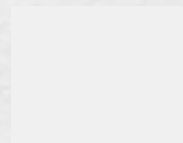




Pesquisa de Satisfação 2025

PJ25176

Nov/2025



The background of the slide is a light gray with a subtle pattern of musical notes and staves. The notes are in various positions, some on staves and some floating. The staves are also in various positions, some horizontal and some vertical. The overall effect is a musical theme.

Introdução

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)

AMOSTRA 2025 (1133 CASOS)

AMOSTRA 2024 (871 CASOS)

AMOSTRA 2023 (955 CASOS)

AMOSTRA 2022 (746 CASOS)

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: outubro de 2025

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

Os resultados de 2025 estão sendo comparados com 2022, 2023 e 2024 sempre que possível.

Com quem falamos

Base (Universo) 35.301 contatos



1322 contatos

(1133 assistiram concertos na Osesp este ano e 189 não assistiram);

Homens e mulheres;

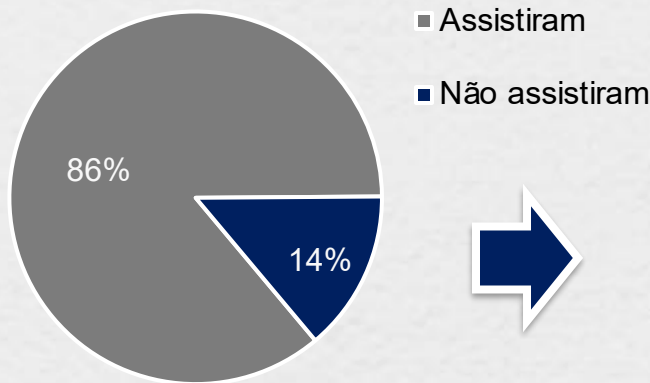
Acima de 16 anos;

Frequentadores da Sala São Paulo;
Assinantes **(47%)** e Compradores de ingressos
NÃO Assinantes **(53%)**.

86% assistiu* a, pelo menos, um concerto ou ensaio de música clássica ao vivo executado pela Osesp em 2025

AUMENTA AINDA MAIS O NÚMERO DE ESPECTADORES QUE ASSISTIRAM CONCERTOS AO VIVO EM 2025

↑ 86% (2025)
82% (2024)
76% (2023)



2% NUNCA PARTICIPOU DE NENHUMA ATIVIDADE CULTURAL

ÚLTIMA VEZ:
1% 2024
0,5% 2023
0,5% 2022

**se classificaram como assinantes (40%) ou como compradores avulsos (46%) da Osesp.
3% dos compradores avulsos não pagaram ingressos em 2025.*

A maioria dos que não frequentaram a Osesp em 2025, participaram de atividades culturais

ATIVIDADES CULTURAIS QUE PARTICIPOU EM 2025 (%)

NÃO ASSISTIRAM OSESP EM 2025

Concertos	76
• Online	10
Shows	41
Cinema	35
Teatro	35
Exposições	34
Feiras de Livros	16
Festivais	15
Dança	10
# de atividades	2,62

Base: Não assistiram concertos na OSESP em 2025 (164 casos)

ATIVIDADES CULTURAIS ENTRE AQUELES QUE ASSISTIRAM A OSESP EM 2025 (%)

ASSISTIRAM OSESP EM 2025

	TOTAL	ASSINANTES	NÃO ASSINANTES
Concertos	100	100	100
Cinema	58	65	51
Exposições	52	56	48
Teatro	47	48	45
Shows	43	44	42
Dança	21	22	21
Feiras de Livros	18	20	15
Festivais	14	12	16
# de atividades	3,52	3,67	3,38

ESPECTADORES OSESP
2025 FREQUENTARAM
MAIS ATIVIDADES
CULTURAIS

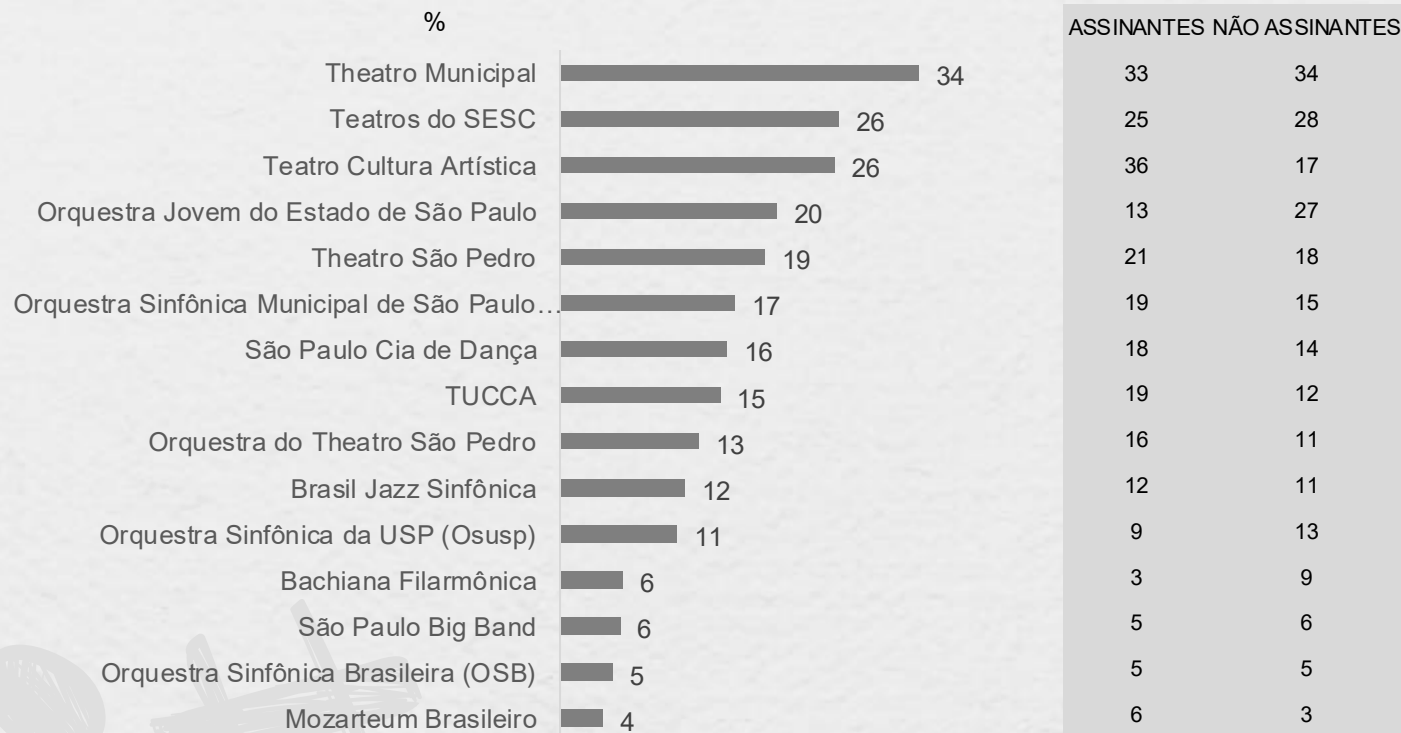
Base: Total da amostra (1133)

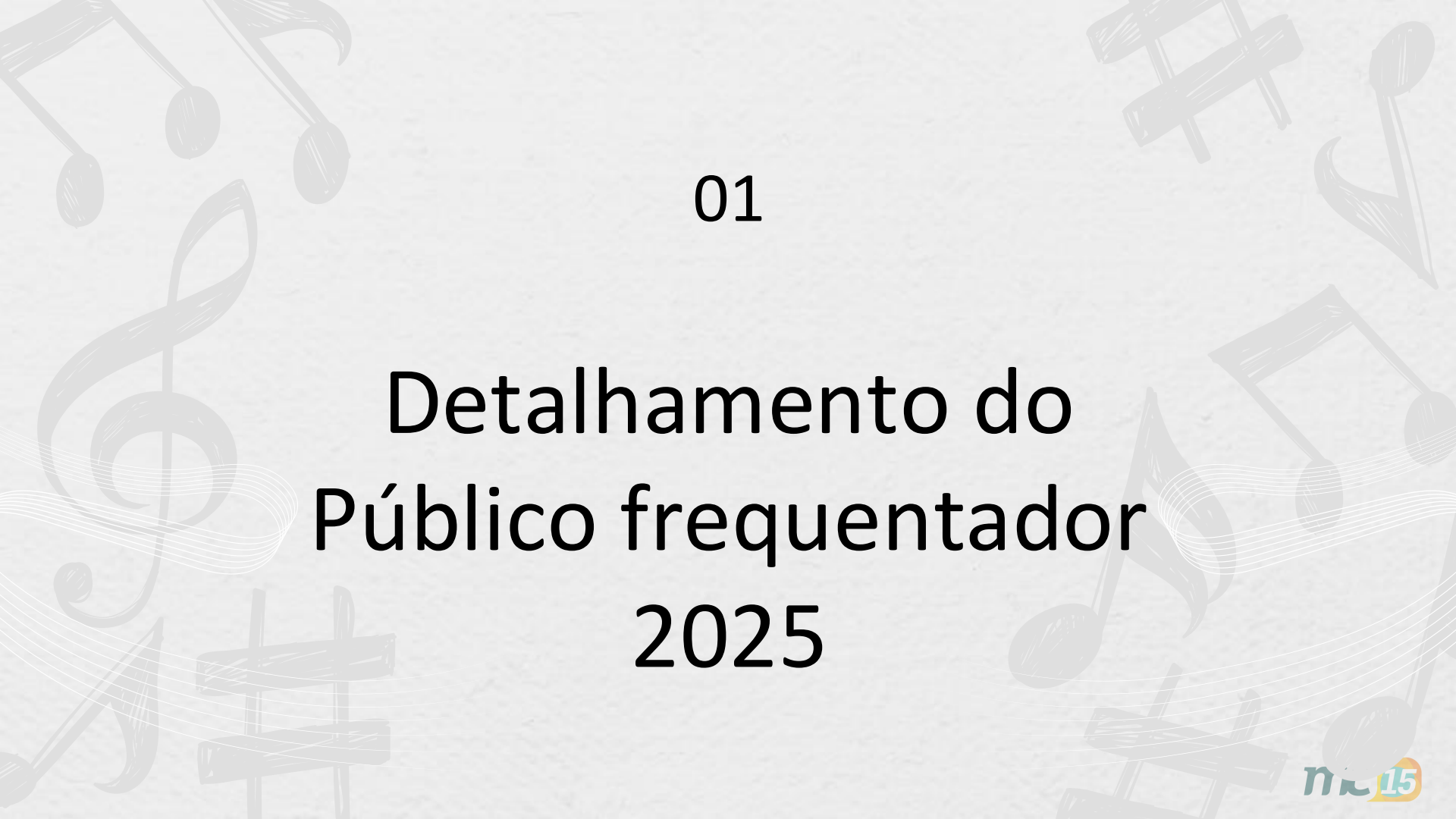
66% dos que não frequentaram a Osesp em 2025 assistiram outro concerto (Sesc, Big Band, Municipal)

Frequência em outras Orquestras

83% ASSISTEM OUTRAS ORQUESTRAS ALÉM DA OSESP (62% EM 2024)

Cresce de forma significativa a presença em outras orquestras



The background of the slide is a light gray with a subtle pattern of musical notes and staves. The notes are in various positions, some on staves and some floating. The staves are also in various positions, some horizontal and some vertical. The overall effect is a musical theme.

01

Detalhamento do Público frequentador 2025

Perfil da Amostra

2025

PROPORÇÃO SEMELHANTE ENTRE ASSINANTES E NÃO ASSINANTES, MAS COM MAIS AVULSOS ESSE ANO (53% X 47% EM 2024)

Homens e mulheres com alto poder aquisitivo (perfil semelhante a 2024)



49%



51%



52%
casados



Idade Média: 56 anos



26% de aposentados



43% Classe A
48% Classe B
10% Classe C



NÃO ASSINANTES
(604) – 53%

54% mulheres
Mais solteiros (47%)

Idade Média - 49 anos
18% aposentados

Classe A (32%)
Classe B (55%)



ASSINANTES
(529) – 47%

57% homens
Mais casados (56%)

Idade Média 64 anos
35% aposentados

Classe A (55%)
Classe B (41%)

57% vai acompanhado/a de
companheiros, 44% amigos,
18% parentes e 11% crianças

Como chegam a Osesp?

62%

Carro Próprio (ASSINANTES: 74%)

46%

Trem/ metrô (NÃO ASSINANTES:
58%)

23%

Taxi/Transporte de aplicativo
(Uber, 99 etc.)

Detalhamento do Perfil ao longo dos anos

PERFIL PERMANECE O MESMO AO LONGO DOS ÚLTIMOS ANOS.

%		2025	2024	2023
ASSINANTES	Homens	60	61	57
	Mulheres	40	39	43
	<i>Idade Média</i>	66	63	64
	Classe A	53	53	55
	Classe B	41	41	41
	Classe C	6	6	4
NÃO ASSINANTES	Homens	49	48	46
	Mulheres	51	52	54
	<i>Idade Média</i>	43	49	49
	Classe A	31	28	32
	Classe B	54	53	55
	Classe C	15	19	13

Se informam sobre a Osesp? Em quais canais?

100% AFIRMAM QUE COSTUMAM SE INFORMAR SOBRE A OSESP (EM 3 VEÍCULOS DIFERENTES).

Online é bastante relevante, mas a mídia convencional (livros e folders da Osesp) também é muito importante para ASSINANTES.



	2025	2024	2023	2022
	64%	60%	50%	63%
	97%	98%	95%	96%
	3,2	3,7	3,3	3,9

ÍNDICE DE MULTIPLICIDADE



ASSINANTES

97% digital X 84% convencional



NÃO ASSINANTES

98% digital X 46% convencional

%

MÍDIA DIGITAL

Sites Osesp / Sala São Paulo

E-mails enviados pela Osesp

Redes sociais da Osesp / Sala São Paulo

MÍDIA CONVENCIONAL

Livro da Temporada Osesp (anual)

Folders (folhetos) da Osesp / Sala São Paulo

Jornais / Rádio / Revistas

Anúncios nas telas na Sala São Paulo

BOCA A BOCA (Amigos ou parentes)

Redes Sociais (44 %):

Instagram (38 %)

Youtube (13 %)

Facebook (6 %)

TOTAL	ASSINANTES	NÃO ASSINANTES
97	97	98
73	69	77
69	88	53
44	33	53
64	84	46
47	73	25
32	48	19
18	23	13
17	22	12
23	17	28

Veículos (18 %):

Folha de São Paulo

Estado de São Paulo

Revista Concerto

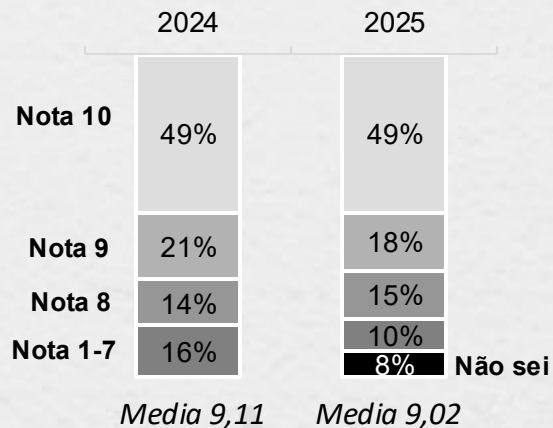
Cultura FM

Avaliação dos veículos de comunicação

AS AVALIAÇÕES DOS E-MAILS E MUDANÇAS NOS SITES TENDEM A SER POSITIVAS.



Avaliação da clareza e atratividade dos e-mails



Base: Total da amostra (1133)



Avaliação do Site

%

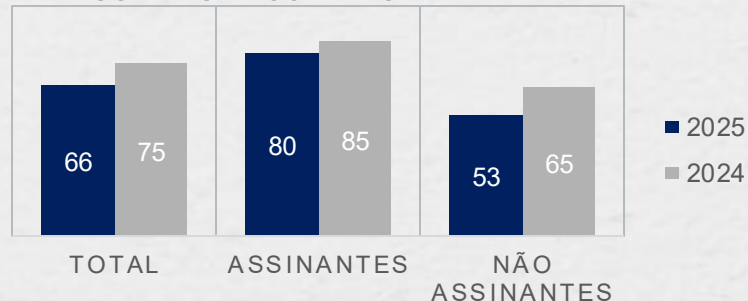
	TOTAL	ASSINANTES	NÃO ASSINANTES
FACILIDADE DE NAVEGAR	87	83	89
Muito fácil	22	16	26
Fácil	65	67	63
Difícil	11	14	10
Muito difícil	2	3	1
PERCEPÇÃO DAS MUDANÇAS NOS SITES OSESP E SALA SÃO PAULO			
Muito melhores	6	4	8
Melhores	39	36	42
Iguais	24	30	19
Piores	5	8	3
Muito piores	2	2	1
Não sei responder	23	20	26
BASE:	826	363	463

Transmissão ao vivo pelo Youtube

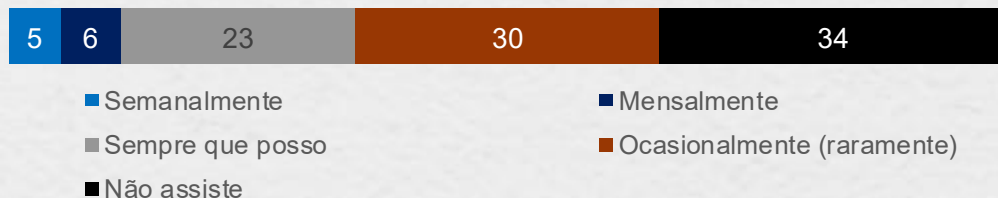
A MAIORIA CONHECE A INICIATIVA (INDICADOR INFERIOR A 2024, PRINCIPALMENTE PELOS NÃO ASSINANTES)

A frequência é semelhante ao ano passado (34% X 32% em 2024) e a avaliação também

CONHECE ESSA INICIATIVA?

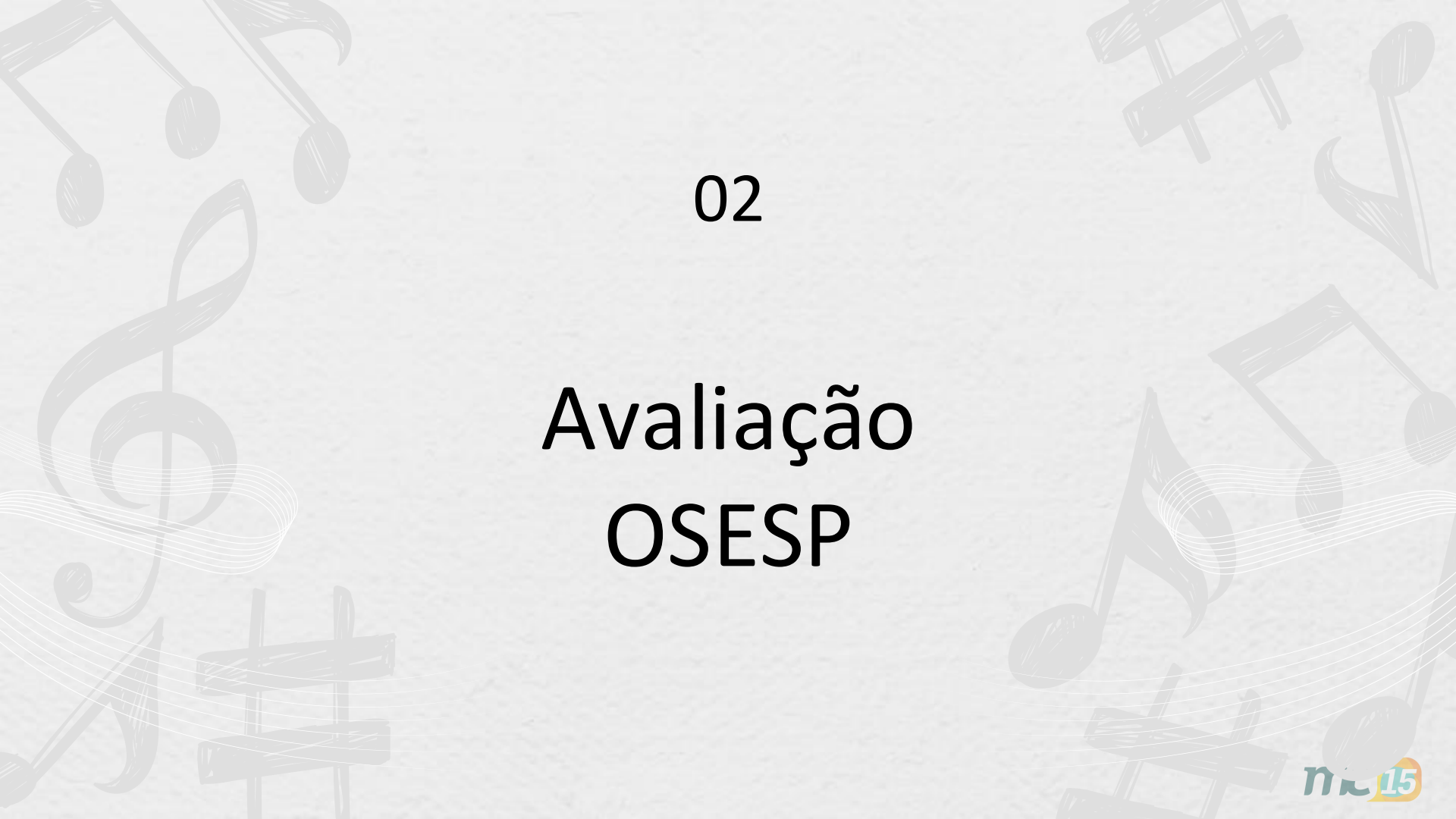


ASSISTE TRANSMISSÃO AO VIVO DA OSESP?



AVALIAÇÃO – MÉDIAS (1-10)

Qualidade da imagem	8,99
Qualidade de áudio	8,86
Frequência da agenda	8,54
Interações pelo chat	7,45
Conteúdo sobre o programa (Falando de Música)	8,76

The background of the slide is a light gray with a subtle pattern of musical notes and staves. The notes are in various positions, some on staves and some floating. The staves are also in various positions, some horizontal and some vertical. The overall effect is a musical theme.

02

Avaliação OESP



Avaliação geral

A OSEP MANTÉM SEU ALTO ÍNDICE DE SATISFAÇÃO ENTRE TODOS OS PÚBLICOS.

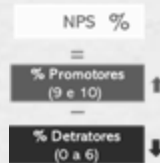
	2025	2024	2023	2022
Notas 6 ou -	1%	1%	0%	1%
Notas 7 e 8	9%	8%	7%	10%
Notas 9 e 10	91%	92%	93%	89%
Média	9,6	9,6	9,7	9,5

média	ASSINANTES	NÃO ASSINANTES	STAKEHOLDERS
2025	9,5	9,7	9,1
2024	9,4	9,8	9,2
2023	9,6	9,8	9,1
2022	9,5	9,6	9,0

NPS (NET PROMOTER SCORE)

A OSESP TAMBÉM MANTÉM SEU ALTO ÍNDICE DE NPS ENTRE SEUS ESPECTADORES,
MAS SEUS STAKEHOLDERS SÃO MAIS CRÍTICOS.

NPS (SATISFAÇÃO)			
2025	2024	2023	2022
95	94	94	94
NPS STAKEHOLDERS			
80	87	89	83



Músicos 57

	TOTAL	ASSINANTES	NÃO ASSINANTES	STAKEHOLDERS
Promotores	95	93	96	83
Neutros	5	7	4	14
Detratores	1	-	1	3
NPS	94	93	95	80

Avaliação aspectos Específicos OSESP

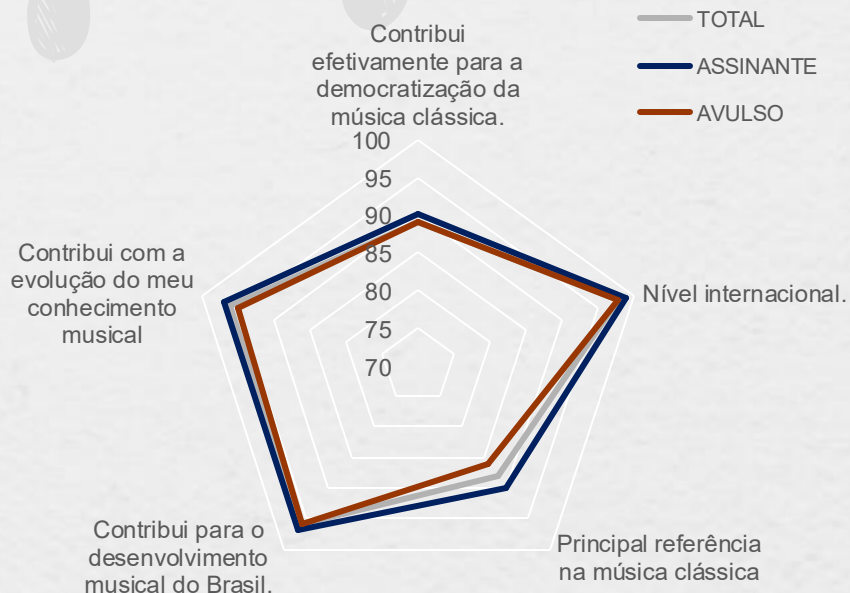
NO GERAL, AS NOTAS SE MANTÉM ALTAS, MAS CORO DA OSESP É UM ASPECTO QUE VEM CRESCENDO AO LONGO DOS ANOS. NÃO ASSINANTES ESTÃO AINDA MAIS SATISFEITOS.

Médias das notas	2025	2024	2023	2022
Orquestra Osesp	9,8	9,7	9,8	9,7
Coro da Osesp	9,7	9,6	9,6	9,5
Maestro Titular do Coro da Osesp	9,7	-	-	-
Maestros convidados pela Osesp	9,6	9,5	9,6	9,5
Solistas convidados da Osesp	9,6	9,6	9,6	9,5
Diretor Musical e Maestro Titular da Osesp – Thierry Fischer	9,5	9,5	9,5	9,4
Programação do Coro	9,3	9,2	9,3	9,1
Programação de Câmara (recitais de solistas e quinteto (Osesp)	9,2	9,2	9,4	9,2
Programação da Orquestra	9,2	9,1	9,2	9,1
Programação dos Recitais	9,2	9,2	-	-

2025	
ASSINANTES	NÃO ASSINANTES
9,8	9,8
9,6	9,7
9,6	9,7
9,6	9,7
9,5	9,6
9,5	9,6
9,2	9,4
9,0	9,3
9,1	9,3
9,1	9,3

Conhecimento missão OSESP

SER INTERNACIONAL E CONTRIBUIR COM A EVOLUÇÃO DO CONHECIMENTO MUSICAL AINDA SÃO OS MAIS CITADOS, MAS CONTRIBUIR EFETIVAMENTE PARA A DEMOCRATIZAÇÃO DA MÚSICA CLÁSSICA CRESCE ESSE ANO ENTRE OS ESPECTADORES.



%	2025	2024	2023	2022	STAKE-HOLDERS
Nível internacional	98	97	97	97	91
Contribui para o desenvolvimento musical do Brasil	96	93	93	93	90
Principal referência na música sinfônica no Brasil e na América Latina	88	91	89	88	90
A Oseps é uma orquestra que contribui efetivamente para a democratização da música clássica	89	82	82	82	77
A Oseps contribui com a evolução do meu conhecimento musical	96	95	95	—	88

Stakeholders concordam menos com a democratização da música clássica!



Na voz dos nossos espectadores



“Porque acho um milagre num país como o nosso”

“Tenho orgulho de ter uma orquestra deste calibre no meu estado”

“A qualidade é incontestável para o nosso país”

“Não temos outra igual no país”

“Porque a OSESP é essencial para a música de concerto no Brasil”

“Porque a Osesp é world class, a melhor atividade cultural do Brasil”

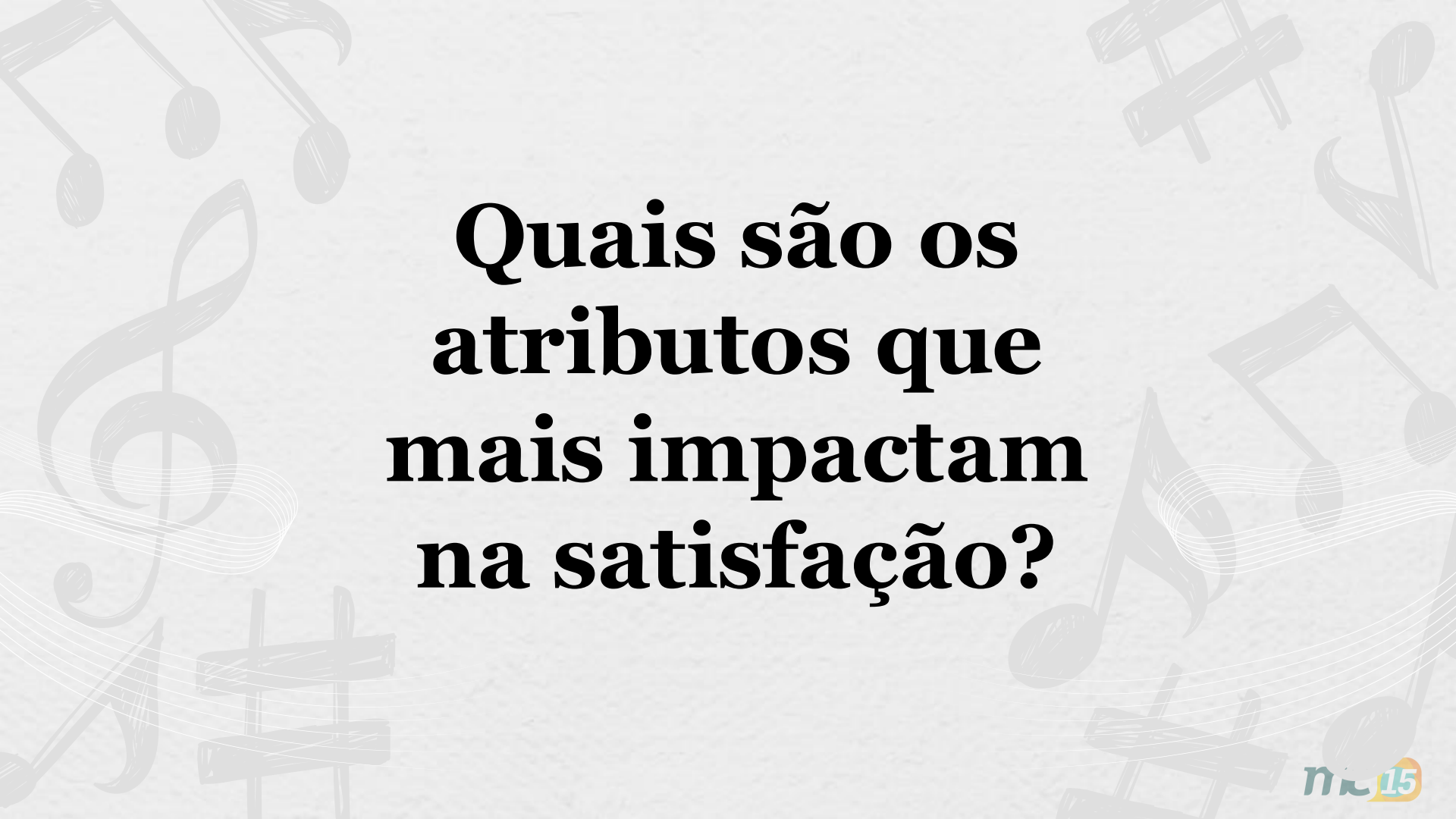
“Porque a Sala São Paulo é um lugar de excelência dentro do mundo da música de concerto...”

“Porque não tem alternativa melhor no Brasil”

“Porque é uma oportunidade única no Brasil”

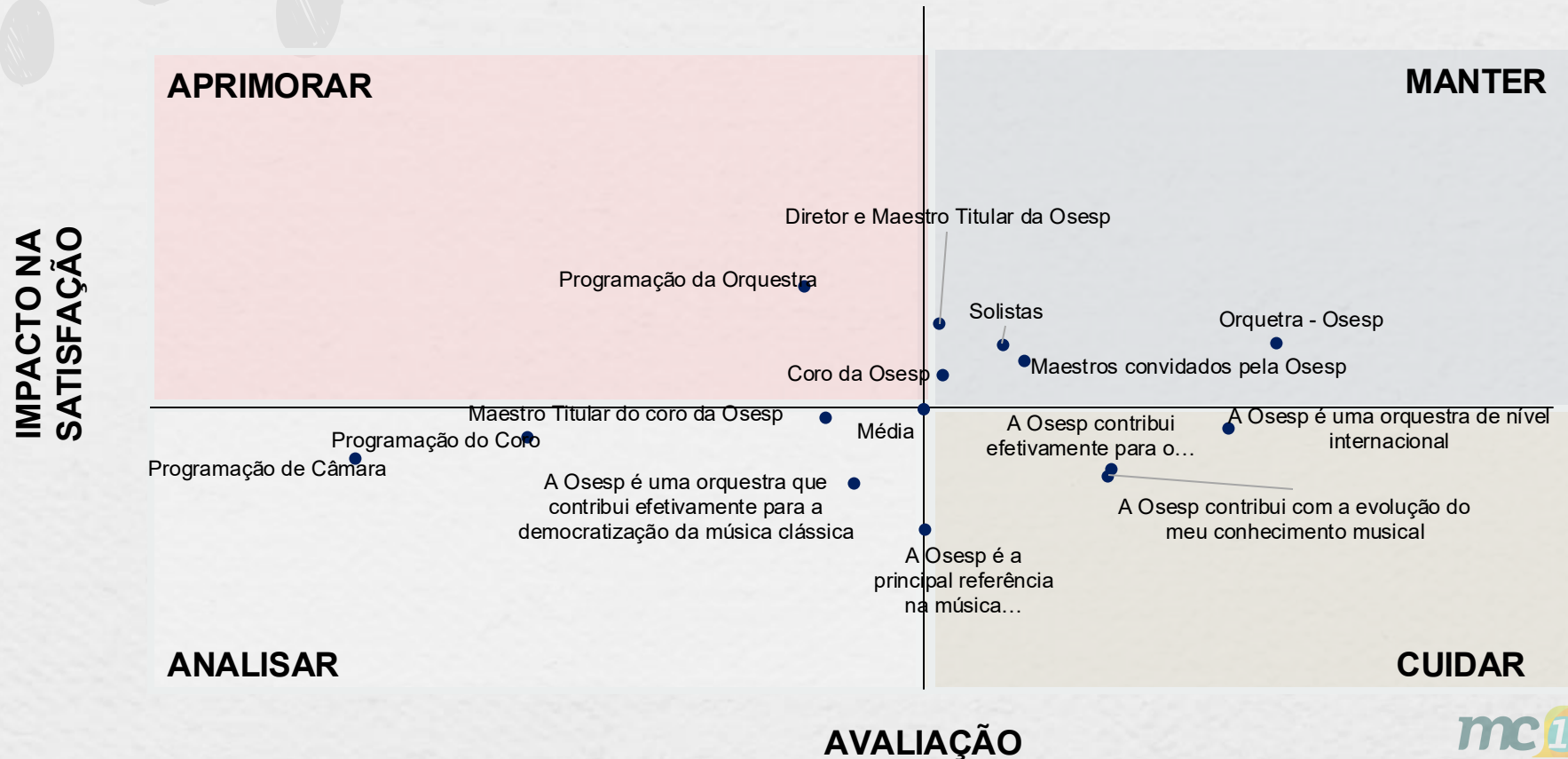
“Porque a qualidade é muito boa para o nosso país”

“Porque a Osesp é uma potência cultural no Brasil”

The background of the slide is a light gray with a pattern of faint, stylized musical notes and staves. The notes are in various positions, some on staves and some floating. The staves are also faint and curved. The overall aesthetic is musical and artistic.

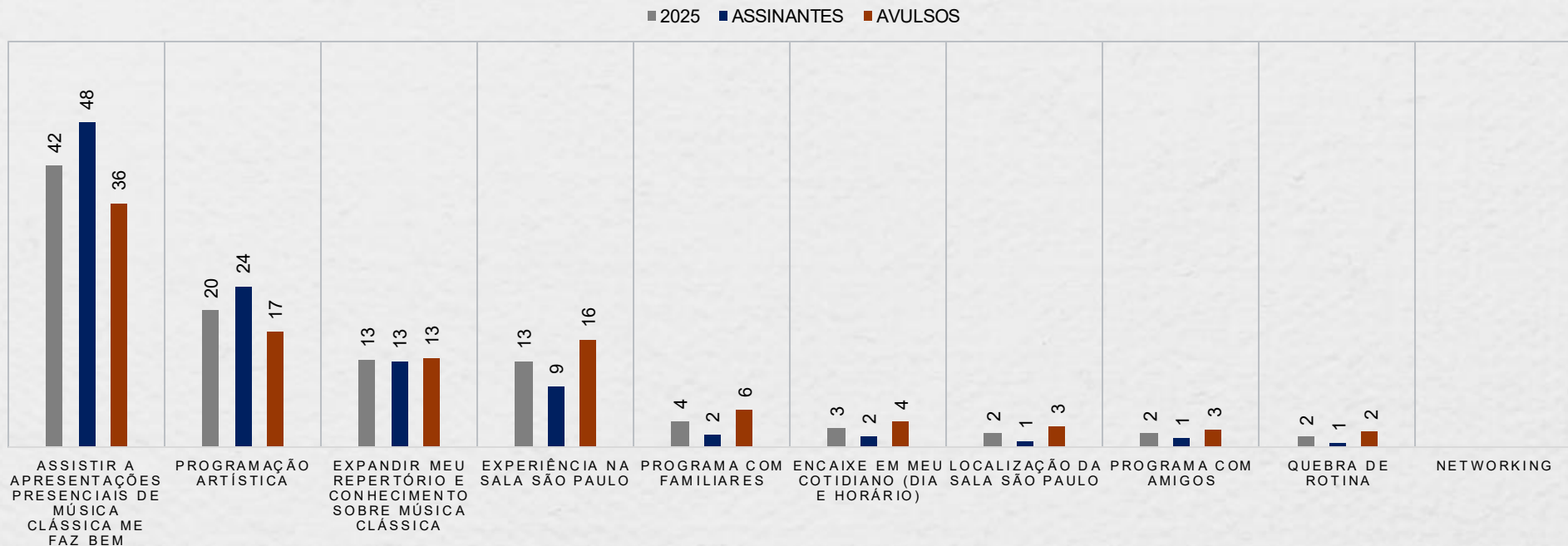
**Quais são os
atributos que
mais impactam
na satisfação?**

Resultados semelhantes a 2024: Músicos (orquestra, solista, maestro e coro) continuam sendo os pontos fortes da Osesp – impactam na satisfação e têm uma avaliação positiva. Por outro lado, a Programação da Orquestra (que também impacta na satisfação) têm espaço para melhorias. As missões (embora tenham menor impacto na satisfação) também são bem avaliadas.



Critérios para assistir Osesp Presencial 1º lugar

A PRINCIPAL RAZÃO PARA ASSISTIR UM CONCERTO PRESENCIAL É PORQUE AS APRESENTAÇÕES PRESENCIAIS FAZEM BEM.
EM 2. LUGAR CITAM A PROGRAMAÇÃO ARTÍSTICA



“Sempre que vou **fico em êxtase**”

“Os concertos sempre **me encantam.**”

“A experiência de assistir a concertos da OSESP é **fantástica**”

“Porque os concertos da OSESP significam **um dos momentos mais felizes que tenho a cada mês!**”

“Porque nossa vida **fica muito melhor** com os concertos da OSESP. Saímos sempre com a sensação de **termos alimentado nossa alma**”

“O encontro com a **magia da música**”

“Porque é um **prazer imenso** assistir às apresentações”

“Por que os concertos são incríveis, uma oportunidade de **viajar pela magia da música** – cultura, prazer e auto cuidado”

“Porque sou muito **feliz a cada ida à Sala São Paulo**”

“Acompanho os concertos há mais de 20 anos... **momento quase mágico**”

“Simplesmente a música **toca**, experiências incríveis”

“Porque é uma **experiência ímpar**”

“Porque para mim todas as vezes que assisto os concertos da OSESP eu volto para casa revigorado e mais leve”

Na voz dos nossos espectadores (Assinantes)



Na voz dos não assinantes



*“Porque para mim todas as vezes que assisto os concertos da OSESP eu **volto para casa revigorado e mais leve**”*

*“Apesar de não ser expert em música, **sempre me traz muita paz**”*

*“É uma atmosfera **completamente diferente** ouvir uma **orquestra ao vivo**, a **experiência é tão única** que vale a pena ter ela.”*

*“Pois assistir a um concerto da Osesp na sala São Paulo foi uma **das melhores experiências da minha vida**”*

*“Porque é uma **terapia pra mim** assistir aos concertos. É algo que me **faz muito feliz** e me dá vontade de continuar vivendo.”*

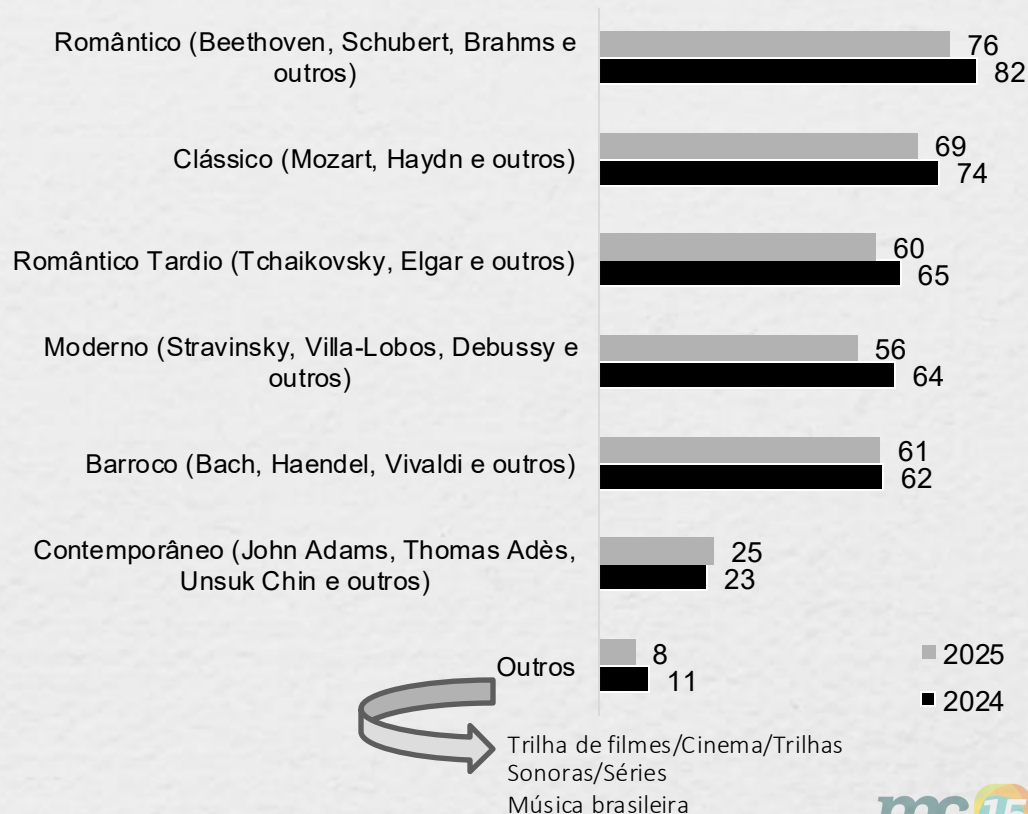
*“Porque eu adoro estar na Sala SP... **o ambiente traz muita calma**ria.”*

ROMÂNTICO E CLÁSSICO SE DESTACAM, MAS DEMAIS PERÍODOS TAMBÉM SÃO VALORIZADOS (CONTEMPORÂNEO É A ÚNICA EXCEÇÃO).

Repertórios que mais motivam: romântico (79%) ou clássico (74%), enquanto que o contemporâneo (44%) é o que menos motivaria.

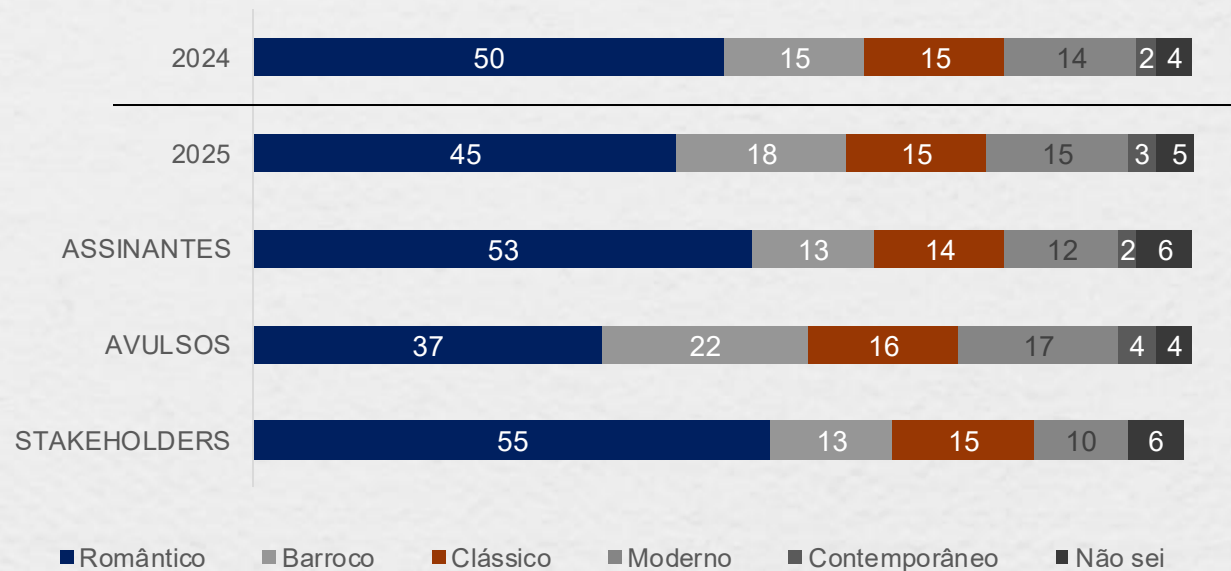
*Vale colocar que **42% não tem nenhum** repertório que não motiva.*

PERÍODOS QUE MAIS GOSTARIAM DE VER SENDO APRESENTADO NA OSESP (%)

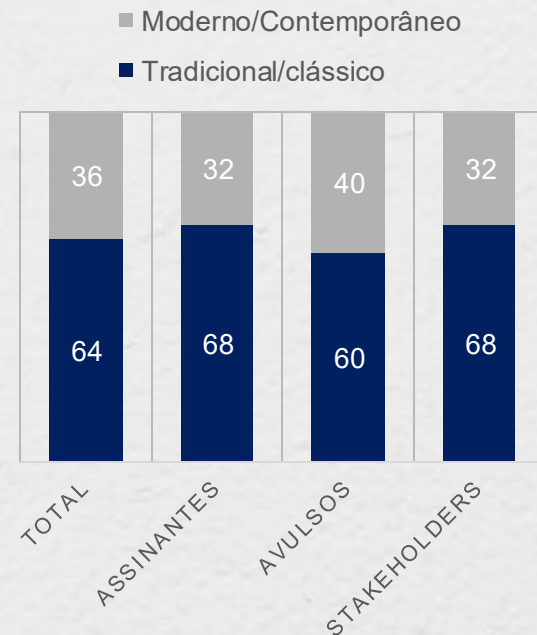


Períodos Preferidos

ROMÂNTICO CONTINUA SENDO O PERÍODO PREFERIDO, MAS PERDENDO UM POUCO SUA IMPORTÂNCIA PARA O BARROCO.

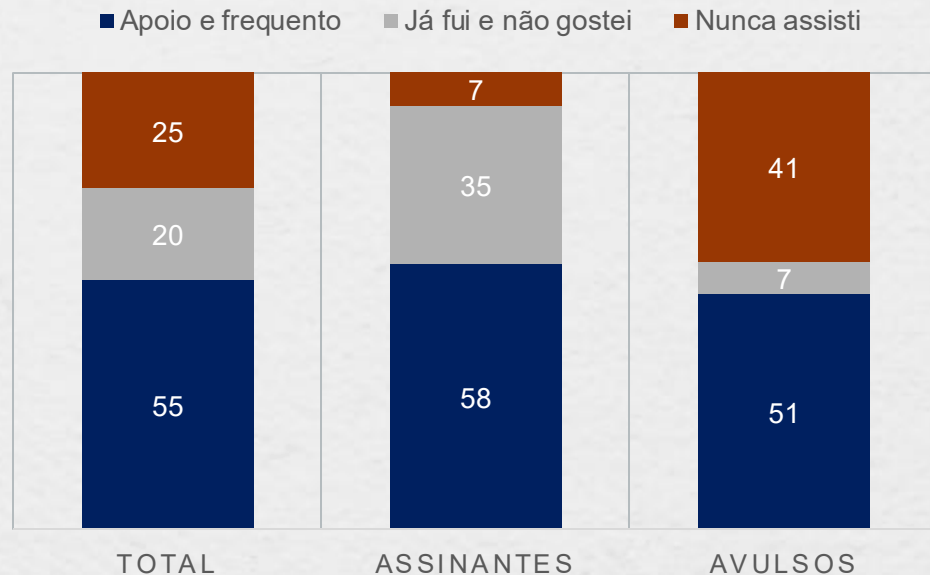


Questionados sobre a proporção do repertório, “tradicional” se mantém como em 2024 (65%), principalmente entre assinantes que são menos abertos ao contemporâneo.



Opinião sobre estreia de obras inéditas

**1/4 NUNCA ASSISTIU (% BEM MAIOR DE NÃO ASSINANTES).
ENTRE AQUELES QUE JÁ ASSISTIRAM, MAIORIA APOIA.**



Conhecimento e Relevância dos Projetos OSESP

NÃO HÁ DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS ENTRE O CONHECIMENTO DOS PROJETOS (2025 X 2024).

Baixo conhecimento
Alta relevância

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

Alto conhecimento
Alta relevância



Baixo conhecimento
Baixa relevância

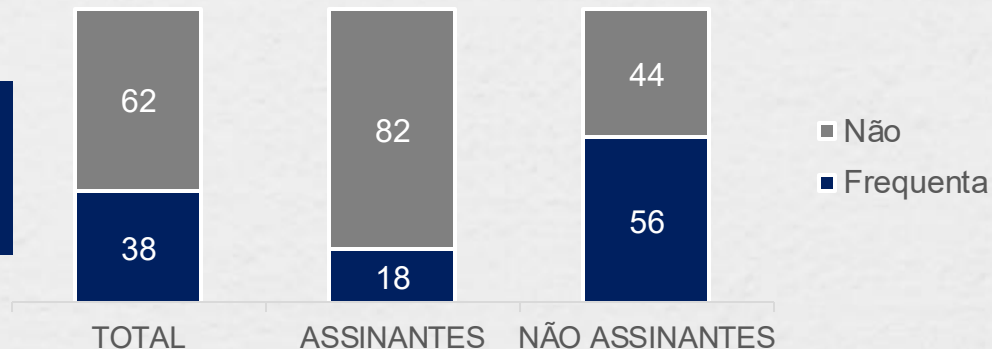
Alto conhecimento
Baixa relevância

Concerto matinais

UM DOS PROJETO MAIS CONHECIDOS E RELEVANTES.

Cresce o % de pessoas que declaram assistir aos concertos matinais, principalmente, entre **NÃO ASSINANTES**

2024
25% Total
39% NÃO ASSINANTES
10% ASSINANTES



Razões

Gratuito 72%
Dia da semana 51%
Programação 45%
Horário 39%
Duração do Concerto 11%

Perfil deste público

♀ 55% ♂ 45%



74% tem até 60 anos
(média de 49 anos)

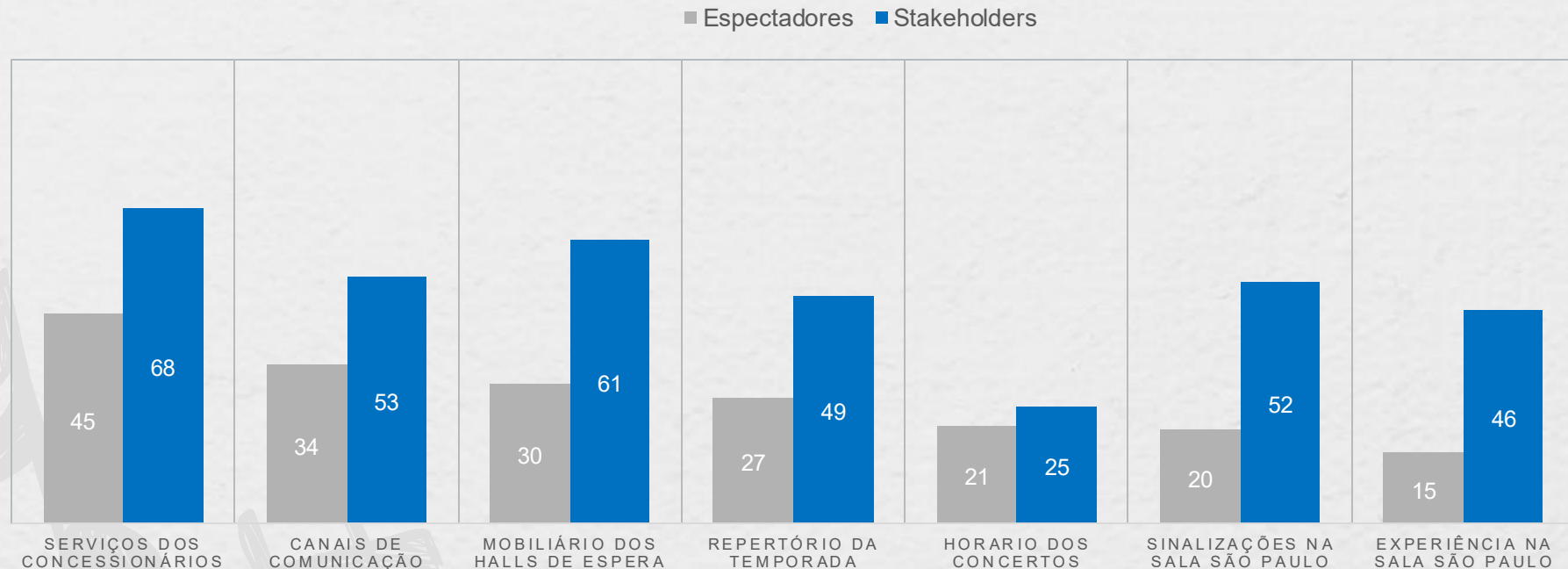


31% Classe A
53% Classe B
16% Classe C

Aspectos que precisam ser melhorados

STAKEHOLDERS SÃO MAIS CRÍTICOS QUE O PÚBLICO EM GERAL (ESPECTADORES).

Principais pontos de melhoria: serviços dos concessionários, seguidos pelos canais de comunicação e mobiliários. Stakeholders também criticam as sinalizações.



03

Sala São Paulo



Satisfação Sala São Paulo

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



%	2025	2024	2023	2022
Notas 6 ou -	1	1	1	1
Notas 7 e 8	12	13	12	14
Notas 9 e 10	87	86	87	85
Média	9,5	9,5	9,5	9,5

STAKEHOLDERS

2025	8,9
2024	9,0
2023	8,9
2022	8,9

Média	2025	2024	2023	2022
ASSINANTES	9,4	9,4	9,4	9,4
NÃO ASSINANTES	9,6	9,6	9,6	9,5

Avaliação da infraestrutura da sala São Paulo



Média Satisfação (Nota 10)

%	2025	2024	2023	2022
Conforto das poltronas	59	41	43	44
Fácil acesso para deficientes físicos	51	52	29	30

ALGUNS ASPECTOS MERECEM ATENÇÃO:

Iluminação nas áreas de circulação e limpeza dos banheiros, enquanto outros, como conforto das poltronas melhoram a avaliação.

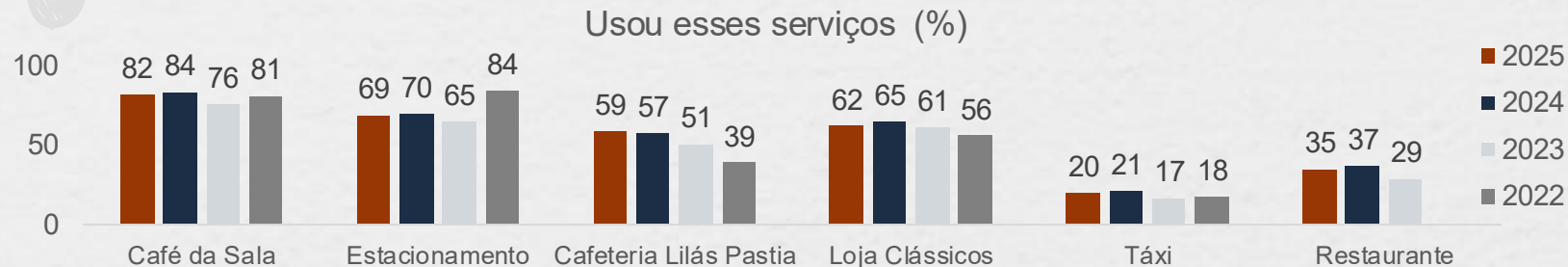


Alta Satisfação (Nota 10)

%	2025	2024	2023	2022
Acústica	82	81	85	83
(Não) Interferência de ruídos	76	75	79	74
Iluminação da sala de concertos	77	75	80	72
Atendimento dos funcionários	70	72	75	72
Iluminação nas áreas de circulação	65	68	71	66
Limpeza dos banheiros	60	63	65	74
Ar condicionado	63	63	67	56

O uso e a avaliação dos serviços da sala

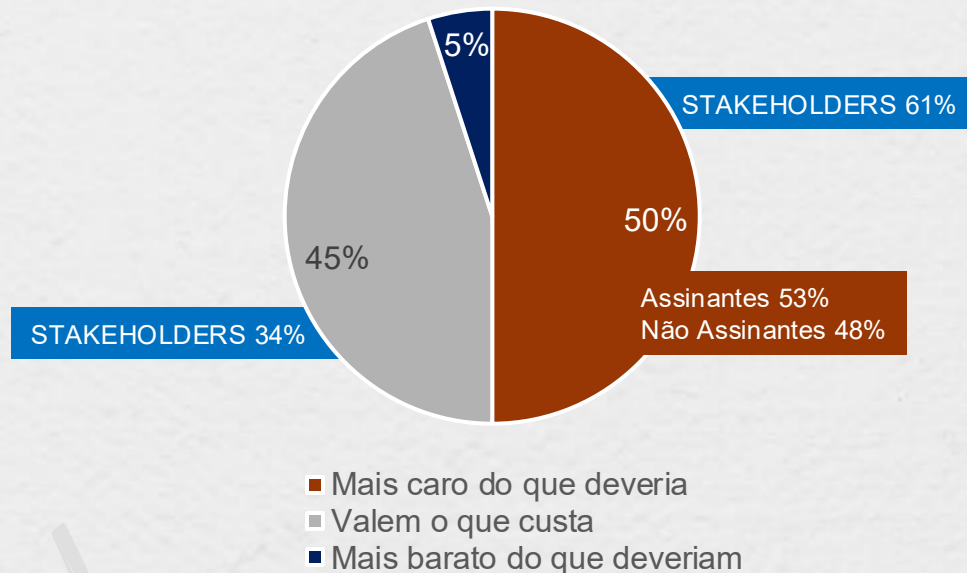
CONCESSIONÁRIOS COM UMA AVALIAÇÃO PIOR DO QUE 2024



MÉDIA AVALIAÇÃO GERAL	2025	2024	2023	2022
Café da Sala	8,1	8,5	8,4	8,3
Estacionamento	8,7	8,9	8,9	8,7
Cafeteria Lilás Pastia	8,3	8,6	8,6	8,4
Loja Clássicos	8,8	9,0	8,9	9,1
Táxi	8,9	8,9	8,9	8,7
Restaurante	8,1	8,4	8,4	-

Avaliação dos Preços Concessionários

ALÉM DA AVALIAÇÃO MAIS BAIXA, OS CONCESSIONÁRIOS SÃO VISTOS COM MAIS CAROS DO QUE GOSTARIAM, PRINCIPALMENTE, PELOS STAKEHOLDERS



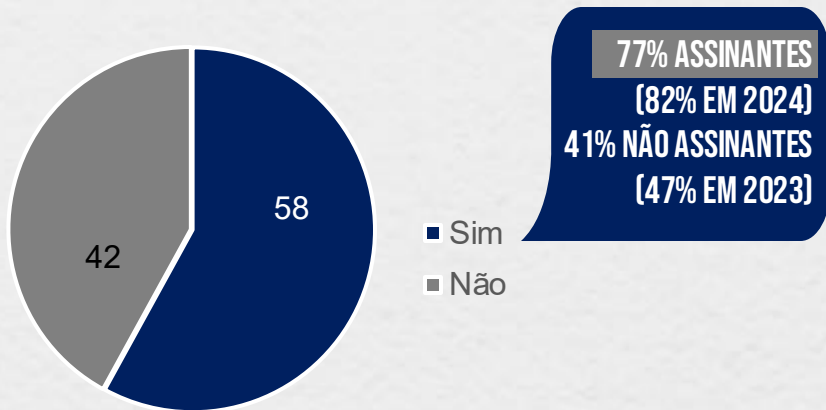
The background of the slide is a light gray with a subtle pattern of musical notes and staves. The notes are in various positions, some on staves and some floating. The staves are also in various positions, some horizontal and some vertical. The overall effect is a musical theme.

04

Apoiadores

Doações

Cai um pouco o conhecimento (63% em 2024) de que as pessoas físicas que declaram o imposto de renda pelo modelo completo podem destinar até 6% do valor devido para a Osesp.



PRINCIPAIS RAZÕES PARA SEREM APOIADORES DA OSESP

DEDUÇÃO FISCAL
PELA CONTRAPARTIDA DE INGRESSOS
VESTIBULANTE E ASSOCIAÇÃO DE ALUNOS
DISSEMINAR A MÚSICA CLÁSSICA
DEMOCRATIZAR O ACESSO À MÚSICA
INSPIRAR PESSOAS E TRANSFORMAR REALIDADES
APOIAR PROJETOS EDUCACIONAIS
FAZER NETWORKING

GRANDE MAIORIA (87%) PRETENDE CONTINUAR A APOIAR A OSESP

05

Experiência de Compra



Onde realizaram a compra dos ingressos avulsos

SITE É O PRINCIPAL CANAL DE COMPRA DE INGRESSOS PARA OS NÃO ASSINANTES.



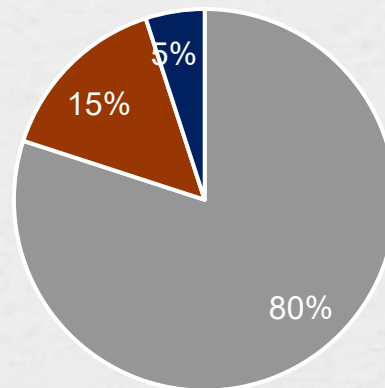
42% dos ASSINANTES
não compraram
ingressos AVULSOS em
2025 (X 41% em 2024)

Como foi a experiência de compra de ingressos de não assinantes

AVALIAÇÃO GERAL EM LINHA COM O ANO PASSADO (8,48)

<i>Média</i>	<i>Bilheteria</i>	<i>Site</i>
Cordialidade dos atendentes da bilheteria da Sala São Paulo	9,6	
Facilidade de efetivar a compra / de navegar no site	8,4	8,4
Horário de funcionamento da bilheteria da Sala São Paulo	8,2	
Agilidade para concluir a jornada de compra e pagamento		8,4
Logar no site para adquirir os ingressos		8,4
Instabilidade do site		7,8

GRANDE MAIORIA ACHA QUE O CONCERTO VALE O QUE CUSTA

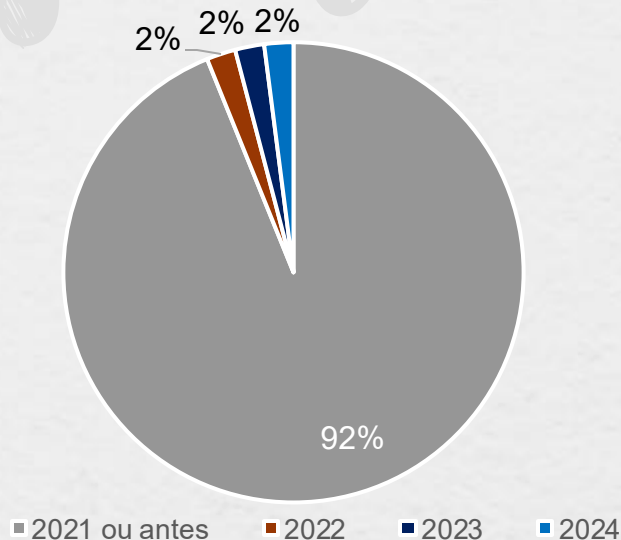


- O concerto vale o que custa
- O concerto vale mais que o valor pago no ingresso
- O concerto vale menos que o valor pago no ingresso

Assinantes

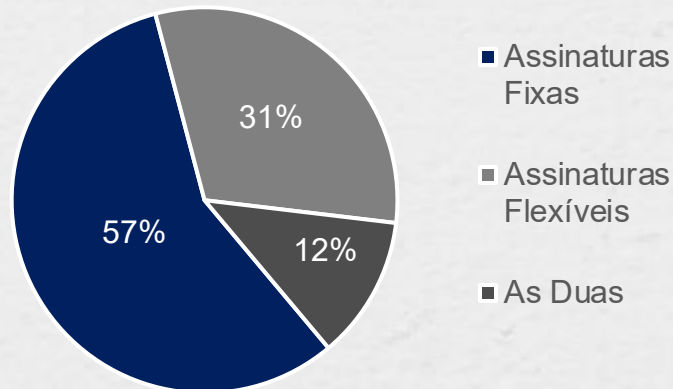
HÁ QUANTO TEMPO SÃO ASSINANTES DAS OSESP

Maioria é assinante há mais de 4 anos



COMO PREFEREM ADQUIRIR SUAS ASSINATURAS

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



AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE RENOVAÇÃO DAS ASSINATURAS

	Média
Obtenção de informações pelo site da Osesp	8,44
Obtenção de informações pelo telefone	8,11
Cordialidade do atendente pelo telefone	8,87
Obtenção de informações pelo Livro da Temporada	8,99
Facilidade de efetivar a compra pelo telefone	8,15
Facilidade de navegação para comprar pelo site	8,43

Avaliação da Assinatura

O PROCESSO DE RENOVAÇÃO DA ASSINATURA FOI MELHOR AVALIADO ESSE ANO

71%

Acham o processo de renovação positiva (68% em 2024)

O NÍVEL DE RECOMENDAÇÃO DA ASSINATURA ESTÁ EM LINHA COM 2024

88%

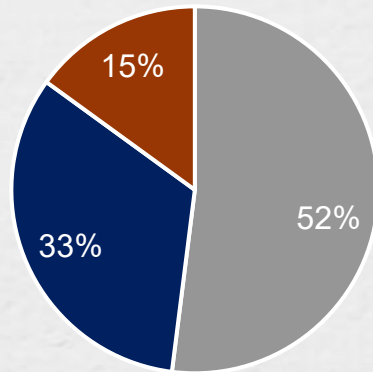
Recomendam a Assinatura (90% 2024)

HÁ UMA LEVE REDUÇÃO NO ÍNDICE DE INTENÇÃO DE RENOVAR A ASSINATURA PARA 2026

90%

Irão renovar a assinatura (93% 2024)

1/3 acham mais atrativo a evolução da programação artística da Temporada 2025 em relação ao ano anterior



- Achei igual
- Achei mais atrativo
- Achei menos atrativo

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

%	2025	2024
NÃO USEI TODOS OS INGRESSOS	89	91
Disponibilizei o ingresso para o Banco de Ingressos	65	67
Presenteei o ingresso para amigos ou familiares	33	27
O ingresso não foi aproveitado	17	13
Transferi o ingresso via site para amigos ou familiares	16	14
UTILIZEI TODOS OS INGRESSOS	11	9

***Usabilidade e Facilidade do Banco de Ingressos
8,10 (X 8,40 em 2024)***

***Razões de não ter comparecido:
imprevistos são os mais citados***

%	2025
Imprevistos pessoais	78
Imprevistos profissionais	20
O programa daquele concerto era menos atraente que os demais da minha série	13
Não se aplica	11
Expectativa de trânsito ruim	3
Condições do tempo (frio, chuva)	5



Principais Aprendizados

O ano de 2025 revela um mercado cultural mais dinâmico e disputado com aumento no número de espectadores nas apresentações ao vivo da Osesp e com uma maior presença desses espectadores em outras orquestras.

Dentro deste contexto, a Osesp sustenta um **NPS robusto e estável. Orquestra, solistas, maestro e coro** seguem sendo os pilares de maior impacto na satisfação e sua promessa de valor permanece muito clara com maior percepção de democratização da música clássica.

Mas alguns pontos ainda podem ser melhorados:

- 1) **Programação**: há espaço para desenhar uma estratégia de **curadoria híbrida**: manter o tradicional como core e usar estreias/obras inéditas como “satélites de inovação”.
- 2) Ativar clusters de público com **propostas distintas**: narrativa emocional para os tradicionais e variedade/inação para novos públicos (avulsos, mais jovens).
- 2) Otimizar touchpoints críticos — **sinalização, comunicação e experiência dos concessionários**. Esses últimos merecem uma “repaginada”.
- 3) Escalar projetos relevantes pouco acessados com **campanhas segmentadas**.
- 4) Potencializar presença digital com conteúdos curatoriais (comunicação e relacionamento são pontos cruciais para a Osesp).