

Universitat de Barcelona

Alina Luna

David Palacios Cortés

Mayo 2017

Índice

Contexto	3
Estructura Física	3
Componentes de L'Auditori	4
Oferta Musical	5
Orquesta Sinfónica de Barcelona Y Nacional de Cataluña	5
Banda Municipal de Barcelona	5
Música Antiga	6
Música de Cambra	6
Conciertos y actividades educativas y familiares	6
Museu de la Música de Barcelona	6
Escuela Superior de Música de Cataluña - ESMUC.	¡Error! Marcador no definido.
Posicionamiento	7
Consumidor	7
Segmentación	7
Propuesta de valor	8
Competencia	9
El Gran Teatro del Liceu	9
El Palau de la Música Catalana	9
Benchmarking	10
Comunicación	11
Temporada OBC 16-17	11
Financiación y Presupuesto	12
Financiación	12
Presupuesto	12
Medios de comunicación	13
Redes sociales	13
Conclusión	14

L'AUDITORI

Contexto

Como parte de las visitas que se realizan dentro de la asignatura de Prospectiva I, el pasado 21 de abril de 2017 fuimos guiados por José María Sánchez dentro de L'Auditori para conocer un poco de su historia, funcionamiento y propuestas.

L'Auditori, inaugurado el 21 de marzo de 1999, es el espacio de música de más reciente creación en Barcelona, sede de la Orquesta Sinfónica de Barcelona y Nacional de Cataluña y de la Banda Municipal de Barcelona. Pertenece a la Red de Auditorios Polivalentes de España y su construcción significa que por primera vez en Barcelona se destina una sala dedicada para la música de la orquesta de la ciudad, lo cual esto era y sigue siendo considerado todo un lujo.

Como institución nacional que es, L'Auditori quiere proyectar Cataluña y Barcelona al mundo a través de un producto musical propio, estable e integrador. El amplio alcance social de la programación se completa con un servicio educativo orientado a todos los públicos y con el liderazgo del programa Apropa Cultura, que defiende la accesibilidad a la cultura.

L'Auditori es la primera sala del estado español que forma parte, desde diciembre de 2007, del European Concert Hall Organization (ECHO), la asociación de auditorios más importante de Europa. Cuenta con 4 salas de conciertos y en el mismo complejo musical, tienen su sede la Escola Superior de Música de Catalunya (ESMUC) y el Museu de la Música. Esto convierte a L'Auditori en un foco de la vida musical de la ciudad en los diferentes campos de la divulgación, la docencia y la investigación.

En un principio fue complicado informar a la gente sobre el lugar de la nueva sala de conciertos, así que se inició una campaña de comunicación para que la gente supiera de su existencia. Con el objetivo de mejorar la zona, que por mucho tiempo se consideraba un lugar de mala reputación. Se construyó también el Teatro Nacional de Cataluña con lo cual el barrio comenzó a ser reconocida por su actividad cultural, mejorando su aspecto e impulsando su economía a través de su efecto indirecto.

Estructura Física

L'Auditori de Barcelona fue inaugurada en el año 1999, siendo el propósito de su arquitecto Rafael Moneo, la construcción de un edificio que fuera el albergue de la música clásica en Barcelona. Aunque la ciudad ya contaba con dos recintos de alta trayectoria dedicados a presentar música clásica (El Gran Liceo y El Palau de la Música Catalana), L'Auditori debía ser más que un espacio para la representación musical, un espacio donde confluía la educación y la historia musical. Es esta la razón que justifica la presencia del Museo de La Música, La Escuela Superior de Música Catalana (ESMUC) y las cuatro salas de presentación de música en un mismo lugar.

El edificio se encuentra alejado del centro histórico de la ciudad, en un espacio donde anteriormente se ubicaba un depósito de ferrovías deterioradas. Aunque retirado del corazón de la ciudad, aún hace parte del Eixample y juega con la forma rectangular (con la lógica de bloque de 2x1) de su terreno. Su estructura no obstante, es atravesada por una calle, por donde se puede transitar sin ingresar al edificio y sin la necesidad de bordearlo. Esta calle tiene la particularidad de ser interrumpida por los acordes musicales y no por el tráfico vial de las avenidas cercanas.

A pesar de que el arquitecto responsable de esta construcción sea Moneo, y de que José María nos quiso convencer que L' Auditori es muy bonito, se encuentra muy en desventaja visualmente (al menos en el exterior) con el Palau y el Teatro del Liceo, ya que su estructura es simple y sin la majestuosidad de los 2 anteriores.

Sin embargo en su interior cada una de las salas es de calidad y con la estructura para satisfacer diferentes necesidades. La sala 1 llamada **Pau Casals**, con un aforo para 2.200 personas, es un recinto espectacular con la tradicional forma de caja de zapatos, propia de una sala de conciertos, la cual se caracteriza por no tener foso, telón y contar con una acústica perfecta para que tanto la primera butaca como la última escuchen limpiamente los sonidos de la orquesta. De igual manera su estructura y material aíslan por completo el ruido del exterior al interior y viceversa.

La sala número 2, llamada **Oriol Martorell**, es un espacio más pequeño y polivalente. Según los técnicos de L'Auditori es una sala que otorga mayores ventajas sonoras a las presentaciones con gran número de instrumentos de viento. A diferencia de la sala 1, tiene parrilla de luces cubierta, lo que facilita a los técnicos agregar o modificar aspectos de iluminación. A la vez, es una sala adecuada para conciertos amplificados, conferencias, convenciones, eventos corporativos, etc.

La sala 3, llamada **Tete Montoliu**, es la sala perfecta para conciertos de pie. Pues tiene la característica especial de incluir o excluir la silletería. Lo que la hace versátil. Conciertos que inviten al baile y a la bebida de alcohol, son programados en esta sala pues tiene las condiciones para el mismo.

En la sala **Alicia de Larrocha**, la número 4, se programan actividades más relacionadas con los aspectos educativos del recinto. De la misma manera, es la sala que se dispone para los nuevos talentos de la música que no tienen la capacidad ni el reconocimiento para llenar alguna de las otras salas. A la vez, se les da prevalencia a los estudiantes del ESMUC para la presentación de sus recitales, a tal punto, que se está discutiendo actualmente si sería conveniente ceder la gestión de este espacio a los estudiantes y la institución educativa.

Componentes de L'Auditori

Hasta antes del 2014 L'Auditori contaba una programación general de aproximadamente 400 conciertos en donde incluían presentaciones, tanto de la OBC como de la Banda Municipal de Barcelona, no tenía una segmentación específica, lo cual derivó en una fidelización por parte del público casi nula. Todos los esfuerzos de comunicación estaban distribuidos por igual y sin distinción, lo cual generaba un desgaste por parte del equipo y poco impacto en el público objetivo.

La programación de los conciertos de la OBC tampoco estaba enfocada a un público específico y trataban al público cautivo con el mismo nivel que al público emergente. Es por esta razón

que a partir del 2014 se decidió hacer una distinción entre los diferentes tipos de conciertos y actividades con las que se contaban, dando como resultado la siguiente clasificación de productos propios de L'Auditori.

1. OBC
2. Banda Municipal de Barcelona
3. Música Antiga
4. Música de Cambra
5. Concerts y actividades familiares y educativas para escuelas.

Oferta Musical

ORQUESTA SINFÓNICA DE BARCELONA Y NACIONAL DE CATALUÑA

Considerada actualmente como el producto estrella de l'Auditori, la Orquesta Sinfónica de Barcelona i Nacional de Catalunya se fundó en 1944 bajo la dirección del maestro Eduard Toldrà. Desde el 2015 la batuta de la OBC se encuentra a cargo de Kazushi Ono y actualmente está compuesta por 90 músicos. La OBC está integrada en el Consorci de l'Auditori i l'Orquestra, formado por la Generalitat de Catalunya y el Ayuntamiento de Barcelona.

La programación del Auditori se centra principalmente en 3 vertientes específicas con la intención de complacer al público cautivo y de atraer a nuevo público. Diferentes para

- ★ **OBC:** Programación general, conocida como “de temporada” que propone un repertorio meramente sinfónico.
- ★ **OBC Cinema:** OBC tocando en vivo la música de bandas sonoras del cine comercial.
- ★ **OBC Nadal:** Repertorio basado en la festividad navideña.

Desde el momento del lanzamiento de la temporada se hace especial énfasis en los eventos especiales de OBCinema y OBC Nadal, que aunque se realizan casi al final del año, es importante mantenerlos en la mente de los usuarios desde el principio para que sea una información latente, lo cual genera una mejor respuesta al momento del lanzamiento de la campaña específica.

Lo que se pretende con estos conciertos especiales es, a través del OBCinemas atraer a público joven nuevo y a través del OBC Nadal atraer público familiar, para que poco a poco gente nueva se vaya integrando al público frecuente de las actividades de L'Auditori. Por otro lado, la promoción de los conciertos regulares de temporada está planeada para desarrollarse con una semana de anticipación a cada concierto. A diferencia de los conciertos especiales que requieren un plan de comunicación más integral y un mayor tiempo de implementación.

BANDA MUNICIPAL DE BARCELONA

Con 130 años de historia, esta formación es una de las bandas sinfónicas más antiguas de Europa y se ha convertido en un pilar indiscutible de la escena musical de la ciudad de Barcelona. Realiza proyectos con la colaboración de artistas y organizaciones de ámbito nacional e internacional como La Mercé, El Festival Grec de Barcelona, el Festival Mas i Mas, el Ciclo Musicals als Parcs, la Fiesta Nacional de Catalunya, Santa Eulalia, entre muchos otros. La Banda se ha involucrado en proyectos de carácter social y educativo desarrollando conciertos escolares y familiares en colaboración con L'Auditori Educa y L'Auditori Apropa.

MÚSICA ANTIGA

Cada temporada de Música Antigua del Auditori vela por ofrecer conciertos de altísima calidad, lleva a Barcelona las grandes formaciones internacionales de referencia, repertorios de largo recorrido y construye proyectos con los músicos nacionales dedicados al género. La música antigua forma parte del ADN del Auditori y es por eso que se trabaja en crear un impacto transversal en el equipamiento generando sinergias con los demás componentes del Auditori.

MÚSICA DE CAMBRA

La música de cámara del Auditori ofrece la aproximación más íntima a la música clásica con una cuidada selección de conciertos que tienen como sede principal una sala con la mejor acústica de la ciudad para este género.

CONCIERTOS Y ACTIVIDADES EDUCATIVAS Y FAMILIARES

El Servicio Educativo de L'Auditori es pionero y un referente a Europa en la preparación de conciertos, talleres y material didáctico de una gran calidad artística que tienen como objetivo hacer llegar la música a los más pequeños, despertar su interés y enseñarles a amarla. Trabaja con las familias, las escuelas, el profesorado, los músicos, los coreógrafos y directores de escena para conseguir que la experiencia de venir a oír un concierto en el Auditori deje en los niños, las niñas y sus familias el recuerdo de una experiencia mágica que se extienda más allá de la sala.

MUSEU DE LA MÚSICA DE BARCELONA

En el año 1921, la Comisión Municipal de Cultura aceptó la donación de expertos y coleccionistas musicales de la ciudad de Barcelona, que daría inicio a lo que actualmente se conoce como el Museo de la Música de Barcelona. Inicialmente fue un espacio para el conocimiento de la historia relacionada con el teatro, la música y la danza, pero las transformaciones positivas sufridas por su colección determinaron la decisión de fundar el museo especializado en Música. El proyecto fue detenido durante la Guerra Civil Española y reinaugurado en 1946 en Conservatorio Superior donde estuvo ubicado hasta 1980, año en que fue ubicado en el Palacio del Barón de Quadras hasta el año 2001. En el 2001 el museo cerró sus puertas en esta sede para articularse al nuevo proyecto museológico y museográfico en el edificio L'Auditori de Barcelona donde se encuentra actualmente. Desde la vertiente histórica y de la conservación, la investigación y la difusión del patrimonio musical de la ciudad el museo ofrece a sus usuarios un modo de aproximarse, vivir y conocer el mundo de la música, siendo de vital importancia en el proyecto global de L'Auditori.

ESCUELA SUPERIOR DE MÚSICA DE CATALUÑA - ESMUC.

La Escola Superior de Música de Catalunya es una institución educativa con vocación de servicio público, que concibe la música como un fenómeno multidisciplinar y que aspira a ejercer un papel dinamizador del panorama musical y cultural de Cataluña. La Escuela abrió sus puertas en 2001 en Barcelona. Hoy, con más de 700 alumnos de grado y posgrado, provenientes de 28 países, la ESMUC ofrece un entorno inspirador para crecer como músico, a la vez que se está convirtiendo en un referente internacional por su excelencia en la enseñanza. Con una programación donde ofrecerá 300 actuaciones de estilos y formatos diferentes distribuidos en 11 ciclos. La programación cuenta con más de 15 encargos, cuatro más que la temporada anterior.

Posicionamiento

Desde el punto de vista del consumidor vamos a evaluar el posicionamiento de L'Auditori a partir de las variables precio, programación, calidad e instalaciones. Para determinar el posicionamiento de L'Auditori y la percepción que como espectadores o asistentes de la programación del equipamiento cultural tengamos, vamos a fijarnos en dar variables y sus distintos niveles.

A partir de la política de **precios**, y atendiendo al programa de abonados y descuentos, podemos posicionar al equipamiento en el nivel "Adecuado". Tras haber crecido un 6% en venta de entradas el año pasado, se propone ampliar la política de descuento de descuentos del 50% para los menores de 35 años en cualquier concierto y no solo en los conciertos de música Antiga y de Cambra.

Otro elemento clave en el posicionamiento de L'Auditori es la **calidad** de los solistas, directores invitados, grupos de cámara, ensambles, la banda, la OBC y orquestas internacionales que se presentan en las salas, permitiendo a la comunidad de Barcelona, acceder a dichos conciertos debido a que gran parte de los costes es subsidiado por el estado.

En cuestión de **programación**, hemos determinado que dentro de la disciplina de la música clásica y todos los elementos que la rodean, la programación de L'Auditori es "diversa" debido a que cuenta claramente con 4 líneas específicas de programación mencionadas anteriormente, las cuales a su vez cuentan con una variedad amplia de repertorio para llegar de ésta manera a todos los públicos demandantes. Dicho esto, consideramos que para el consumidor L'Auditori es un espacio posicionado como de alta calidad, tanto en **instalaciones** como en representaciones artísticas, cuyos precios son adecuados y buscan satisfacer los intereses de distintos segmentos poblacionales. Esta es la razón por la cual, gran parte de los públicos asistentes son habitantes de Cataluña, puesto que encuentran en dicho espacio la combinación apropiada entre el arte e integración.

Consumidor

El consumidor de L'Auditori es principalmente público local, ya que, debido a que es subvencionado por el Ayuntamiento y la Generalitat, es su deber enfocar todos sus esfuerzos principalmente hacia los barceloneses. El carácter de su programación y producto, invita a atraer conocedores del arte musical, que en este caso resultan ser mayoritariamente personas adultas y con un notable capital cultural.

Segmentación

L'Auditori realiza tres tipos de segmentación tendiendo a la frecuencia con que asisten a alguna programación de L'Auditori, se pueden identificar 5 tipos de segmentos conductuales.

- **Público Frecuente:** Generalmente melómanos, que buscan la asistencia a conciertos con un alto contenido cultural, desde autores reconocidos con una amplia trayectoria hasta autores poco convencionales pero con una riqueza musical a veces desconocida por la sociedad en general. Debido a que el producto estrella de L'Auditori es la OBC, se puede considerar como target principal al público y público objetivo de ésta agrupación, dirigiendo las actividades y

esfuerzos de comunicación y marketing, especialmente hacia éste público.

- **Público Ocasional:** Este público está compuesto por personas que asisten solamente a conciertos de interés particular, especialmente de obras o compositores conocidos y de dominio público, pero que aprecian el hecho de escuchar un concierto en vivo.
- **Público Potencial:** Aquel que asiste únicamente a conciertos “diferentes” y creados especialmente para atraer a público nuevo y poco conocedor de la música sinfónica, Antiga y de Cambra. normalmente son atraídos por programas populares como OBC Cinema.
- **Público Inactivo:** Aquel público que nunca ha asistido a alguna actividad programada por l’Auditori y que no ha mostrado interés alguno por hacerlo.
- **Público familiar y escolar:** Dirigido especialmente para los niños, y de ésta manera incentivar su gusto por la música, acercándolos a l’Auditori acompañados por su escuela o familia.

De acuerdo a la edad podemos encontrar 3 tipos de segmentos:

- Niños, adolescentes y jóvenes hasta nivel bachillerato
- Jóvenes - Adultos menores de 35 años
- Adultos mayores de 35 años

Propuesta de valor

Dependiendo de su segmentación, L’Auditori crea una propuesta de valor para ciertos públicos.

Melómanos y público frecuente. Con la finalidad de conservar al público ya cautivo, e incentivar al público ocasional, l’Auditori cuenta con un programa de abonados, en el cual el público escoge el tipo de abono que le queda mejor según sus preferencias, gustos y formas de consumo, pero sobre todo pueden disfrutar de beneficios especiales como: ahorro de hasta 234 euros, descuento de 20% en el servicio de cafetería, entradas gratuitas, butaca fija, descuentos en entradas u otros conciertos fuera de su abono, actividades exclusivas con otros equipamientos, visitas y charlas previas a puerta cerrada y pago fraccionado.

Existen los siguientes tipos de abonos:

OBC: 6 conciertos para viernes, sábado o domingo
12 conciertos para sábado o domingo
3 conciertos de la OBCinema

Música Antiga: 6 conciertos

Música de Cámara: 4 conciertos

Banda Municipal de Barcelona: 6, 10 o 16 conciertos

Jóvenes hasta 35 años. L’Auditori sabe que el público joven será el público cautivo del mañana, por lo tanto es importante contar no solo con una audiencia de gente adulta y melómanos, si no incentivar a los jóvenes a asistir a eventos culturales propios de la música sinfónica, por tanto se creó una estrategia de precio para éste segmento, donde la entrada tiene un coste especial de 18 euros para la temporada de la OBC y 50% de descuento para los conciertos de música Antiga y música de

Cambrá.

Público Infantil, adolescente y familiar. Con la finalidad de acercar a los niños, adolescentes y jóvenes a las actividades de l'Auditori, se crean propuestas específicas para este segmento de mercado. Actividades como conciertos, talleres y visitas guiadas se llevan a cabo dentro del museo y las salas. Se cuenta también con material de apoyo digital como apps, cd's, audiolibros, libros y tutoriales en YouTube para que padres y maestros sean capaces de lograr una experiencia integral en niños y jóvenes.

Competencia

La principal competencia de L'Auditori es el Gran Teatro Liceu y el Palau de la Música, a continuación se presenta información pertinente a cada institución y un benchmarking.

EL GRAN TEATRO DEL LICEU

Es un espacio de carácter público para la representación de la Ópera, que data del año 1837 y que en la actualidad, a partir de distintos sucesos, se ha posicionado como un equipamiento de carácter emocional y emotivo para la comunidad catalana. Lo que desde la mirada de L'Auditori representa un reto, pues es necesario un trabajo de posicionamiento que genere simpatía por el público, no solo de Barcelona sino, de Cataluña.

El Liceo está ubicado en la Rambla de Cataluña, en pleno casco histórico de la ciudad y con su arquitectura clásica representa un atractivo para los turistas. Este hecho, es reconocido por L'Auditori y representa una desventaja potencial, sin embargo, L'Auditori se vale de la particularidad de su arquitectura para posicionarse como un espacio innovador que concuerda con las exigencias modernas de la ciudad. En lo que respecta a la programación, tanto el Liceu como L'Auditori contemplan géneros artísticos distintos pero que atraen a segmentos de públicos similares. El Liceu anteriormente se centraba en la ópera, sin embargo, en la actualidad ha abierto el espectro a lo que ellos definen como obras de arte que tenga preferentemente la música como centro de creación, de tal manera que involucra además de la ópera, a la danza y a la música sinfónica.

Por último, el Gran Teatro del Liceu cuenta con la presencia de L'Orquesta Sinfónica del Gran Teatre del Liceu que es considerada la orquesta más antigua de todo el estado español con 170 años de historia, quien al igual que la OBC mantiene una temporada de presentación constante durante el año.

EL PALAU DE LA MÚSICA CATALANA

La construcción del Palau terminó en el año 1908 y es, por su arquitectura modernista actualmente como la única sala de conciertos reconocida como patrimonio mundial de la UNESCO. Como espacio de representación artística concentra sus esfuerzos en creaciones relacionadas con el canto y los coros. Dentro de sus grupos base destaca el Coro del Orfeo Catalá de 125 años de fundación y que es un coro que se considera extremadamente relevante en la historia de Cataluña. Arquitectónicamente, mantiene una notable ventaja sobre L'Auditori ya que el edificio se encuentra también en el centro de la ciudad y dentro de los destinos imperdibles dentro de Barcelona.



Con la información antes comentada y teniendo en cuenta los objetivos específicos de L'Auditori y su programación, consideramos que hay puntos relacionados con su competencia directa que pueden ser beneficiosos si se gestionan de la manera indicada al momento de plantear la campaña de comunicación.

+Ventajas Liceu

- **Ubicación Estratégica:** La ubicación del Liceu en el casco histórico podría ser una ventana de oportunidad para L'Auditori, buscando atraer con su comunicación a públicos interesados en la programación musical al mismo tiempo que interesados por la experiencia de turística de la zona.

- **Trayectoria:** La asociación de la trayectoria del Liceu con los públicos de mayor edad es la oportunidad de L'Auditori para atraer públicos jóvenes y renovados a partir de la comunicación que se hace de su temporada.

-Desventajas Liceu

- **Altos Precios:** Los altos precios que el Liceu propone en su política se traduce en ventaja para alcanzar los objetivos de comunicación de L'Auditori generando mayor participación de sus públicos.

- **Especificidad en Ópera:** El hecho de que L'Auditori tenga una programación variada dentro del universo de la música clásica, le permite segmentar y dirigir mensajes específicos a sus target de manera más sencilla que el Liceu.

+Ventajas Palau

- **Interés Arquitectónico:** El hecho de ser considerado como patrimonio aumenta el interés de los turistas, sin embargo genera la necesidad de conocer espacios de Barcelona que representan

una novedad para sus visitantes. La programación de L'Auditori tiene la posibilidad de atraer turistas comunicando las ventajas de conocer espacios nuevos y culturales de Barcelona. Además de estar inmerso en un nuevo "clúster turístico" conformado por la Torre Agar, el Teatro Nacional de Cataluña y L'Auditori.

Esto está siendo aprovechado con una campaña propuesta por L'Auditori llamada "Vive el Barrio antes y después del concierto" que invita a las personas a disfrutar de un espacio de actividades lúdicas en torno a la creación musical.

• Trayectoria Coros: La trayectoria del Palau con los coros significa la posibilidad de L'Auditori de posicionar otros géneros ligados a la música clásica, que al ser programados comunica a sus espectadores el mensaje de diversidad.

Comunicación

Teniendo en cuenta las nuevas generaciones y el objetivo de captar público nuevo, es imposible escapar del avance tecnológico y los nuevos medios de comunicación digitales, por lo que ya desde el año 2012, la comunicación de L'Auditori busca involucrar nuevos medios de comunicación, que generen un vínculo más cercano con el espectador, y generar diálogos con los públicos fieles. Ellos apuestan a la boca-oreja, pero también intentan mantener activas las redes sociales, donde ven la apertura de nuevos públicos potenciales.

TEMPORADA OBC 16-17

Con una programación donde ofrecerá 300 actuaciones de estilos y formatos diferentes distribuidos en 11 ciclos. Entre las novedades, L'Auditori ha hecho hincapié en el nacimiento del Emergentes Barcelona Music Festival, que pretende impulsar a los músicos jóvenes. La Jove Orquestra Nacional de Catalunya (JONC) inaugurará este festival, por el que pasarán jóvenes músicos reconocidos con premios obtenidos en algunos de los certámenes internacionales más importantes.

José María nos presentó también la nueva imagen de temporada de la OBC, la cual deja ver a una orquesta dinámica y abierta a nuevas propuestas, es decir, dejar de ser una típica agrupación clásica para jugar con colores y temas que atraigan a la sociedad y así dejar de lado la percepción "aburrida" que generalmente se tiene de una agrupación de éste tipo.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Como explicamos anteriormente, el **objetivo** principal de la temporada 2016-2017 era aumentar el número de encargos y potenciar el talento joven con Emergentes Barcelona Music Festival. Su objetivo a corto plazo se centra en desarrollar una campaña de comunicación y de promoción ligada al aumento del aforo, buscando llegar a nuevo públicos, tomando una estética más innovadora para captar un público más joven, un público que tenga interés por la música emergente y nuevas propuestas musicales, todo esto sin descuidar a su público fiel (catalanes abonados y su público frecuente). Su objetivo a largo plazo se centrará en la fidelización de los nuevos públicos cautivos, generando propuestas artísticas destinando para esta nueva segmentación. También como un proyecto a tener en cuenta, el Auditori se intenta consolidar en el área turística, donde pueda tomar contacto con el público extranjero.



Financiación y Presupuesto

FINANCIACIÓN

L'Auditori cuenta con un presupuesto global de 21 millones de euros. El 55% proviene de ayudas públicas (30% Generalitat y 70% Ayuntamiento) y el 45% restante, de recursos propios (30% venta de entradas y 15% alquiler de salas y patrocinio). Compite con el Palau y el Liceu por temas de apoyo por parte del Ayuntamiento ya que su apoyo principal proviene de éste. El presupuesto artístico de la temporada presentada será de entre 2 y 2.1 millones de euros, según fuentes del Auditori.

PRESUPUESTO

Dentro del presupuesto anual de L'Auditori se destina una aproximación al 3,85% a la comunicación y las actividades necesarias para atraer los públicos objetivos a las representaciones musicales. Siendo L'Auditori una entidad subvencionada por el estado sus preocupaciones no están ligada al aforo de las salas para su sostenimiento, sin embargo, es de esperarse que dentro de los tópicos del departamento de marketing y comunicación existan objetivos relacionados con los resultados en números de asistentes y recaudación generada por la comunicación de las actividades musicales. De los 2,1 millones, que fue el presupuesto destinado a la temporada 810.500€ son invertidos en actividades de comunicación y publicidad, lo que representa el 39% del presupuesto total de la temporada.

Medios de comunicación

La política de difusión y comunicación de actividades sigue diferentes vertientes y vías de expresión. En referencia al formato tradicional en papel, agendas y folletos, la diferente naturaleza de las áreas productivas y la diversidad de actividad se traslada en la multiplicidad hasta cierto punto excesiva de información, situación que puede alejar o confundir al espectador y usuario.

La televisión no se articula a la comunicación, en cambio la radio y la prensa son los medios tradicionales de mayor interacción. Se destina un presupuesto considerable a creación de contenido web, a la vez que se invierte en comunicación vía email. La difusión en la web principalmente al público objetivo (marketing directo) mediante mailings, significa un efectivo y eficiente sistema de aproximación a los conocidos y habituales asistentes. Su fidelización, combinada con el aumento de oferta y rotación de actividades, debe posibilitar los objetivos de las estrategias comunicativas. La estrategia digital de la institución está conformada alrededor de su web (www.auditori.cat) y de las redes sociales más habituales (Facebook, Twitter y YouTube).

La mayoría de departamentos o áreas operativas disponen de su apartado en la web, sin embargo, la OBC tiene una sede propia (www.obc.cat) con la que la web del Auditorio se encuentra enlazada; La web del Auditori incluye información segmentada por ciclos de conciertos, por tipologías de música interpretada y por unidades o áreas operativas, lo que hace accesible la información completa de los espectáculos (contenido, intérpretes, horarios, calendario, precio, etc.) y las actividades que se ofrecen. La compra de entradas se vehicula a partir de la ficha del mismo espectáculo y remite a un apartado dependiente del hombre propio. Hay enlaces con videos referentes y otros que amplían la información.

Se favoreció en redes sociales establecer relaciones y que se puedan comunicar entre ellos, crear sinergias entre el público potencial y asistente y las marcas patrocinadoras; crear valor, ser capaces de transmitir las características diferenciales de la nueva programación. Se considera fundamental la participación de los espectadores, tanto en la atención a sus comentarios como a su rol de prescriptores de las actividades practicadas. En este sentido, las herramientas digitales permiten vincular el público aficionado del sector para participar en los contenidos y establecer un diálogo crítico con el ente. Hay que potenciar este flujo de comunicación con los usuarios y entre ellos a fin de difundir y promocionar la oferta del Auditorio.

Puede ser de interés generar aplicaciones (app) para dispositivos móviles que sean aplicables tanto a proyectos generales -la programación y los ciclos de conciertos-, como proyectos singulares: visitas guiadas a la exposición permanente, exposiciones temporales, conmemoraciones de creadores, propuestas pedagógicas interactivas en formato lúdico, etc.

REDES SOCIALES

YouTube: [auditoribarcelona](#)

Facebook: [auditoribarcelona](#)

Twitter: [@lauditori](#)

Instagram: [lauditoribarcelona](#)

Spotify: [L'Auditori](#)

EVALUACIÓN DE COMUNICACIÓN

La evaluación con respecto a la efectividad del plan de comunicación es medible a través de la cantidad de asistentes por cada concierto y en total por cada temporada. A través del registro histórico se puede conocer si de trimestre a trimestre, y de años tras año, existe un incremento o disminución en los asistentes, y conocer específicamente dentro de qué tipo de programación se tiene una mejor respuesta de la gente. Dato que se deberá considerar a la hora de realizar la programación de la temporada siguiente. Otra forma de medir la respuesta de la gente, es a través de la baja o nuevo ingreso de abonados, así como del tráfico de información y feedback en redes sociales (nuevos fans, número de likes, número de veces compartida una publicación y seguidores en general).

Conclusión

Su ubicación fuera del casco histórico de la ciudad, en vez de percibirse como un contra, podría replantearse por el Ayuntamiento para la creación de una nueva ruta turística que incluya el nuevo proyecto urbanístico de las Glòries. En este sentido, se erigiría como referente de esta área cultural y cívica, donde, entre otros, actúan también como foco de atracción el Teatro Nacional de Cataluña (TNC), el Museo del Diseño de Barcelona (DHUB) o los nuevos Encants de Barcelona.

La configuración del Auditorio define un auténtico espacio multicultural donde se aglutinan espacios escénicos, formaciones musicales propias y residentes, actividades educativas y sociales, y un museo destacado como espacio patrimonial y de investigación. La aceptación pública de su oferta corrobora el rol del Auditorio como nodo referencial de la música clásica en el país.