

Encuesta de Caracterización de Públicos GAM 2017

Unidad de Estudios **GAM**



Introducción

La encuesta de caracterización de públicos es una herramienta que GAM ha desarrollado desde 2011 continuamente con el fin de conocer a sus audiencias y delimitar estrategias que potencien la misión del centro cultural.

Con un muestreo de 1.331 casos desarrollado en un trabajo en terreno de dos meses, la unidad de estudios GAM guía este proceso y lo socializa para fomentar la transparencia de nuestro trabajo. La publicación además es un forma de poner la información al servicio de organismos o personas interesadas en la gestión, investigación y/o reflexión vinculada al desarrollo, formación y fidelización de audiencias.



Metodología

El **universo** son todos los públicos que visitan el centro cultural con el propósito de realizar una actividad en particular.

La **muestra** es de carácter probabilística estratificada, consideró **1.331** casos, con un **margen de error estimado del 3%**. Los estratos corresponden a las distintas actividades que realizan los públicos de GAM, siendo proporcionales a la cantidad de públicos que a éstas asisten.

Espacios	N° de casos
Funciones de Teatro	191
Funciones de Danza	50
Funciones de Música	57
Sala de Artes Visuales	248
Sala de Arte Popular	166
BiblioGAM	116
Actividades de Audiencias	166
Comunidades en plazas	65
Café Público	122
Restorán Lucila De Nosotros	50
Librería del GAM	50
Espacio Nacional de Diseño E.N.D	50
Total muestra	1.331

El cuestionario fue aplicado durante los meses de septiembre, octubre y noviembre del 2017, por un equipo de dos encuestadores en terreno. El cuestionario consideró un total de 123 preguntas, con tiempo de aplicación de aproximadamente 13 minutos.

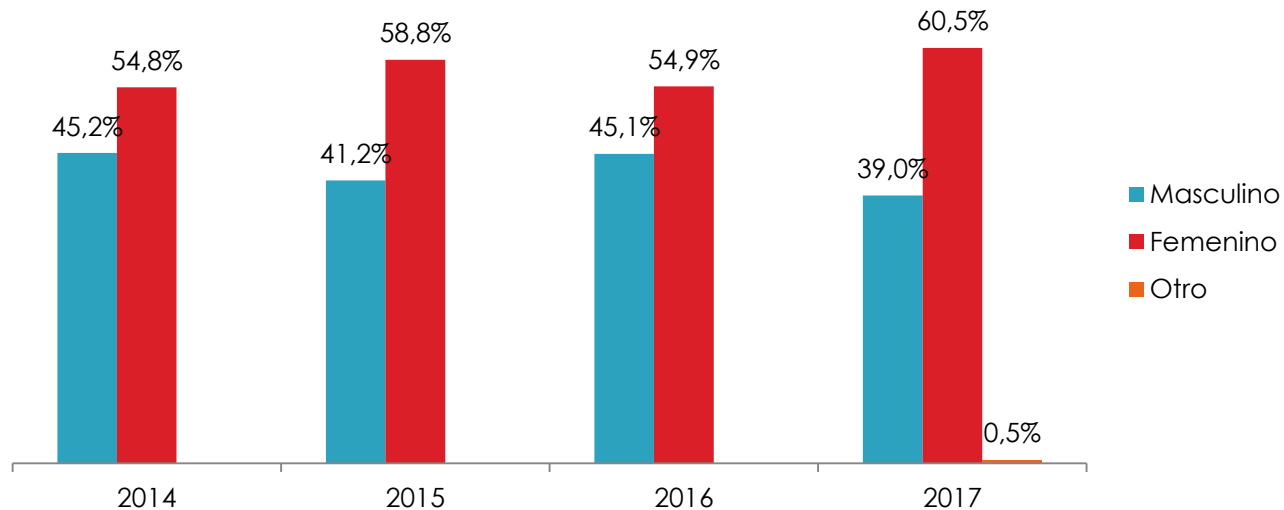
El siguiente cuadro muestra las actividades y funciones en específico en que se aplicaron los cuestionarios según cada estrato.

Estrato	Nombre de las actividades en que se aplicó la encuesta según estrato
Sala de Artes Visuales	Exposición El hilo de Violeta
Sala Arte Popular MAPA	Violeta y la pintura instintiva
Teatro	Diatriba
	El epicedio
	Elegía de Los Andes
	En fuga no hay despedida
	Noche mapuche
	Oedipus Schmoedipus
	Piece for Person and Ghetto Blaster
	Pompeya
Violeta ciudadana	
Danza	Malen
Música	Concierto Beatriz Pichimalen
	Conciertos Ciclo IMUC música contemporánea
	Concierto de jazz El loco que tiraba piedras a la luna
	Concierto Natalia Contesse
	Concierto Taiko Nico-Ichi
Audiencias	Festival de Teatro Escolar FETyC
	Taller jóvenes críticos
	Taller familiar conociendo a Violeta
	Taller coro de profesores Voces GAM
BiblioGAM	Usuarios de biblioteca
Comunidades	Grupos establecidos que usan los espacios abiertos de GAM para reunirse regularmente
Café Público	Clientes del café
Restorán Lucila de Nosotros	Clientes del restorán
Librería del GAM	Clientes de la tienda y asistentes a sus actividades (lanzamiento de libros)
Espacio Nacional de Diseño	Clientes de la tienda

Caracterización sociodemográfica

Género

Si bien anteriormente se ha observado una preponderancia de público femenino entre los visitantes de GAM, este año la brecha entre géneros aumenta respecto al año anterior: un 60,5% corresponde a personas de género femenino y un 39,0% a género masculino. Cabe destacar, que por primer año se agrega como alternativa la respuesta “otros”, la cual corresponde a un 0,5% de las respuestas.





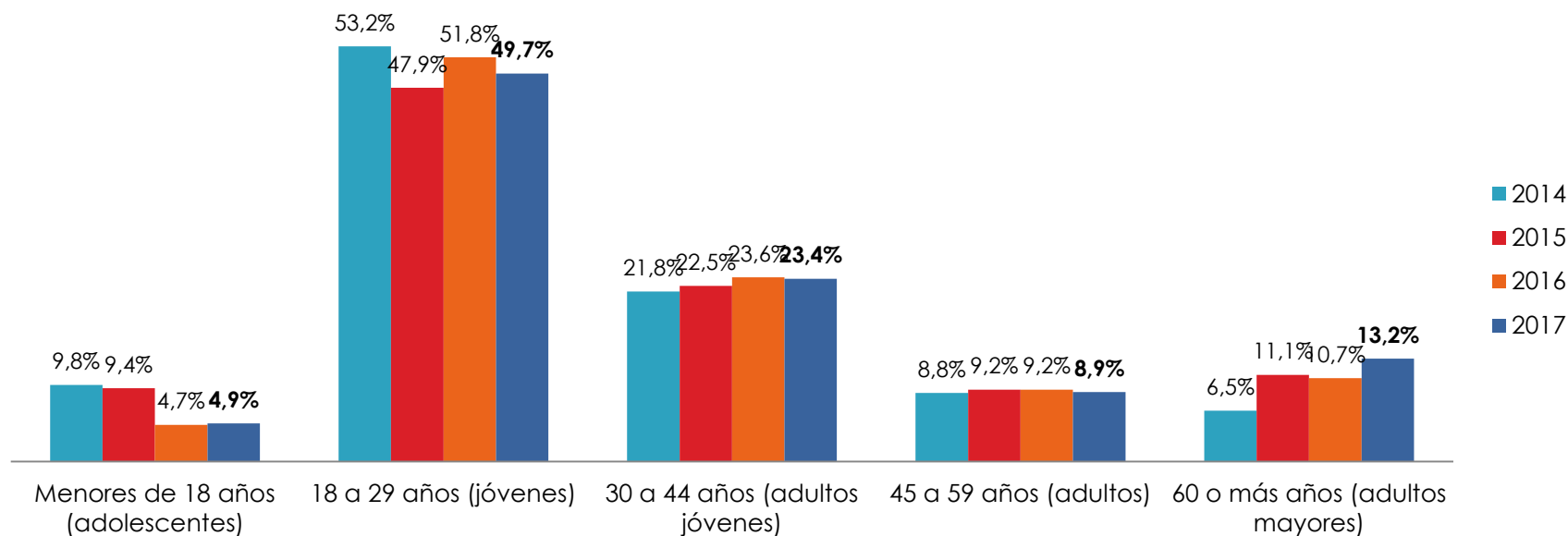
Género de los visitantes según espacio

- En todos los espacios y actividades los resultados son similares a la tendencia general, donde el público es mayoritariamente de género femenino.
- Audiencias y la tienda END concentran los porcentajes más altos de público femenino (81,7% y 68,0% respectivamente).
- Por otra parte, los públicos de BiblioGAM (1,7%) y las Comunidades (1,6%) registran porcentajes sobre la tendencia general para la alternativa otros.

Género	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Femenino	53,0%	58,5%	54,8%	62,3%	54,0%	52,0%	68,0%	56,5%	59,6%	57,9%	81,7%	58,7%	60,5%
Masculino	45,2%	40,7%	45,2%	37,7%	46,0%	48,0%	30,0%	42,9%	40,4%	42,1%	18,3%	39,7%	39,0%
Otros	1,7%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%

Edad en tramos

El segmento de mayor presencia sigue siendo el joven (18 a 29 años) con un 49,7%, aunque muestra un porcentaje menor al año anterior. Luego le sigue el tramo adulto joven (30 a 44 años) con un 23,4%. El único tramo que se ve en incremento, respecto a años anteriores, es el de adulto mayor (60 años o más) que este año representa un 13,2%.



Edad en tramos según espacio

- A excepción de **Comunidades** en plazas, **Audiencias**, **Restorán** y **Librería del GAM**, todos los estratos cumplen la tendencia general, con una mayor proporción de jóvenes seguida de adultos jóvenes.
- En **Restorán y Librería del GAM**, es mayor la proporción de adultos jóvenes (42,0% para ambos), en cambio en **Comunidades** si bien concentran casi en su totalidad público joven (90,8%), el segundo tramo de edad que le sigue es el adolescente (menores de 18 años) con un 6,2%.
- El público de las actividades de **Audiencias**, se caracteriza por una mayor concentración en el tramo adulto mayor (54,8%); lo que se explica por el trabajo focalizado que se realiza con este segmento etario.

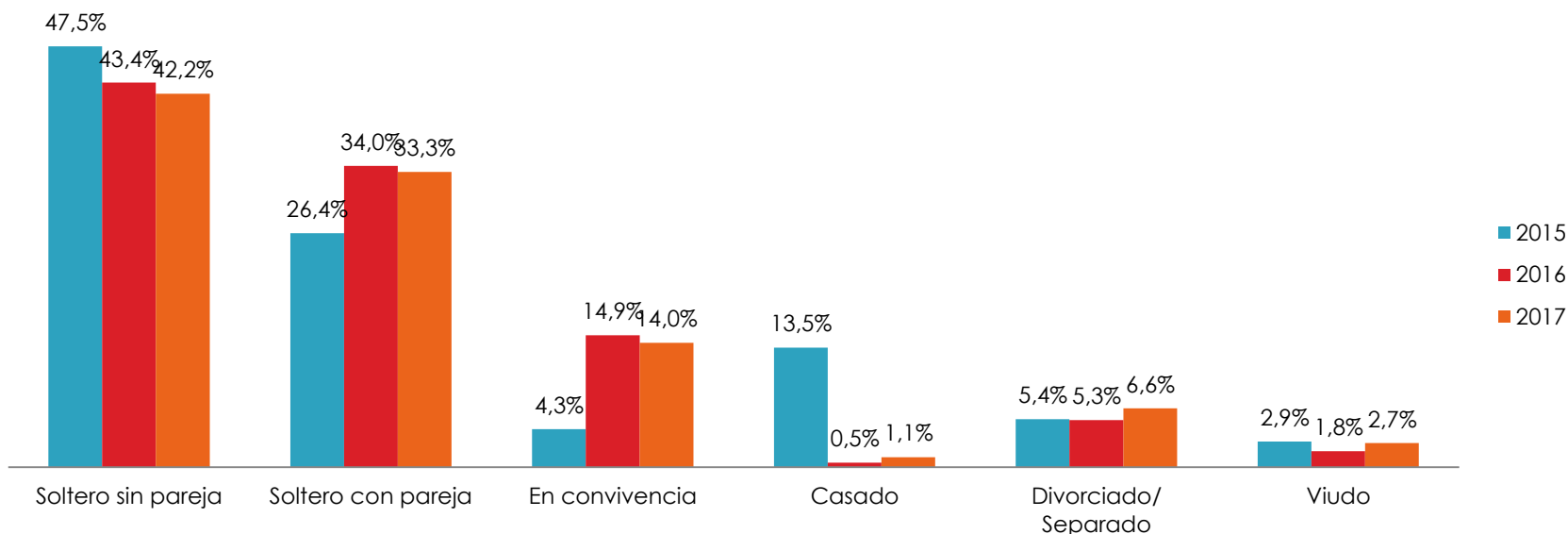
Tramos de edad	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Menor de 18 años (adolescentes)	4,3%	4,8%	5,4%	2,5%	4,0%	2,0%	4,0%	4,7%	4,0%	0,0%	9,6%	6,2%	4,9%
18-29 años (jóvenes)	56,9%	53,6%	60,2%	54,1%	24,0%	40,0%	52,0%	52,9%	48,0%	54,4%	13,9%	90,8%	49,7%
30 - 44 años (adultos jóvenes)	25,0%	22,6%	17,5%	33,6%	42,0%	42,0%	22,0%	25,1%	24,0%	28,1%	15,1%	3,1%	23,4%
45 - 59 años (adultos)	6,0%	10,9%	10,2%	6,6%	24,0%	4,0%	16,0%	7,3%	12,0%	10,5%	6,6%	0,0%	8,9%
60 años o más (adultos mayores)	7,8%	8,1%	6,6%	3,3%	6,0%	12,0%	6,0%	9,9%	12,0%	7,0%	54,8%	0,0%	13,2%

Estado civil

La gran mayoría de los públicos, un 75,5% es de estado civil soltero. Entre estos predominan los solteros sin pareja (un 42,2% del total), seguidos por los solteros con pareja (33,3%).

Con una cifra bastante menor, en tercer lugar se sitúan quienes están en convivencia, que representan al 14,0%, seguido por la categoría divorciado/separado 6,6%.

Resalta que el porcentaje de casado/acuerdo de unión civil es considerablemente menor (1,1%), sobretodo si es comparado con el año 2015.





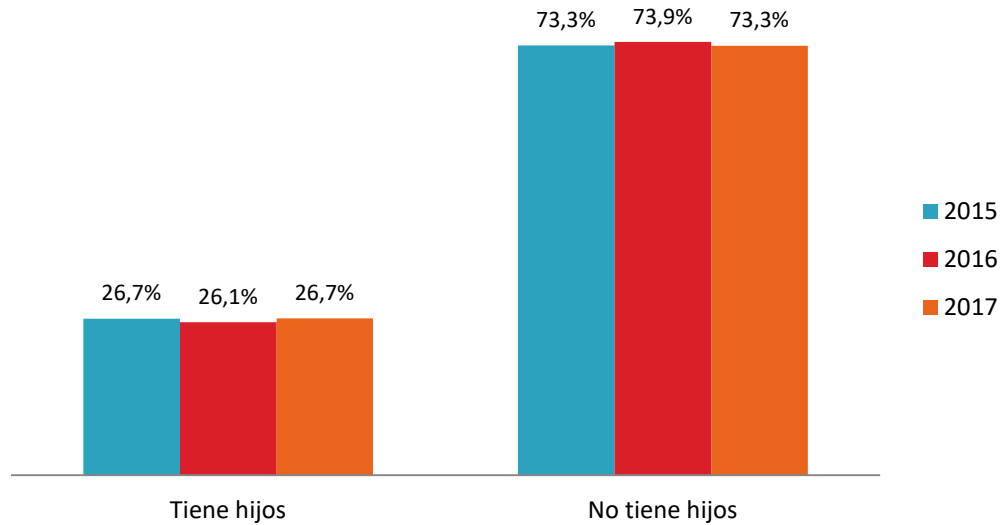
Estado civil según espacio

- En **Teatro, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, y BiblioGAM, Comunidades y Café Público**, la composición del público según estado civil, se ajusta a la tendencia general, con un público en primer lugar soltero sin pareja y luego soltero con pareja.
- En **Danza, Restorán, Librería y END** la mayoría es soltero con pareja.
- En las actividades de **Audiencias**, si bien también predominan los solteros sin pareja, le sigue un mayor porcentaje de personas divorciadas/separadas (21,6%).

Estado civil	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Soltero sin pareja	45,7%	41,3%	44,0%	54,1%	30,0%	34,0%	34,0%	43,5%	28,0%	50,9%	31,5%	60,0%	42,2%
Soltero con pareja	29,3%	34,4%	36,7%	32,0%	34,0%	40,0%	50,0%	39,3%	44,0%	33,3%	13,6%	35,4%	33,3%
En convivencia	9,5%	15,0%	13,9%	12,3%	26,0%	20,0%	6,0%	12,6%	22,0%	10,5%	19,8%	1,5%	14,0%
Casado/Unión Civil	2,6%	2,4%				2,0%					2,5%	1,5%	1,1%
Divorciado/separado	12,9%	4,0%	4,2%	1,6%	6,0%	4,0%	6,0%	2,6%	6,0%	3,5%	21,6%	1,5%	6,6%
Viudo		2,8%	1,2%		4,0%		4,0%	2,1%		1,8%	11,1%		2,7%

Hijos

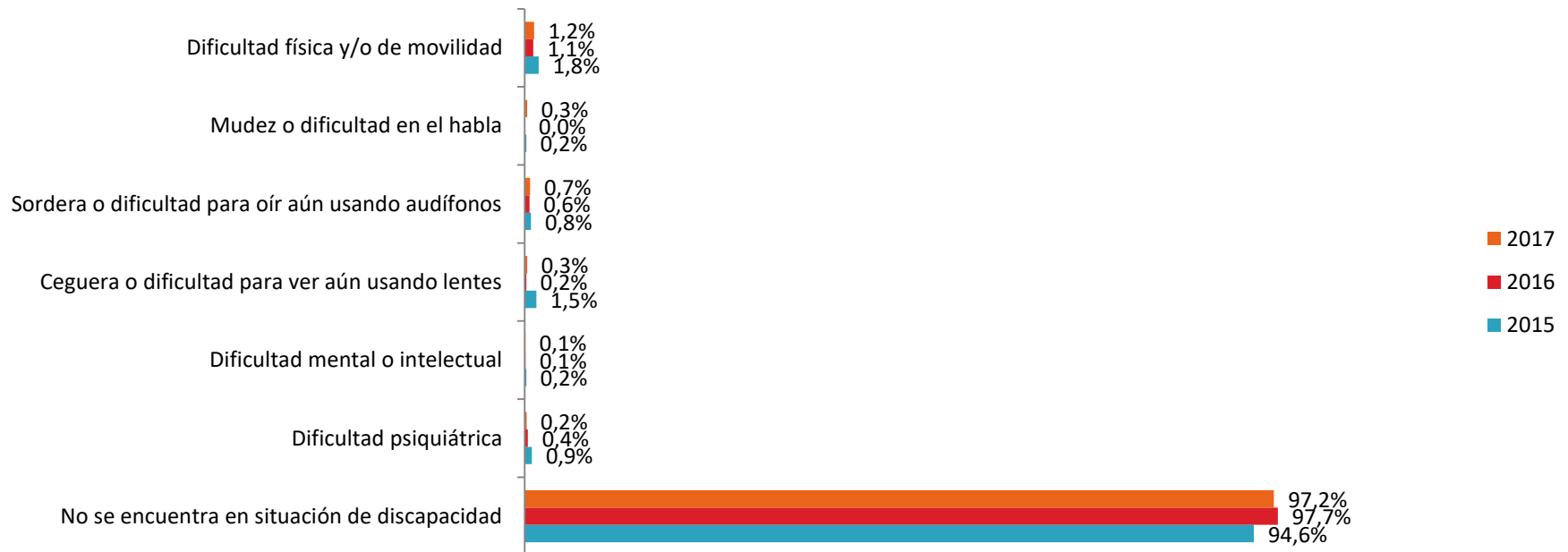
Un 26,7% de los visitantes GAM declara tener hijos, versus casi tres cuartos que declara lo contrario. Estas cifras son una tendencia constante respecto a años anteriores.





Situación de discapacidad

En total, un 5,4% de los visitantes se encuentra en situación de discapacidad. Este porcentaje ha aumentado respecto a años anteriores y se distribuye, de manera decreciente, en las siguientes situaciones: dificultad física y/o de movilidad (1,8%), ceguera o dificultad para ver aún usando lentes (1,5%), dificultad psiquiátrica (0,9%) sordera o dificultad para oír aún usando audífonos (0,8%), y en el último lugar con el mismo porcentaje, dificultad mental o intelectual y mudéz o dificultad en el habla (0,2%)





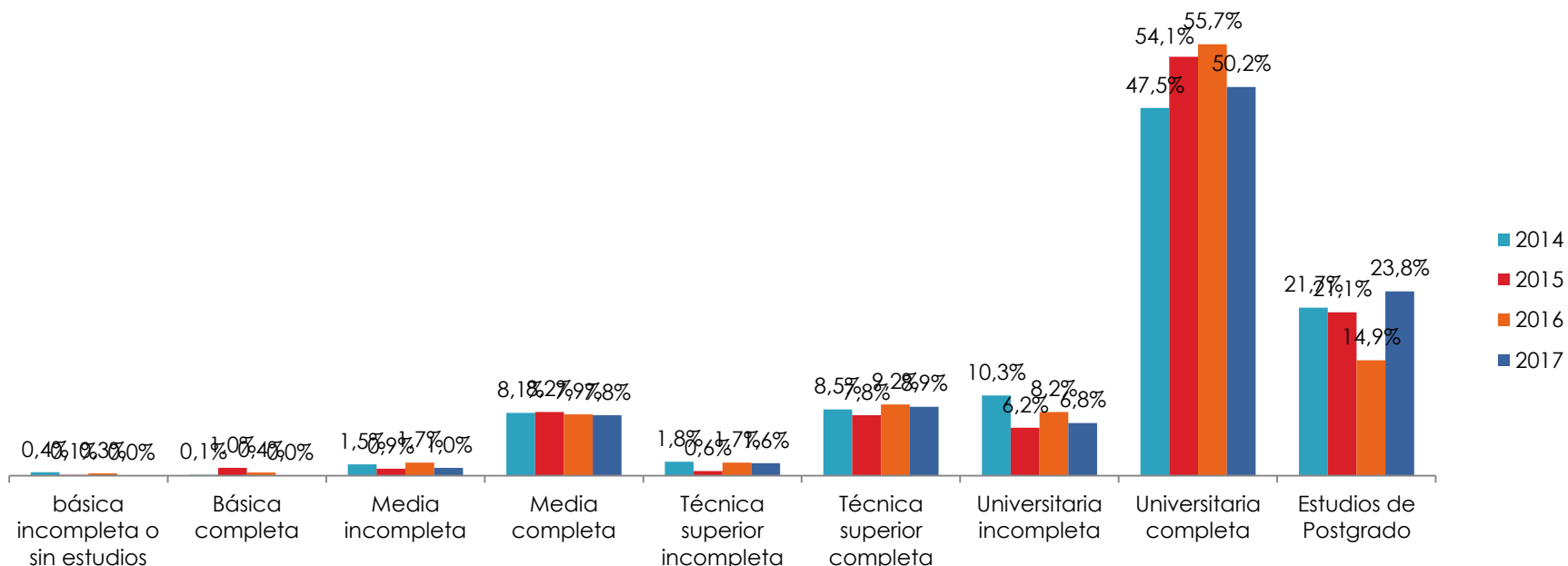
Situación de discapacidad según espacio

- El mayor porcentaje de personas en situación de discapacidad se concentra en las actividades de **Audiencias**, correspondiente a un 7,7%, seguido por los usuarios de **BiblioGAM** con un 5,2%, y **Música** con un 5,1%.
- El 100% de los públicos de funciones de **Danza, END y Comunidades** no declaran situación de discapacidad.
- Destaca que el 4,5% de los públicos de actividades de Audiencias tiene dificultad física y/o de movilidad, lo que se puede inferir es por el alto porcentaje de adultos mayores que asiste a estas actividades.

Situación de discapacidad	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Dificultad física y/o de movilidad	0,9%	0,4%	1,2%	-	4,0%	-	-	0,5%	-	3,5%	4,5%	-	1,2%
Mudez o dificultad en el habla	-	0,8%	-	0,8%	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	0,3%
Dificultad psiquiátrica	1,7%	-	-	-	-	-	-	0,5%	-	-	-	-	0,2%
Dificultad mental o intelectual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6%	-	0,1%
Sordera o dificultad para oír aun usando audífonos	1,7%	0,4%	-	-	-	-	-	0,5%	-	1,8%	2,6%	-	0,7%
Ceguera o dificultad para ver aun usando lentes	0,9%	0,8%	-	-	-	-	-	0,5%	-	-	-	-	0,3%
No tiene ninguna condición permanente y/o de larga duración	94,8%	97,6%	98,8%	99,2%	96,0%	98,0%	100,0%	97,9%	100,0%	94,7%	92,3%	100,0%	97,2%

Nivel educacional*

Se observa un alto nivel de instrucción en el público asistente: de manera similar a los años anteriores, el 74,0% de los encuestados posee al menos educación universitaria completa. Un 23,8% del total de casos posee, además, estudios de postgrado, porcentaje que ha incrementado en comparación a años anteriores.



*Se excluyeron los casos que en la actualidad son de ocupación: escolares, estudiantes de preuniversitario y estudiante de educación superior

Nivel educacional según espacio*

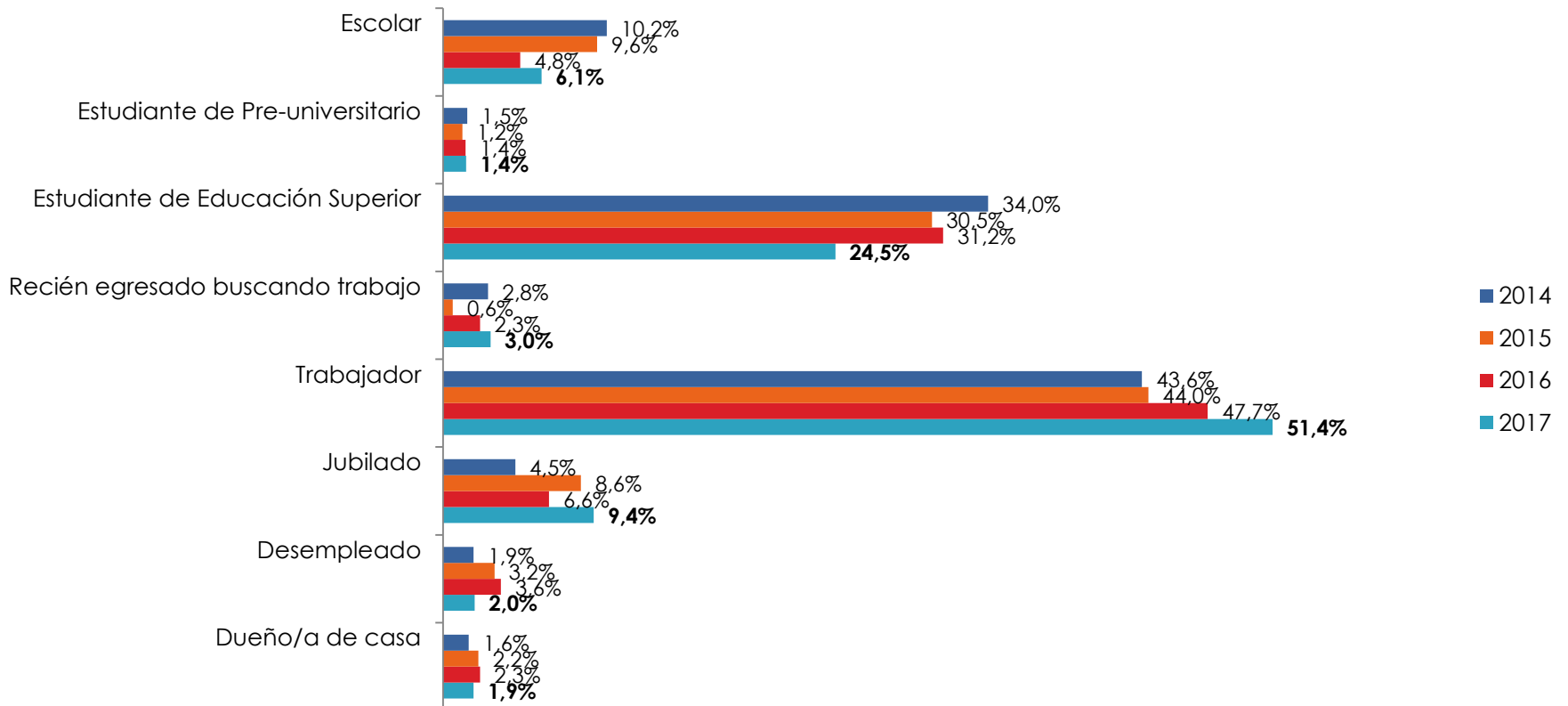
- Todos los espacios, a excepción de las **Danza, MAPA, y Comunidades**, siguen la tendencia general, es decir la mayoría poseen estudios universitarios completos, seguidos por quienes tienen estudios de postgrado.
- El nivel educacional de los visitantes de **Comunidades** es en un 43,3% de enseñanza media completa, este dato es el que difiere más respecto a la tendencia general.
- Destaca el alto nivel educacional de los público de la **Librería** (37,5% tiene estudios de postgrado).

Nivel educacional	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Básica incompleta o sin estudios	-	-	-	-	2,1%	-	-	0,7%	-	-	1,7%	-	0,4%
Básica completa	-	-	1,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1%
Enseñanza media incompleta	-	3,0%	1,1%	-	2,1%	-	-	1,5%	-	-	3,3%	-	1,5%
Enseñanza media completa	11,5%	6,6%	11,7%	1,1%	4,3%	2,5%	2,8%	3,7%	5,7%	11,4%	11,7%	43,3%	8,1%
Técnica superior incompleta	1,6%	1,8%	2,1%	1,1%	2,1%	-	2,8%	1,5%	2,9%	2,9%	-	10,0%	1,8%
Técnica superior completa	16,4%	10,2%	12,8%	-	12,8%	5,0%	8,3%	7,4%	17,1%	5,7%	3,3%	13,3%	8,5%
Universitaria incompleta	18,0%	6,6%	9,6%	9,0%	2,1%	10,0%	11,1%	12,5%	17,1%	8,6%	12,5%	10,0%	10,3%
Universitaria completa	31,1%	54,8%	52,1%	55,1%	42,6%	45,0%	52,8%	50,7%	40,0%	54,3%	41,7%	16,7%	47,5%
Estudios de postgrado	21,3%	16,9%	9,6%	33,7%	31,9%	37,5%	22,2%	22,1%	17,1%	17,1%	25,8%	6,7%	21,7%

*Excluye a quienes en la actualidad son estudiantes (escolares, preuniversitario, educación superior)

Ocupación

Respecto a la ocupación, la mayor proporción corresponde a trabajadores, con un 51,4%, porcentaje mayor a los años anteriores para este tramo. Le siguen los estudiantes de educación superior que representan al 24,5%. En tercer lugar se encuentran los jubilados, con un 9,4%.



Ocupación según espacio

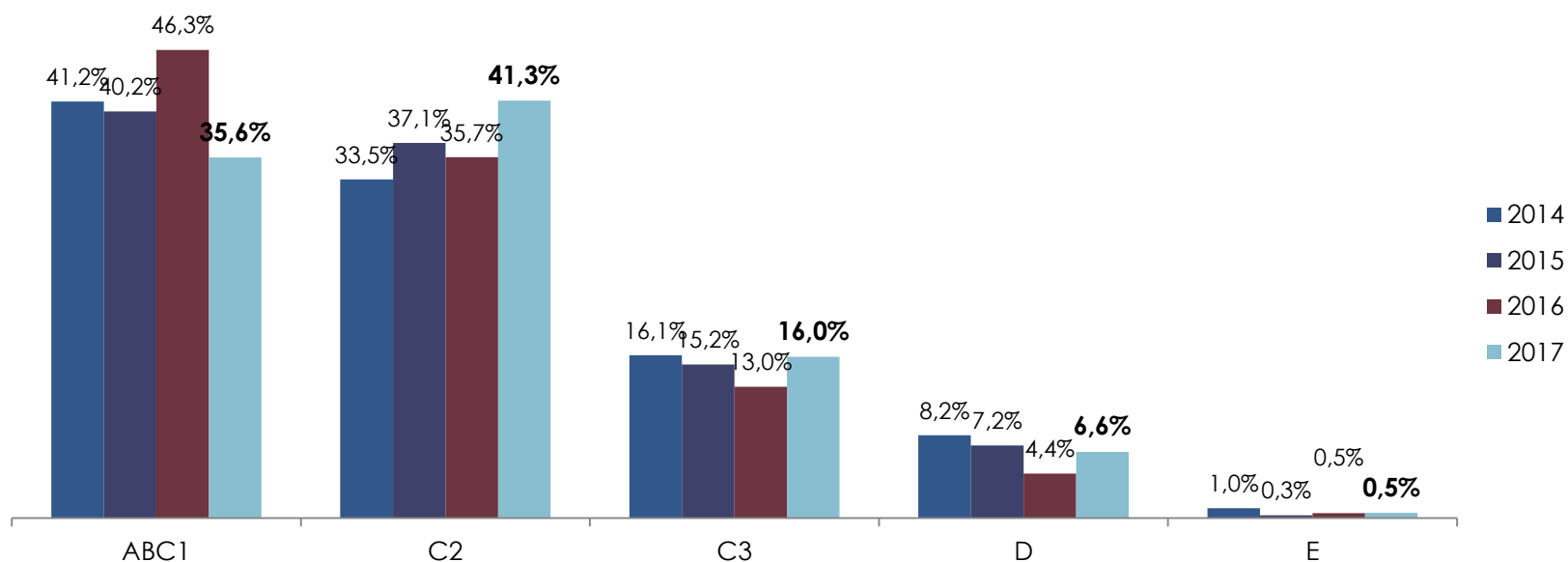
- **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Café Público y Librería** son los espacios que más se ajustan a la tendencia general, con un público principalmente trabajador, y en segundo lugar, estudiante de educación superior.
- Se destacan las tiendas Restorán, Librería y Café Público, por estar muy por sobre el porcentaje general de ocupación trabajador (85,7%, 77,6%, 69,7% respectivamente)
- Las actividades de **Audiencias** concentran en primer lugar a público jubilado (50,9%), luego trabajadores (23,9%) y escolares (11,9%).
- Las Comunidades concentran en su mayoría estudiantes de educación superior (46,2%).

Ocupación	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Escolar	3,4%	6,5%	8,4%	2,5%	2,0%	2,0%	6,0%	5,8%	6,0%	1,8%	11,9%	7,7%	6,1%
Estudiante de preuniversitario	9,5%	-	1,2%	,8%	-	-	-	1,1%	2,0%	-	1,3%	-	1,4%
Estudiante de educación superior	34,5%	26,3%	33,7%	23,8%	2,0%	16,3%	22,0%	21,6%	22,0%	36,8%	6,3%	46,2%	24,5%
Recién egresado buscando trabajo	6,9%	4,5%	3,0%	1,6%	4,1%	2,0%	6,0%	3,7%	-	-	-	-	3,0%
Trabajador	36,2%	53,0%	42,8%	69,7%	85,7%	77,6%	62,0%	61,1%	62,0%	54,4%	23,9%	41,5%	51,7%
Jubilado	6,9%	4,0%	3,6%	,8%	4,1%	2,0%	4,0%	4,2%	6,0%	3,5%	50,9%	-	9,4%
Desempleado	1,7%	2,8%	3,6%	,8%	-	-	-	2,1%	-	1,8%	1,3%	4,6%	2,0%
Dueño/a de casa	,9%	2,8%	3,6%	-	2,0%	-	-	,5%	2,0%	1,8%	4,4%	-	1,9%

Nivel socioeconómico

Este año se invierte la proporción de público según su nivel socioeconómico, siendo su mayoría el segmento C2 con un 41,3%, seguido del ABC1 con un 35,6%.

También destaca el incremento de público C3 en 6 puntos porcentuales respecto al año anterior, de la misma manera el segmento D aumenta en 2,2 puntos porcentuales. Por último, el segmento más empobrecido de la población (E), se mantiene similar respecto a años anteriores.





Nivel socioeconómico según espacio

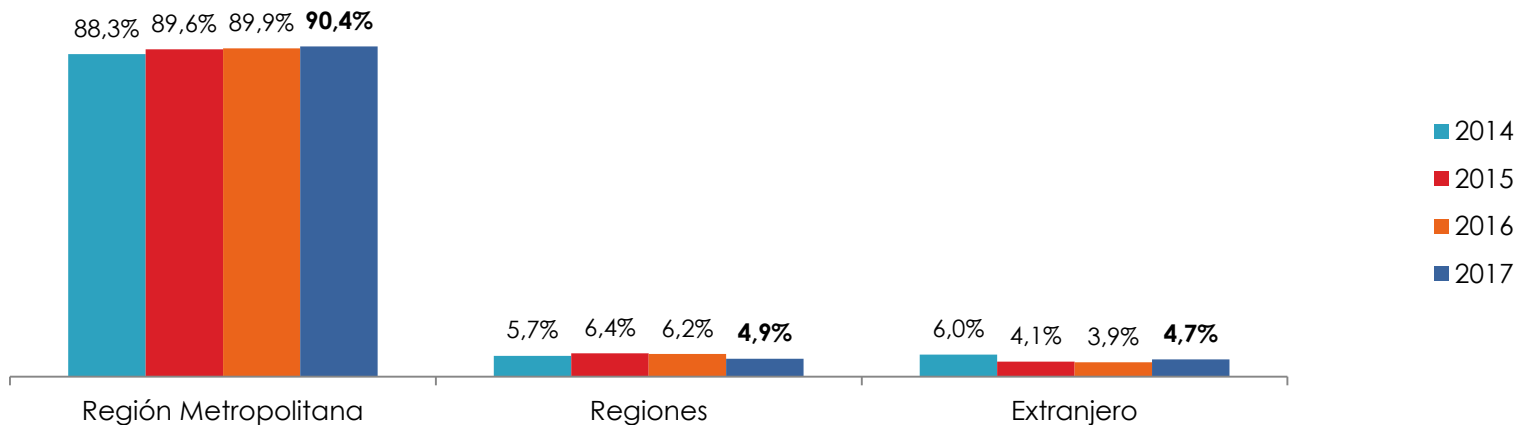
- El público de **Artes escénicas** y **Audiencias** se ajusta a la tendencia general con una mayor proporción de público C2, seguido del segmento ABC1, también destaca que no presentan público del segmento más empobrecido.
- Las salas de exposiciones (SAV y MAPA) y **BiblioGAM**, si bien se ajustan a la tendencia, demuestran mayor variabilidad en los datos, distribuyéndose los segmentos C3, D y E por sobre la media general.
- Se observa que las tiendas, específicamente **Café Público, Librería y Restorán** concentran mayoritariamente público ABC1. La tienda END tiene igual proporción de público ABC1 y C2 (40,0%).
- Las **comunidades**, si bien presentan una mayor proporción de público C2, le siguen a diferencia de la tendencia general el tramo C3 y D con la misma proporción (23,1%), presentando la menor proporción de público ABC1 en comparación con los demás espacios (18,5%).

NSE	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
ABC1	33,6%	34,4%	30,7%	50,8%	49,0%	50,0%	40,0%	36,6%	22,9%	26,3%	35,4%	18,5%	35,6%
C2	34,6%	39,7%	42,2%	40,2%	38,8%	38,0%	40,0%	45,0%	54,2%	50,9%	41,0%	35,4%	41,3%
C3	22,4%	15,4%	18,7%	4,9%	10,2%	10,0%	16,0%	14,1%	16,7%	19,3%	20,1%	23,1%	16,0%
D	7,5%	9,7%	7,2%	3,3%	2,0%	2,0%	4,0%	4,2%	6,3%	3,5%	3,5%	23,1%	6,6%
E	1,9%	0,8%	1,2%	0,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5%

Región de procedencia

El 90,4% del público procede de la Región Metropolitana y un 4,9% de regiones, proporción baja en comparación a años anteriores.

Por otra parte, el porcentaje de extranjeros se incrementa respecto a los últimos 3 años, correspondiendo al 4,7% de los públicos de GAM, en orden la mayoría de los públicos extranjeros provienen de Argentina (19,0%), Brasil (12,7%), México (11,1%) y Venezuela (11,1%).



Región de procedencia según espacio

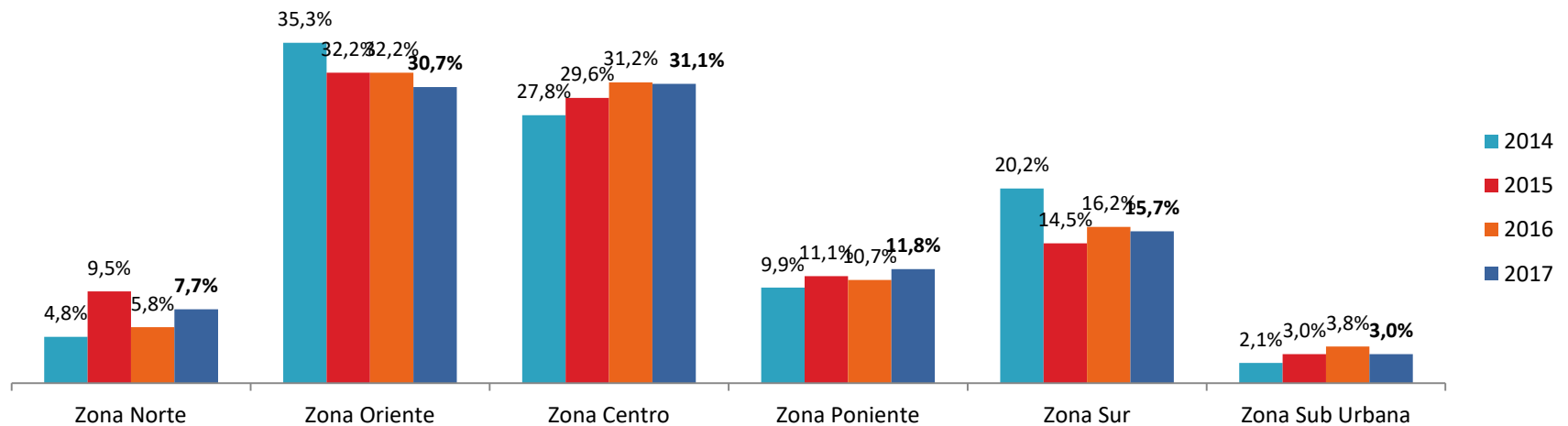
- Para **Danza, BiblioGAM y Audiencias** no se presentan casos de públicos provenientes de otras regiones del país distinta a la Metropolitana. Por otra parte, el espacio en el que hay mayor porcentaje de público de regiones es la Sala MAPA con un 12,7%, seguido de la Sala de Artes Visuales (esta tendencia se repite respecto al año anterior).
- Sobre el público extranjero, destacan los porcentajes por sobre la media en las tiendas **END** (14,0%), **Librería** (10,0%) y **Restorán** (8,0%). La sala de **Artes Visuales** también convoca un alto porcentaje de público extranjero (10,1%).
- Por último, se debe mencionar que los espacios que tienen mayor porcentaje de público de la Región Metropolitana es el de **Audiencias** (100%) y **Comunidades** (98,5%)

Región de procedencia	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Región Metropolitana	96,5%	80,2%	82,5%	95,9%	82,0%	84,0%	78,0%	96,3%	94,0%	96,5%	100,0%	98,5%	90,4%
Regiones	-	9,7%	12,7%	1,6%	10,0%	6,0%	8,0%	1,6%	-	3,5%	-	1,5%	4,9%
Extranjero	3,5%	10,1%	4,8%	2,5%	8,0%	10,0%	14,0%	2,1%	6,0%	-	-	-	4,7%

Procedencia según zona de la RM

Entre los visitantes de la Región Metropolitana, y de manera inversa a los años anteriores, predomina en primer lugar los que proceden de la zona centro, con un 31,1%; seguidos por los de la zona oriente, con un 30,7%.

En tercer lugar el público de la zona sur con un 15,7%, y los de la zona poniente con un 11,8%.





Procedencia según zona de la RM por espacio

- Para **Danza, Sala de Arte Popular, Café Público** y **END**, los resultados se ajustan a la tendencia general, con un público de la Región Metropolitana que procede en primer lugar de la zona centro y luego de la zona oriente.
- En **Teatro, Música, Restorán, Librería** y **Audiencias**, la concentración en estas dos zonas se invierte, siendo más numerosos quienes provienen de la zona oriente.
- En **Comunidades** existe la mayor diversificación, la mayoría viene de la zona poniente (26,6%), seguido por la zona sur (23,4%), luego la zona centro (18,8%), la zona oriente (17,2%) y la zona norte (10,2%).

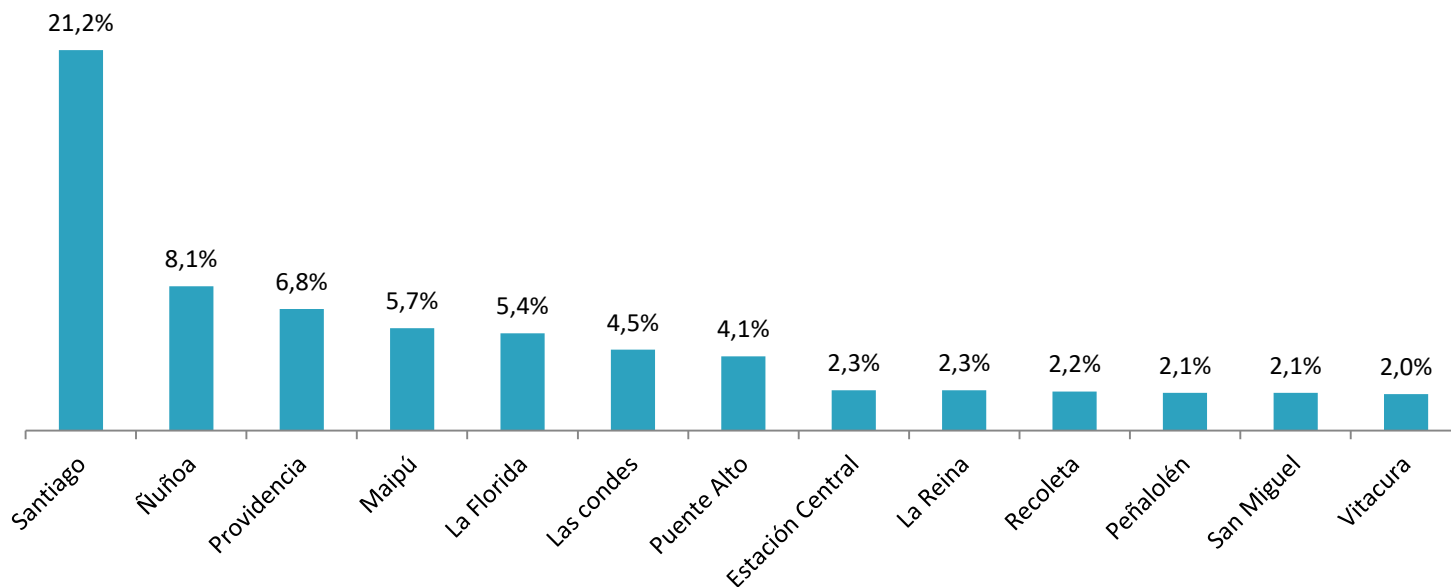
Zonas RM	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Zona norte	11,7%	8,0%	9,5%	3,4%	-	4,8%	2,6%	5,4%	10,6%	14,5%	7,9%	10,9%	7,7%
Zona oriente	18,0%	26,1%	24,8%	30,8%	46,3%	35,7%	25,6%	37,0%	27,7%	30,9%	44,8%	17,2%	30,7%
Zona centro	36,0%	25,6%	30,7%	45,3%	29,3%	33,3%	41,0%	32,1%	31,9%	29,1%	26,1%	18,8%	31,1%
Zona poniente	11,7%	14,1%	15,3%	8,5%	2,4%	9,5%	15,4%	8,7%	17,0%	10,9%	7,3%	26,6%	11,8%
Zona Sur	18,0%	22,6%	18,2%	7,7%	12,2%	14,3%	15,4%	15,8%	10,6%	10,9%	10,9%	23,4%	15,7%
Zona sub urbana	4,5%	3,5%	1,5%	4,3%	9,8%	2,4%		1,1%	2,1%	3,6%	3,0%	3,1%	3,0%



Procedencia según comunas de la RM

En cuanto a las comunas de procedencia, en primer lugar se encuentra con un alto porcentaje Santiago Centro con un 21,2%.

Le siguen en orden las comunas de Ñuñoa (8,1%), Providencia (6,8%), Maipú (5,7%) y La Florida (5,4%). Cabe destacar que el 3,1% es residente del Barrio Lastarria.



*En el gráfico solo se muestran las comunas que obtuvieron desde 2,0% de representación.



Vecinos del Barrio Lastarria según espacio

- El **Café Público** es el espacio que recibe mayor proporción de vecinos del Barrio Lastarria con un 9,0%, seguido de **END** con un 6,0%, y el público de Música con un 5,3%.
- Ni la **Librería** ni las **Comunidades** presentan casos de vecinos.

Vecino Barrio Lastarria	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sí es vecino	5,2%	1,6%	2,4%	9,0%	4,0%	-	6,0%	1,6%	2,0%	5,3%	2,4%	-	3,1%
No es vecino	94,8%	98,4%	97,6%	91,0%	96,0%	100,0%	94,0%	98,4%	98,0%	94,7%	97,6%	100,0%	96,9%

Hábitos y prácticas culturales

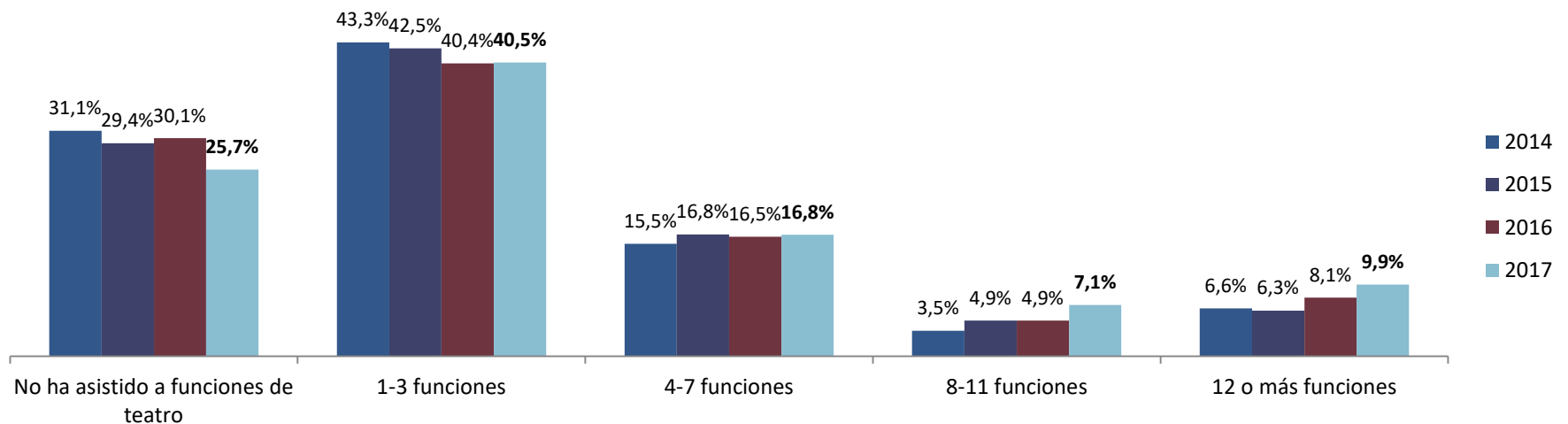


Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses

Un 74,3% de los visitantes ha asistido al teatro al menos 1 vez en los últimos 12 meses, es decir un 25,7% no ha asistido.

Aunque la mayoría ha asistido a espectáculos teatrales en el último año, predomina el tramo de menor frecuencia de asistencia: un 40,5% asistió de 1 a 3 funciones, y un 33,8% ha asistido más de 3 veces.

Si bien los resultados son similares a los años anteriores, destaca el incremento constante de quienes han asistido entre 8 y 11 funciones, y los que han asistido más de 12 veces.





Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses según espacio

- El público de las funciones de **Teatro** ha asistido en mayor medida a funciones de teatro en los últimos 12 meses, (un 94,2% ha asistido), además el 29,3% declara haber asistido más de 12 veces. Le sigue los espectadores de Danza con un 89%, seguido de los públicos de **Audiencias** con un 85,1%. MAPA y las Comunidades concentran la mayor proporción de público que no ha asistido a espectáculos de teatro en los últimos 12 meses (45,2% y 41,5% respectivamente).

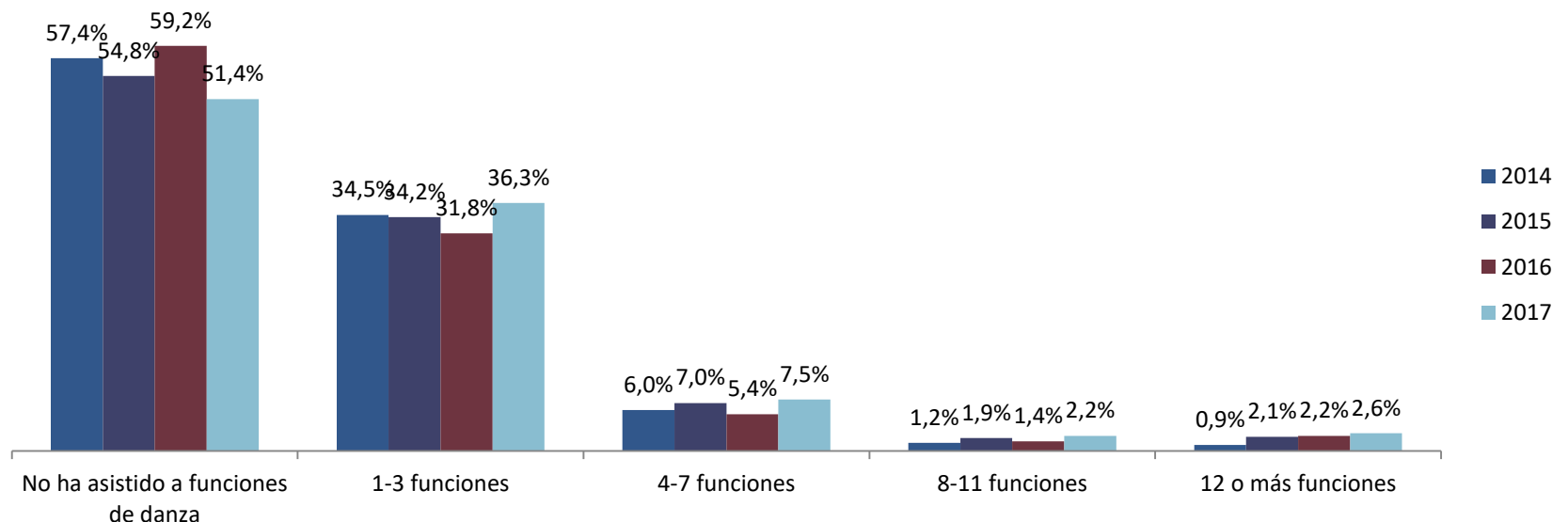
Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido	29,8%	33,5%	45,2%	22,1%	26,0%	24,0%	28,0%	5,8%	14,0%	22,8%	14,9%	41,5%	25,7%
1 a 3 veces	47,4%	45,6%	32,5%	32,0%	50,0%	40,0%	50,0%	32,5%	46,0%	54,4%	39,0%	43,1%	40,5%
4 a 7 veces	16,7%	11,3%	10,8%	22,1%	14,0%	18,0%	14,0%	24,1%	14,0%	15,8%	24,0%	10,8%	16,8%
8 a 11 veces	4,4%	4,8%	5,4%	9,8%	8,0%	6,0%	6,0%	8,4%	6,0%	7,0%	13,6%	1,5%	7,1%
12 o más veces	1,8%	4,8%	6,0%	13,9%	2,0%	12,0%	2,0%	29,3%	20,0%		8,4%	3,1%	9,9%



Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes, correspondiente al 51,4%, no ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses, porcentaje que ha disminuido respecto a años anteriores.

Un 36,3% ha asistido entre 1 a 3 veces a funciones de danza, en menor porcentaje quienes han asistido 4 a 7 veces (7,5%), seguido de quienes han asistido 12 veces o más (2,6%).





Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses según espacio

- Público de Teatro, **Danza, Comunidades y Audiencias** se caracterizan por presentar un público que en su mayoría ha asistido a espectáculos de danza en los últimos 12 meses.
- Se destaca en especial el público de **Comunidades** quienes presentan una mayor frecuencia de asistencia a espectáculos de danza: un 78,5% ha asistido al menos 1 vez, y un 12,3% ha asistido 12 veces o más en los últimos 12 meses.
- Público de la **Librería, Café Público y END** son los que presentan porcentajes más altos en cuanto a la no asistencia.

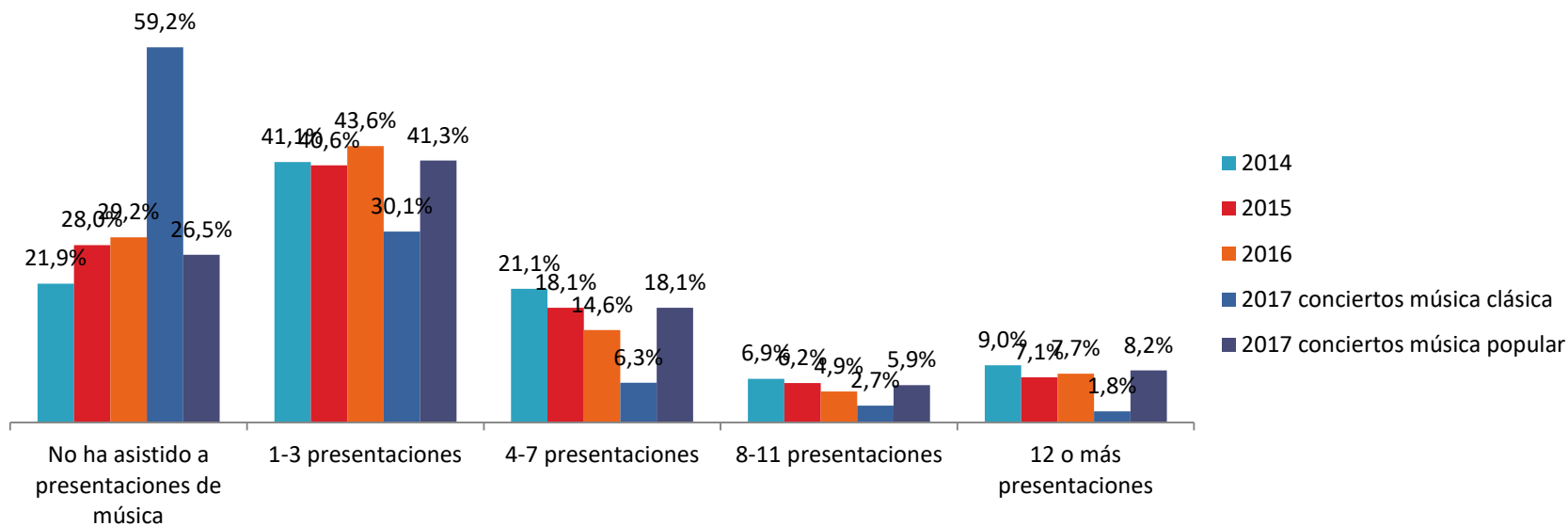
Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido	52,3%	56,5%	64,5%	51,6%	60,0%	64,0%	60,0%	47,6%	22,0%	50,9%	45,8%	21,5%	51,4%
1 a 3 veces	43,2%	30,6%	28,3%	42,6%	30,0%	28,0%	36,0%	36,1%	54,0%	43,9%	39,9%	36,9%	36,3%
4 a 7 veces	3,6%	7,3%	4,8%	2,5%	8,0%	4,0%	4,0%	10,5%	10,0%	5,3%	13,1%	15,4%	7,5%
8 a 11 veces	0,9%	2,0%	,6%	1,6%	2,0%	4,0%	-	2,6%	2,0%	-	1,3%	13,8%	2,2%
12 o más veces	-	3,6%	1,8%	1,6%	-	-	-	3,1%	12,0%	-	-	12,3%	2,6%



Asistencia a presentaciones de música en los últimos 12 meses

Este año, se preguntó de forma separada por la asistencia a conciertos de música clásica y música popular. Destaca que un 59,2% no ha asistido a conciertos de música clásica en los últimos 12 meses, porcentaje bastante mayor en comparación a quienes no han asistido a conciertos de música popular (26,5%).

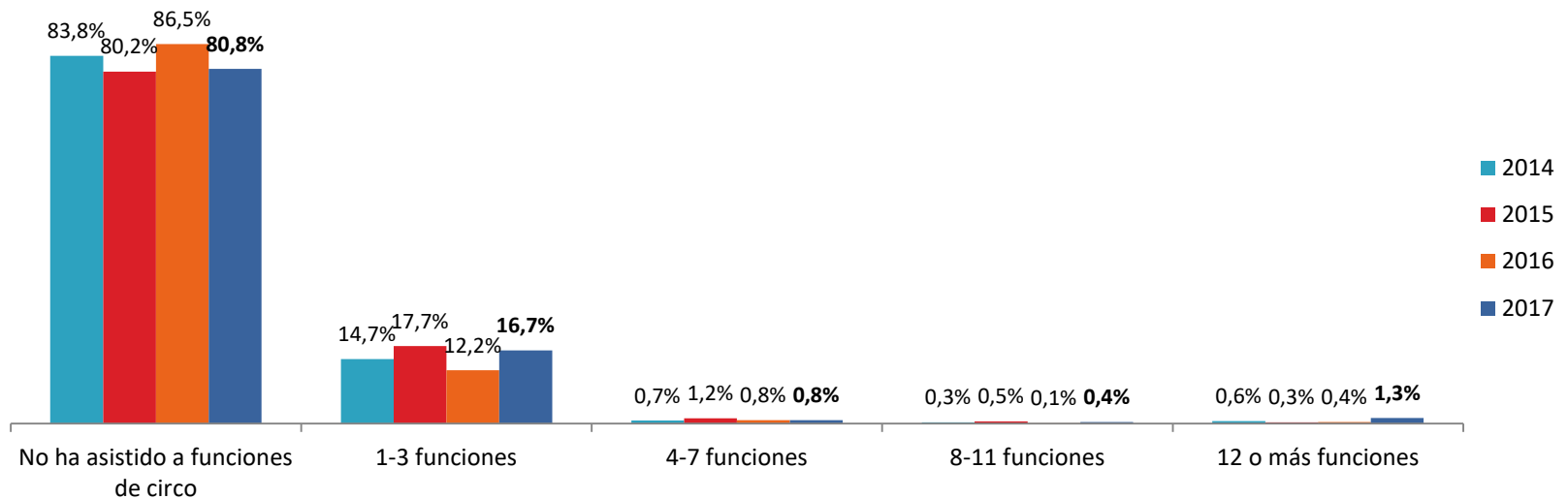
Un 41,3% asistió entre 1 a 3 veces a conciertos de música popular, un 18,1% entre 4 y 7 veces, y un 8,2% asistió 12 veces o más. Los porcentajes de asistencia a conciertos de música clásica son menores en comparación con otras disciplinas (teatro y danza) un 30,1% ha asistido entre 1 a 3 veces.





Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses

La gran mayoría de los visitantes, correspondiente al 80,8%, no ha asistido a funciones de circo en los últimos 12 meses, cifra que disminuye respecto al año anterior. Le sigue con menor porcentaje (16,7%) quienes han asistido entre 1 a 3 veces. Es marginal el porcentaje correspondiente a quienes han asistido más de 4 veces al circo.





Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses según espacio

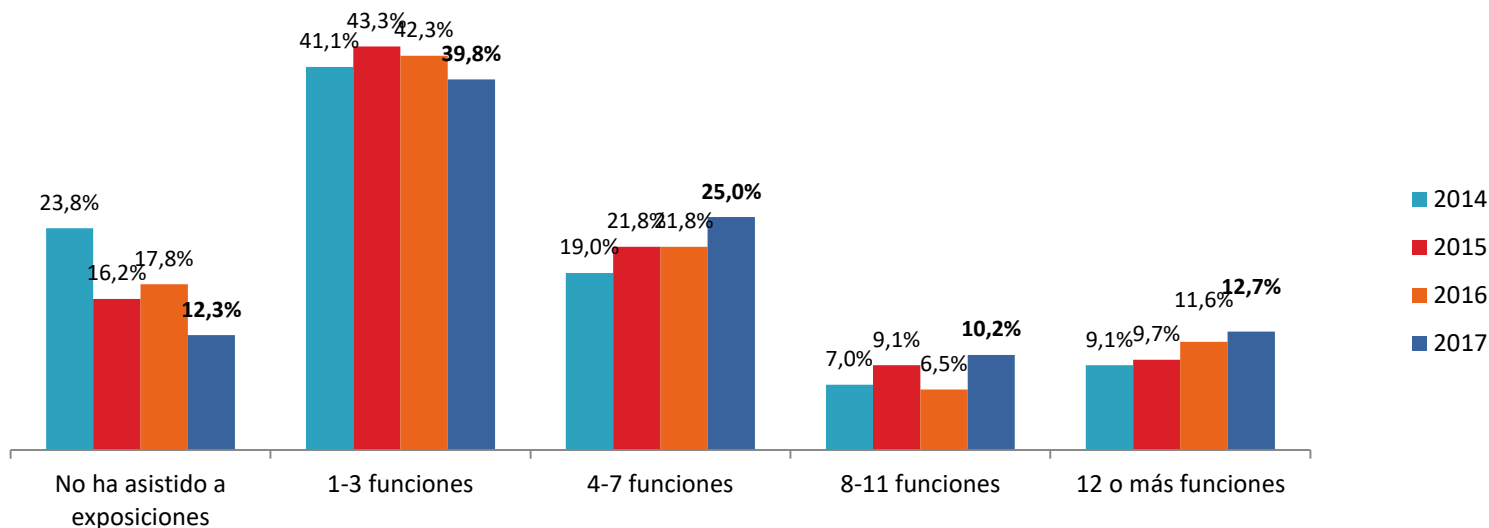
- Se puede decir que el público de las **Comunidades** (29,2%), la **Librería** (28,0%), **BiblioGAM** (24,5%) y **Audiencias** (23,7%) son los que presentan mayor asistencia al circo en comparación con los otros espacios.
- Por otra parte, los públicos de **Restorán** y **Música** son los que tienen una menor proporción de asistencia (12,2% y 12,3% respectivamente).

Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido	75,5%	83,1%	83,7%	83,6%	87,8%	72,0%	80,0%	82,2%	82,0%	87,7%	76,3%	70,8%	80,8%
1 a 3 veces	23,6%	13,7%	15,7%	12,3%	10,2%	28,0%	16,0%	17,3%	18,0%	12,3%	23,7%	9,2%	16,7%
4 a 7 veces	0,9%	,8%					4,0%	0,5%		-	-	6,2%	0,8%
8 a 11 veces	-	,8%	-	0,8%	2,0%	-	-	-	-	-	-	1,5%	0,4%
12 o más veces	-	1,6%	0,6%	3,3%	-	-	-	-	-	-	-	12,3%	1,3%



Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses

Un 87,7% de los visitantes ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses, cifra que ha aumentado en los últimos años, solo un 12,3% dice no haber asistido. En cuanto a la cantidad de asistencias, se observa para los tramos de mayor frecuencia un incremento porcentual: un 25% ha asistido entre 4 a 7 exposiciones, un 10,2% ha asistido entre 8 y 11 exposiciones, y un 12,7% declara haber asistido 12 veces o más.





Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses según espacio

- Como es de esperar, el público de la sala de **Artes Visuales** y de la Sala de **Arte Popular** ha asistido en mayor proporción a exposiciones de artes visuales (96,0% y 92,2% respectivamente), le sigue el **Café Público** con 91,8%. No se consideró la exposición que estaban viendo al momento de la encuesta.
- Sobre la frecuencia destaca **END**, el 20% ha asistido 12 veces o más exposiciones.
- Por otra parte, las **Comunidades** registran un mayor porcentaje de no asistencia a exposiciones, el 30,8% declaro no haber asistido en los últimos 12 meses a una exposición de artes visuales.

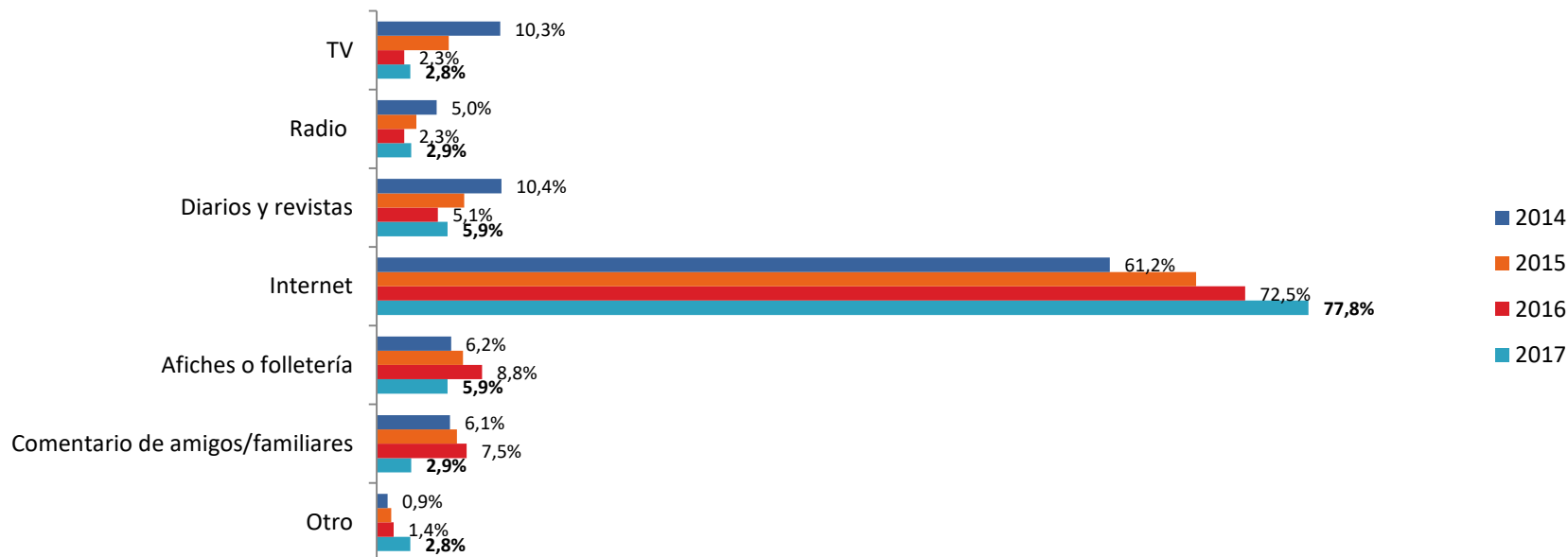
Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audencias	Comunidades	Total
No ha asistido	14,3%	4,0%	7,8%	8,2%	24,0%	12,0%	10,0%	16,2%	30,0%	12,3%	11,2%	30,8%	12,3%
1 a 3 veces	41,1%	35,1%	39,8%	33,6%	42,0%	36,0%	36,0%	42,9%	34,0%	49,1%	46,7%	41,5%	39,8%
4 a 7 veces	27,7%	29,4%	21,7%	32,8%	14,0%	28,0%	26,0%	21,5%	24,0%	21,1%	27,6%	10,8%	25,0%
8 a 11 veces	8,9%	18,1%	10,8%	9,8%	6,0%	10,0%	8,0%	7,3%	4,0%	5,3%	9,2%	6,2%	10,2%
12 o más veces	8,0%	13,3%	19,9%	15,6%	14,0%	14,0%	20,0%	12,0%	8,0%	12,3%	5,3%	10,8%	12,7%



Principal medio de información sobre actividades culturales

La mayoría del público (77,8%) declara que el principal medio utilizado para informarse sobre espectáculos artísticos y actividades culturales en general corresponde a internet. Se observa, que este porcentaje se ha ido incrementado año a año, mientras que otros medios disminuyen como alternativa principal de información: diarios y revistas (5,9%), Afiches y folletería (5,9%), comentarios de amigos y familiares (2,9%).

En general el resto de los medios presentan porcentajes muy inferiores.





Principal medio de información sobre actividades culturales según espacio

- En todos los espacios el mayor porcentaje de público es el que indica que internet es su principal medio de información sobre actividades culturales, para algunos espacios este porcentaje alcanza casi la totalidad de los casos: **Comunidades** 92,3%, **Café Público** 90,2%, **Restorán** 90,0%.
- Sin embargo, en las actividades de **Audiencias**, si bien internet es el medio que alcanza el primer lugar (36,8%), existen porcentajes significativos de público que declara que su principal medio es Diarios y revistas (27,2%) y radio (14,4%).

Medio de información sobre actividades culturales	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
TV	4,3%	2,8%	3,6%	-	4,0%	2,0%	2,0%	2,1%	4,1%	-	5,6%	1,5%	2,8%
Radio	2,6%	3,6%	-	,8%	2,0%	-	-	1,1%	-	5,3%	14,4%	-	2,9%
Diarios y revistas	7,8%	3,2%	3,6%	2,5%	2,0%	8,0%	4,0%	3,7%	4,1%	-	27,2%	-	5,9%
Internet	67,2%	79,8%	80,1%	90,2%	90,0%	84,0%	88,0%	82,1%	83,7%	86,0%	36,8%	92,3%	77,8%
Afiches o folletería	8,6%	4,5%	6,6%	4,1%	-	4,0%	-	3,2%	2,0%	5,3%	4,8%	6,2%	4,6%
Comentarios de amigos o familiares	7,8%	5,7%	4,8%	2,5%	2,0%	-	4,0%	7,4%	4,1%	3,5%	8,0%	-	5,1%
Otros	1,7%	0,4%	1,2%	-	-	2,0%	2,0%	0,5%	2,0%	-	3,2%	-	1,0%

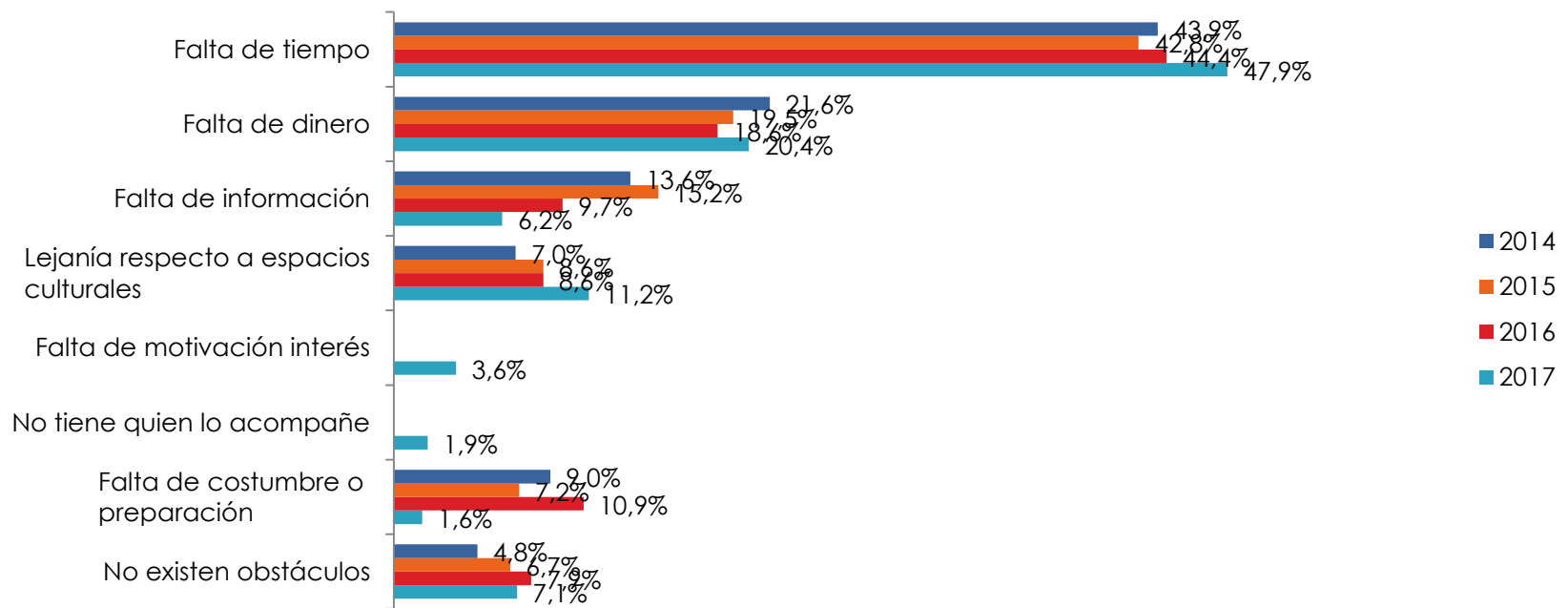


Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones

El principal obstáculo señalado por el público para asistir a espectáculos y exposiciones, al igual que en años anteriores, corresponde a la *falta de tiempo* (47,9%), seguida de la *falta de dinero* (20,4%). Estos dos porcentajes se ven en aumento.

Sin embargo la tercera mayoría, con un 11,2% es la *lejanía respecto a espacios culturales*, lugar que años anteriores correspondía al obstáculo *falta de costumbre o preparación*, el cual hoy obtiene solo un 5,2% (sumando las alternativas: *falta motivación o interés* 3,6% y *falta de costumbre o preparación* 1,6%).

Destaca también la disminución constante del porcentaje que señala como obstáculo la *falta de información*.





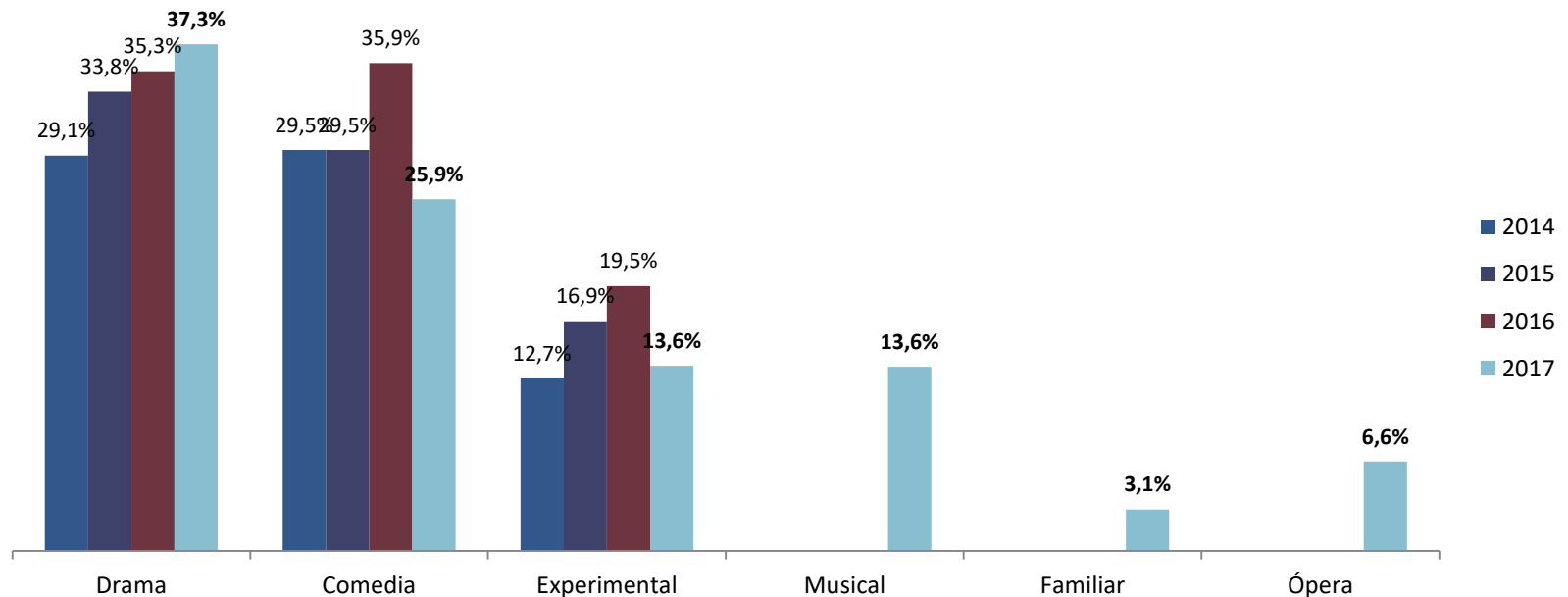
Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones según espacio

- **A excepción el público de la Librería y Audiencias, todos los espacios** se ajustan a los resultados generales, con un mayor porcentaje de público que declara que su principal obstáculo para asistir a espectáculos y exposiciones es la falta de tiempo, seguida de la falta de dinero.
- El principal obstáculo para los públicos de actividades de **Audiencias**, es en primer lugar y con el mismo porcentaje (24,2%) es la falta de dinero y no existen obstáculos, y en segundo lugar se ubica la falta de tiempo (22,6%).
- Para **Librería** el segundo obstáculo, después de la falta de tiempo, es la lejanía respecto a espacios culturales (18,0%).

Obstáculos para la asistencia	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Falta de tiempo	43,1%	40,1%	54,9%	60,7%	68,0%	52,0%	50,0%	48,4%	64,0%	50,0%	22,6%	56,9%	47,9%
Falta de dinero	25,9%	18,2%	12,8%	13,9%	10,0%	14,0%	28,0%	28,4%	16,0%	25,0%	24,2%	26,2%	20,4%
Falta de información	6,9%	8,5%	7,9%	8,2%		2,0%	4,0%	7,9%	2,0%	3,6%	4,0%	3,1%	6,2%
Lejanía respecto a espacios culturales	7,8%	16,6%	12,2%	7,4%	12,0%	18,0%	10,0%	6,3%	8,0%	10,7%	15,3%	6,2%	11,2%
Falta de motivación o interés	8,6%	4,5%	2,4%	3,3%	4,0%	6,0%	2,0%	1,1%	10,0%	1,8%	,8%	3,1%	3,6%
No tiene quién lo acompañe	1,7%	2,4%	1,8%	-	-	4,0%	2,0%	0,5%	-	1,8%	7,3%	-	1,9%
Falta de costumbre preparación o entendimiento	2,6%	2,8%	2,4%	,8%	-	-	2,0%	0,5%	-	-	1,6%	3,1%	1,6%
No existen obstáculos	3,4%	6,9%	5,5%	5,7%	6,0%	4,0%	2,0%	6,8%		7,1%	24,2%	1,5%	7,1%

Género teatral preferido

La mayor parte, un 37,3%, prefiere el drama, tendencia que aumenta en comparación con años anteriores. La segunda preferencia sigue siendo la comedia con un 25,9%, porcentaje que disminuye significativamente respecto al año anterior, lo que se puede deber a la incorporación de nuevas alternativas de respuesta. Tanto el teatro experimental, como el teatro musical obtienen un 13,6% de preferencia, seguido de la ópera con un 6,6% y por último el teatro familiar con un 3,1%.



Género teatral preferido según espacio

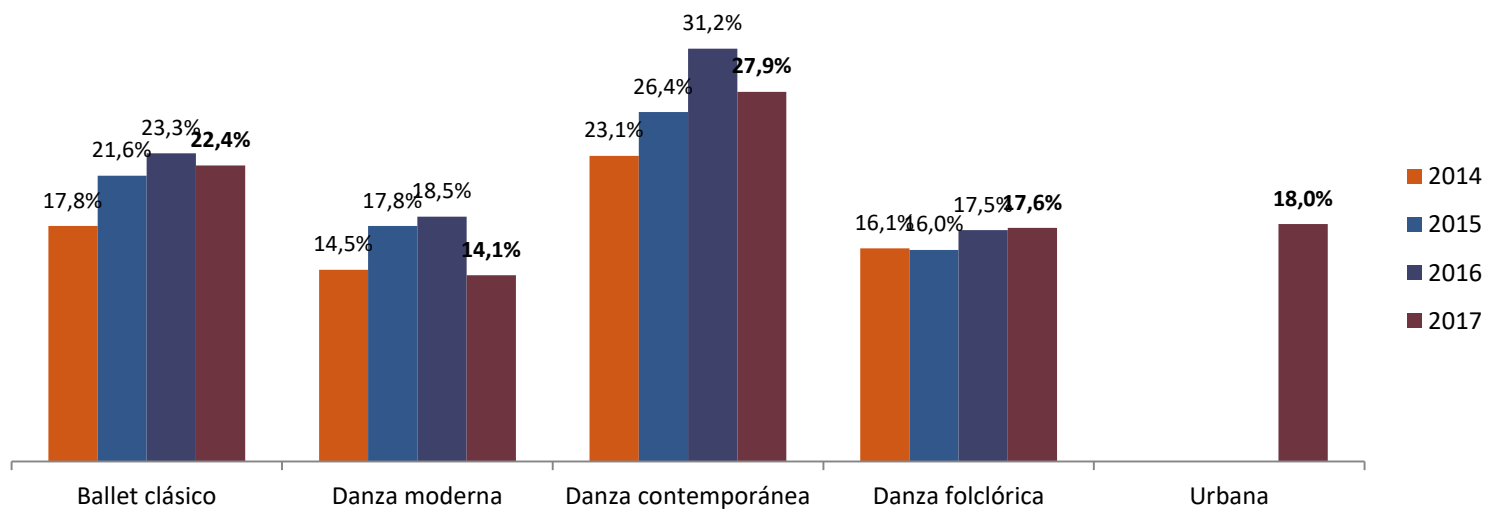
- Todos los espacios se ajustan a los resultados generales, con una mayor preferencia por el drama, seguida por la comedia, a excepción del público de **Danza, Restorán y Comunidades**
- En **Danza** la preferencia es por el teatro experimental (28,0%), seguidos con el mismo porcentaje el drama y la comedia (20,0%).
- Las **Comunidades** Tienen como preferencia la comedia (33,8%), seguida por el teatro musical (23,1%). El público de **Restorán** también prefiere la comedia (38,8%), antes que el drama (36,7%).
- En **Música y Audiencias**, destacan los porcentajes que prefieren la ópera (17,9% y 15,6% respectivamente).

Género teatral de preferencia	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Drama	39,5%	34,4%	34,9%	45,9%	36,7%	42,0%	36,0%	52,1%	24,0%	25,0%	34,0%	16,9%	37,3%
Comedia	19,3%	25,1%	30,7%	22,1%	38,8%	28,0%	32,0%	23,2%	24,0%	19,6%	25,9%	33,8%	25,9%
Experimental	7,9%	18,2%	12,7%	11,5%	8,2%	14,0%	18,0%	10,0%	28,0%	19,6%	8,2%	20,0%	13,6%
Musical	19,3%	12,1%	13,9%	12,3%	6,1%	8,0%	6,0%	10,5%	20,0%	17,9%	15,0%	23,1%	13,6%
Familiar	5,3%	3,6%	3,6%	3,3%	6,1%	2,0%	4,0%	1,6%	2,0%	-	1,4%	4,6%	3,1%
Ópera	8,8%	6,5%	4,2%	4,9%	4,1%	6,0%	4,0%	2,6%	2,0%	17,9%	15,6%	1,5%	6,6%



Tipo de danza preferido

El mayor porcentaje de los encuestados declara preferir la danza contemporánea (27,9%), seguido de quienes se inclinan por el ballet clásico (22,4%), ambas preferencias presentan una baja en sus porcentajes respecto a años anteriores. En tercer lugar, y como una alternativa nueva de respuesta, se ubica la danza urbana con un 18,0% de preferencia.





Tipo de danza preferido según espacio

- En **Teatro**, Sala de **Artes Visuales**, **Café Público**, la primera preferencia la constituye la danza contemporánea y en segundo lugar Ballet clásico, es decir acorde a la tendencia general.
- El público de **Danza**, presenta el más alto porcentaje de preferencia para danza contemporánea, sin embargo su segunda preferencia es la danza folklórica (22,4%).
- Para **Audiencias** y **Restorán**, la primera preferencia es el Ballet clásico (40,0% y 37,5% respectivamente).

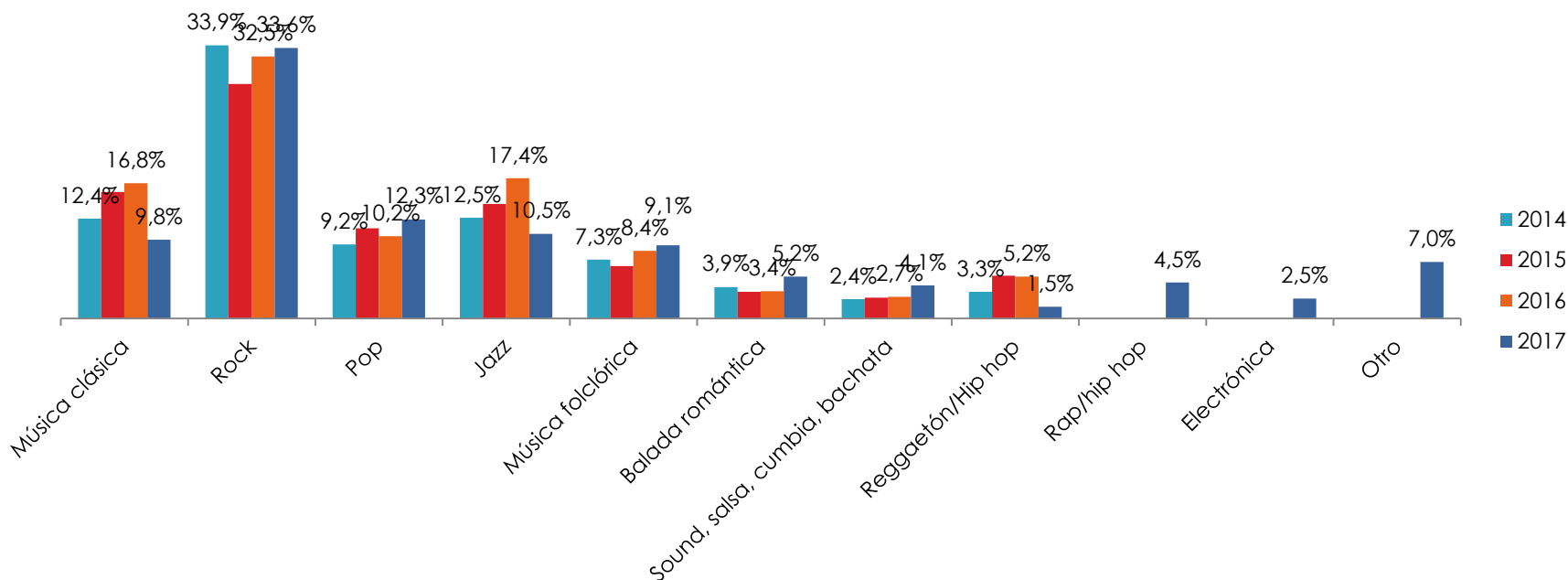
Género danza de preferencia	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Ballet clásico	21,3%	21,5%	15,1%	27,5%	37,5%	16,0%	16,0%	20,5%	10,2%	21,8%	40,0%	10,8%	22,4%
Danza moderna	13,0%	11,8%	13,9%	10,8%	27,1%	18,0%	10,0%	13,2%	12,2%	9,1%	24,1%	7,7%	14,1%
Danza contemporánea	26,9%	25,6%	24,7%	29,2%	16,7%	30,0%	32,0%	39,5%	49,0%	32,7%	16,6%	20,0%	27,9%
Danza folklórica	16,7%	21,5%	22,9%	15,0%	10,4%	20,0%	24,0%	15,8%	22,4%	25,5%	10,3%	6,2%	17,6%
Danza urbana	22,2%	19,5%	23,5%	17,5%	8,3%	16,0%	18,0%	11,1%	6,1%	10,9%	9,0%	55,4%	18,0%

Género musical preferido

El género musical preferido por el público sigue siendo el rock (33,6%), y en segundo lugar el pop (12,3%), ambos incrementan su porcentaje respecto al año anterior. Esta vez, la encuesta incluyó la alternativa abierta “otro género musical, indique cuál”, esto permitió diversificar las respuestas alterando las proporciones respecto a años anteriores.

La tercera preferencia con un 10,5% es el jazz, seguida por la música clásica con un 9,8%.

Dentro del 7% de “otros”, se encuentra, la música indie, el raggae/dancehall, el bossa y el metal.



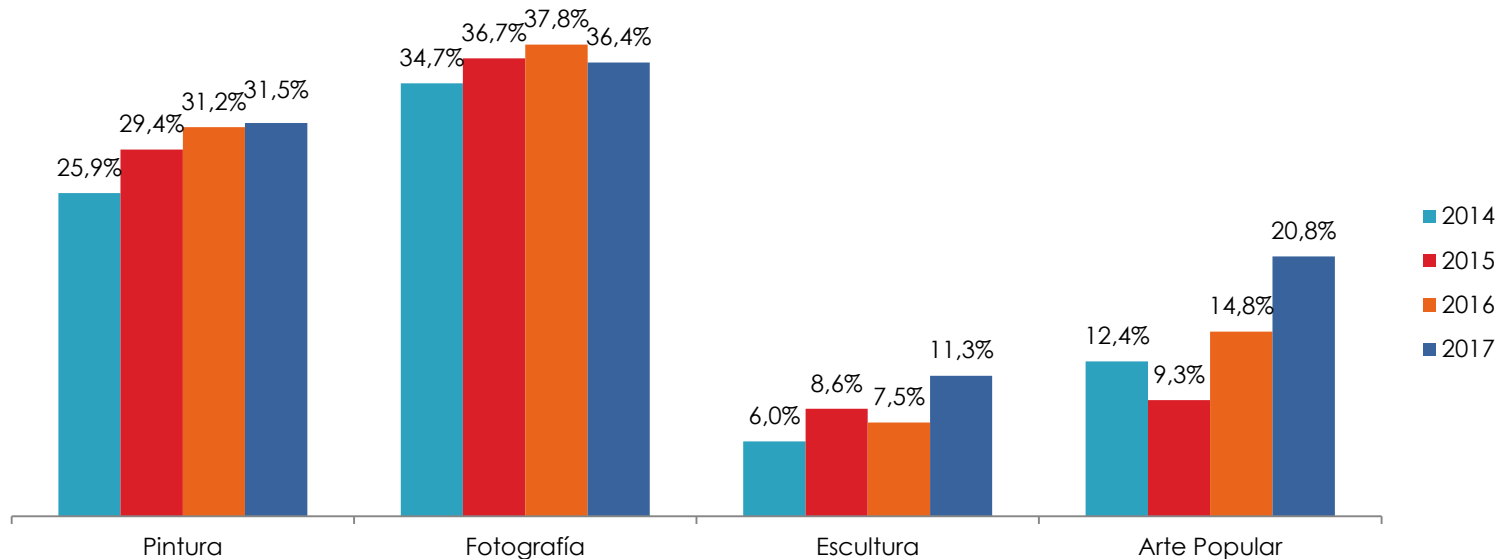
Género musical preferido según espacio

- La mayoría de los espacios siguen la tendencia general teniendo como preferencia el rock, a excepción de **Danza** que en la primera preferencia tiene tanto al rock como el jazz (22,0%); **Audiencias** tiene como primera preferencia la música clásica (39,9%); y las **Comunidades** prefieren "otros" (26,2%, correspondiente a dancehall, raggaie y k-pop, principalmente).
- Para el público de **Música**, si bien su preferencia es el rock (29,8%), la música clásica alcanza un porcentaje significativo (21,1%), así también la música folklórica (17,5%).

Género musical de preferencia	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Resto rán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Música clásica	10,8%	5,7%	2,4%	4,1%	8,0%	10,0%	2,0%	4,2%	4,0%	21,1%	39,9%	4,6%	9,8%
Rock	35,1%	39,2%	38,6%	47,5%	44,0%	40,0%	40,0%	36,3%	22,0%	29,8%	7,0%	15,4%	33,6%
Jazz	10,8%	7,8%	10,8%	11,5%	10,0%	14,0%	14,0%	12,6%	22,0%	15,8%	6,3%	3,1%	10,5%
Música folklórica	6,3%	9,4%	7,8%	4,9%	2,0%	12,0%	6,0%	11,6%	12,0%	17,5%	13,3%	3,1%	9,1%
Balada romántica	6,3%	3,3%	6,6%	2,5%	12,0%	-	6,0%	5,3%	8,0%	-	11,2%	-	5,2%
Sound, salsa, cumbia, bachata	6,3%	1,6%	3,0%	2,5%	4,0%	8,0%	4,0%	4,7%	2,0%	1,8%	2,1%	18,5%	4,1%
Pop	9,9%	13,5%	11,4%	15,6%	14,0%	12,0%	12,0%	16,3%	20,0%	5,3%	7,0%	7,7%	12,3%
Reggaetón	0,9%	2,4%	3,0%	-	-	-	-	,5%	-	-	4,2%	-	1,5%
Rap/hip hop	7,2%	5,3%	2,4%	5,7%	-	-	8,0%	1,6%	4,0%	-	2,1%	21,5%	4,5%
Electrónica	2,7%	4,1%	4,8%	0,8%	2,0%	2,0%	4,0%	2,1%	4,0%	-	-	-	2,5%
Otros	3,6%	7,8%	9,0%	4,9%	4,0%	2,0%	4,0%	4,7%	2,0%	8,8%	7,0%	26,2%	7,0%

Tipo de exposición preferida

El tipo de exposición preferida por los públicos corresponde a fotografía (36,4%), porcentaje que disminuye marginalmente respecto al año anterior. Le sigue como segunda preferencia pintura (31,5%), y luego las exposiciones de arte popular (20,8%), esta última muestra un incremento considerable en los últimos años.





Tipo de exposición preferida según espacio

- A diferencia de los demás espacios, los públicos de **Música** y **Audiencias** muestran como primera preferencia las exposiciones de pintura (43,9% y 59,8% respectivamente).
- Las **Comunidades**, si bien tienen como primera preferencia las exposiciones de fotografía, la segunda preferencia son las exposiciones de arte popular con un porcentaje significativo (33,8%).

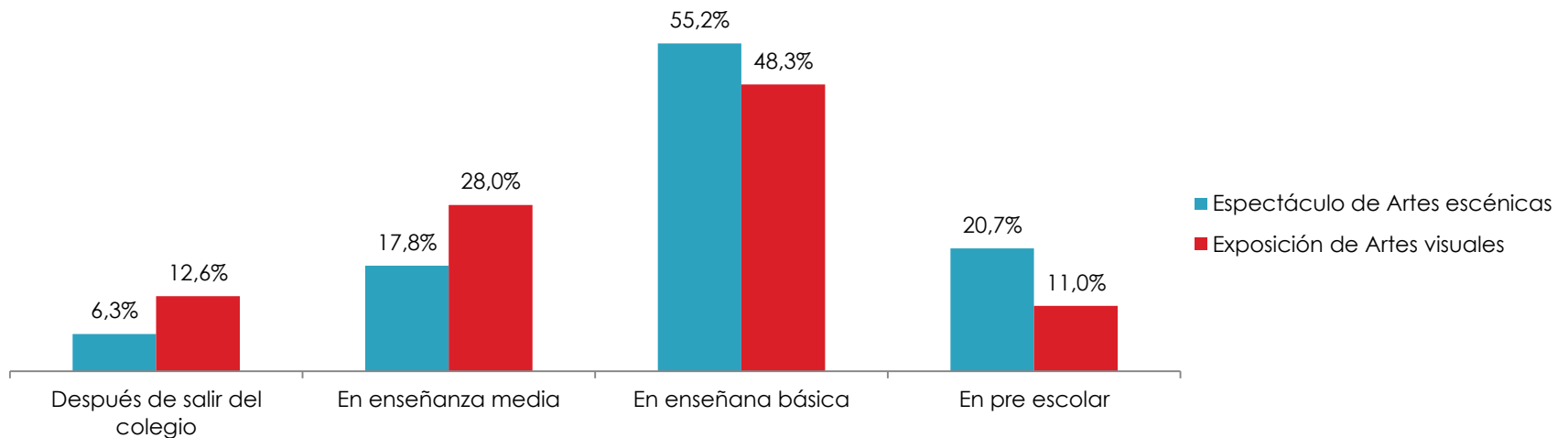
Tipo de exposición de preferencia	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Pintura	27,4%	27,9%	29,1%	34,7%	30,0%	28,0%	29,2%	26,7%	26,5%	43,9%	59,8%	12,3%	31,5%
Fotografía	38,1%	38,9%	37,0%	43,8%	42,0%	40,0%	39,6%	40,8%	30,6%	26,3%	17,2%	35,4%	36,4%
Escultura	11,5%	13,8%	17,0%	7,4%	8,0%	10,0%	12,5%	8,9%	14,3%	5,3%	4,9%	18,5%	11,3%
Arte popular	23,0%	19,4%	17,0%	14,0%	20,0%	22,0%	18,8%	23,6%	28,6%	24,6%	18,0%	33,8%	20,8%



Período de la primera asistencia a un espectáculo de artes escénicas y exposición de artes visuales

La mayor parte del público, asistió por primera vez, tanto a un espectáculo de artes escénicas, como a una exposición de artes visuales en el periodo de su vida en el que cursaba la enseñanza básica (entre 6 y 13 años).

Le sigue, en cuanto a un espectáculo de artes escénicas quienes asistieron por primera vez en la etapa preescolar (20,7%), en cambio la segunda mayoría de la primera visita a una exposición de arte es en la enseñanza media (28,0%).





Período primera asistencia a un espectáculo de artes escénicas según espacio

- Los públicos de todos los espacios se ajustan a la tendencia general, es decir señalan haber asistido por primera vez a un espectáculo de artes escénicas en enseñanza básica.
- Destaca que los porcentajes más altos de primera asistencia después de salir del colegio le corresponden a las tiendas **END** (12,2%) y Restorán (10,2%).
- Por otra parte, los públicos que concentran los porcentajes más altos de la primera asistencia en enseñanza preescolar son los de **Sala Artes Visuales** (25,9%) y **BiblioGAM** (25,0%).

Primera asistencia espectáculo artes escénicas	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
En preescolar	25,0%	25,9%	21,1%	18,9%	18,4%	18,0%	24,5%	13,2%	10,0%	16,1%	23,5%	24,6%	20,7%
En enseñanza básica	56,0%	53,4%	57,8%	61,5%	53,1%	60,0%	51,0%	58,9%	72,0%	60,7%	37,6%	55,4%	55,2%
En enseñanza media	15,5%	16,2%	13,9%	14,8%	18,4%	14,0%	12,2%	18,9%	12,0%	17,9%	34,9%	12,3%	17,8%
Después de salir del colegio	3,4%	4,5%	7,2%	4,9%	10,2%	8,0%	12,2%	8,9%	6,0%	5,4%	4,0%	7,7%	6,3%



Período de la primera asistencia a exposición de artes visuales

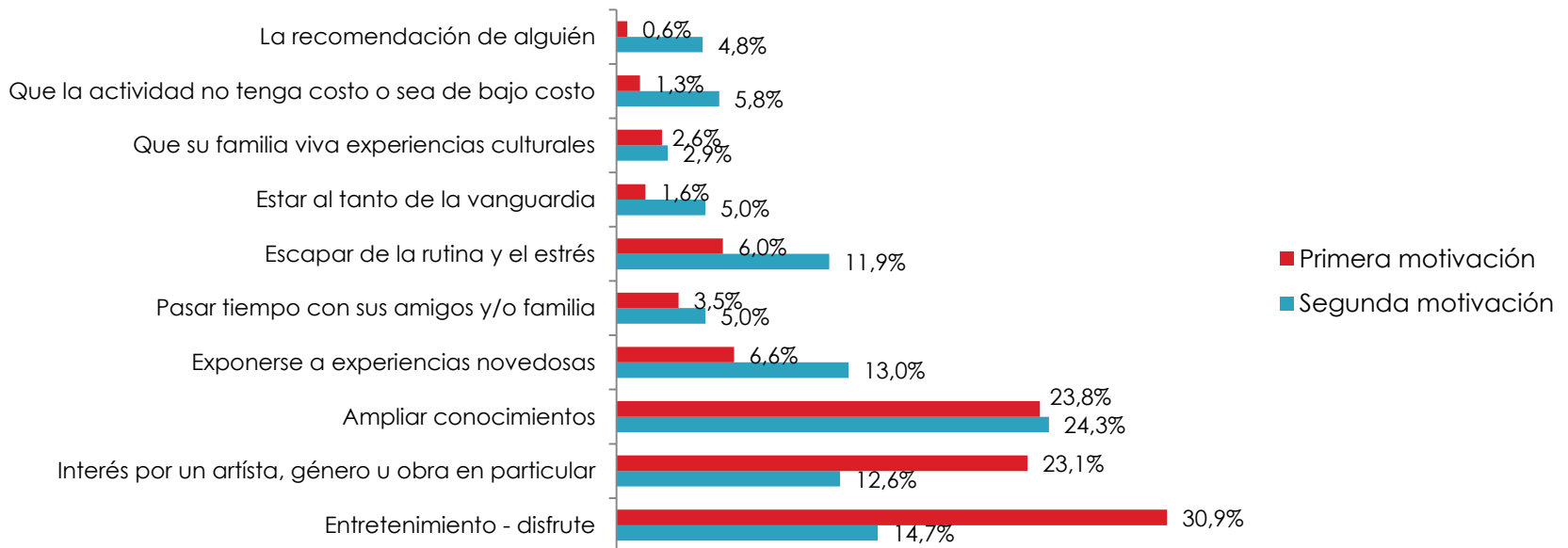
- En todos los espacios se mantiene la tendencia general, donde la mayor porcentaje del público declara haber asistido por primera vez a una exposición de artes visuales en la enseñanza básica.
- Destaca el público de **BiblioGAM** por concentrar el porcentaje más alto de quienes asistieron por primera vez en enseñanza preescolar (20,9%). Así también destaca el público de las actividades de **Audiencias** por tener el mayor porcentaje de público que asistió por primera vez después de haber salido del colegio (20,4%).

Primera asistencia exposición de artes visuales	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
En preescolar	20,9%	11,3%	6,0%	12,3%	8,5%	14,0%	18,0%	4,2%	6,1%	7,0%	17,7%	9,4%	11,0%
En enseñanza básica	40,9%	52,4%	57,8%	49,2%	51,1%	40,0%	42,0%	50,8%	51,0%	50,9%	33,3%	51,6%	48,3%
En enseñanza media	33,0%	27,0%	25,9%	29,5%	25,5%	28,0%	24,0%	29,3%	28,6%	24,6%	28,6%	28,1%	28,0%
Después de salir del colegio	5,2%	9,3%	10,2%	9,0%	14,9%	18,0%	16,0%	15,7%	14,3%	17,5%	20,4%	10,9%	12,6%



Motivaciones para participar de actividades culturales

Se preguntó por primera vez a los públicos por las motivaciones para asistir a actividades culturales, teniendo que responder en orden de importancia por su primera y segunda motivación. El mayor porcentaje de la principal motivación es “entretenimiento-disfrute” (30,9%), seguida por “ampliar conocimientos”(23,8%), y el “interés por un artista , género u obra en particular” (23,1%). Los resultados en orden, para la segunda motivación son “ampliar conocimientos” (24,3%), seguida de “entretenimiento-disfrute”(14,7%) y “exponerse a experiencias novedosas” (13,0%).





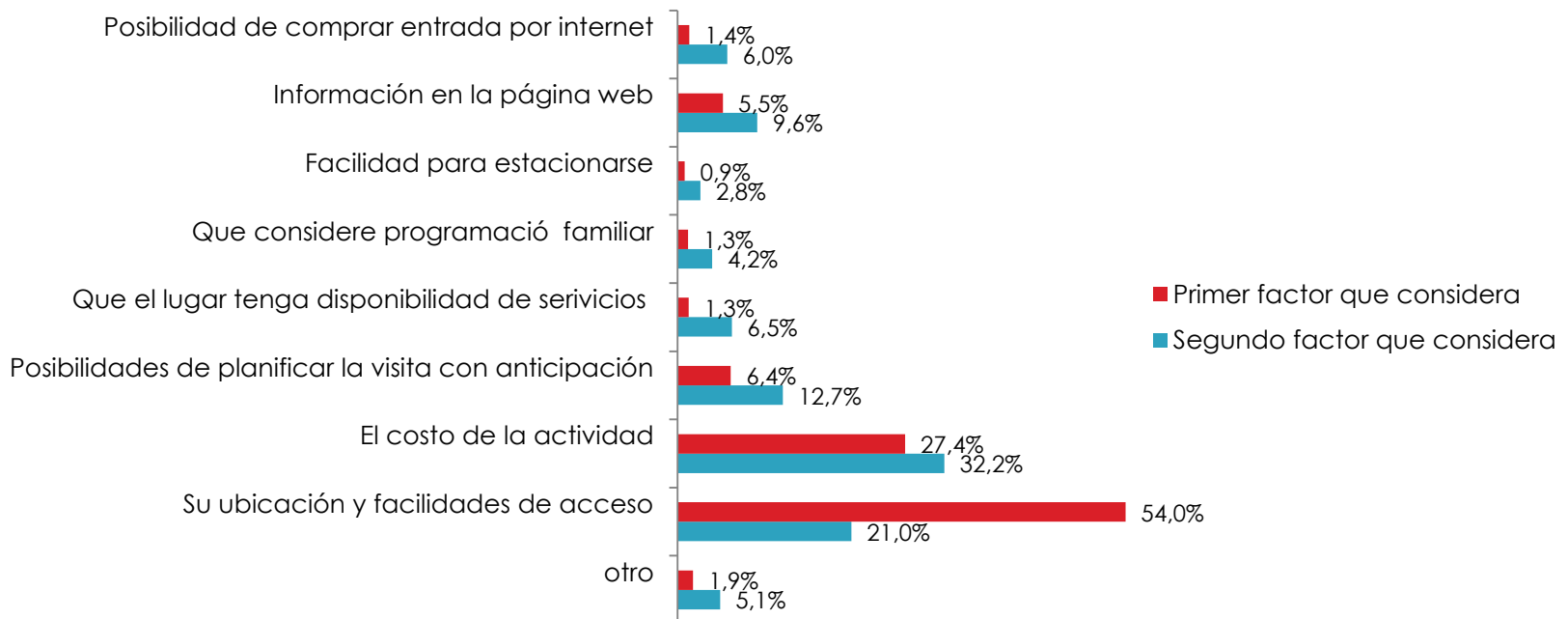
Motivaciones para participar de actividades culturales

Motivaciones de la participación en espacios culturales	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Entretenimiento - disfrute	39,8%	29,8%	25,3%	34,4%	32,0%	34,0%	36,0%	30,9%	26,0%	29,8%	29,6%	27,7%	30,9%
Interés por un artista, género u obra en particular	22,1%	17,3%	19,3%	36,1%	18,0%	34,0%	22,0%	23,6%	34,0%	43,9%	16,0%	13,8%	23,1%
Ampliar conocimientos	15,9%	25,8%	25,3%	13,9%	26,0%	18,0%	20,0%	27,2%	16,0%	15,8%	34,4%	32,3%	23,8%
Exponerse a experiencias novedosas	4,4%	8,5%	10,2%	5,7%	6,0%	2,0%	10,0%	5,8%	6,0%	-	5,6%	7,7%	6,6%
Pasar tiempo con sus amigos y/o familia	2,7%	3,2%	6,6%	,8%	6,0%	4,0%	4,0%	3,1%	6,0%	1,8%	-	7,7%	3,5%
Escapar de la rutina y el estrés	4,4%	8,1%	8,4%	4,1%	8,0%	2,0%	4,0%	4,7%	4,0%	5,3%	4,0%	10,8%	6,0%
Estar al tanto de la vanguardia	0,9%	1,6%	1,2%	2,5%	-	4,0%	2,0%	1,0%	-	3,5%	3,2%	-	1,6%
Que su familia viva experiencias culturales	5,3%	3,6%	2,4%	0,8%	2,0%	2,0%	-	2,6%	6,0%	-	2,4%	-	2,6%
Que la actividad no tenga costo o sea de bajo costo	4,4%	1,2%	0,6%	0,8%	2,0%	-	2,0%	0,5%	-	-	3,2%	-	1,3%
La recomendación de alguien	-	0,8%	0,6%	0,8%	-	-	-	0,5%	2,0%	-	1,6%	-	0,6%



Planificación para la asistencia a una actividad cultural

El principal factor que consideran la mayoría de los públicos de GAM (54,0%) para la planificación de la asistencia a una actividad cultural es su ubicación y las facilidades de acceso. Le sigue con un 27,4% el costo de la actividad. Al preguntar por el segundo factor a considerar, el mayor porcentaje corresponde al costo de la actividad (32,2%), seguido por la ubicación y facilidades de acceso (21,0%) y la posibilidad de planificar la visita con anticipación (12,7%).





Planificación para la asistencia a una actividad cultural

Destacan por estar fuera de la tendencia general, los públicos de BiblioGAM que en su mayoría tienen como factor principal para la asistencia a una actividad cultural el costo (49,5%). Por otra parte, y sobre la media, un 10,5% de los públicos de audiencias considera un factor principal poder planificar con anticipación la visita.

Factores a considerar en la planificación de la asistencia a una actividad cultural	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Su ubicación y facilidades de acceso	39,4%	53,3%	53,6%	64,8%	58,0%	62,0%	56,0%	51,3%	64,0%	49,1%	53,2%	56,9%	54,0%
El costo de la actividad	49,5%	26,8%	22,9%	19,7%	14,0%	18,0%	28,0%	27,7%	24,0%	31,6%	29,8%	29,2%	27,4%
Posibilidades de planificar la visita con anticipación	3,7%	5,7%	7,8%	3,3%	8,0%	6,0%	4,0%	6,8%	6,0%	10,5%	10,5%	4,6%	6,4%
Que el lugar tenga disponibilidad de servicios	1,8%	1,2%	1,8%	,8%	8,0%	2,0%	-	-	-	-	1,6%	1,5%	1,3%
Que considere programación familiar	1,8%	2,0%	1,2%	,8%	2,0%	2,0%	-	1,6%	-	1,8%	-	-	1,3%
Facilidad para estacionarse	-	1,6%	1,2%	2,5%	2,0%	-	-	0,5%	-	-	-	-	0,9%
La información en la página web	2,8%	4,9%	7,8%	5,7%	4,0%	8,0%	12,0%	6,8%	6,0%	3,5%	0,8%	6,2%	5,5%
Posibilidad de compra de entrada por internet	-	2,4%	1,8%	,8%	2,0%	-	-	2,1%	-	1,8%	0,8%	1,5%	1,4%
Otros	0,9%	2,0%	1,8%	1,6%	2,0%	2,0%	-	3,1%	-	1,8%	3,2%	-	1,9%

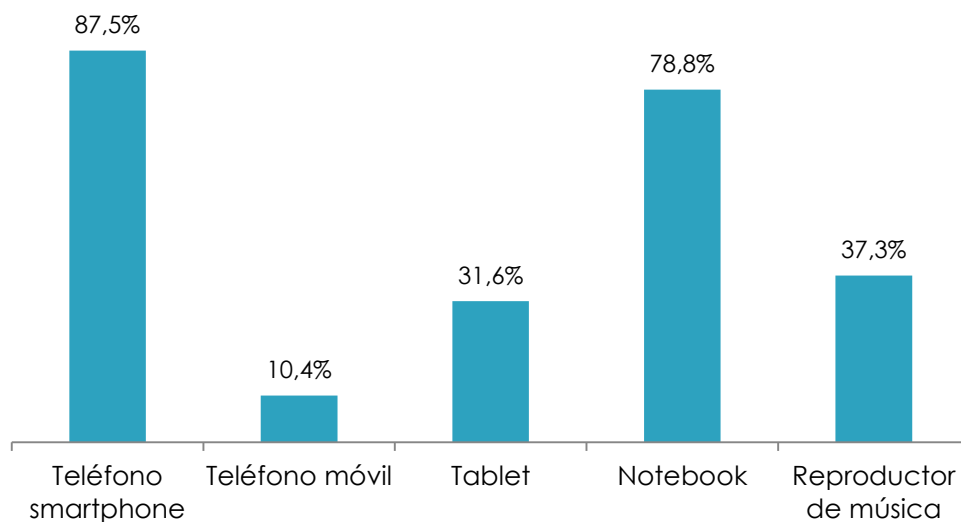
Uso de nuevas tecnologías, plataformas y redes

Uso de dispositivos móviles

La mayoría de los públicos de GAM, el 87,5%, usa un teléfono smartphone, solo el 10,4% dice usar un teléfono móvil no inteligente (sin Apps).

Destaca también el alto porcentaje, un 78,8%, de quienes declaran tener un computador móvil (notebook), además el 31,6% tiene una tablet.

Por otra parte, más de un tercio de los públicos usa un reproductor de música (37,3%).





Uso de dispositivos móviles

- Se observa que en general, el uso de smartphone es sobre el 92% en todos los espacios a excepción de **Audencias** (45,8%) y **BiblioGAM** (81,9%).
- Por otra parte, el uso de tablet concentra un mayor porcentaje en las tiendas **Librería** (56,0%), **Restorán** (44,0%) y **END** (40,0%). Esto mismo sucede en cuanto el uso de notebook, en que las tiendas destacan porcentajes sobre el 90%: **Café Público** (92,6%), **Restorán** (92,0%) y **Librería** (90,0%).
- **END** y **Comunidades** son los que usan en mayor proporción reproductores de música (50,0% y 46,2% respectivamente).

Uso de dispositivos móviles	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audencias	Comunidades	Total
Smartphone	81,9%	92,7%	94,6%	95,9%	96,0%	94,0%	98,0%	94,8%	96,0%	96,5%	45,8%	95,4%	87,5%
Teléfono móvil	27,6%	5,6%	5,4%	1,6%	4,0%	6,0%	2,0%	4,2%	6,0%	1,8%	36,7%	4,6%	10,4%
Tablet	37,1%	29,8%	34,3%	41,8%	44,0%	56,0%	40,0%	28,8%	24,0%	21,1%	20,5%	18,5%	31,6%
Notebook	75,0%	82,3%	84,3%	92,6%	92,0%	90,0%	86,0%	85,3%	82,0%	73,7%	47,0%	72,3%	78,8%
Reproductor de música	38,8%	37,5%	42,2%	27,9%	30,0%	36,0%	50,0%	38,2%	26,0%	40,4%	34,3%	46,2%	37,3%

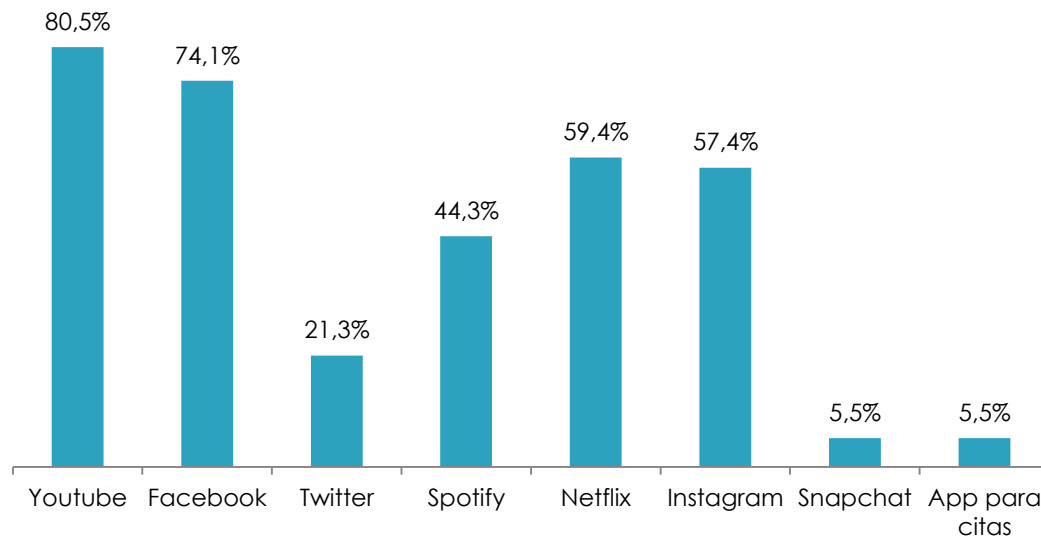


Uso de redes sociales y plataformas web

En general, es alto el nivel de uso de plataformas web de los públicos de GAM, el 80,5% usa YouTube de manera habitual, el 74,1% Facebook, 57,4% Instagram y 21,3% Twitter.

Por otra parte, las plataformas de suscripción de música y contenido audiovisual, también tienen alta presencia, la mayoría está suscrito a Netflix (59,4%), y en menor proporción a Spotify (44,3%).

Las App para citas (Tinder, Grindr, etc.) obtienen un porcentaje marginal, al igual que la red social Snapchat (5,5%).





Uso de dispositivos móviles

- Los públicos de **Comunidades** junto a los de **Librería** son los que presentan los porcentaje más altos de uso de YouTube (98,5% y 98,0% respectivamente), en contraposición de los públicos de Audiencias en que solo el 44,0% usa la plataforma de manera habitual. Sobre Facebook, destacan el **Café Público**(89,3%), seguido con el mismo porcentaje las tiendas **Librería** y **END** (84,0%). Destaca el alto porcentaje de uso de Instagram de las **Comunidades** (78,5%).
- Sobre el uso de plataformas pagadas, Spotify se mantiene con porcentajes similares para todos los espacios a excepción de Audiencias en que el porcentaje es significativamente menor (11,4%), en cuanto a Netflix se observa que el público de las tiendas esta suscrito en mayor proporción, Restorán con un 82,0%, luego Café Público con un 72,1% y END con un 72,0%.

	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
YouTube	70,7%	87,5%	84,3%	93,4%	86,0%	98,0%	88,0%	80,6%	84,0%	87,7%	44,0%	98,5%	80,5%
Facebook	63,8%	79,0%	81,9%	89,3%	78,0%	84,0%	84,0%	73,8%	66,0%	75,4%	45,8%	84,6%	74,1%
Twitter	18,1%	23,0%	22,9%	34,4%	36,0%	40,0%	26,0%	23,6%	10,0%	12,3%	6,0%	12,3%	21,3%
Spotify	42,2%	49,6%	46,4%	64,8%	50,0%	48,0%	42,0%	54,5%	42,0%	40,4%	11,4%	36,9%	44,3%
Netflix	46,6%	64,1%	58,4%	72,1%	82,0%	70,0%	72,0%	65,4%	68,0%	54,4%	34,3%	50,8%	59,4%
Instagram	54,3%	63,3%	60,2%	69,7%	58,0%	62,0%	82,0%	62,8%	58,0%	45,6%	19,3%	78,5%	57,4%
Snapchat	5,2%	5,2%	8,4%	4,1%	10,0%	4,0%	8,0%	7,3%	6,0%		3,0%	3,1%	5,5%
App para citas	3,4%	8,9%	3,6%	6,6%	8,0%	2,0%	10,0%	5,8%	2,0%	1,8%	6,0%		5,5%



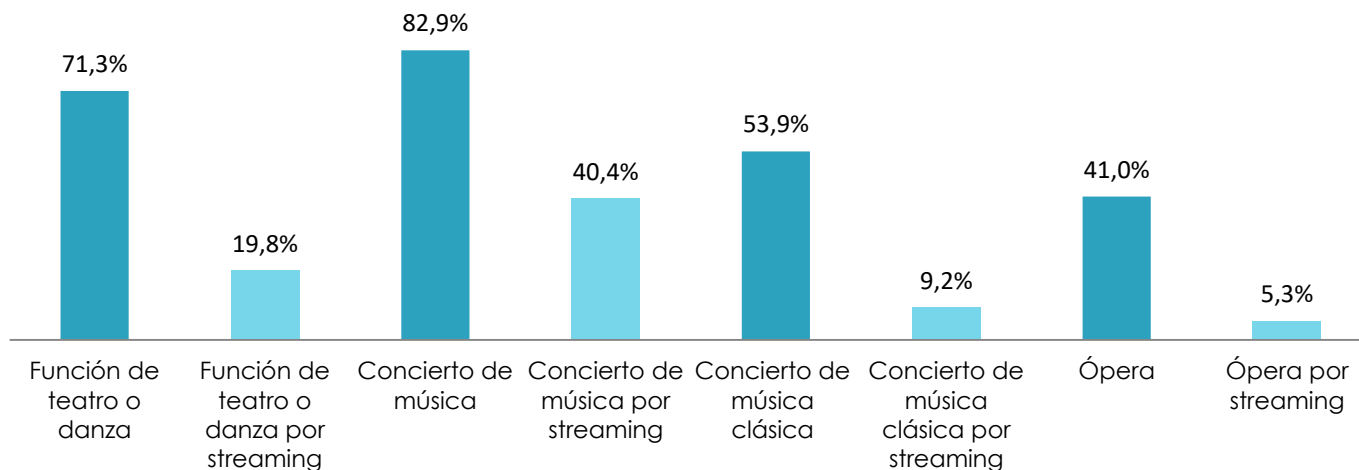
Espectador de funciones por plataformas digitales

Este año se incluyó también la pregunta por los espectadores digitales, sobre si alguna vez han visto funciones a través de plataformas digitales o televisión (grabadas), o por streaming (en vivo). En general, son altos los porcentajes que indican que el público ha sido espectador no presencial.

Se observa que la gran mayoría de los públicos han sido espectadores digitales de un concierto de música, un 82,9%, además un 40,4% ha visto conciertos vía streaming.

Destaca también el alto porcentaje que afirma haber visto una obra de teatro por alguna plataforma digital o TV (71,3%), además, un 19,9% declara haber visto también una obra de teatro por streaming.

Más de la mayoría ha visto un concierto de música clásica (53,9%), y en menor porcentaje quienes han visto ópera por plataformas digitales. Los porcentajes de conciertos de música clásica y ópera vía streaming son bastante menores en comparación a las otras disciplinas.



Compra de entradas y disposición de pago



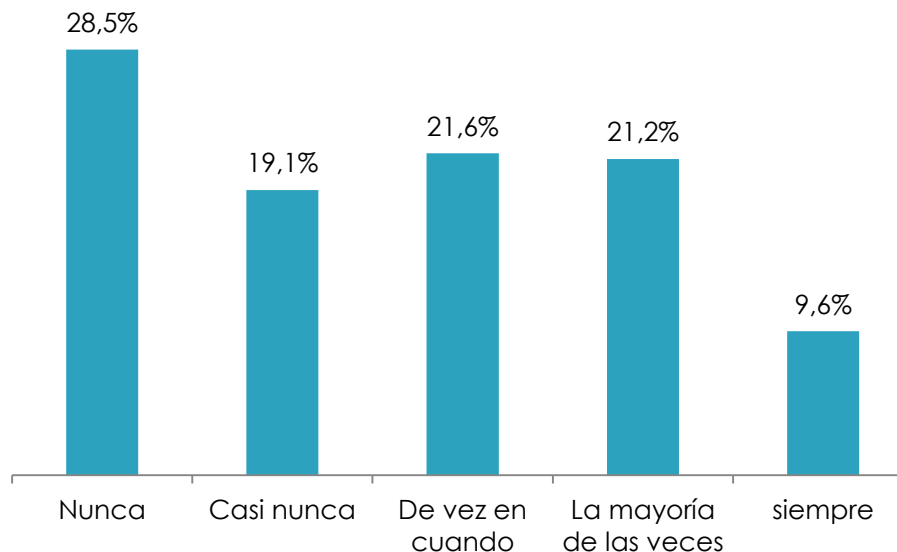
Frecuencia compra de entradas por internet

EL 28,5% de los públicos de GAM nunca ha comprado por internet entradas para alguna actividad.

Dentro de la proporción de quienes sí han comprado se encuentran, con el mismo porcentaje (21%), los públicos que declaran comprar de vez en cuando y los que compran la mayoría de las veces por internet.

Con un menor porcentaje, un 19,1%, se encuentran los que “casi nunca” compran entradas por internet.

Por otra parte, se observa que el 9,6% siempre compra sus entradas por internet.





Frecuencia compra de entradas por internet

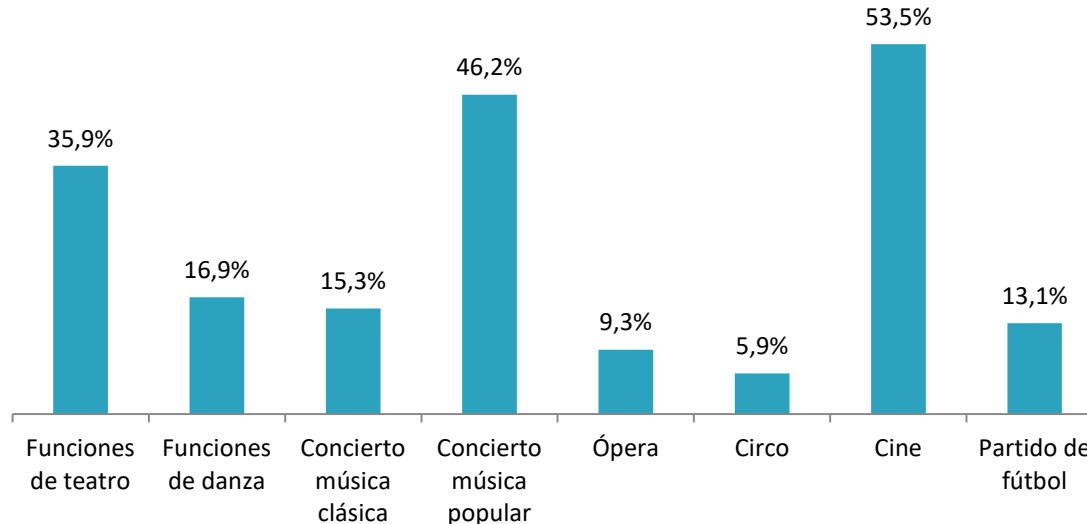
- Los espacios que alguna vez han comprado entradas por internet, independiente de su frecuencia son las tiendas Restorán (90,0%), Café Público (85,2%) y Librería (84,0%). Esto se contrapone a los porcentajes obtenidos por las Comunidades, donde se observa que el 44,6% nunca ha comprado una entrada por internet.
- Destaca dentro de los públicos de artes escénicas y musicales, que en Teatro el 15,2% compra siempre las entradas por internet, en cambio en danza ningún caso respondió hacerlo siempre, sin embargo predomina a diferencia de teatro y música el porcentaje que compra “de vez en cuando”.

Frecuencia compra de ticket por internet	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Nunca he comprado	30,6%	22,6%	35,8%	14,8%	10,0%	16,0%	26,0%	25,1%	22,0%	30,4%	51,4%	44,6%	28,5%
Casi nunca	23,4%	20,2%	21,8%	16,4%	12,0%	24,0%	14,0%	16,8%	26,0%	16,1%	17,1%	20,0%	19,1%
De vez en cuando	23,4%	23,0%	17,0%	21,3%	18,0%	16,0%	22,0%	21,5%	34,0%	28,6%	21,4%	16,9%	21,6%
La mayoría de las veces	19,8%	25,0%	17,0%	33,6%	40,0%	22,0%	26,0%	21,5%	18,0%	19,6%	7,9%	9,2%	21,2%
Siempre	2,7%	9,3%	8,5%	13,9%	20,0%	22,0%	12,0%	15,2%		5,4%	2,1%	9,2%	9,6%



Tipos de actividades con compra de ticket por internet

La mayoría de los públicos han comprado entradas por internet para el cine (53,5%), le siguen los conciertos de música popular (46,2%) y para funciones de teatro (35,9%). En menor proporción se encuentran quienes han comprado para funciones de danza (16,9%), seguido de conciertos de música clásica (15,3%) y entradas para partidos de fútbol (13,1%).





Tipos de actividades con compra de ticket por internet

- El público de **Teatro**, **Café Público**, **Restorán**, y **Librería** muestran porcentajes por sobre el promedio general para la compra de entradas por internet en todas las categorías (funciones de teatro, danza, cine, fútbol, etc.)
- El público de **Teatro** junto con el de la **Librería** son los que obtienen el mayor porcentaje de compra de entradas a funciones de teatro por internet (56,0%). Sin embargo solo el 30% de los públicos de Danza han comprado entradas para una función de danza alguna vez, más lo hacen para funciones de teatro (38%).
- En cuanto a los públicos de música, un 56,1% ha comprado entradas por internet para conciertos de música popular y un 35,1% a conciertos de música clásica.
- Los públicos de Restorán son los que han comprado en mayor proporción entradas para el cine (80%).

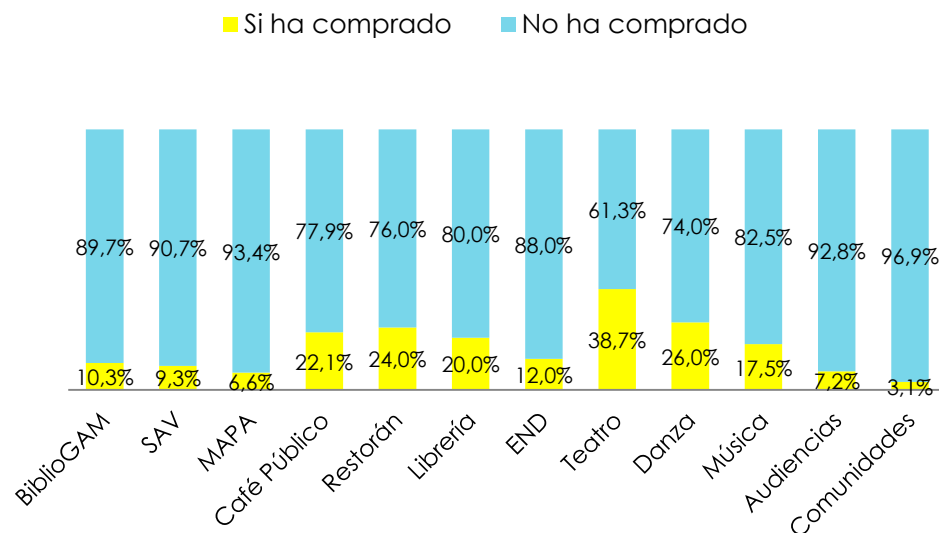
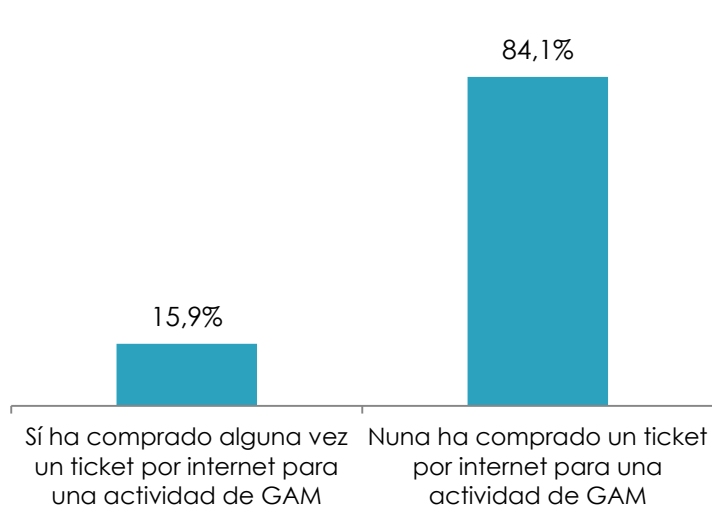
Actividades con compra por internet	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Teatro	28,4%	32,7%	20,5%	50,8%	50,0%	56,0%	32,0%	56,0%	38,0%	28,1%	28,9%	13,8%	35,9%
Danza	6,9%	18,1%	9,6%	25,4%	22,0%	32,0%	14,0%	20,9%	30,0%	19,3%	8,4%	16,9%	16,9%
Música clásica	14,7%	12,1%	11,4%	21,3%	30,0%	22,0%	12,0%	17,3%	10,0%	35,1%	11,4%	3,1%	15,3%
Música popular	37,1%	52,8%	45,8%	61,5%	60,0%	60,0%	50,0%	50,8%	44,0%	56,1%	21,1%	29,2%	46,2%
Ópera	9,5%	8,9%	7,2%	17,2%	14,0%	16,0%	8,0%	11,5%	4,0%	15,8%	3,6%	-	9,3%
Circo	3,4%	6,9%	3,0%	6,6%	10,0%	10,0%	2,0%	7,3%	10,0%	7,0%	3,6%	6,2%	5,9%
Cine	46,6%	58,1%	53,0%	71,3%	80,0%	68,0%	60,0%	61,3%	58,0%	50,9%	19,3%	43,1%	53,5%
Fútbol	16,4%	19,0%	15,1%	16,4%	22,0%	20,0%	4,0%	14,1%	6,0%	8,8%	0,6%	7,7%	13,1%



Compra de ticket online para espectáculos de GAM

El 15,9% han comprado alguna vez un ticket para alguna actividad de GAM por internet. Los públicos evalúan el sistema de compra de GAM con nota 6,2 (en una escala de 1 a 7)

Es el público de Teatro el que registra un mayor porcentaje de compra de entradas para actividades de GAM con un 38,7%, seguido de público del Danza con un 26,0%, Café Público 22,1%, Restorán 24,0%, Librería 20,0%. Las Comunidades registran el menor porcentaje de compra de entradas por internet 3,1%, junto con MAPA 6,6% y Audiencias 7,2%.

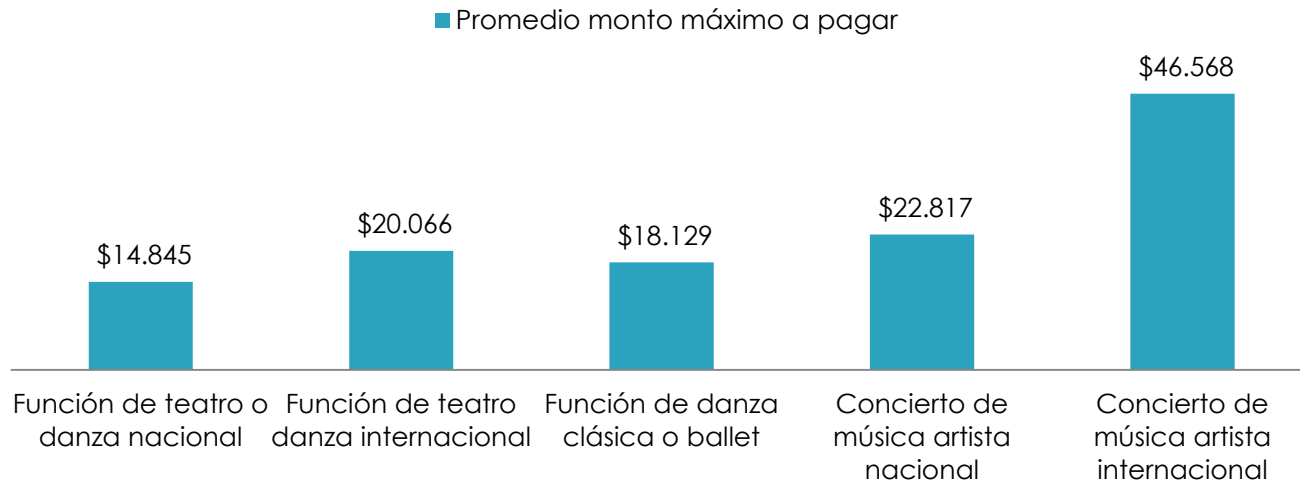




Disposición de pago a espectáculos de artes escénicas

Para saber la disposición de pago de los públicos de GAM para distintos espectáculos, se preguntó por el monto máximo que se estaría dispuesto a pagar por un espectáculo de calidad.

Se observa que existe mayor disposición de pago para conciertos de música de artista internacional, el monto promedio de \$46.568.-, le siguen los conciertos de música de artista nacional con un promedio de \$22.817, luego función de teatro o danza internacional con un promedio de \$20.066.



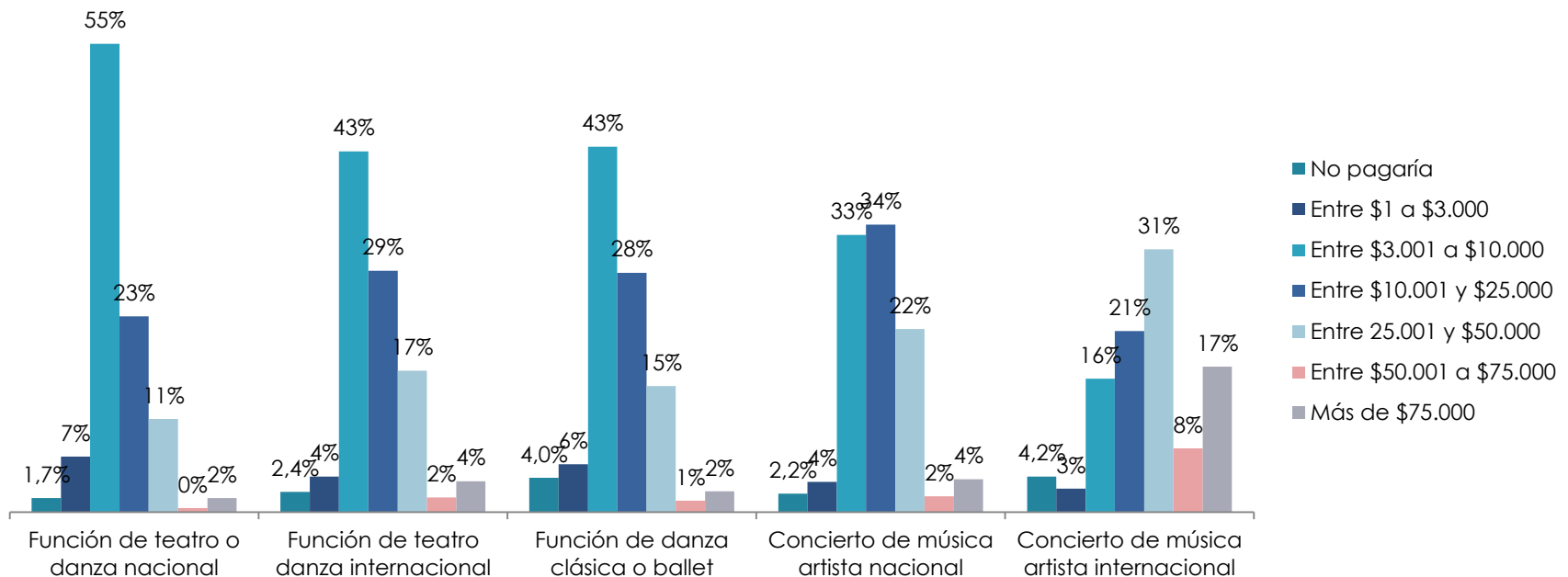


Disposición de pago a espectáculos de artes escénicas

Según tramos de precios, se observa que para todas los espectáculos el tramo dominante, a excepción de los conciertos de música (nacional e internacional), es de \$3.000 a \$10.000.

En el caso de los conciertos de música de artista nacional, la mayor parte (34%), indica que estaría dispuesto a pagar entre \$10.001 y \$25.000. En cuanto a los conciertos de música de artista internacional el tramo mayoritario (31%) es entre \$25.001 y \$50.000.

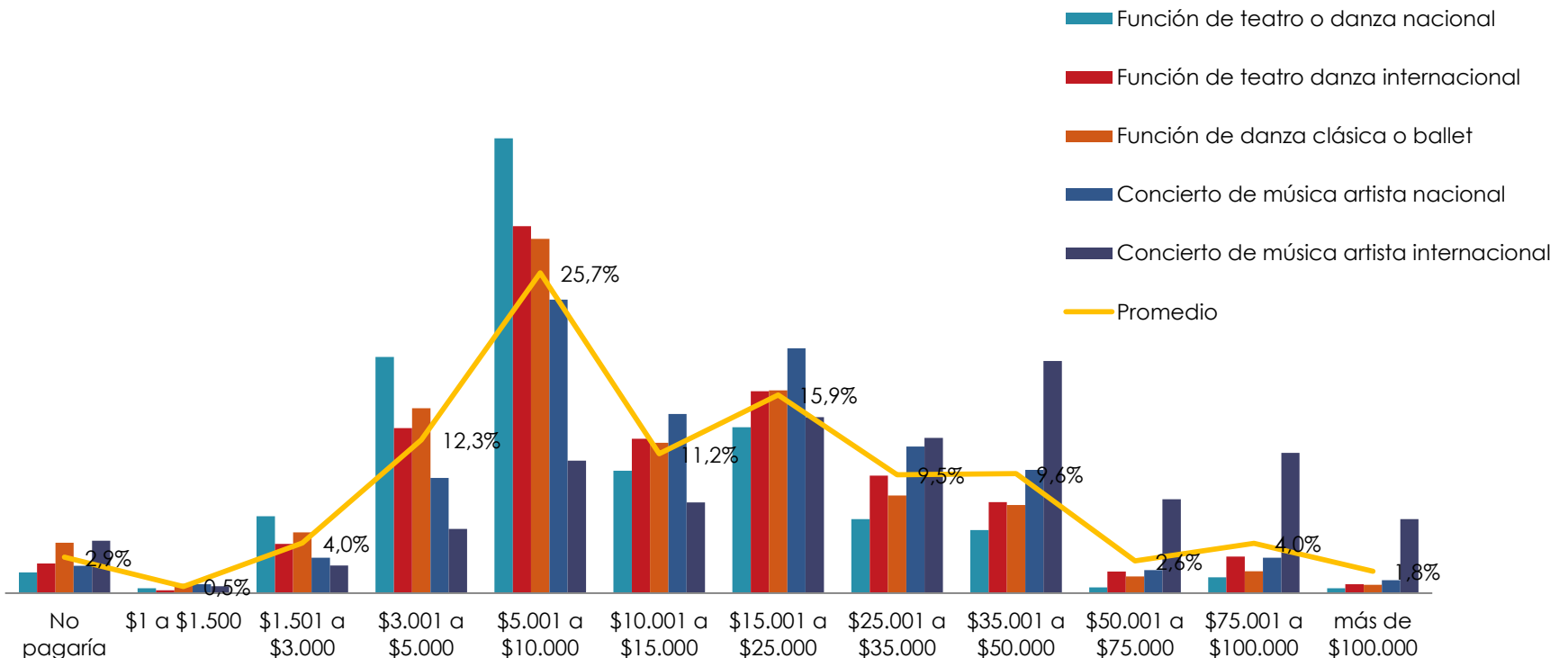
Destaca también que para funciones de danza clásica o ballet, y conciertos de música artista internacional existe un 4% de los públicos de GAM que no estaría dispuesto a pagar.





Disposición de pago a espectáculos de artes escénicas

Al analizar los datos de disposición de pago desde los rangos, se observa que promediando las disciplinas artísticas, la mayor parte de los públicos (25,7%) estaría dispuesto a pagar como máximo entre \$5.001 y \$10.000. El segundo rango más alto, correspondiente al 15,9% de los públicos es de entre \$15.001 y \$25.000.

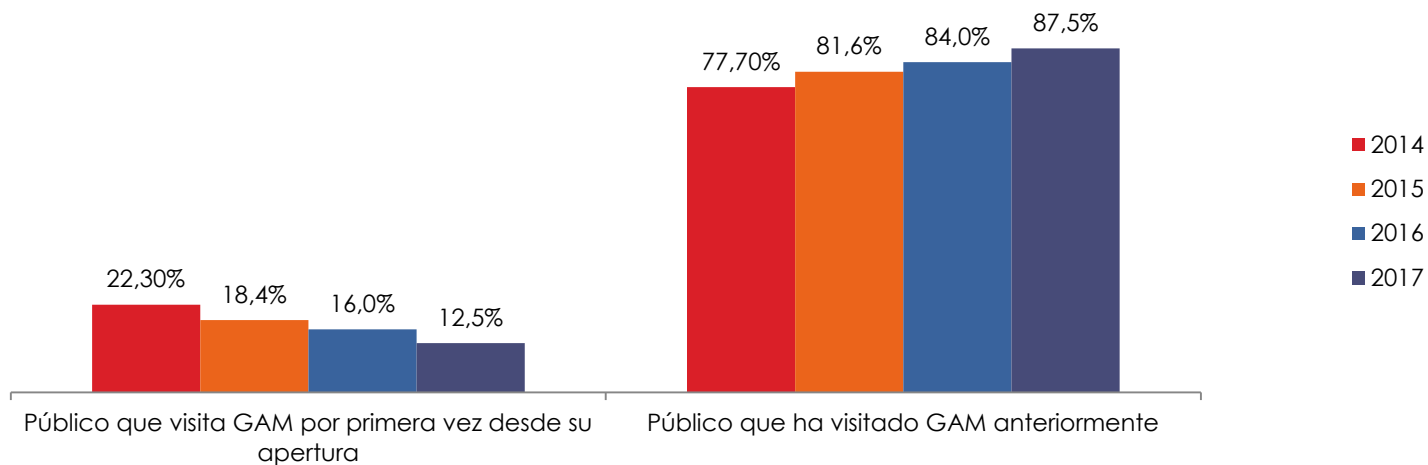


Visitas a GAM



Nuevos visitantes

Un 12,5% del público de GAM corresponde a quienes lo visitan por primera vez desde su apertura. Esta cifra es la más baja respecto a años anteriores, lo que indica un mayor porcentaje de público que ha visitado GAM anteriormente (87,5%).





Nuevos visitantes según espacio

- Los espacios que concentran mayor proporción de nuevos visitantes, al igual que en años anteriores, son las salas de exposición: Sala de **Arte Popular** (27,1% de nuevos visitantes), y Sala de **Artes Visuales** (23,8% de nuevos visitantes).
- En contraste, **Comunidades**, **Música**, **BiblioGAM**, y **Audiencias**, son los públicos que casi en su totalidad han venido anteriormente a GAM, menos del 4% corresponden a visitantes nuevos.

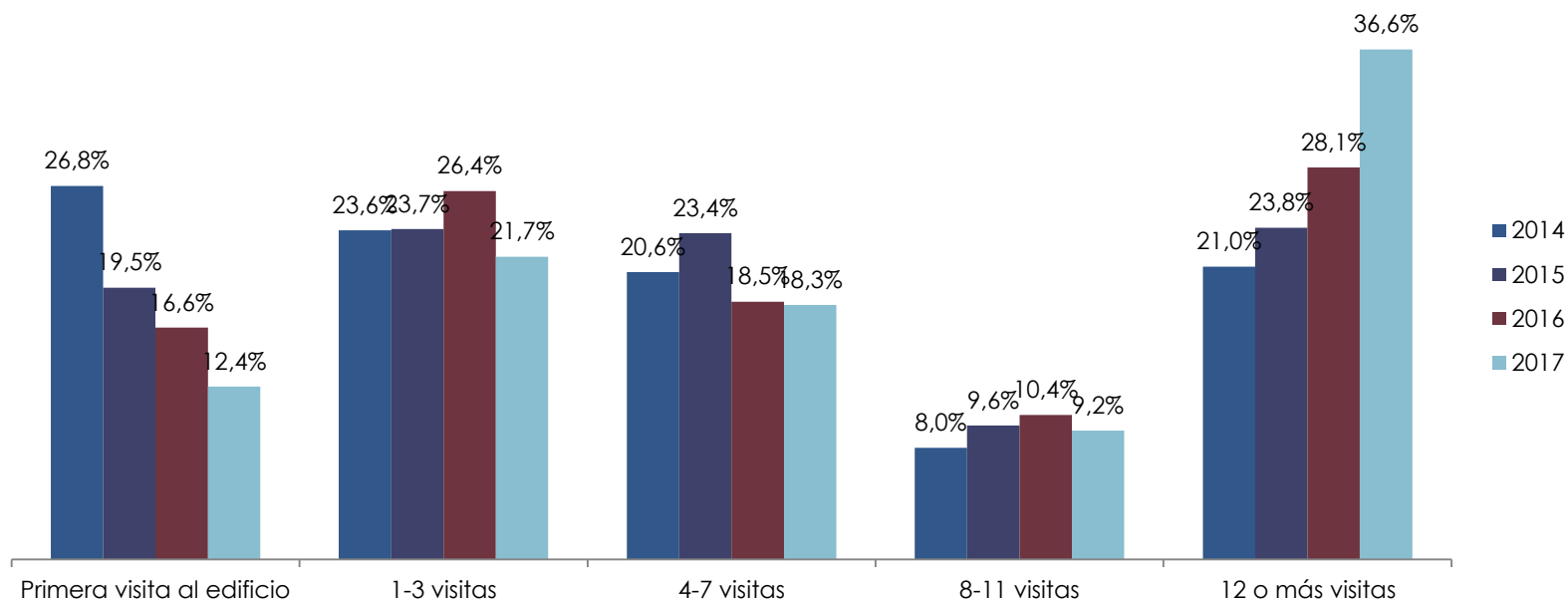
Visitas a GAM	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sí había visitado GAM anteriormente	96,4%	76,2%	72,9%	95,1%	84,0%	90,0%	82,0%	93,2%	88,0%	96,4%	96,3%	96,9%	87,5%
No había visitado GAM anteriormente	3,6%	23,8%	27,1%	4,9%	16,0%	10,0%	18,0%	6,8%	12,0%	3,6%	3,8%	3,1%	12,5%



Frecuencia de visitas a GAM

En cuanto al grado de fidelización del público, es posible afirmar que un 87,6% ha visitado GAM más de una vez en el último año, porcentaje que presenta un incremento significativo en comparación a los años anteriores.

Además, el mayor porcentaje, 36,6% dice haber visitado GAM 12 veces o más en los últimos 12 meses; es decir, un promedio de al menos una visita al mes.





Frecuencia de visitas en los últimos 12 meses según espacio

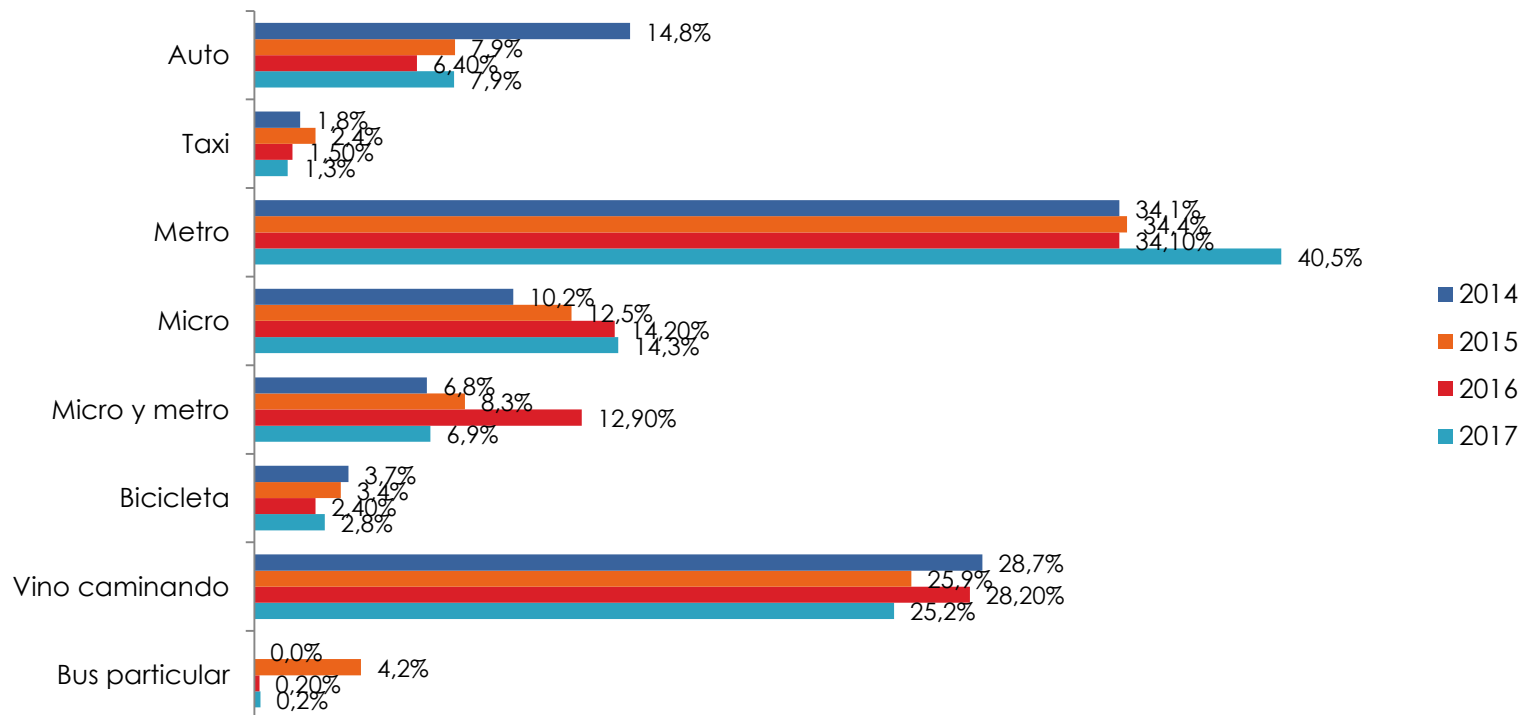
- Los espacios que concentran mayor proporción de público fidelizado corresponden a las **Comunidades** (un 82,5% ha visitado GAM más de 12 veces en los últimos 12 meses), luego le sigue el **Café Público** (66,4% de su público ha venido 12 o más veces en los últimos 12 meses).
- En contraste, el público de **Mapa** y **Danza** poseen la mayor proporción de público que visita el edificio por primera vez en los últimos 12 meses (37,6% y 37,2% respectivamente).

Visitas a GAM últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Resto rán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audencias	Comunidades	Total
Primera visita a GAM	15,9%	33,5%	37,6%	6,0%	26,2%	23,8%	20,5%	28,3%	37,2%	32,7%	14,5%	3,2%	23,4%
1 - 3 visitas	24,3%	24,6%	21,4%	22,4%	26,2%	23,8%	33,3%	23,7%	23,3%	25,5%	12,5%	6,3%	21,5%
4 - 7 visitas	11,2%	12,3%	10,3%	5,2%	4,8%	14,3%	5,1%	13,9%	14,0%	21,8%	9,2%	7,9%	10,9%
12 visitas o más	48,6%	29,6%	30,8%	66,4%	42,9%	38,1%	41,0%	34,1%	25,6%	20,0%	63,8%	82,5%	44,1%



Medio de transporte para llegar a GAM

Este año en particular sobresale el porcentaje de quienes llegan a GAM en metro (40,0%), le sigue quienes llegan caminando (25,2%) y con menores porcentajes quienes lo hacen en micro (14,3%).





Medio de transporte para llegar a GAM según espacio

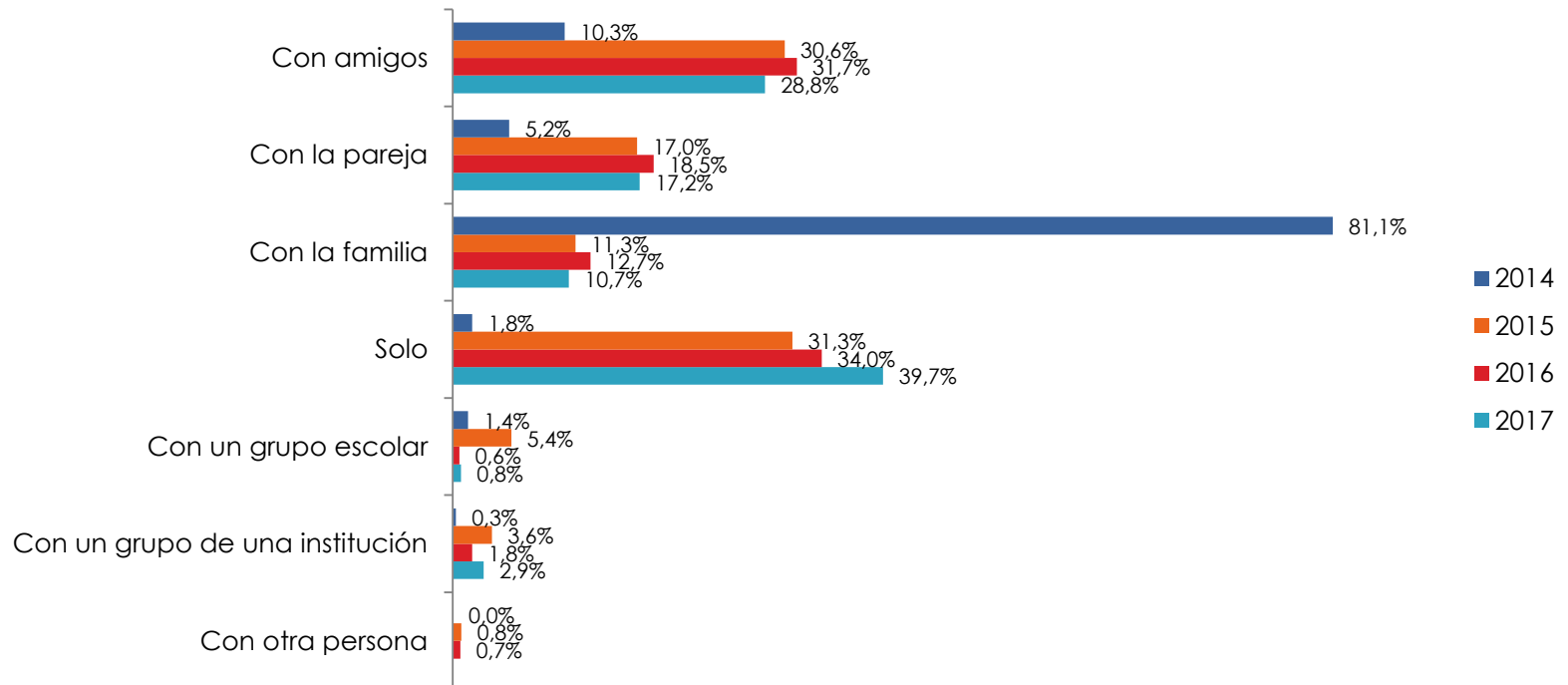
- El público de **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, Café Público y Librería**, se ajusta a la tendencia general, donde priman como medio de transporte el metro, seguido de llegar caminando.
- En **Audiencias**, si bien la mitad de los públicos llegan en metro, el segundo transporte predominante es micro y metro (13,7%), seguido de micro (12,9%).
- Por otra parte, un 33,8% del público de las **Comunidades** llega en metro, seguido del 29,2% que llega en micro.
- El 42,0% del público de **END** llega caminando, lo que se explica por la comuna de residencia de la mayoría de su público: Santiago Centro.

Medio de transporte	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Auto	3,6%	8,5%	3,0%	4,1%	24,0%	6,0%	6,0%	15,7%	14,0%	8,9%	4,3%	1,5%	7,9%
Metro	34,8%	39,9%	40,9%	37,7%	34,0%	48,0%	28,0%	42,4%	50,0%	30,4%	53,2%	33,8%	40,5%
Micro	13,4%	13,7%	18,3%	14,8%	12,0%	2,0%	20,0%	9,9%	10,0%	19,6%	12,9%	29,2%	14,3%
Micro y metro	18,8%	5,2%	2,4%	4,1%	-	2,0%	4,0%	3,1%	-	12,5%	13,7%	18,5%	6,9%
Taxi	0,9%	-	2,4%	0,8%	2,0%	2,0%	-	2,1%	4,0%	-	1,4%	1,5%	1,3%
App de transporte	0,9%	0,8%	0,6%	0,8%	2,0%	2,0%	-	1,0%	-	-	1,4%	-	0,8%
Bicicleta	6,3%	1,2%	-	3,3%	-	8,0%	-	4,2%	6,0%	1,8%	0,7%	7,7%	2,8%
Bus particular	-	0,8%	-	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	0,2%
Caminando	21,4%	29,8%	32,3%	34,4%	24,0%	30,0%	42,0%	21,5%	16,0%	26,8%	12,2%	7,7%	25,2%



Acompañantes del visitante

En 2017, los visitantes asisten a GAM principalmente solos (39,7%), porcentaje que se ha incrementado respecto del año anterior. Le sigue con un 28,8% de quienes vienen acompañados de amigos.



Acompañantes del visitante según espacio

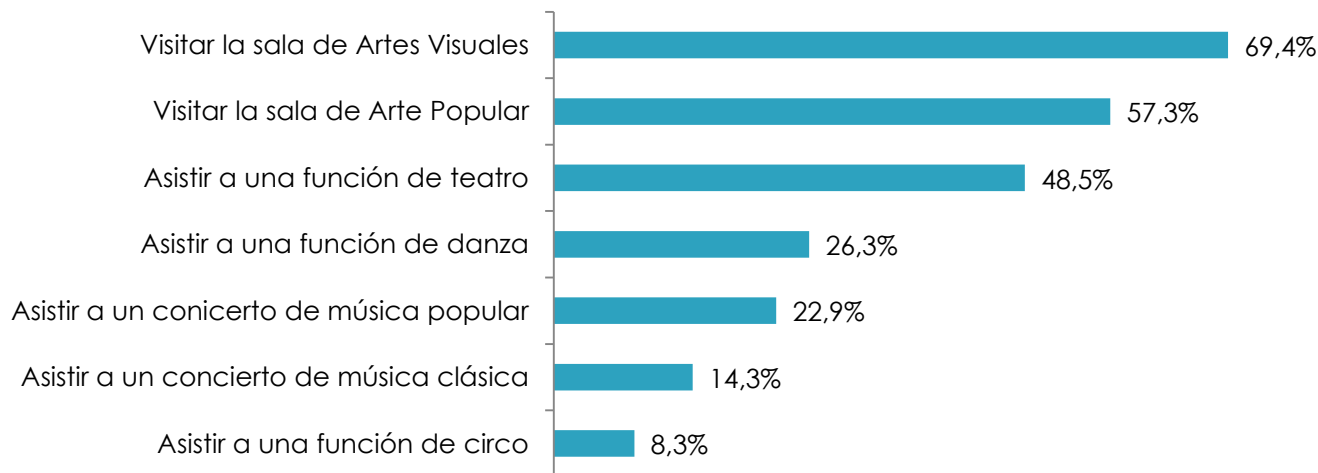
- Sala de **Artes Visuales**, Sala **MAPA**, **Audiencias**, **Comunidades**, **Café Público**, **Restorán** se ajusta a la tendencia general, donde el público viene principalmente sólo seguido de los acompañados por amigos.
- La mayoría de los públicos de **Danza** asiste a GAM con la pareja (34,0%), en cambio los públicos de **Música** asisten mayoritariamente con amigos (41,1%).
- En **Teatro**, la mayoría asiste con amigos (34,0%), seguido por quienes vienen acompañados de la pareja (25,1%).

Acompañante	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sus padres	1,8%	1,2%	,6%	,8%	4,1%	4,0%	-	4,2%	-	1,8%	-	-	1,5%
La pareja	13,5%	24,3%	20,5%	7,4%	14,3%	10,0%	24,0%	25,1%	34,0%	17,9%	-	9,2%	17,2%
Los hijos	5,4%	3,2%	3,6%	,8%	10,2%	2,0%	2,0%	2,1%		1,8%	1,4%	-	2,7%
La pareja y los hijos	-	2,0%	1,2%	,8%	2,0%	-	-	1,6%	2,0%	1,8%	-	-	1,1%
Otros familiares	-	5,3%	5,4%	1,6%	14,3%	-	10,0%	9,9%	20,0%	7,1%	-	1,5%	5,4%
Amigos	35,1%	26,3%	36,7%	22,1%	20,4%	28,0%	10,0%	34,0%	18,0%	41,1%	18,7%	44,6%	28,8%
Grupo escolar	8,1%	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	,8%
Un grupo de una institución	2,7%	1,2%	-	4,1%	12,2%	-	2,0%	-	-	-	12,9%	1,5%	2,9%
Vino solo	33,3%	36,0%	31,9%	62,3%	22,4%	56,0%	52,0%	23,0%	26,0%	28,6%	66,9%	43,1%	39,7%

Actividades que han realizado los públicos en GAM

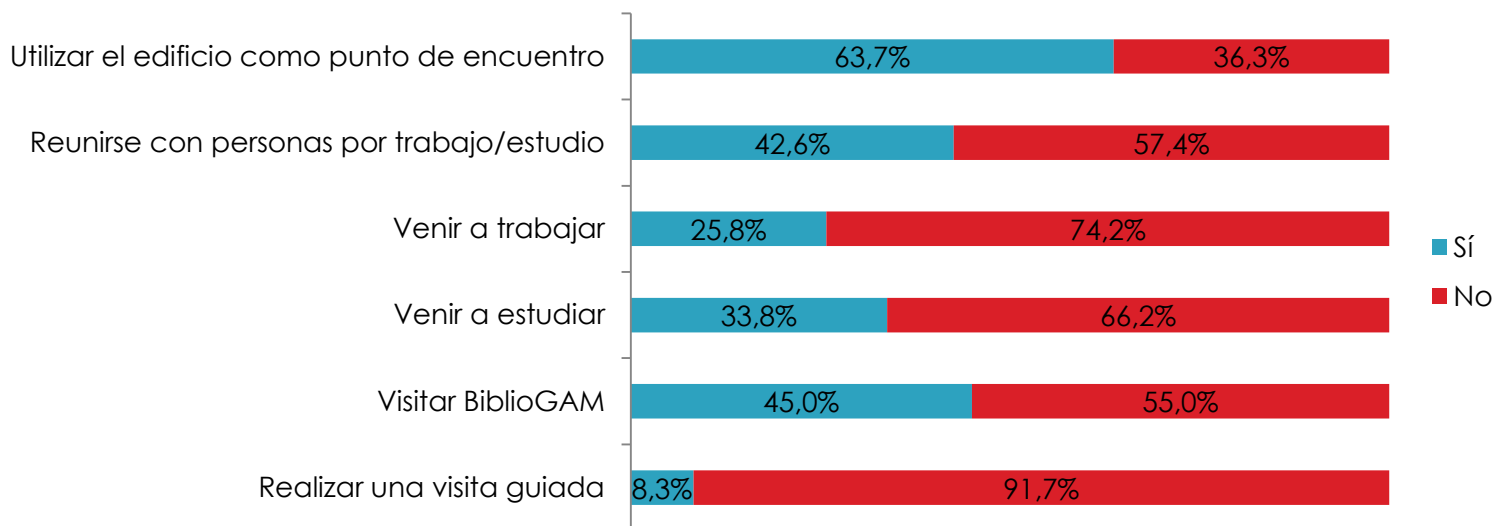
El 69,4% de los públicos han visitado alguna vez la Sala de Artes Visuales, y un 57,3% la Sala de Arte Popular (MAPA). Además un 48,5% indica haber asistido a una función de teatro en GAM, y un 26,3% a una de danza.

En menor proporción, un 22,9% dice haber asistido a un concierto de música popular y un 14,3% a conciertos de música clásica. Por último, solo un 8,3% ha visto una función de circo en GAM, lo que se coincide con la proporción de funciones de esta disciplina en la programación.



Actividades que han realizado los públicos en GAM

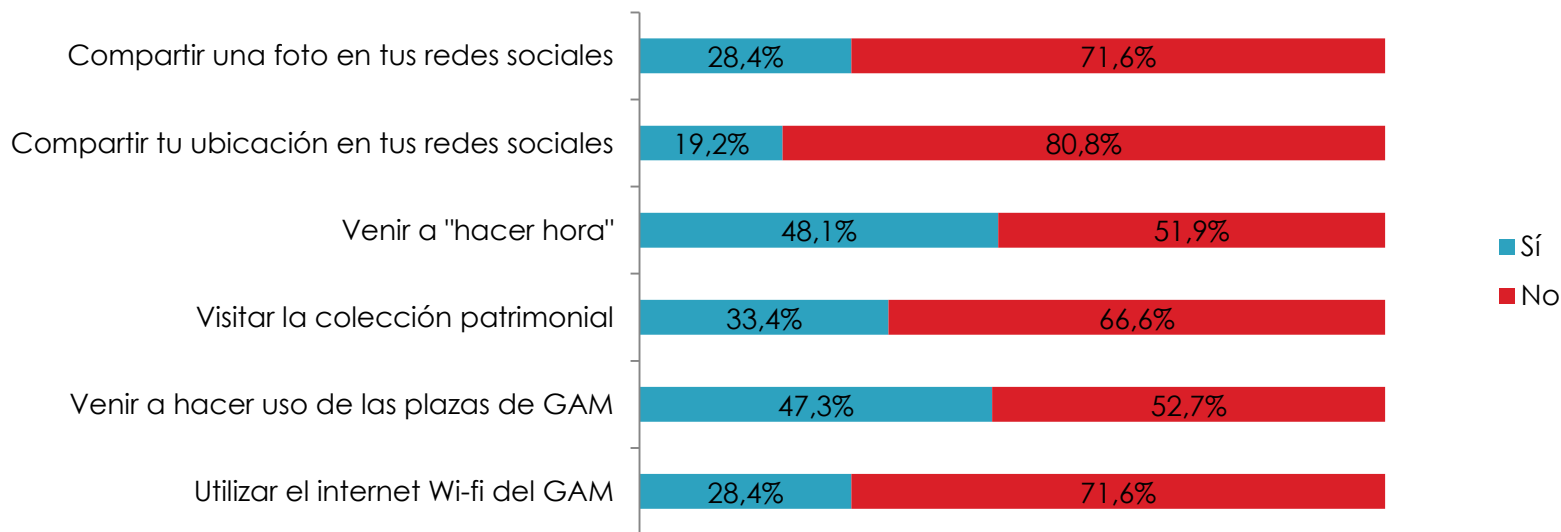
En cuanto a actividades que tienen que ver con la interacción con el edificio y sus espacios, la mayoría de los públicos, un 63,7%, ha utilizado GAM como punto de encuentro, además el 42,6% se ha reunido con personas por motivos de trabajo o estudio. Un 45,0% ha visitado o hecho uso de BiblioGAM, un tercio de los públicos ha venido alguna vez a estudiar, y un cuarto de los públicos ha venido a trabajar. Solo un 8,3% ha realizado alguna vez una visita guiada.



Actividades que han realizado los públicos en GAM

Continuando con actividades del uso del edificio, un 48,1% ha venido a GAM a "hacer hora", con un porcentaje similar (47,3%) quienes declaran venir a GAM para hacer uso de las plazas. Por otra parte, un 28,4% ha utilizado el Wi-Fi de GAM, el mismo porcentaje dice haber compartido una foto en sus redes sociales en GAM, y un 19,2% ha compartido sus ubicación en redes sociales.

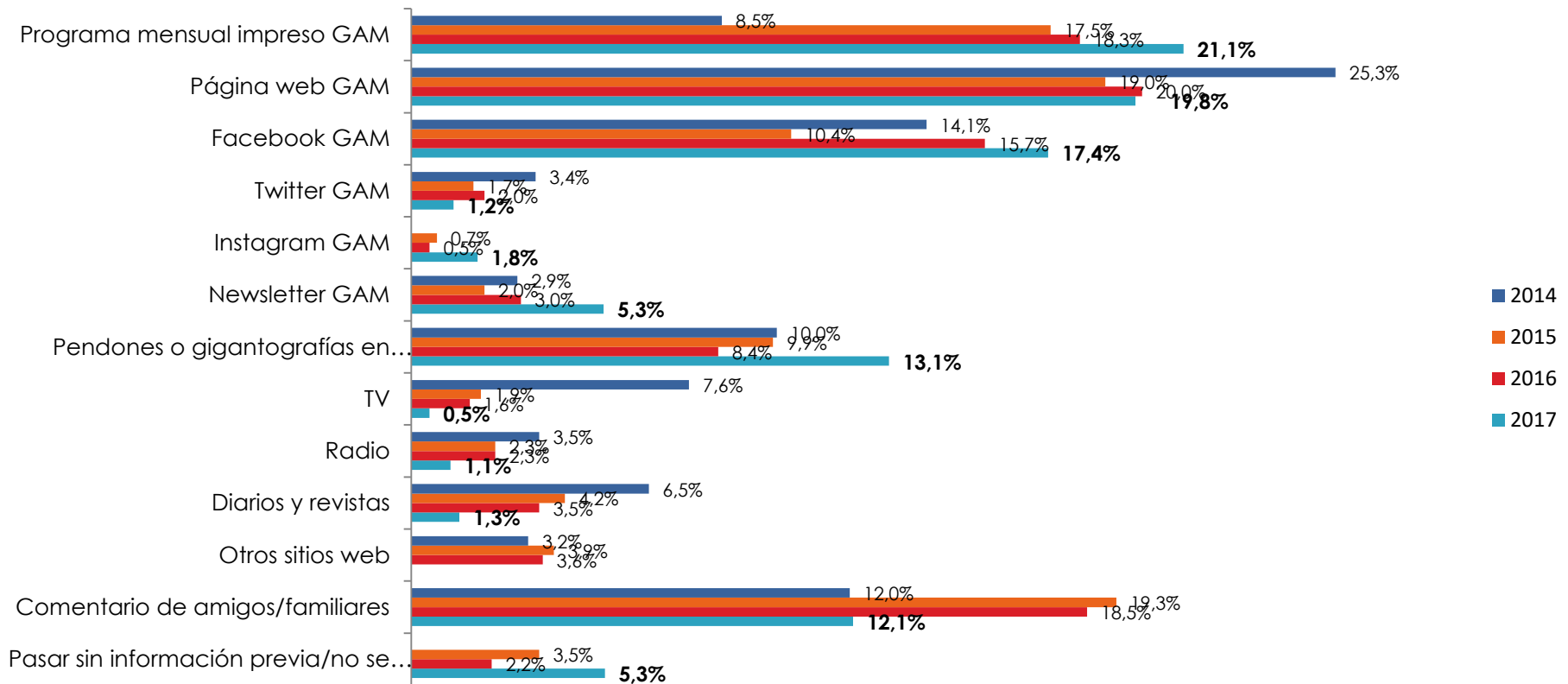
Un tercio de los públicos ha visitado la colección patrimonial de GAM.





Principal medio de información utilizado para informarse sobre las actividades GAM

Si bien los públicos se pueden informar por más de un medio de comunicación sobre las actividades de GAM, al preguntarles cual es el principal, los resultados son bastante diversificados, siendo los que más destacan y en orden decreciente: programa mensual impreso (21,1%); seguido por la página web GAM (19,8%) y el Facebook GAM (17,4%). Este último presenta un incremento significativo respecto a los años anteriores.





Principal medio de información utilizado para informarse sobre las actividades GAM según espacio

- En **Teatro, Sala de Artes Visuales y Restorán** el principal medio de información declarado por el público corresponde a la página web GAM.
- En **Danza** el principal medio de información sobre actividades de GAM son los comentarios de amigos o familiares, en cambio los públicos de **Música** se enteran en mayor proporción por el Facebook de GAM.
- En **Audiencias, BiblioGAM, MAPA, Comunidades y Café Público**, el principal medio de información corresponde a el programa impreso mensual.

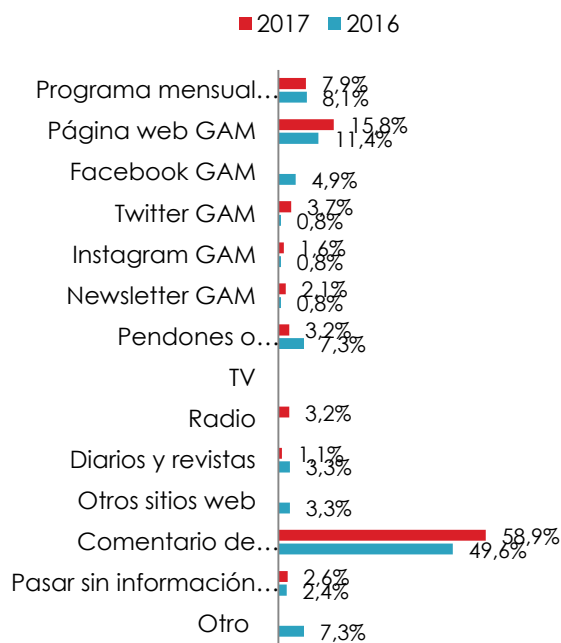
Medio por el cual se informa de actividades de GAM	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Programa impreso mensual GAM	25,2%	14,0%	18,9%	30,3%	23,7%	14,9%	21,4%	11,4%	16,0%	9,3%	41,1%	28,3%	21,1%
Pendones o gigantografías colgadas en GAM	15,5%	14,4%	15,5%	13,1%	13,2%	19,1%	19,0%	7,1%	14,0%	3,7%	8,9%	26,4%	13,1%
Página web GAM	12,6%	19,2%	16,9%	19,7%	28,9%	25,5%	21,4%	30,4%	14,0%	27,8%	12,3%	13,2%	19,8%
Facebook GAM	17,5%	14,4%	18,2%	21,3%	18,4%	25,5%	14,3%	18,5%	18,0%	35,2%	5,5%	24,5%	17,4%
Twitter GAM	-	1,3%	0,7%	1,6%	-	2,1%	-	2,2%	2,0%	-	,7%	1,9%	1,2%
Instagram GAM	-	2,6%	1,4%	1,6%	2,6%	2,1%	-	3,8%	4,0%	1,9%	-	-	1,8%
Correos electrónicos de GAM	9,7%	2,2%	-	4,1%	5,3%	6,4%	-	6,0%	-	3,7%	17,8%	-	5,3%
TV	-	1,3%	1,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	1,9%	0,5%
Radio	-	1,7%	-	-	-	-	2,4%	2,2%	-	1,9%	2,1%	-	1,1%
Diarios y revistas	1,0%	1,7%	1,4%	-	-	-	-	1,6%	4,0%	-	2,7%	-	1,3%
Comentarios de amigos o familiares	10,7%	13,5%	16,9%	6,6%	5,3%	4,3%	11,9%	14,7%	28,0%	16,7%	7,5%	3,8%	12,1%
Otro/no se entera	7,8%	13,5%	8,8%	1,6%	2,6%	-	9,5%	2,2%	-	-	1,4%	-	5,3%



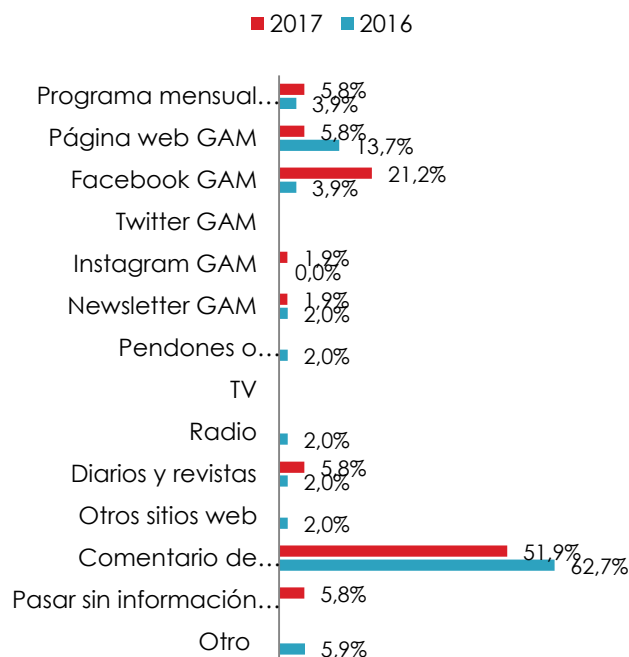
Principal medio de información sobre la función GAM a la que acaba de asistir

A los espectadores de las funciones de Teatro, Danza y Música, se les solicitó que indicaran el medio a través del cual se enteraron del espectáculo en particular al que asistieron al momento en que se tomó la encuesta. En los tres casos, el principal medio para informarse sobre el espectáculo fue por comentarios de amigos y familiares, tendencia que se repite el año anterior, en el caso del público de danza el porcentaje se incrementa a 62,7%, para Teatro y Música disminuyen. Le sigue con menor porcentaje, pero tanto para Teatro, Danza y Música, la página web de GAM (11,4%, 13,7% y 10,9%, respectivamente).

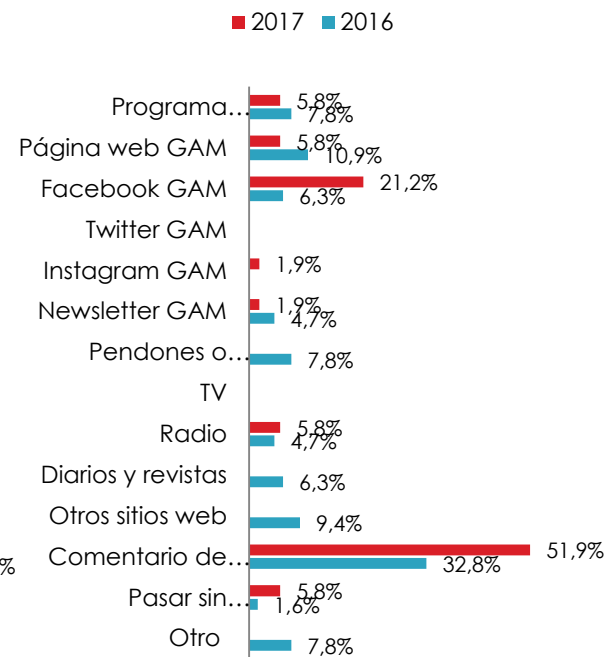
Funciones de Teatro



Funciones de Danza



Funciones de Música

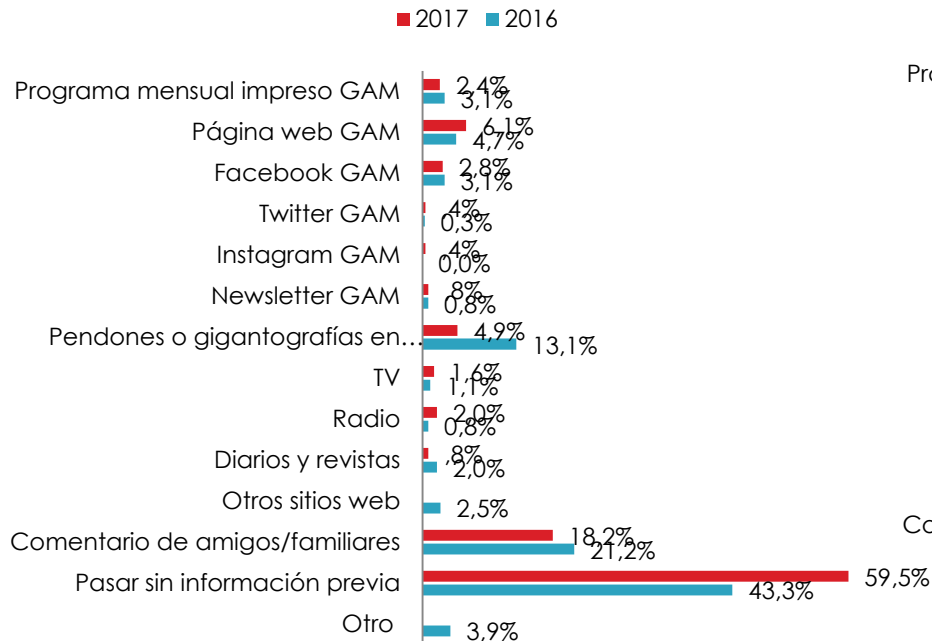




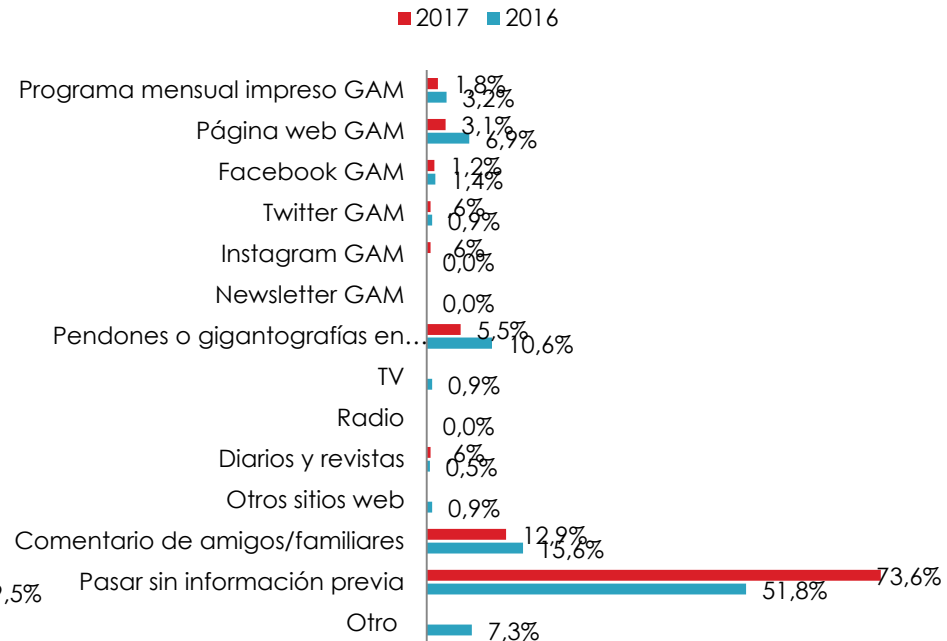
Principal medio de información sobre la exposición GAM que acaba de visitar

A los visitantes de la sala de Artes Visuales y de la Sala de Arte Popular, se les solicitó que indicaran el medio a través del cual se enteraron de la exposición en particular a la que asistieron al momento en que se tomó la encuesta. En los dos casos, y al igual que el año pasado, la mayor proporción de visitantes se enteró de la exposición sólo al pasar por GAM, es decir de "casualidad", sin embargo ambos porcentajes disminuyen respecto al 2016. Le sigue en ambos casos quienes se enteraron de la exposición por comentarios de amigos o familiares.

Sala de Artes Visuales



Sala de Arte Popular

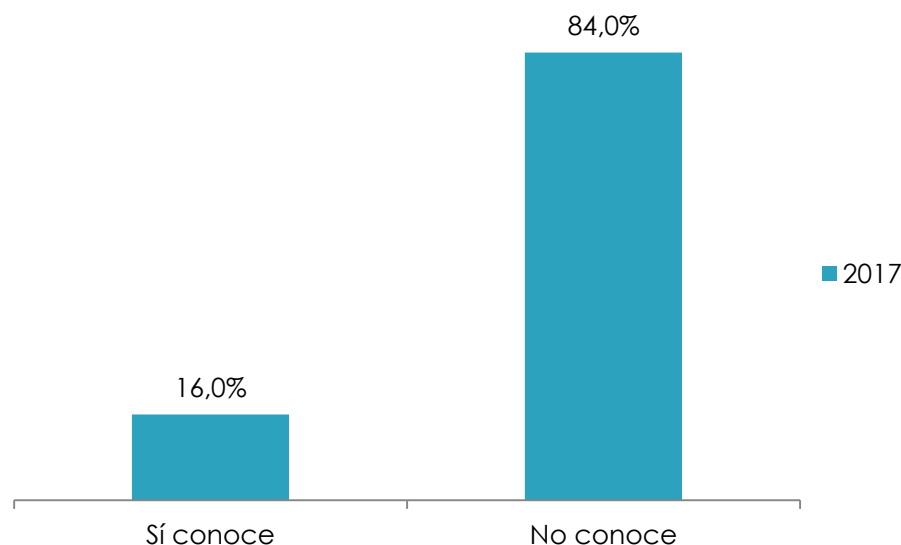




Membresía GAM

Solo el 16,0% de los públicos conoce lo que es la Membresía GAM, de estos solo la mitad ha comprado alguna vez una entrada con descuento de Membresía (membresía profesores, membresía adulto mayor, membresía BiblioGAM o membresía vecino Lastarria), es decir un 8,4% del total. Los públicos que en mayor proporción afirman conocer las membresías son los beneficiarios de las actividades de Audiencias (55,4%) seguido del público de BiblioGAM (18,0%)

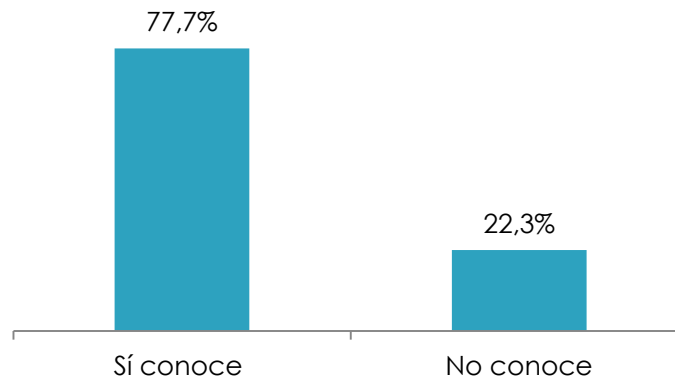
Además, el 19,5% de los públicos declara estar suscrito a otras membresías o club de socios, tales como el Club de Lectores el Mercurio(2,9%), Club La Tercera(1,9%), etc.





Conocimiento significado sigla GAM

El 77,7% de los públicos declara conocer el significado de la sigla GAM. Particularmente son los públicos de la tienda END y de las salas de exposición quienes presentan porcentajes más altos de desconocimiento del significado del nombre del centro cultural: 40,0% en END, 33,1% en Sala MAPA y 27,4% en Sala de Artes Visuales.



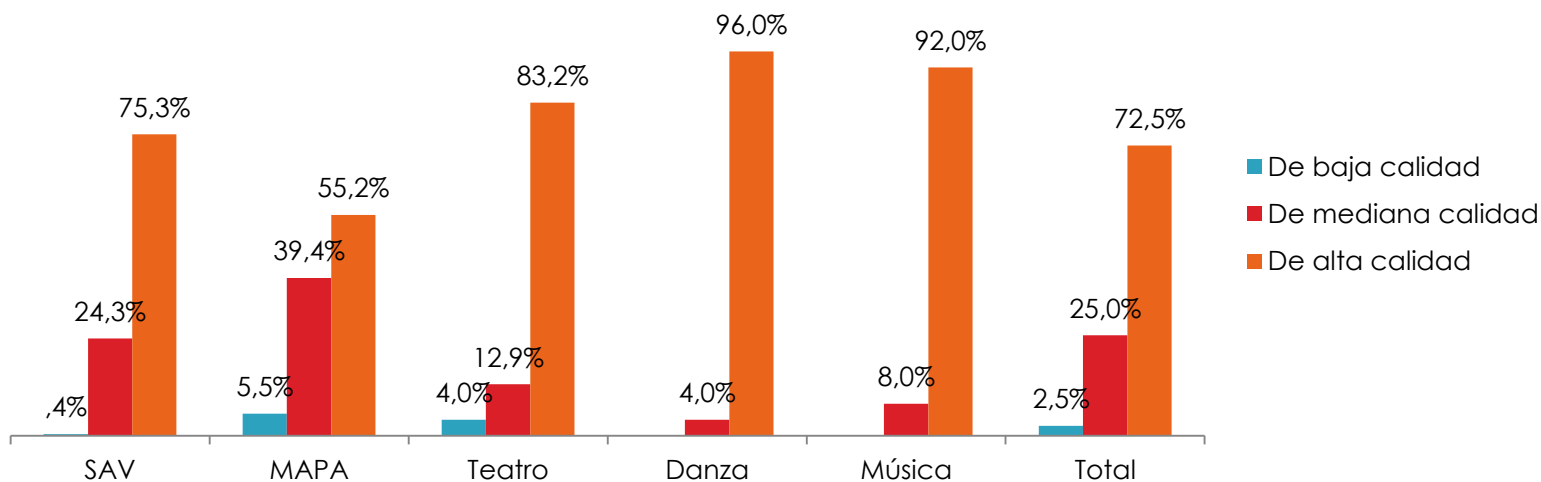
Evaluación de la programación, accesibilidad, servicios y atención del personal

Evaluación de la programación de artes escénicas y exposiciones en salas

El público de GAM, en general percibe la programación de artes escénicas de alta calidad. Destacan por tener los mayores porcentajes de alta calidad las funciones de danza (96%) y los conciertos de música (92%). Las funciones de teatro por otra parte también son considerados de alta calidad por la mayoría (83,2%), sin embargo el porcentaje que considera que son de mediana calidad (12,9%) y de baja calidad (4%) es mayor que en las demás disciplinas de artes escénicas.

En cuanto a las exposiciones de la sala de artes visuales, el 75,3% considera que son de alta calidad, seguido por el 24,3% que afirma son de mediana calidad.

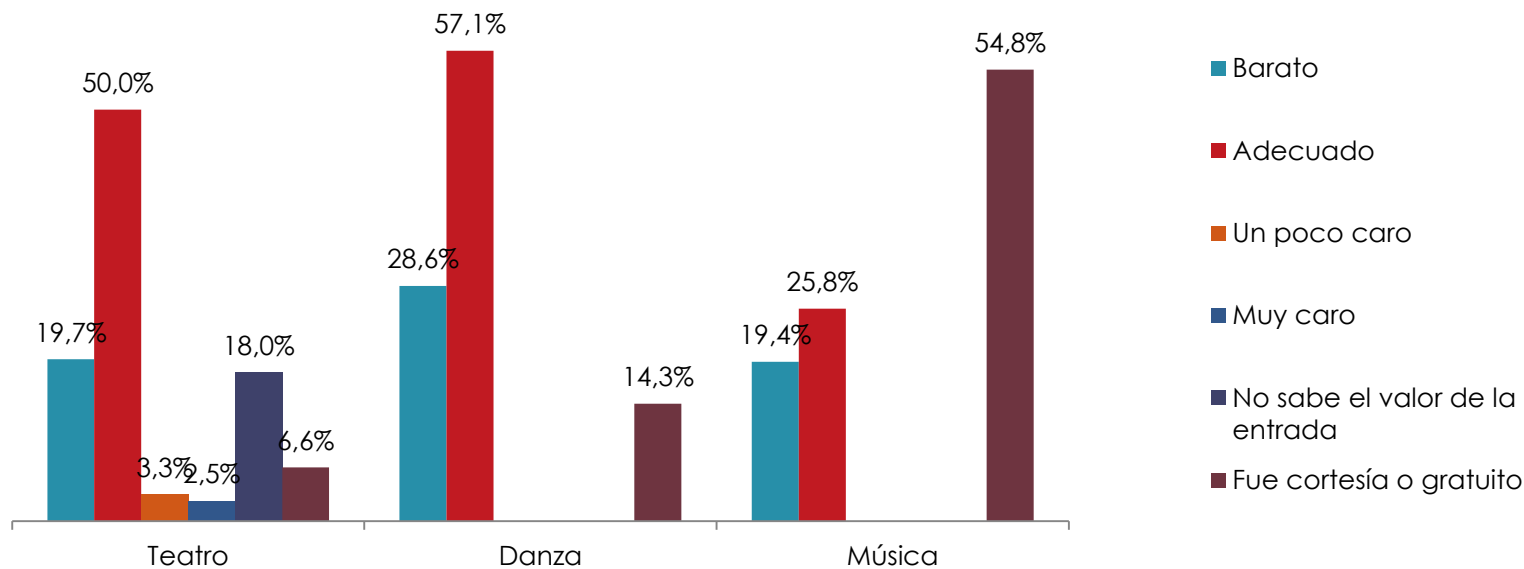
Las exposiciones de la Sala de Arte Popular son consideradas de alta calidad por un 55,2% de sus visitantes, y de mediana calidad por el 39,4%.



Evaluación sobre el valor de la entrada de espectáculos de artes escénicas

La mayoría del público encuestado en funciones de artes escénicas, consideró que el precio pagado por su entrada es adecuado.

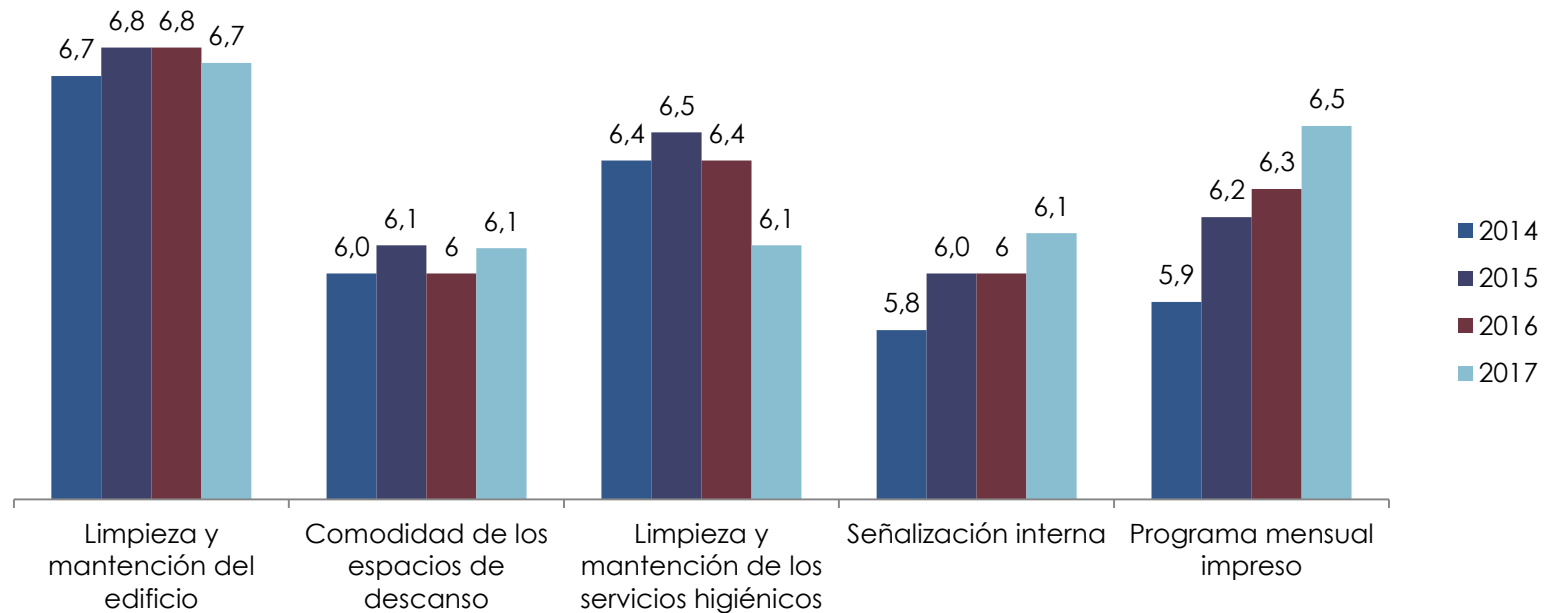
Cabe destacar que las respuestas “un poco cara” y “muy cara” solo se presenta para la funciones de teatro, ambas con un bajo porcentaje (3,3% y 2,5% respectivamente).





Evaluación de servicios GAM asociados

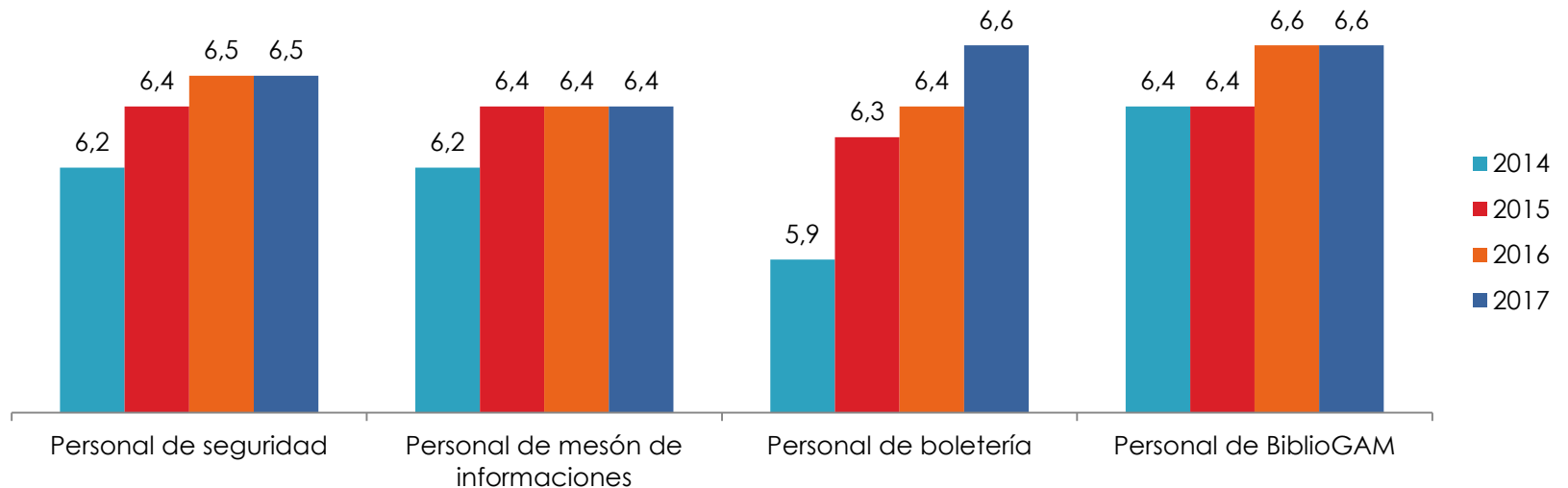
En general los servicios de GAM son bien evaluados, todos con notas sobre 6,0 (escala de 1 a 7), tendencia que perdura a lo largo de los años. La limpieza y mantención del edificio es el aspecto mejor evaluado con nota 6,7. Con la misma nota (6,1) se encuentra la comodidad de los espacios de descanso, la limpieza y mantención de los servicios higiénicos y la señalización interna. Por otra parte, con nota 6,5 se evalúa el programa impreso mensual con la información de las actividades de GAM, nota que se ha incrementado respecto a los años anteriores.





Evaluación de la atención del personal GAM

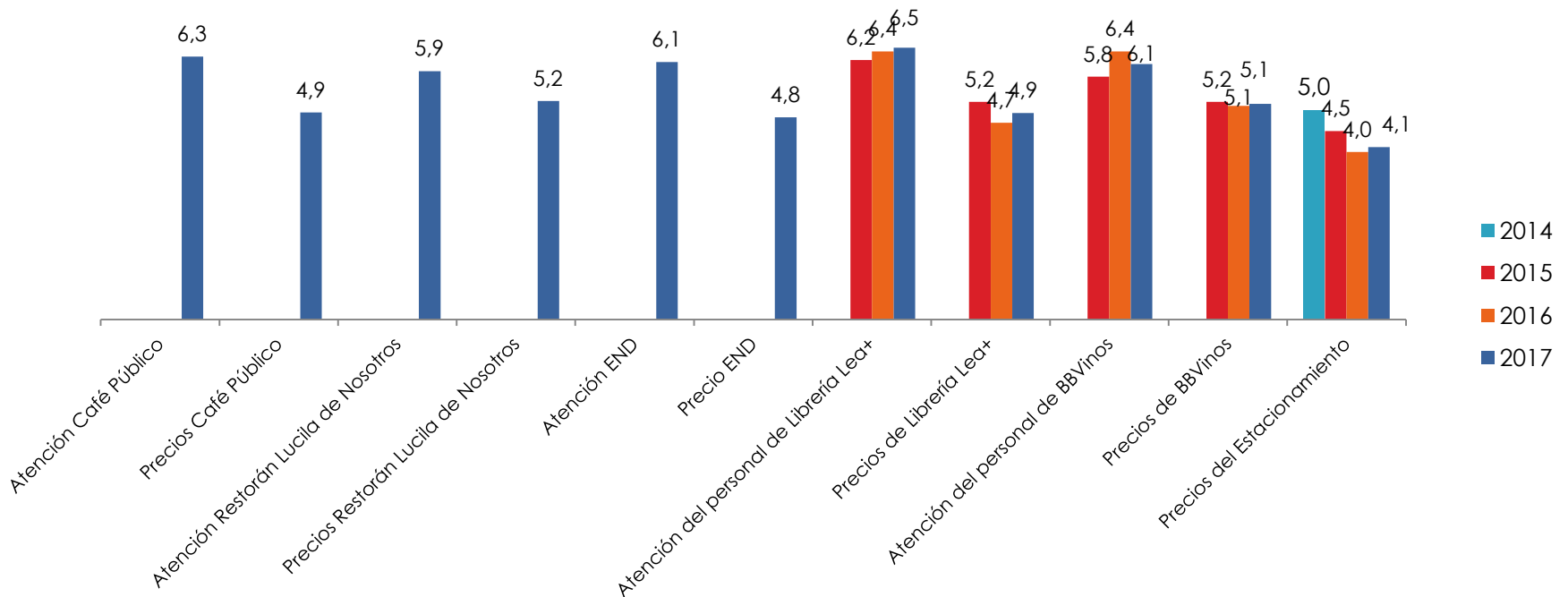
La atención del personal de boletería y BiblioGAM son las mejores evaluadas, ambos con nota 6,6. La atención del personal de seguridad se mantiene respecto al año anterior con nota 6,5, al igual que la atención del personal de informaciones que se mantiene en nota 6,4





Evaluación de la atención y precios en tiendas

La atención de la Librería Lea+ obtiene una mejor calificación respecto al año anterior (4,9). El precio de los estacionamientos presenta una baja constante en su calificación desde el año 2014. Así también, pero de manera menos significativa, descienden las calificaciones respecto a los precios de la Librería Lea+ y de BBVinos.



Gracias