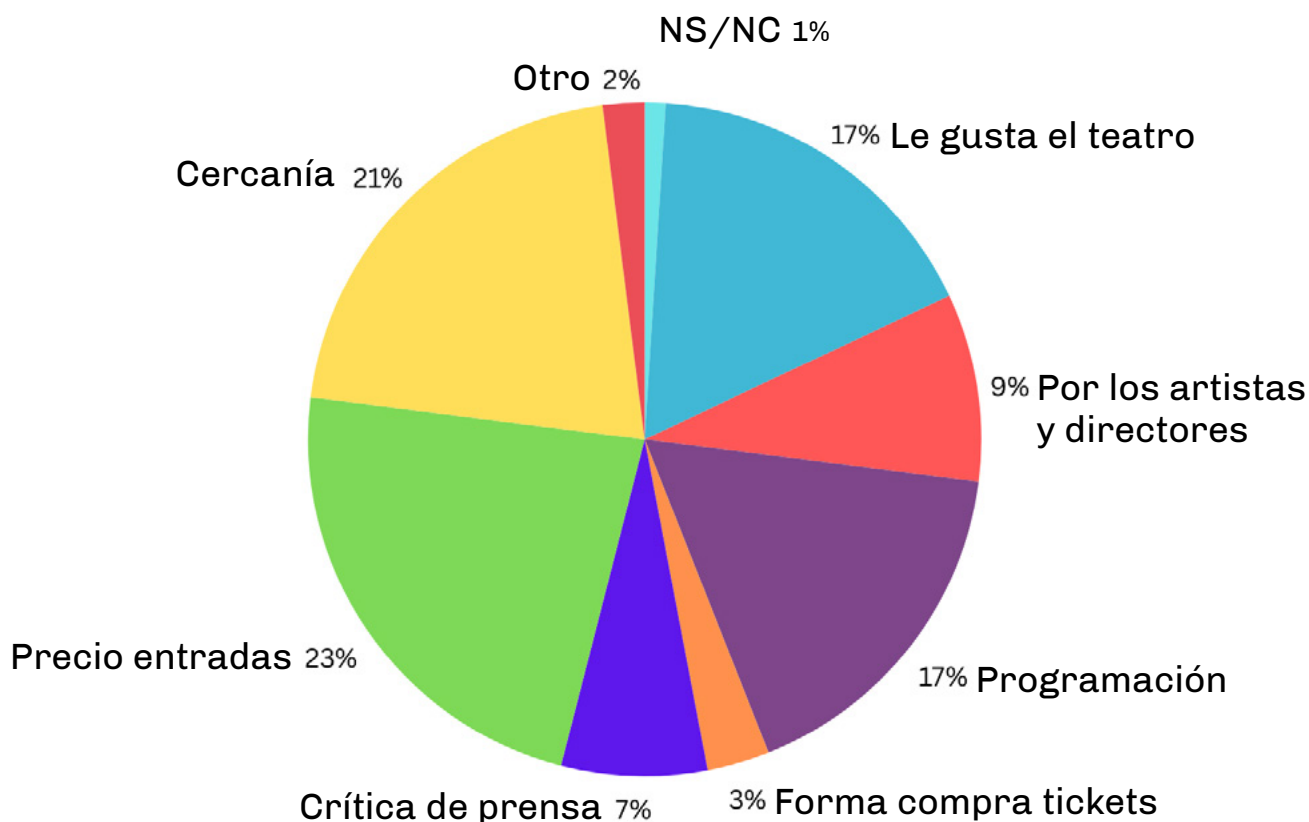
Gráfico 13: Motivación para la asistencia al TNC según media importancia.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Como segundo motivo por el que eligió concurrir al TNC durante 2024 se destaca el precio de las entradas (33%), la programación (24%), por sus artistas y directores (15%), porque les gusta el teatro (14%), por la crítica (4%) y por la cercanía al teatro (7%).

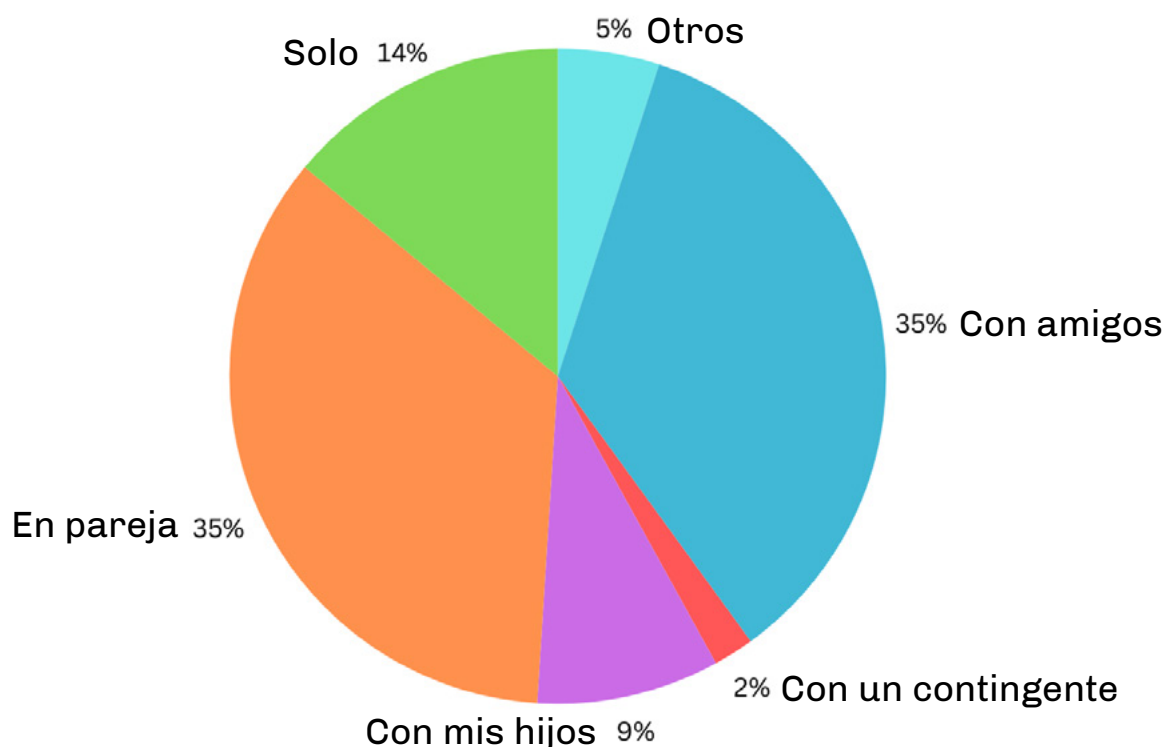
Gráfico 14: Motivación para la asistencia al TNC según menor importancia.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

La tercera motivación para asistir al TNC durante 2024 fue el precio de las entradas (23%) y porque le gusta el teatro (17%), la cercanía (21%) y la programación (17%). Por sus artistas y directores el (9%), por la crítica (7%) y por la forma de comprar entradas (3%).

**Gráfico 15: Motivación para la asistencia al TNC según la forma de concurrencia (con quien asisto).**



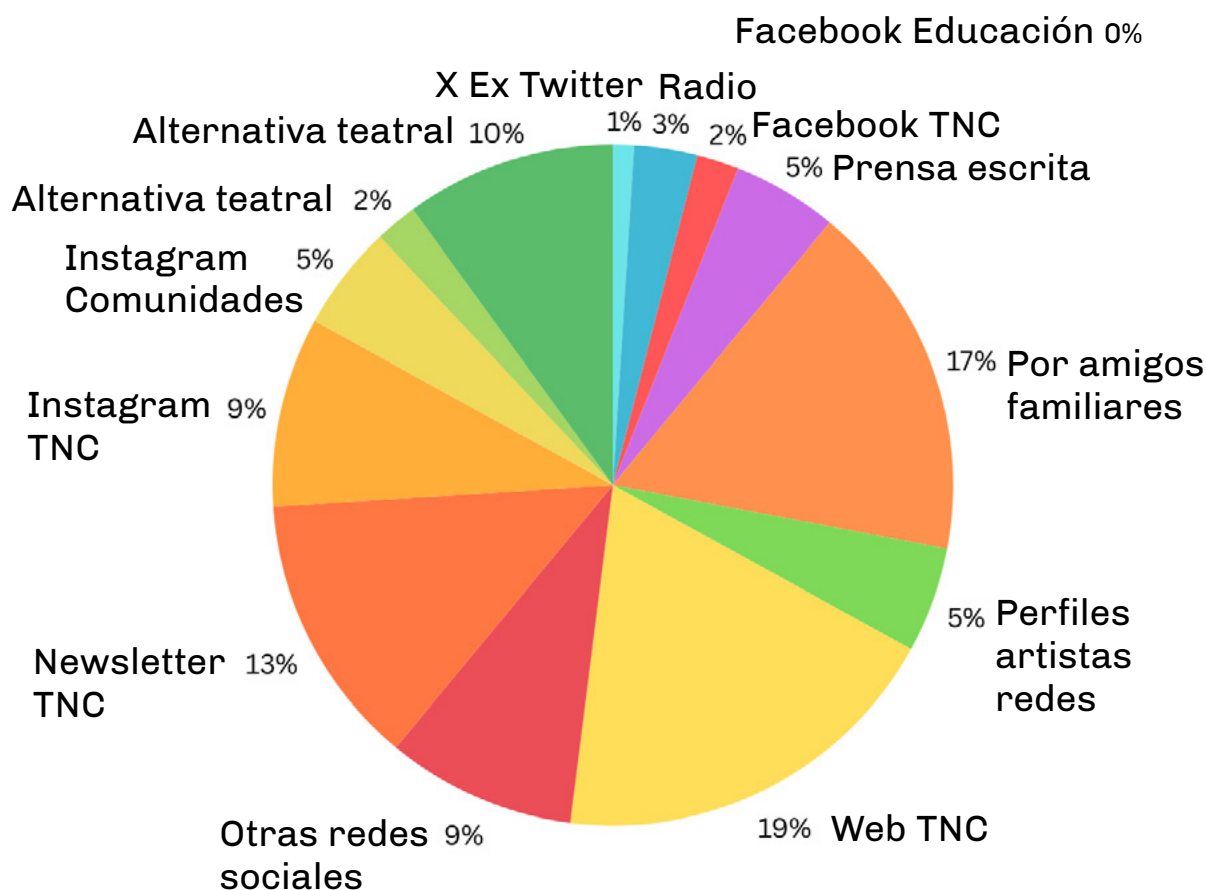
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Al consultar sobre la forma de concurrencia, como se desprende del gráfico 15, la mayor parte (81%) de los asistentes al TNC en 2024 indicó haber asistido en compañía de alguien. Mientras que un 14% asistió solo.

Quienes asistieron acompañados, lo hicieron en mayor medida con amigos (35%), en pareja (35%), con miembros de la familia (9%) y con un contingente (2%).



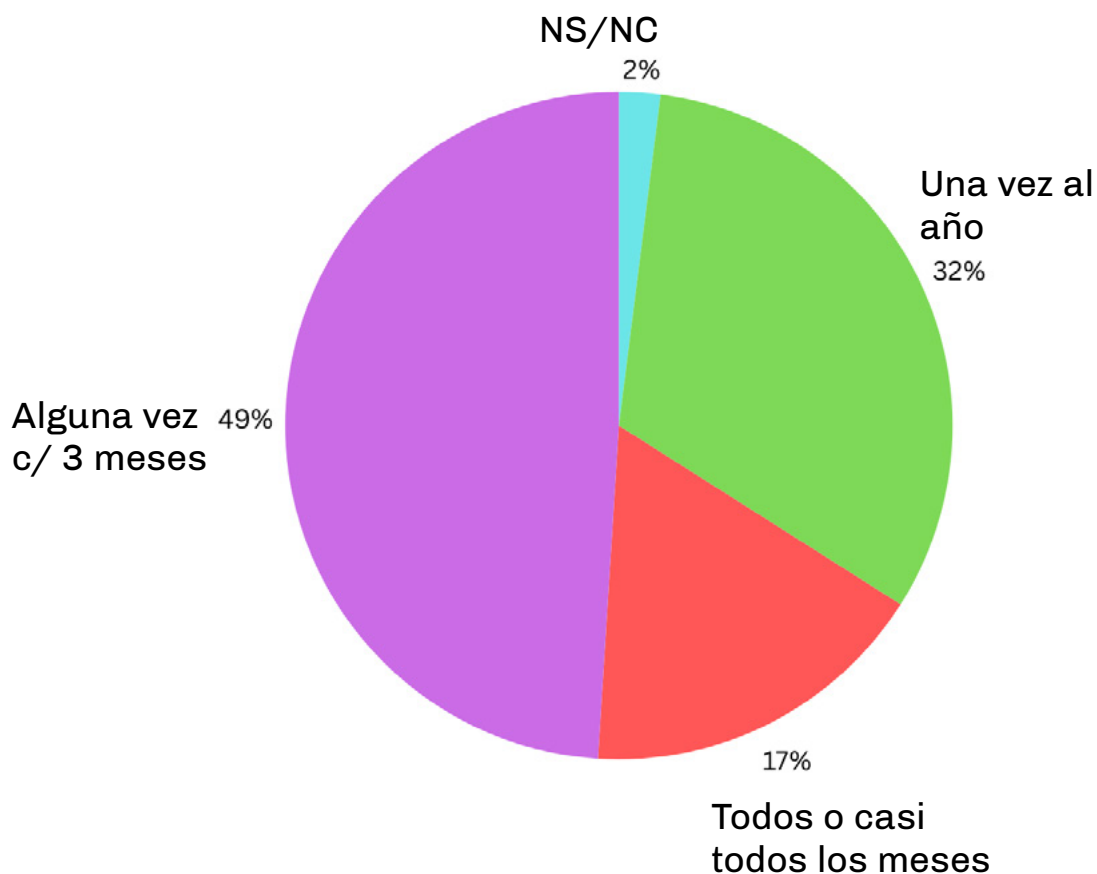
Gráfico 16: Medios por el cual se enteró del evento en el TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Según surge del gráfico 16, el 17 % de los asistentes al TNC durante 2024 se enteró de los espectáculos por amigos y familiares, el 48% lo aportaron las redes sociales del teatro: la página web del TNC (19%), Instagram (14%), Newsletter-gacetillas (13%), Facebook (2%). En menor medida el público se enteró por Alternativa Teatral (10%), por la radio (3%) y por la prensa escrita (5%), otros suman el 3%. Otras redes y/o perfiles de artistas (14%)

Gráfico 17: Asistencia según la frecuencia en el año.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El público que más frecuenta el teatro (98%) se divide, según los encuestados en un 17% con frecuencia mensual y un 49% de asistencia cada tres meses al TNC. Un 32% refirió que asiste aproximadamente una vez al año.

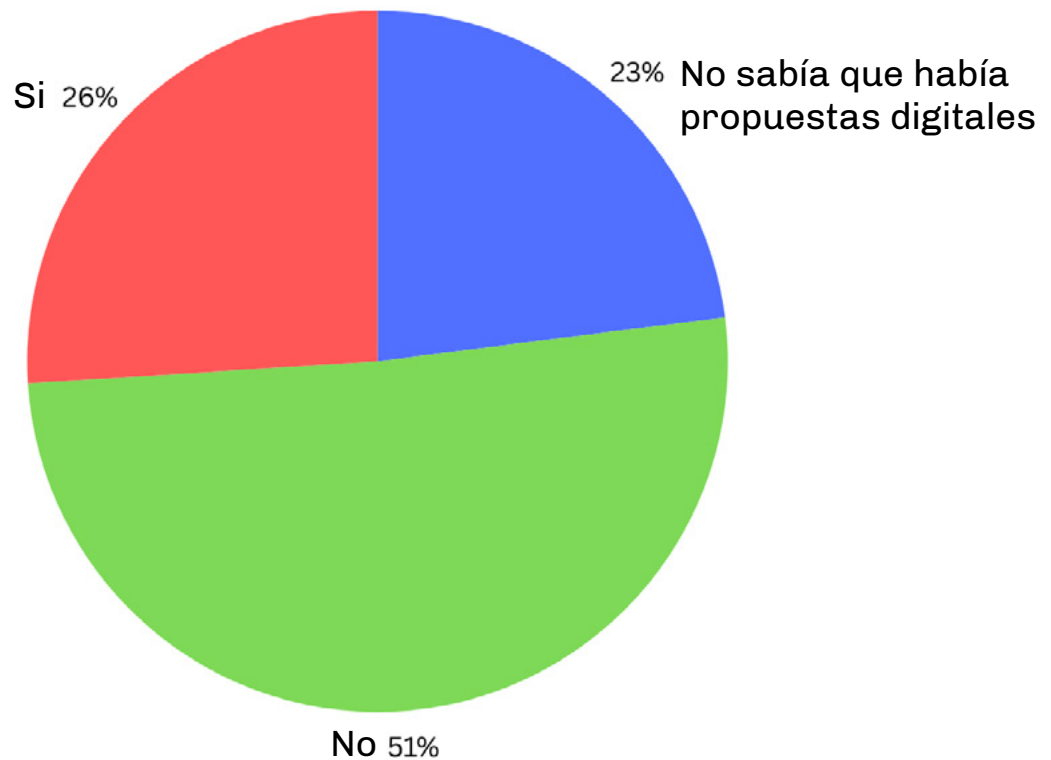
Gráfico 18: Frecuencia a otros teatros.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

En la consulta a los asistentes al TNC en 2024, con qué frecuencia asistían a otros teatros, el 52% respondió que asiste todos los meses o casi todos los meses, un 32% asiste cada 3 meses y un 11% lo hace una vez al año.

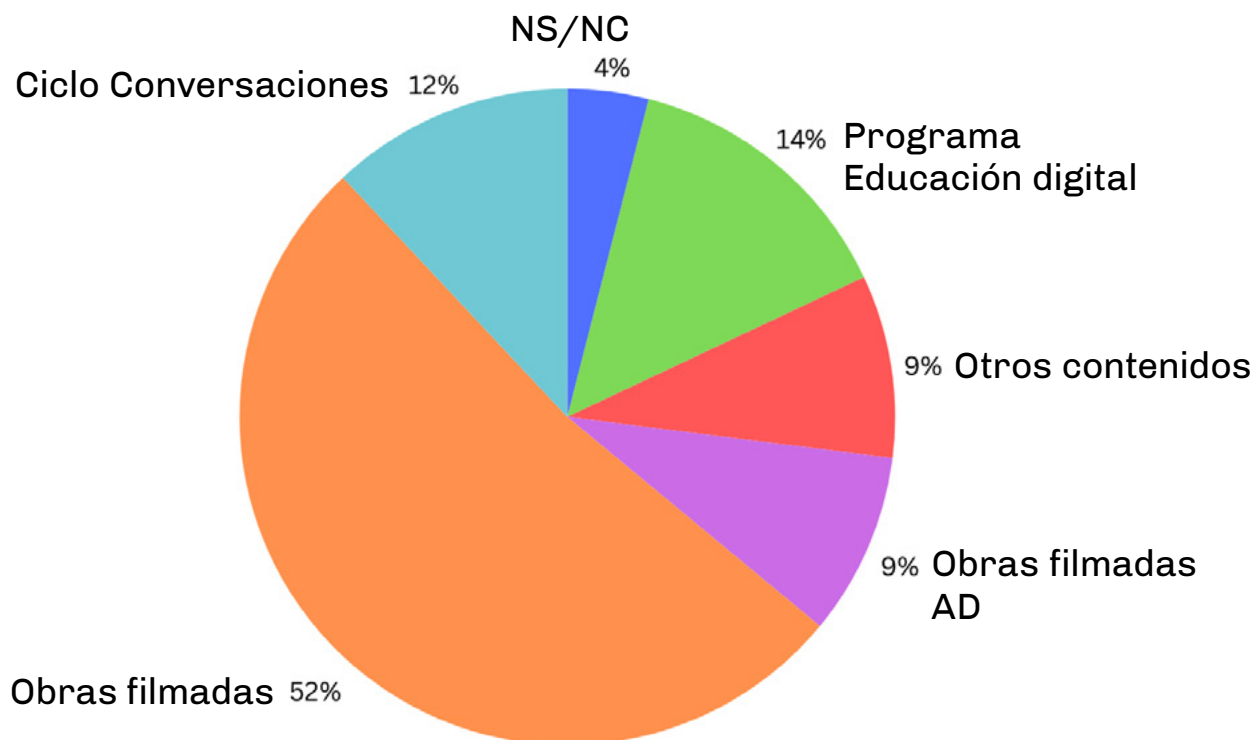
Gráfico 19: Desde 2020 accedió a propuestas digitales.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

A partir del 2020, durante la pandemia y su consecuente cuarentena, el TNC lanzó propuestas virtuales y el 26 % de los asistentes al TNC en 2024 accedió a las plataformas virtuales de comunicación del teatro, el 23% no sabía que había propuestas digitales.

Gráfico 20: A qué contenidos accedió.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El 26% de los encuestados como público asistente al TNC en 2024 accedieron a los contenidos virtuales de las plataformas del teatro. El 61% de ese total optó por obras filmadas, que incluyen obras con Audiodescripción, y con Lenguaje de Señas Argentino, el 12% eligió entrevistas filmadas del Ciclo Conversaciones. El 14% accedió al Programa Cervantes Educación y un 9% accedió a otros contenidos ofrecidos por el TNC.

## Relación del público con el TNC

Dentro de las motivaciones relevadas en el público asistente al TNC en 2024, el 48% señaló que el **principal motivo** por el que concurre al TNC estuvo dado **por la programación**.

Otros factores importantes en la decisión de asistir al TNC fueron **porque les gusta el teatro (24%)** y un 11% por los artistas y directores invitados. Como segunda y tercera motivación se destaca la respuesta por la accesibilidad económica en el precio de las entradas (33% y 23% de los casos respectivamente)

En cuanto a la forma de concurrencia, **la mayor parte (81%)** de los encuestados en las actividades de referencia indicó **haber asistido en compañía de alguien**.

Teniendo en cuenta la frecuencia de asistencia al TNC, **del total de los encuestados el 98% conoce el teatro**, ya sea asistiendo en forma mensual (17%), cada tres meses (49%) y una vez por año (32%).

De las distintas formas en que el público asistente al TNC en 2024 se enteró de sus actividades, el **(48%) lo hizo a través de las redes sociales y gacetillas del teatro**, y un **17%** se informó **a través de familiares y amigos**. Un 10% supo a través de la página de Alternativa Teatral y un 5% por la crítica especializada.

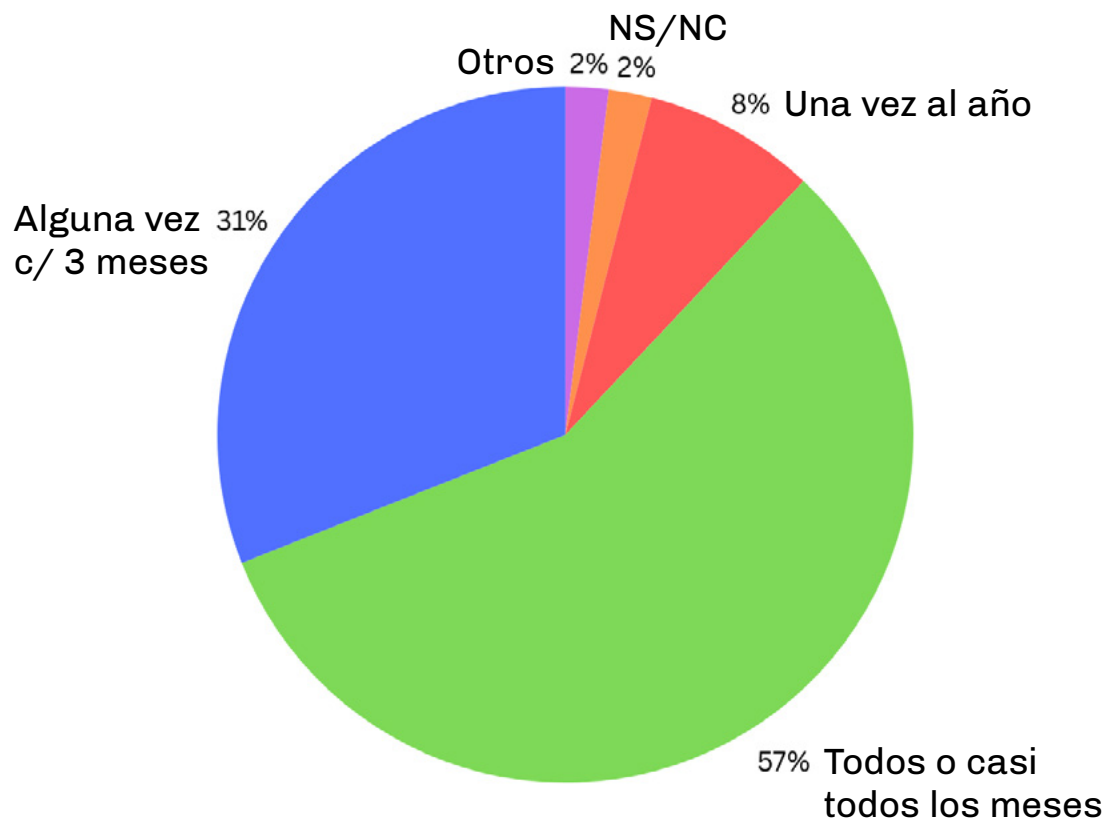
En 2020, debido a la cuarentena decretada por la pandemia, el TNC acrecentó su oferta teatral a través de plataformas virtuales. El **(26%)** de los asistentes al teatro en 2024 **reconoce haber accedido a estas propuestas virtuales**. Dentro de este 26 %, el 61% eligieron las obras filmadas, el 12% el Ciclo Conversaciones con nuestros artistas y el 14% por el Programa Cervantes Educación.

## BLOQUE 3: Participación y tiempo libre



En este tercer bloque se presentan los principales resultados en cuanto al vínculo con otro tipo de actividades culturales de las personas que asistieron al TNC en 2024.

Gráfico 21: Frecuencia a otras actividades culturales.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Según surge del gráfico 21, el 65% de los asistentes al TNC durante 2024 el 57% asiste todos o casi todos los meses a eventos culturales, el 31% concurre alguna vez cada 3 meses Y un 8% asiste una vez al año



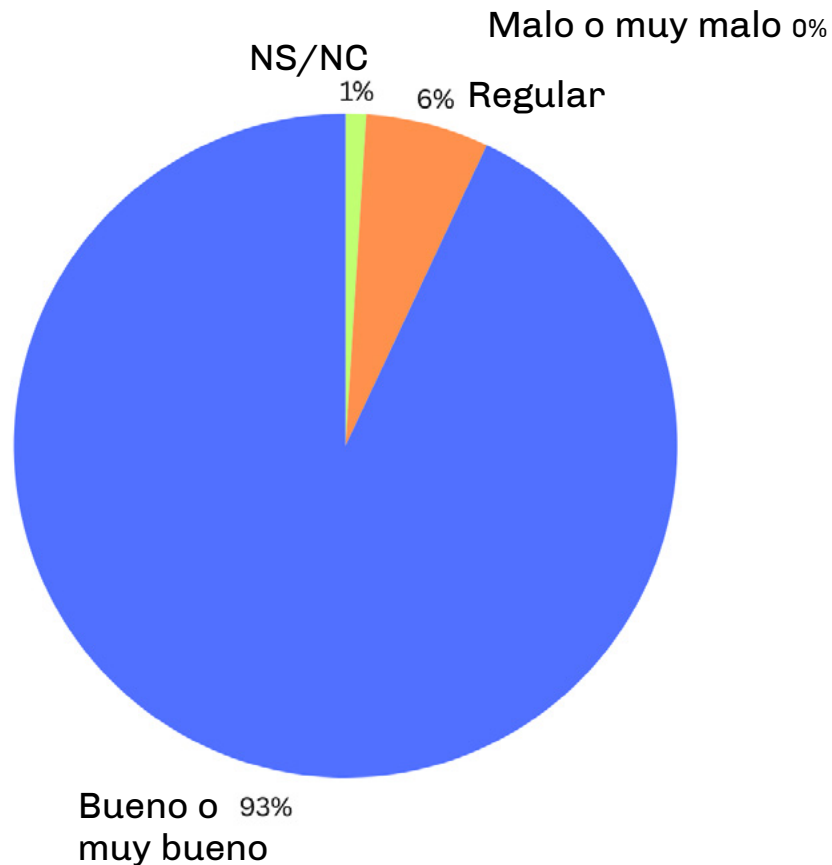
# Encuesta de satisfacción con los servicios del Teatro en 2024

## BLOQUE 1: Satisfacción con el estado de la infraestructura y los servicios del TNC



El siguiente apartado examina la satisfacción de los usuarios con el estado general y los servicios ofrecidos por el TNC. En términos generales, los resultados muestran que los asistentes se encuentran conformes con los mismos.

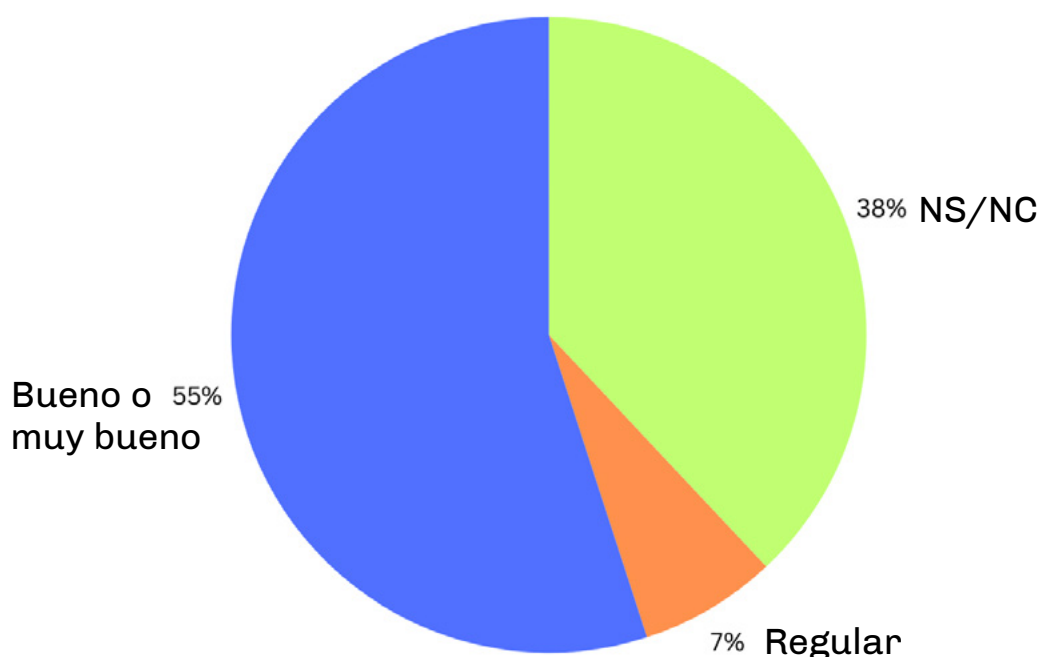
Gráfico 1: Calificación del estado general del edificio del TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Con respecto al **estado general del edificio**, el **93 %** de los encuestados respondió que lo califica como **bueno o muy bueno**, mientras que un **6%** indicó que su estado es regular.

Gráfico 2: Calificación de la accesibilidad a través de las rampas.

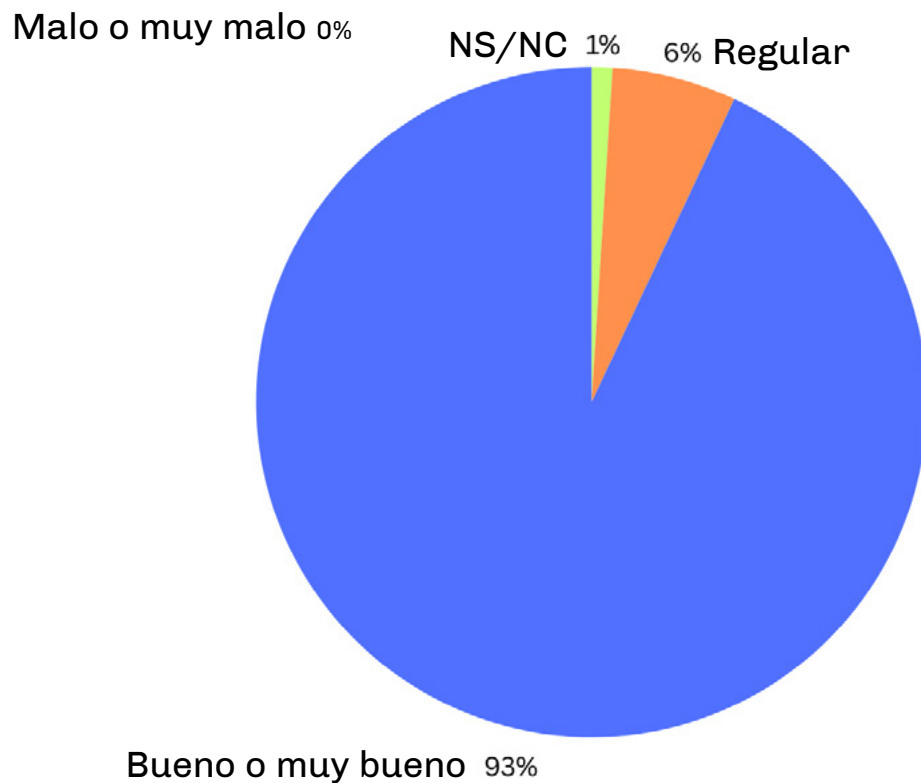


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

**La accesibilidad al teatro para personas con discapacidad y la presencia de rampas** fue calificada por el **55% como buena o muy buena**. En tanto que un **7 %** la calificó **regular**.

Se observa aquí un importante número de respuestas NS/NC (38%) que puede deberse a que por falta de necesidad no se haya prestado lo suficiente atención a esta cuestión o no se crea en condiciones de evaluarla.

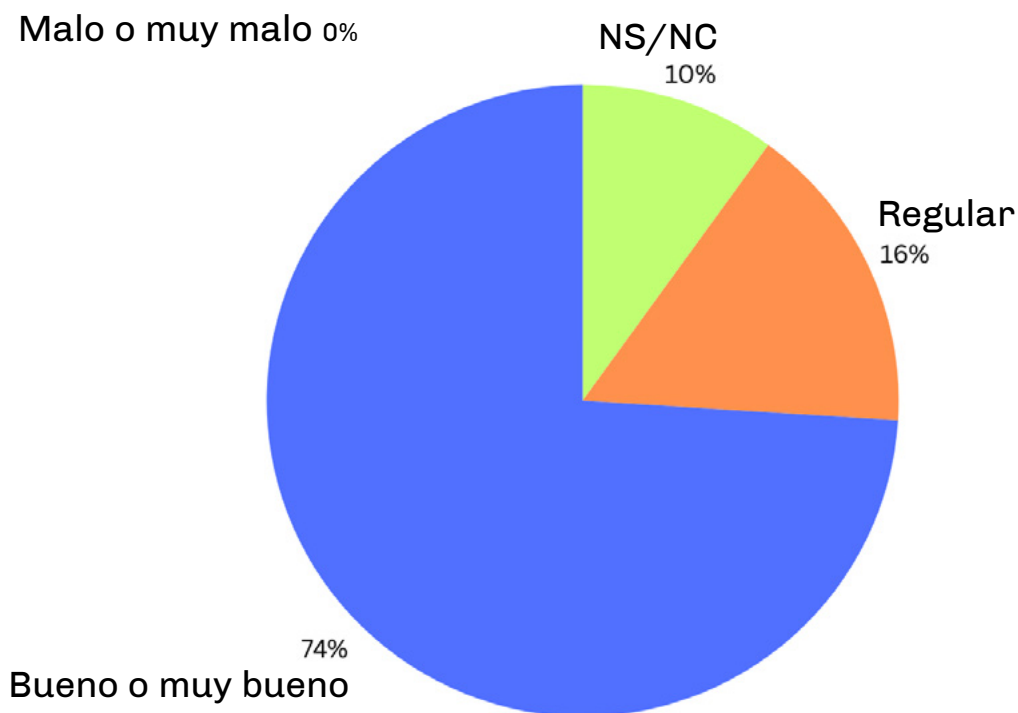
Gráfico 3: Calificación de espacios de circulación Foyer/Hall.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El nivel de satisfacción con los **espacios de circulación** es elevado: **93% respondió bueno o muy bueno**. El **3%** restante respondió **regular**.

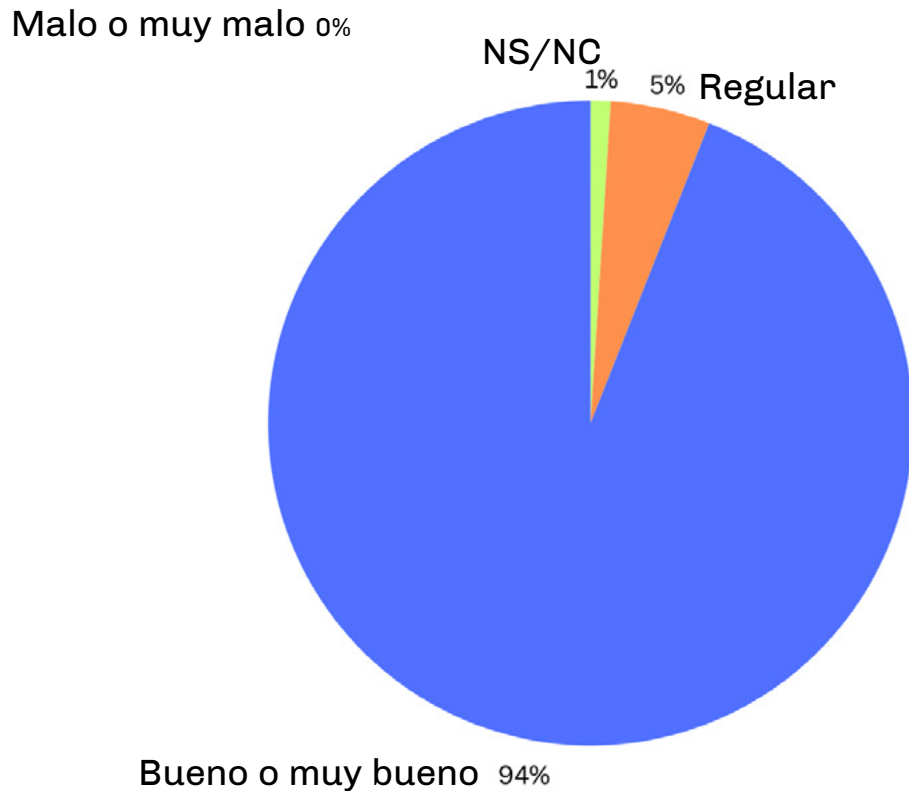
Gráfico 4: Calificación señalética / cartelería.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

En cuanto a la calificación de la **señalética/cartelería**, el **74%** respondió buena o muy buena y un **16%** la calificó regular.

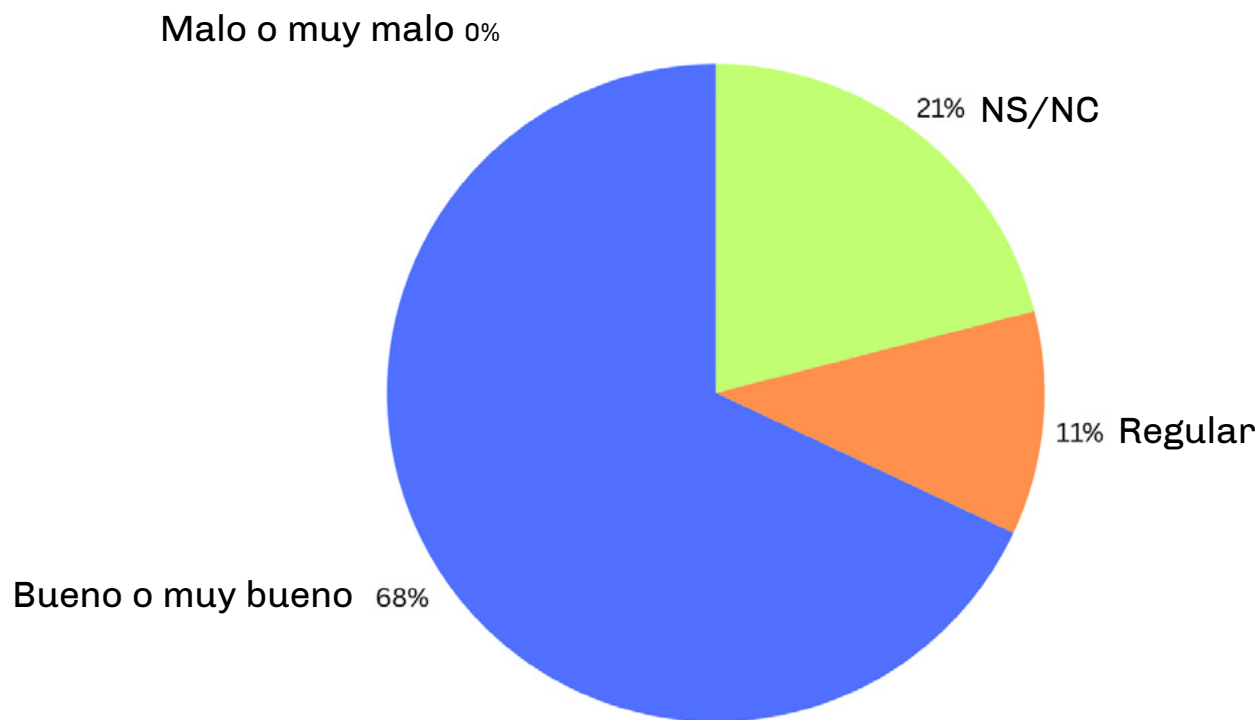
Gráfico 5: Calificación de la limpieza del TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El nivel de satisfacción con **la limpieza de las instalaciones** del teatro es elevado: un **94%** respondió **buena o muy buena**, el 5% “regular”.

Gráfico 6: Calificación del estado de los baños del TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

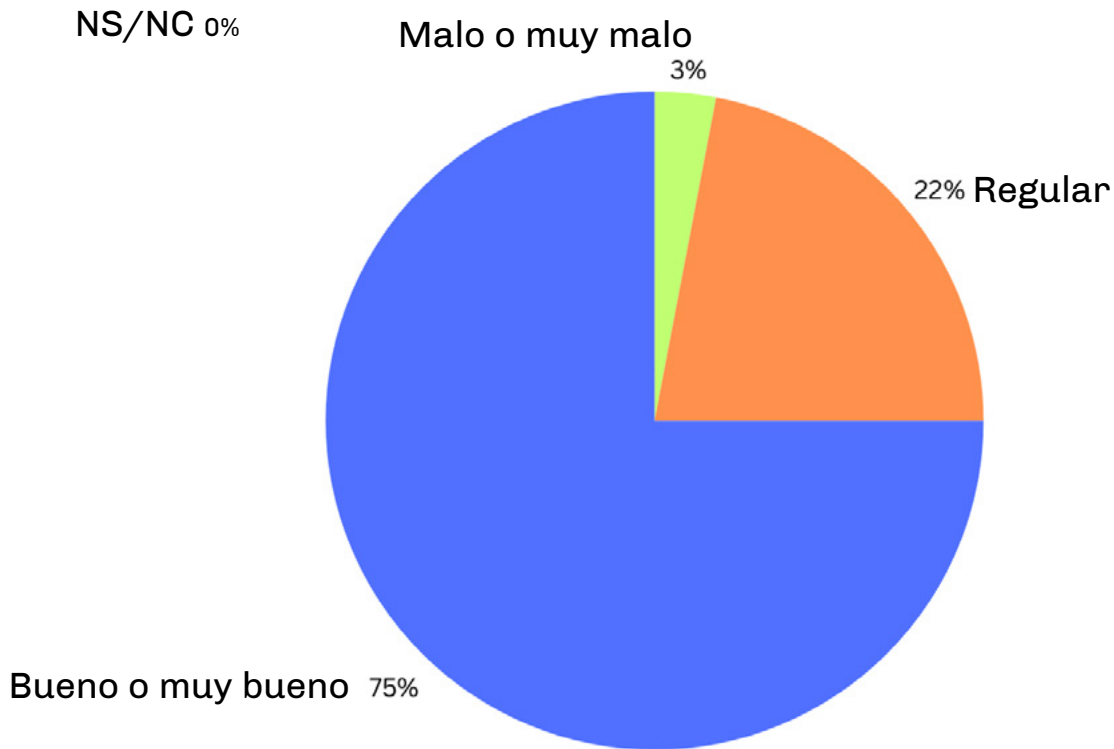
Se registraron **68%** de respuestas positivas en cuanto al **estado de los baños**, un **11%** lo calificó **regular**.

## BLOQUE 2: Satisfacción con la comodidad de las salas del TNC





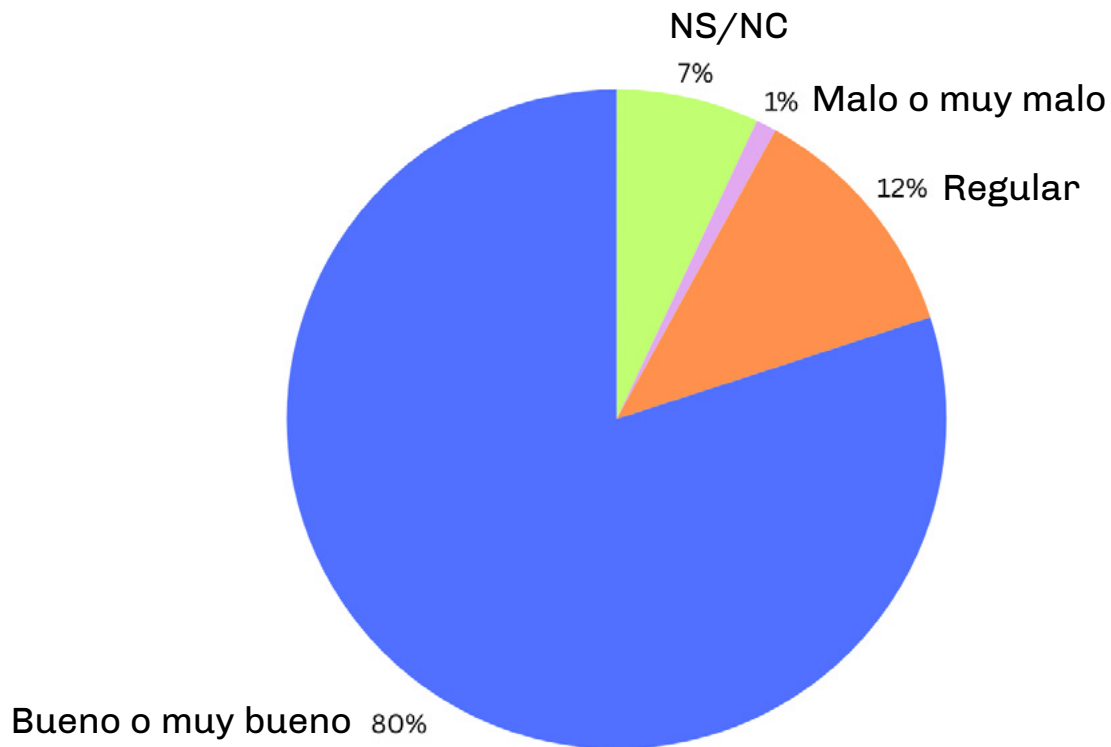
Gráfico 7: Calificación de las butacas.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

De los asistentes al TNC durante 2024 un **75%** calificó como **bueno o muy bueno** la **comodidad de las butacas**, mientras que un **22%** indicó **regular** y un **3%** malo o muy malo.

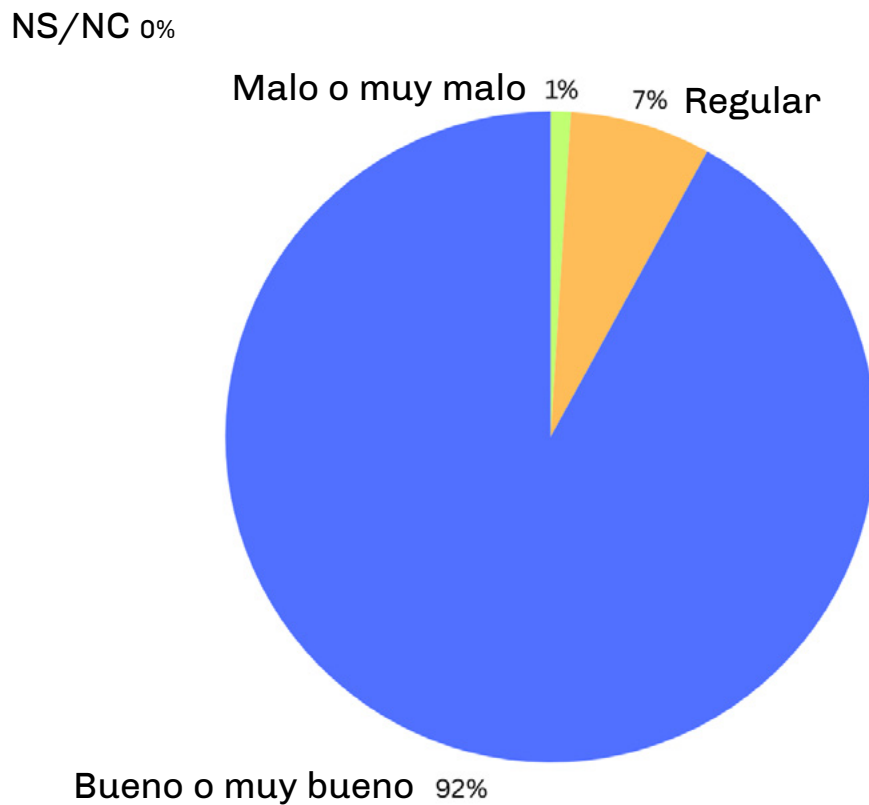
Gráfico 8: Calificación de la refrigeración / calefacción.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El nivel de satisfacción de la **refrigeración/calefacción** de los asistentes al TNC en 2024 presenta un **80%** que la calificó como **buena o muy buena** y un **12%** respondió **regular**, un **1%** la calificó mala o muy mala.

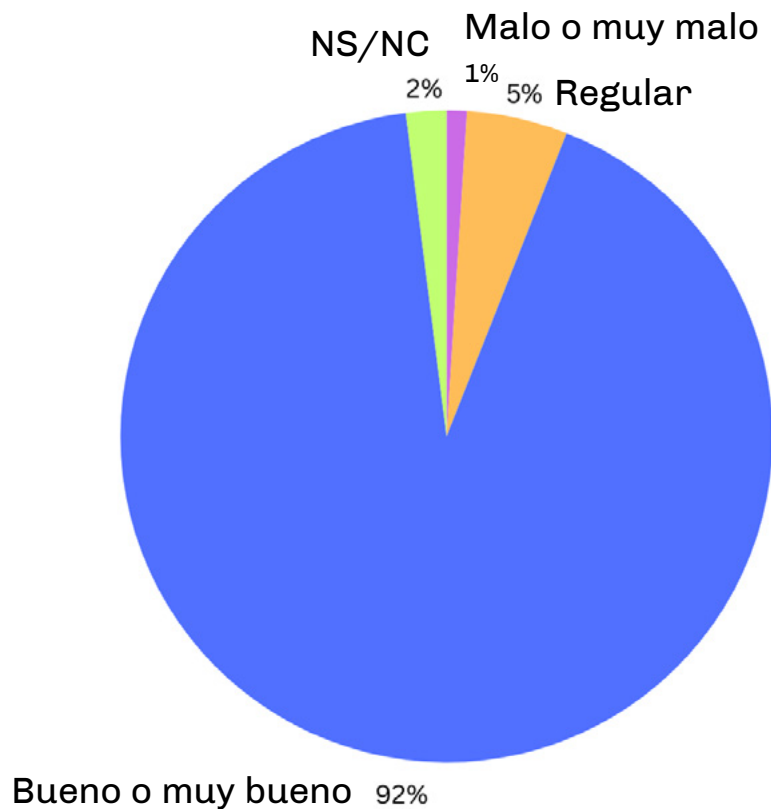
Gráfico 9: Calificación de la acústica / sonidos.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Un **92%** de los asistentes al TNC durante 2024, respondió **bueno o muy bueno** sobre la **acústica** de las salas, un 7% la calificó regular.

Gráfico 10: Calificación de la iluminación.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

En cuanto a la **iluminación**, de los asistentes al TNC en 2024 un **92% calificó bueno o muy bueno**, un 5% respondió regular.

## BLOQUE 3: Satisfacción con la atención del personal del TNC



Gráfico 11: Calificación de la atención del personal del TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

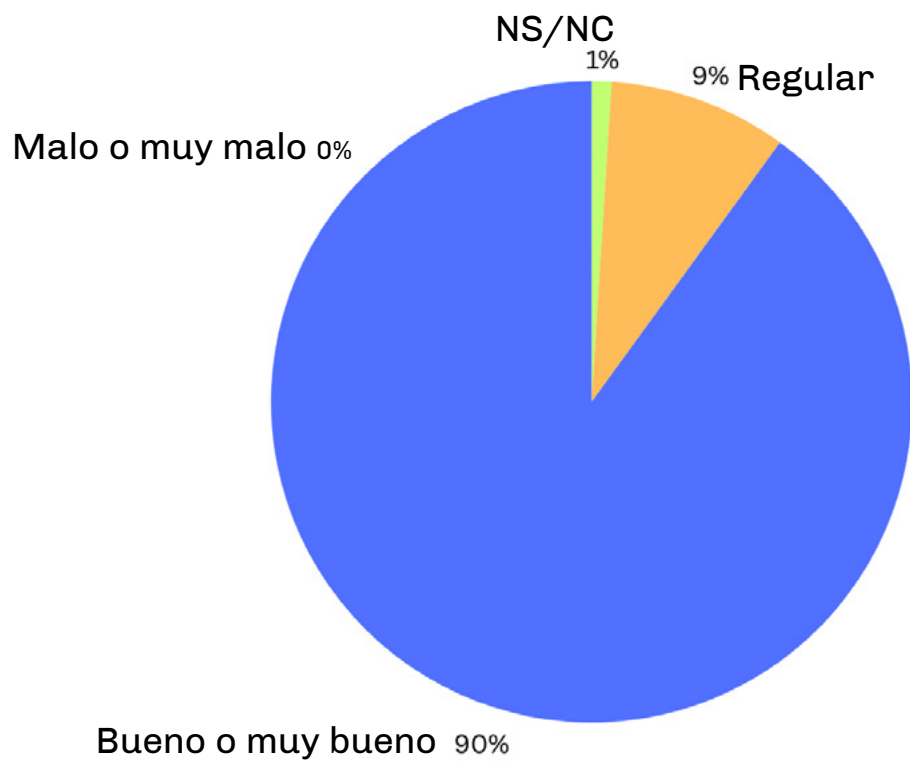
Las calificaciones de los asistentes al TNC en 2024 sobre la atención del personal indican que el nivel de satisfacción es muy elevado con un **95%** que respondió **bueno o muy bueno**.

## BLOQUE 4: Satisfacción con la organización del TNC



En términos generales, los espectadores muestran una positiva satisfacción con la organización del TNC. La puntualidad, el servicio de venta de las entradas y el valor de las mismas son consideradas como muy buenos o buenos en su mayoría.

Gráfico 12: Calificación de puntualidad / cumplimiento de los horarios.

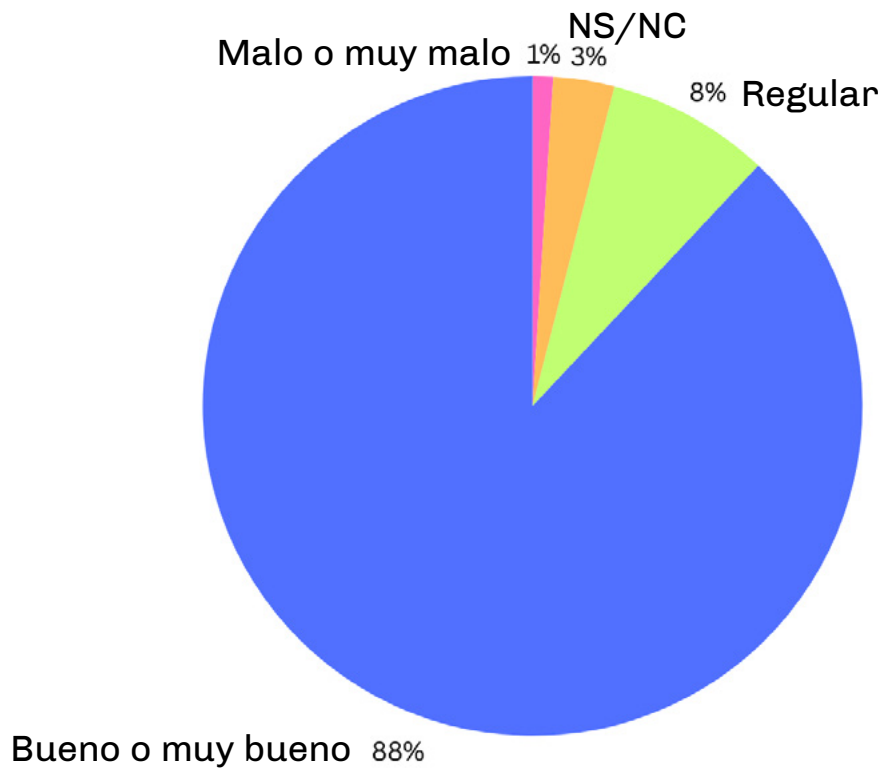


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Respecto a la **puntualidad y cumplimiento de los horarios**, el **90%** de los asistentes al teatro durante 2024 responden que fue **bueno o muy bueno**. Un 9% lo calificó regular.



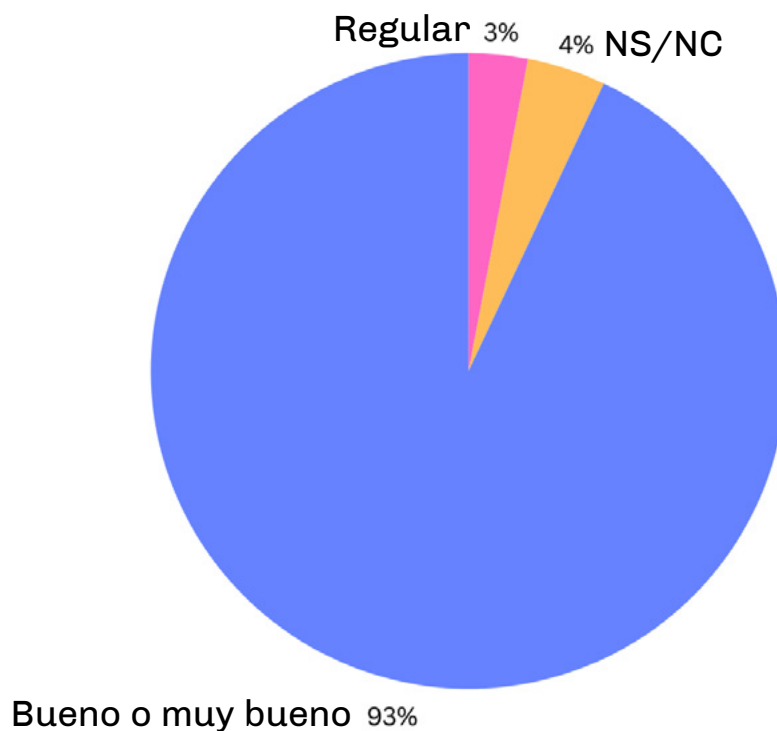
Gráfico 13: Calificación del servicio de venta de entradas.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Los asistentes al TNC en 2024 calificaron en un **88% bueno o muy bueno el servicio de venta de entradas**, mientras que el **8% respondió regular**.

Gráfico 14: Calificación del valor de las entradas.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

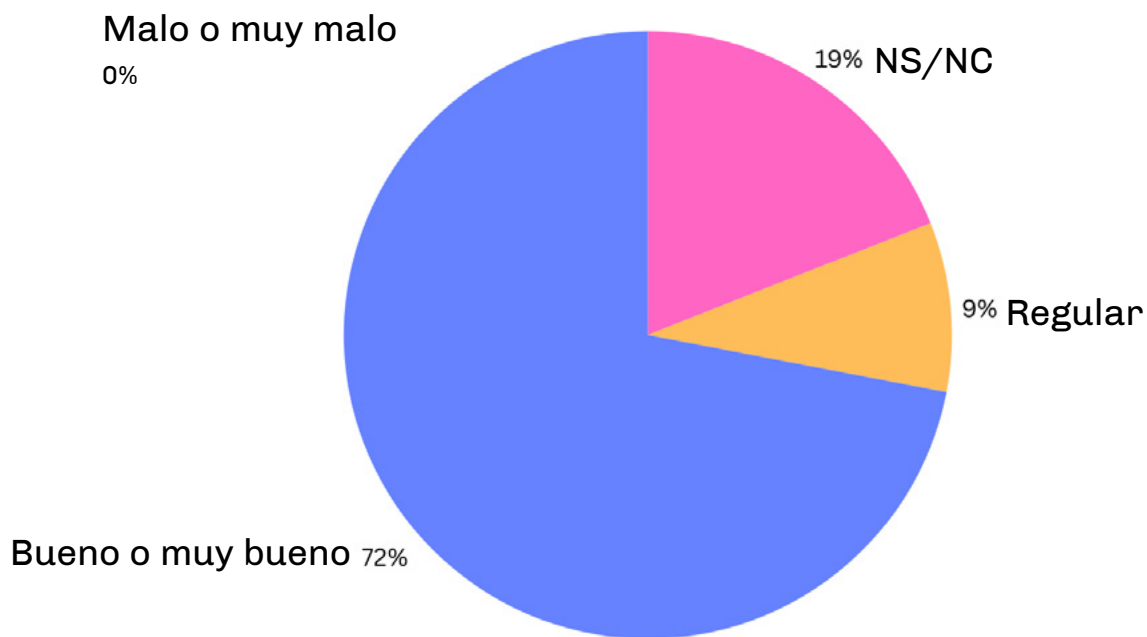
La **calificación del valor de las entradas** es altamente positiva, un **93%** respondió **bueno o muy bueno**, un 3% regular.

## BLOQUE 5: Satisfacción con la comunicación del TNC



La página web del TNC es la herramienta de comunicación más conocida por los asistentes llegando a casi un 67%.

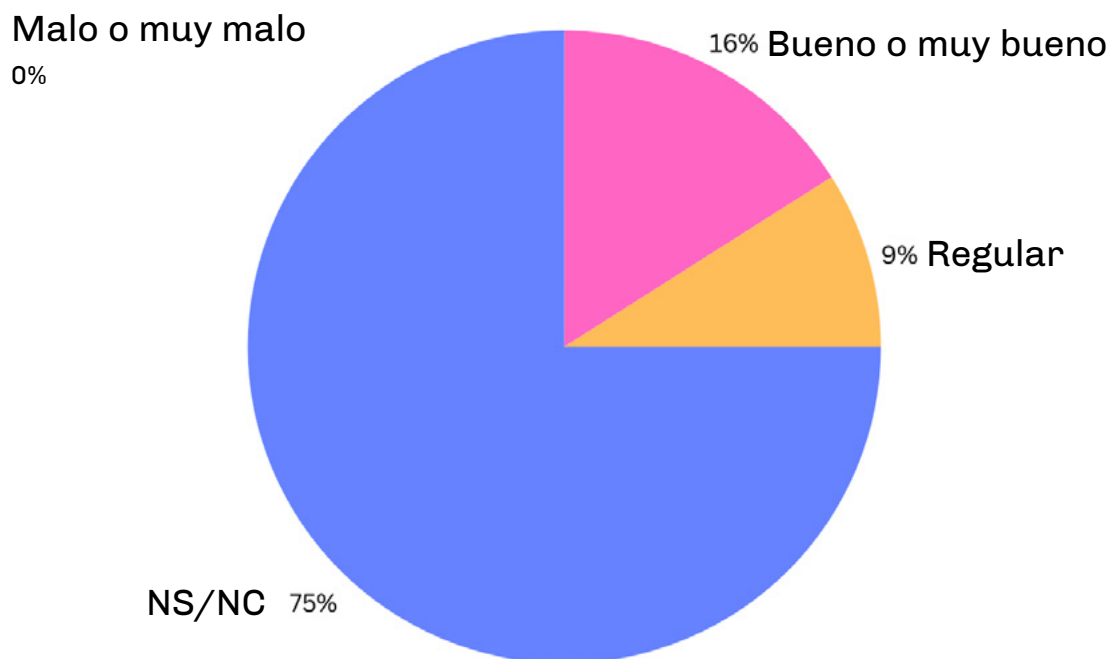
Gráfico 15: Página Web del TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

**Un 72%** de los asistentes al TNC en 2024 calificó a **la página web del teatro como buena o muy buena**, un **9% regular** y un **19% NS/NC**.

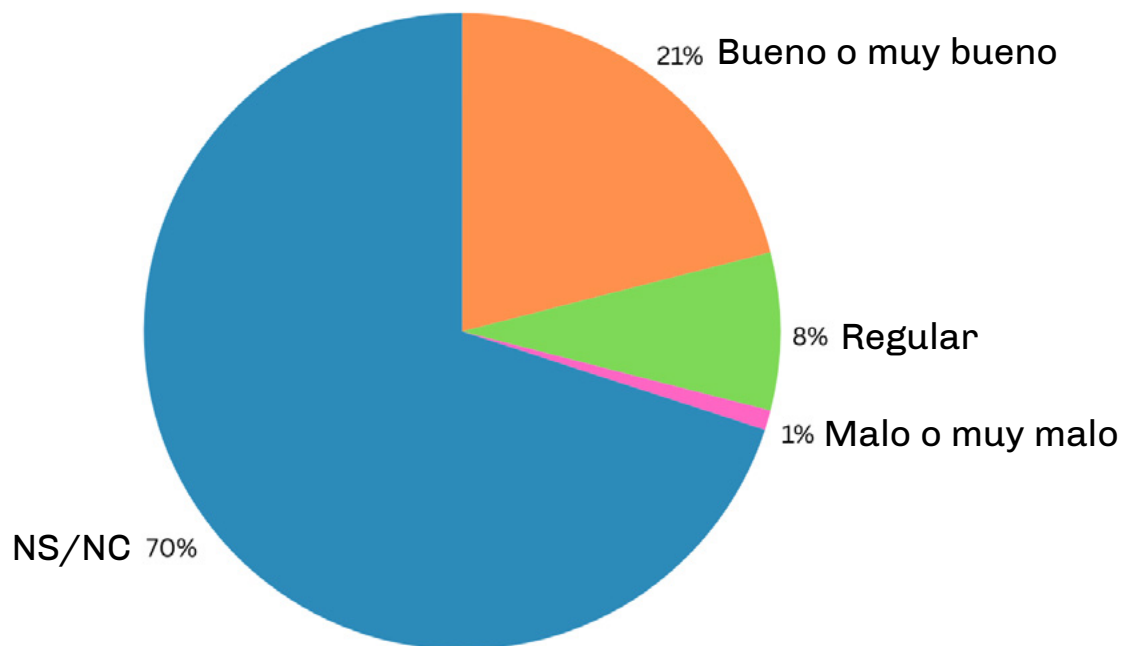
Gráfico 16: X (Ex Twitter).



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El **Twitter del TNC** fue calificado como **bueno o muy bueno** por un **16%** de los asistentes en 2023, un **7%** regular y un **77%** respondió **NS/NC**.

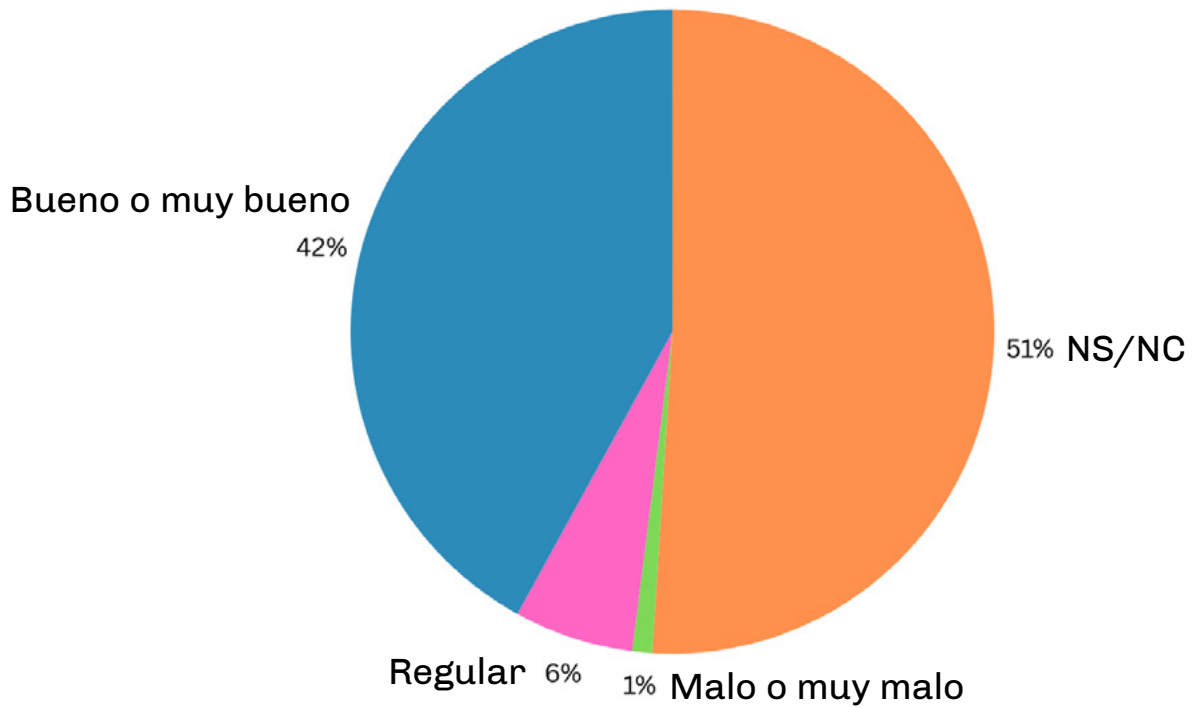
Gráfico 17: Facebook TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

**Un 21% de los asistentes al TNC calificó el Facebook del TNC bueno o muy bueno, un 8% regular y un 70% NS/NC.**

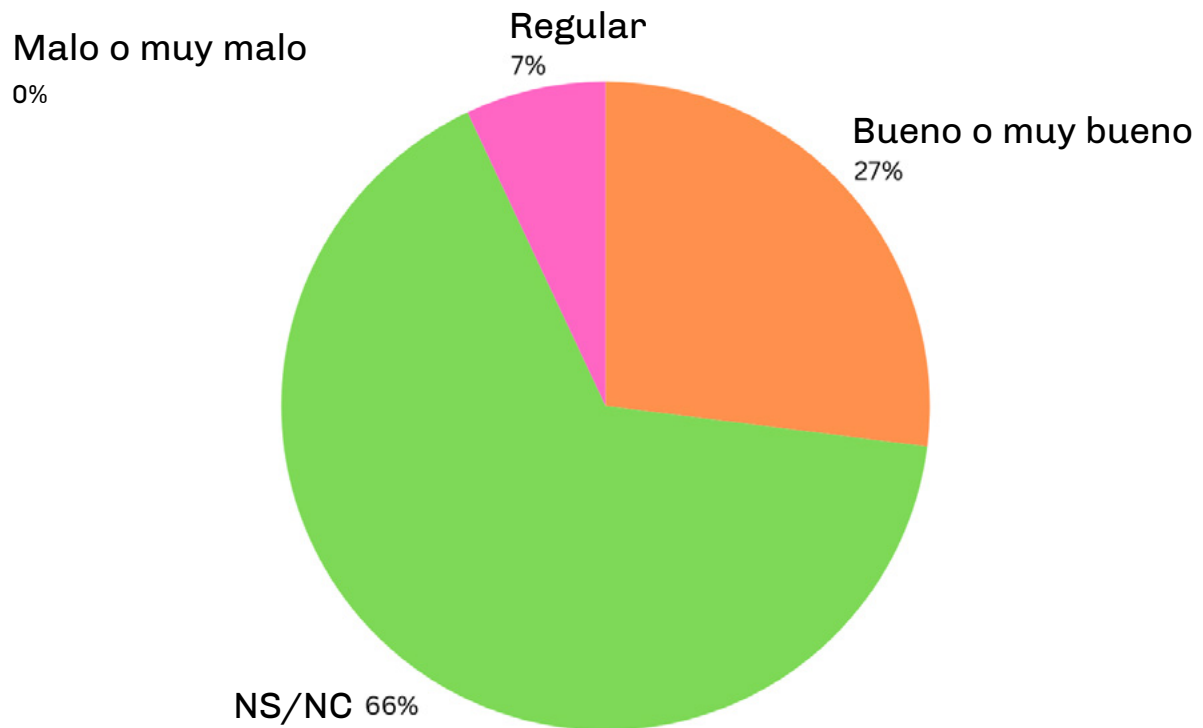
Gráfico 18: Instagram.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El Instagram del TNC fue calificado **bueno o muy bueno por el 42%** de los asistentes al TNC en 2024, el **6% respondió regular** y un **51% NS/NC**.

Gráfico 19: Instagram Comunidades.

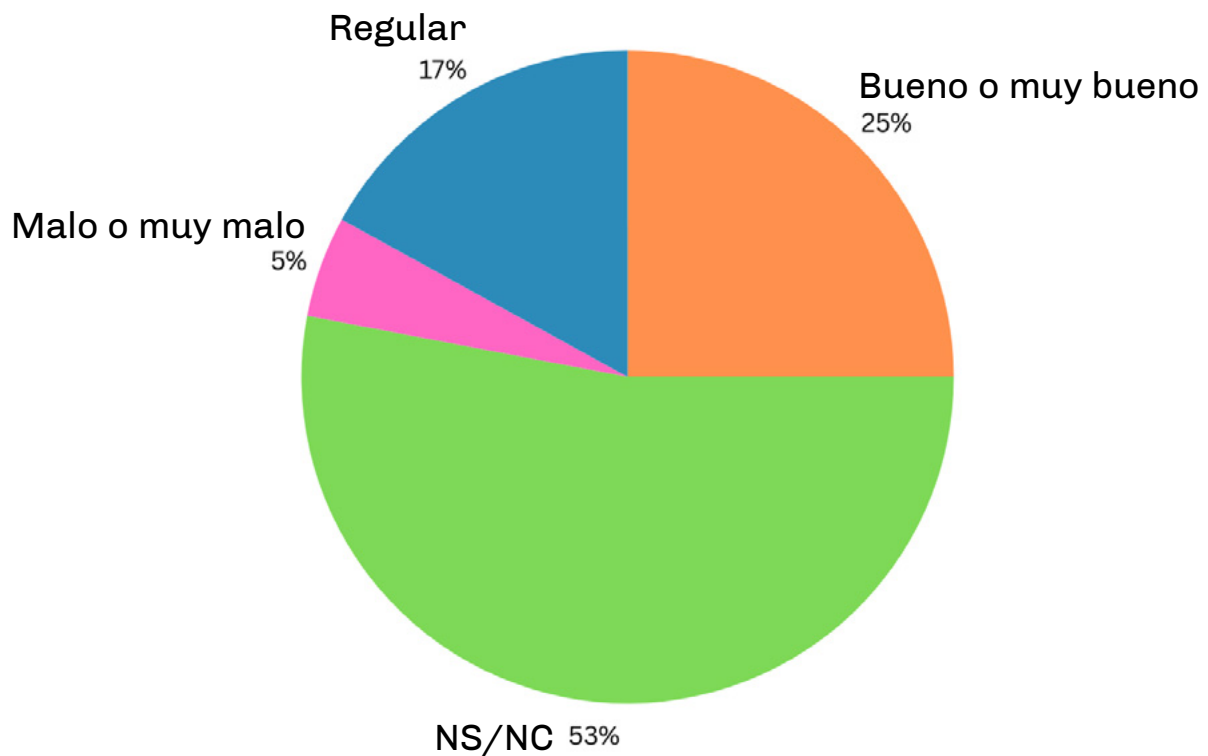


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

**El Instagram TNC Comunidades fue calificado bueno o muy bueno por el 27% de los asistentes al teatro en 2024, un 7% regular y un 66% NS/NC.**



Gráfico 20: Vía pública.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

La calificación de la comunicación en la **vía pública buena o muy buena fue de un 25%** de los asistentes al TNC en 2024, un **17% respondió regular** y un **53% NS/NC**.

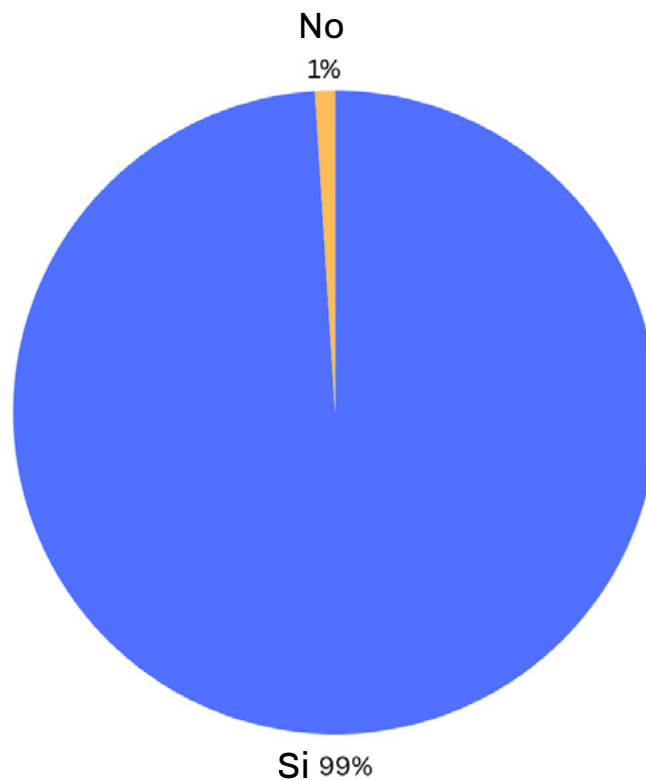
Gráfico 21: Cómo evaluaría la experiencia en el TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Un **97% de los asistentes al TNC** respondió como **buena o muy buena** su experiencia en el TNC, un **3% regular**.

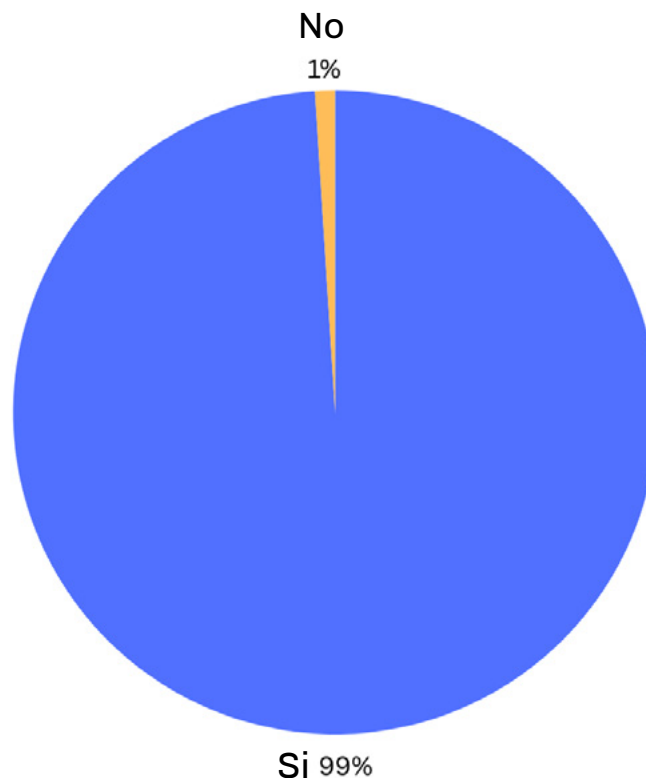
Gráfico 22: Volvería a participar.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

El **99%** de los asistentes en 2024 **volvería a participar en una actividad en el TNC**. Respuesta altamente satisfactoria.

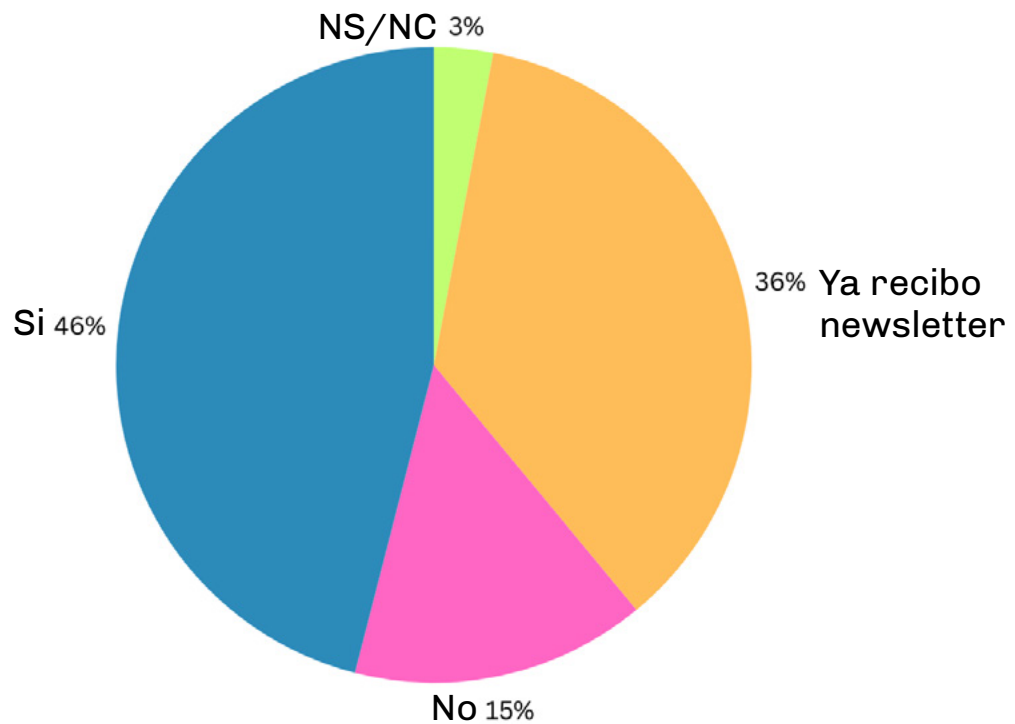
Gráfico 23: Recomendaría a otras personas participar de una actividad del TNC.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

Ante la pregunta de si **recomendaría a otras personas participar de una actividad en el TNC** el **99%** de los asistentes al TNC respondió afirmativamente.

Gráfico 24: Quiere recibir información.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas sobre 749 casos

De los asistentes al TNC en 2024, un **36% respondió que ya recibe** información vía Newsletter de Gestión de públicos, un **46% respondió afirmativamente** que desea recibirla y un **15% contestó negativamente**.

El 99% que respondió afirmativamente que volvería a participar de una actividad en el TNC y el 99% que recomendaría a otras personas participar de otra actividad indican un alto nivel de fidelización y satisfacción con la experiencia que comparten con el TNC.

## **Área Gestión de públicos. Estudios y Medición**

Coordinación

**Sonia Jaroslavsky**

Elaboración de instrumentos

**Aimé Pansera y Sonia Jaroslavsky**

Producción y seguimiento de encuestas

**Brenda Carlini**

Procesamiento y Análisis

**Rubén Ballester**

Fotografía TNC

**Ailén Garelli, Mauricio Cáceres y Gustavo Gorrini**

Diseño

**Verónica Duh y Ana Dulce Collados**

Diciembre 2025.

# TNC

[www.teatrocervantes.gob.ar](http://www.teatrocervantes.gob.ar)

Libertad 815 - C1012AAQ - CABA / Argentina  
+ 54 11 4816-4224 / + 54 11 4815-8883 al 6

