

Encuesta de Caracterización de Público GAM 2012

Unidad de Estudios **GAM**

Metodología

- Muestreo aleatorio estratificado
- 1.174 casos

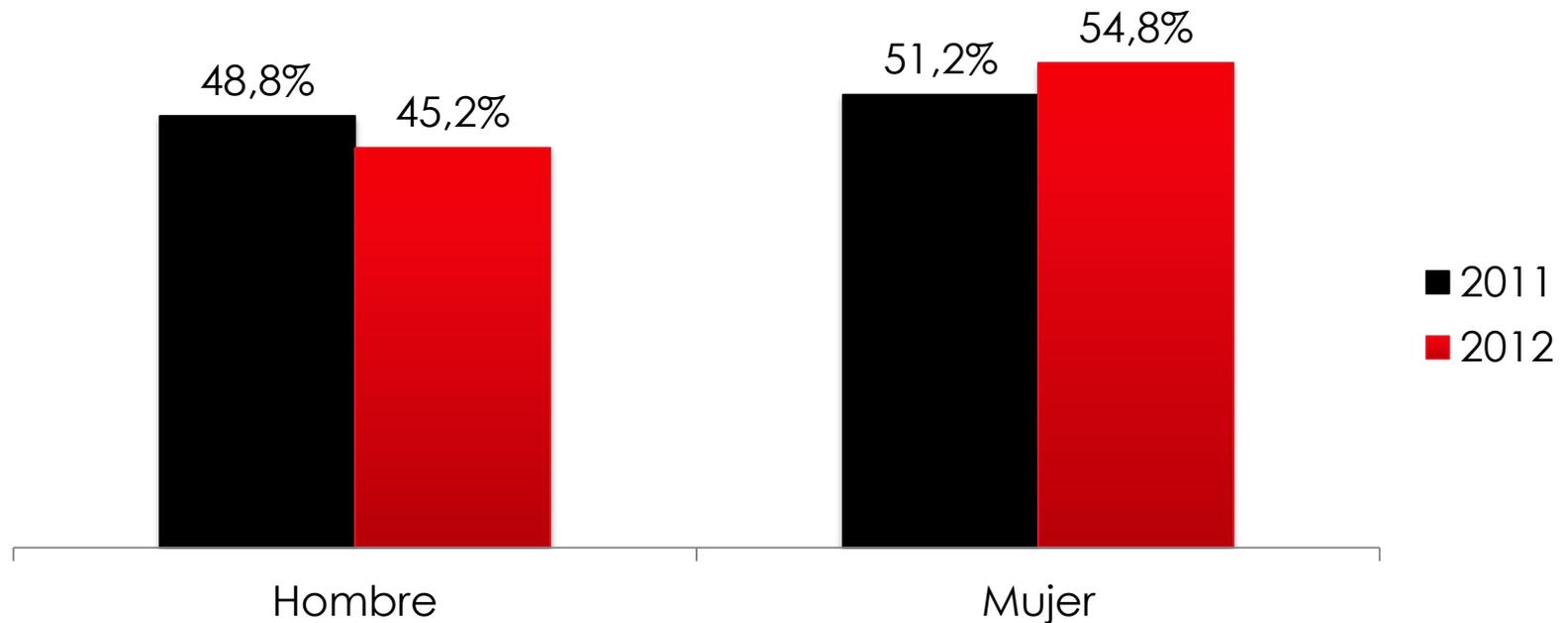
Espacios	N° de casos
Funciones de Artes Escénicas y Musicales	197
Sala de Artes Visuales	230
Sala de Arte Popular	164
BiblioGAM	114
Actividades del Área de Audiencias	115
Puma Lab	106
Café	165
Restaurante	83

- Trabajo en terreno: junio y julio de 2012

Caracterización sociodemográfica

Sexo

A diferencia del año 2011, donde la composición del público por sexo era bastante equilibrada, este año aumenta levemente la brecha, con una mayor presencia de las mujeres (54,8%) por sobre los hombres (45,2%).





Sexo según espacio

- En las **Funciones**, las **Actividades del Área de Audiencias** y en el **Café**, la brecha es similar a la que indica la tendencia general.
- En la **Sala de Arte Popular**, en **BiblioGAM** y en la **Sala de Artes Visuales** se extrema la tendencia general, con una presencia aún mayor de las mujeres por sobre los hombres.
- En **Puma Lab** y en el **Restaurante Gabriela**, la tendencia se invierte y son los hombres quienes poseen una mayor representación que las mujeres.

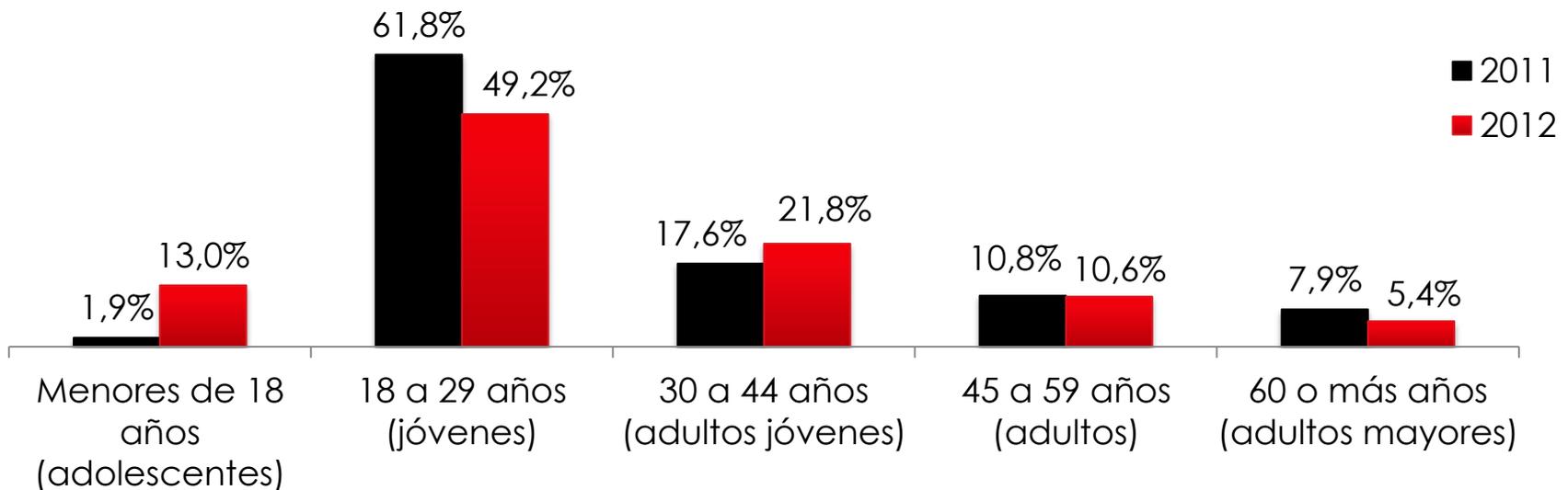
Sexo	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Hombre	45,7%	42,6%	37,8%	40,4%	47,8%	57,5%	45,5%	53,0%	45,2%
Mujer	54,3%	57,4%	62,2%	59,6%	52,2%	42,5%	54,5%	47,0%	54,8%

Edad en tramos

En cuanto a la edad, se mantiene la tendencia del año 2011, con un público mayoritariamente menor de 30 años (62,2%).

El segmento de mayor presencia sigue siendo el joven (18 a 29 años) con un 49,2%; sin embargo, en relación al año anterior, este segmento disminuye en 12,6 puntos porcentuales. Por su parte, los adolescentes (menores de 18 años), que representan el 13,0% del público, crecen en 11,1 puntos porcentuales.

El segmento que sigue en presencia al de los jóvenes es el de los adultos jóvenes (30 a 44 años), con un 21,8%.





Edad en tramos según espacio

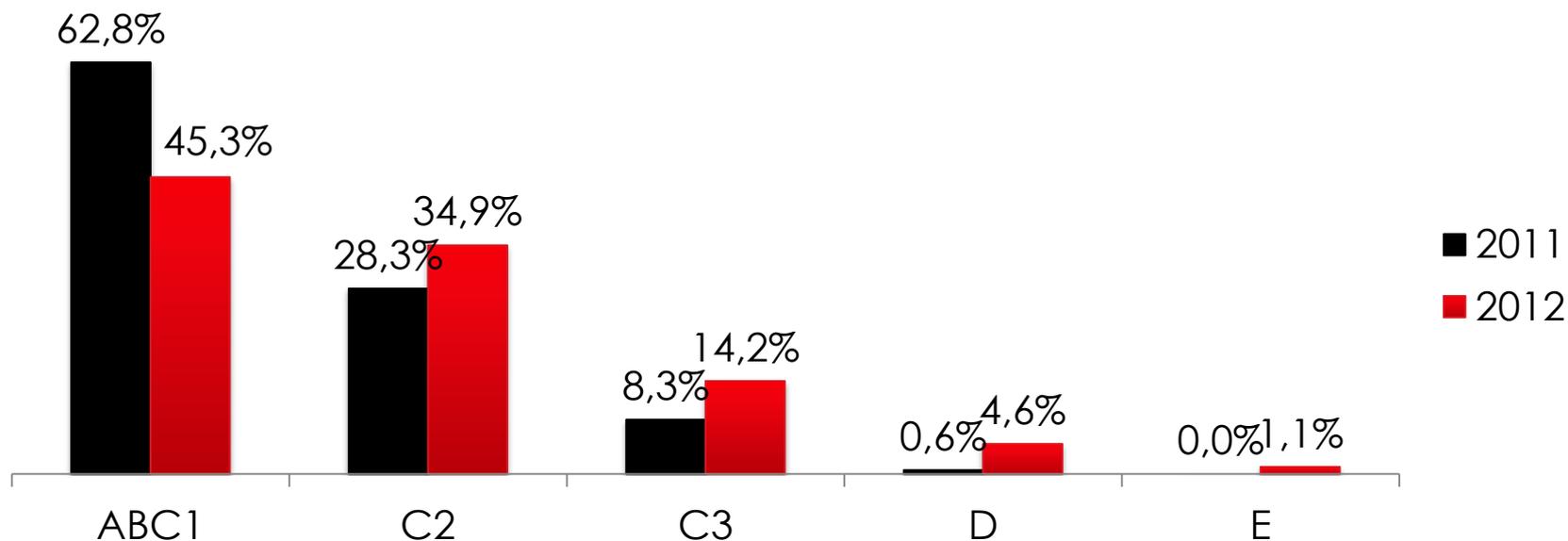
- Las **Funciones**, la **Sala de Arte Popular** y el **Café** siguen la tendencia general, con un público principalmente joven y luego adulto joven.
- **Puma Lab**, **BiblioGAM** y la **Sala de Artes Visuales** son los espacios que concentran los mayores porcentajes de público joven, siendo el resto de los grupos etarios menos significativos.
- Contradiendo la tendencia general, el **Restaurante** posee un público que es principalmente adulto joven y luego adulto.
- En las **Actividades del Área de Audiencias** priman los adolescentes, parte importante del público objetivo con el que trabaja la Unidad de Educación. Pero además, en comparación con los otros espacios, existe un porcentaje significativo de público adulto mayor, dada la línea de trabajo que desarrolla la Unidad de Mediación con este segmento.

Edad	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Menor de 18 años (adolescentes)	10,2%	10,9%	18,3%	9,6%	45,6%	4,7%	6,1%	0,0%	13,0%
18 a 29 años (jóvenes)	42,6%	63,5%	42,7%	67,5%	24,6%	77,4%	44,2%	20,5%	49,2%
30 a 44 años (adultos jóvenes)	27,4%	15,2%	20,1%	13,2%	8,8%	17,9%	30,9%	47,0%	21,8%
45 a 59 años (adultos)	11,2%	7,0%	16,5%	6,1%	7,0%	0,0%	12,1%	28,9%	10,6%
60 o más años (adultos mayores)	8,6%	3,5%	2,4%	3,5%	14,0%	0,0%	6,7%	3,6%	5,4%

Nivel socioeconómico

Se observa una mayor diversificación del público que en el año 2011 era mayoritariamente ABC1. Así, aun cuando sigue siendo el principal segmento (45,3%), los resultados 2012 evidencian su disminución en 17,5 puntos porcentuales respecto al año anterior.

En contrapartida, hay una mayor presencia de los grupos C2, C3 y D, y aparece el grupo E. Estos segmentos corresponden a quienes históricamente han presentado barreras económicas y simbólicas de acceso a la cultura.





Nivel socioeconómico según espacio

- Las **Actividades del Área de Audiencias** presentan una distribución socioeconómica de sus beneficiarios que difiere completamente de la tendencia que presenta el público de GAM en su conjunto. Posee, así, un porcentaje significativamente mayor de los segmentos C3, D y E que el resto de los espacios (en coherencia con las líneas de trabajo focalizado con públicos de contextos de vulnerabilidad social) y un porcentaje menor de los segmentos ABC1 y C2 (correspondientes a quienes asisten a actividades de formación de audiencias para público general, como los Foros GAM).
- El **Restaurante**, por su parte, se constituye como el único espacio donde la gran mayoría del público es ABC1 (65,0%).
- En el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

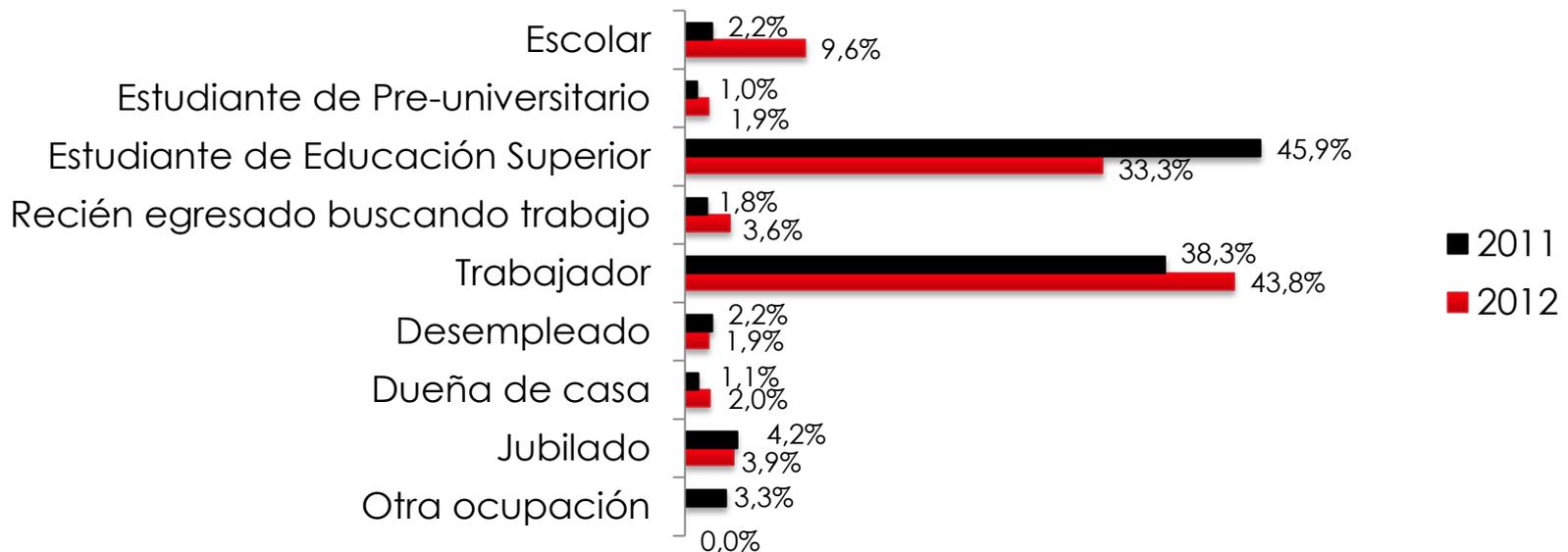
NSE	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
ABC1	49,7%	40,9%	43,4%	40,4%	23,1%	43,6%	49,6%	65,0%	45,3%
C2	35,6%	30,1%	37,7%	36,2%	29,2%	37,6%	37,4%	30,0%	34,9%
C3	12,1%	17,2%	14,2%	17,0%	21,5%	15,8%	12,9%	5,0%	14,2%
D	2,7%	7,5%	3,8%	6,4%	21,5%	3,0%	0,0%	0,0%	4,6%
E	0,0%	4,3%	0,9%	0,0%	4,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%

Ocupación

Los estudiantes en su conjunto (escolares, de pre-universitario y de educación superior) representan un 44,8% de los encuestados, porcentaje similar al observado el 2011. En ambos años predominan los de educación superior; sin embargo, en el 2012 disminuyen significativamente su presencia en relación al 2011, y en contrapartida, se incrementa el público escolar.

Por otra parte, un 43,8% corresponde a trabajadores, porcentaje que no varía significativamente respecto al 2011.

Finalmente, se encuentran presentes en porcentajes marginales los recién egresados que buscan trabajo por primera vez (3,6%), los desempleados (1,9%), las dueñas de casa (2,0%) y los jubilados (3,9%). Todas estas categorías están representadas en porcentajes similares a las del año 2011.



Ocupación según espacio

- En la **Sala de Arte Popular** y en **Puma Lab** se mantiene la tendencia general.
- **BiblioGAM** presenta un público que es mayoritariamente estudiante de educación superior (60,5%); y en la **Sala de Artes Visuales**, si bien este segmento no constituye mayoría, posee mayor presencia que lo que indicaba la tendencia general (43,1%).
- El **Restaurante** concentra casi en su totalidad a trabajadores (91,4%). Con porcentajes menores de este segmento, pero más elevados que lo indicado por la tendencia general, se encuentran el **Café** (56,4%) y las **Funciones** (56,1%).
- Las **Actividades del Área de Audiencias** concentran su mayor porcentaje de beneficiarios entre escolares (45,5%), lo que se explica principalmente por el trabajo que realiza la Unidad de Educación con este segmento. Por otra parte, comparativamente con los otros espacios, concentra el mayor porcentaje de jubilados (10,9%), lo que es coherente con el trabajo de la Unidad de Mediación con la tercera edad.

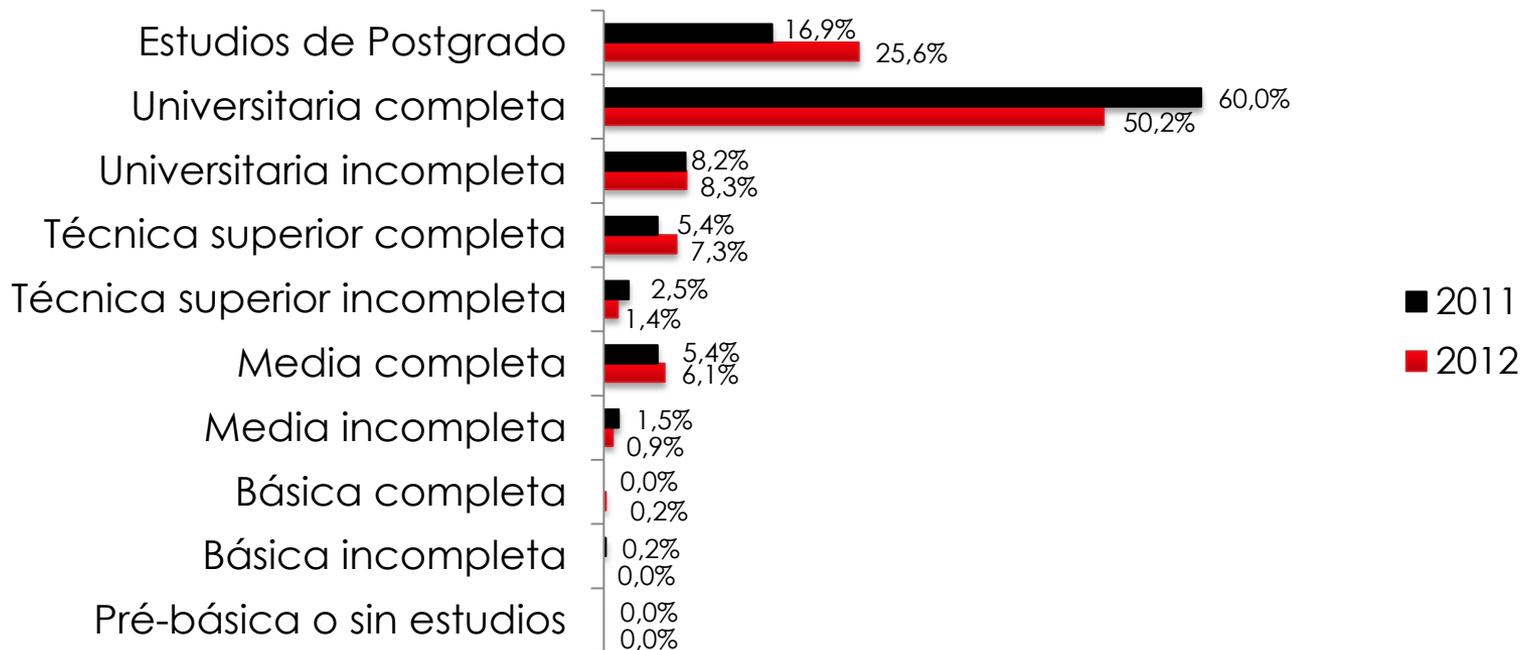
Ocupación	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Escolar	5,1%	8,0%	14,7%	1,8%	45,5%	2,9%	2,4%	0,0%	9,6%
Estudiante Pre-universitario	1,0%	2,2%	2,5%	1,8%	1,8%	0,0%	4,2%	0,0%	1,9%
Estudiante Educación Superior	30,6%	43,1%	29,4%	60,5%	21,8%	41,9%	24,2%	4,9%	33,3%
Recién egresado buscando trabajo	0,5%	4,9%	4,3%	12,3%	0,0%	2,9%	3,6%	0,0%	3,6%
Trabajador	56,1%	32,4%	41,7%	18,4%	15,5%	49,5%	56,4%	91,4%	43,8%
Jubilado	5,1%	1,8%	3,1%	2,6%	10,9%	0,0%	6,1%	1,2%	3,9%
Desempleado	0,5%	5,3%	1,8%	1,8%	0,0%	2,9%	0,0%	1,2%	1,9%
Dueña de casa	1,0%	2,2%	2,5%	0,9%	4,5%	0,0%	3,0%	1,2%	2,0%



Nivel educacional*

Se observa un alto nivel de instrucción en el público asistente: de manera similar al año 2011, el 75,8% de los encuestados posee al menos educación universitaria completa.

Un 25,6% del total de casos posee, además, estudios de postgrado; porcentaje superior al del año 2011.



*Excluye a quienes en la actualidad son estudiantes (escolares, pre-universitario, educación superior)



Nivel educacional según espacio*

- En las **Funciones**, el porcentaje de público que posee al menos enseñanza media es mucho mayor (88,7%) a lo que indica la tendencia general (75,8%).
- Por otra parte, el porcentaje de público que posee al menos enseñanza media es mucho menor en las **Actividades del Área de Audiencias** (61,8%) y en el **Restaurante** (63,7%) que lo que indica la tendencia general (75,8%).
- En el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

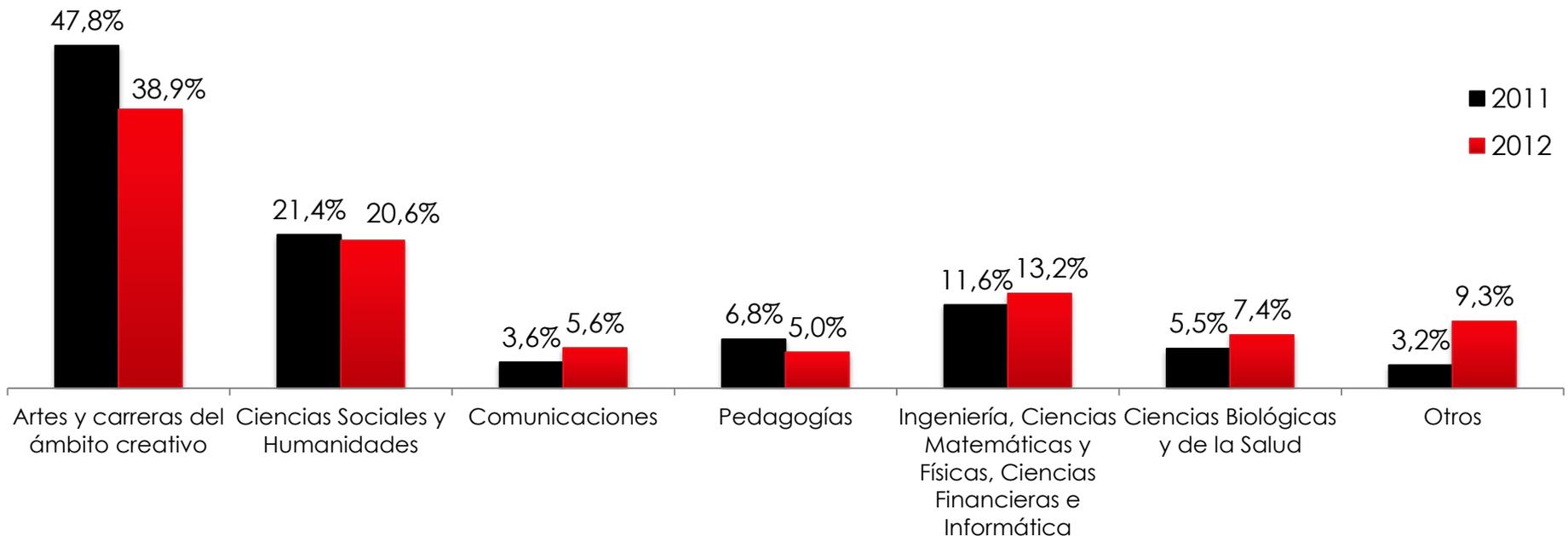
Nivel educacional	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Estudios de Postgrado	33,1%	28,6%	24,1%	14,6%	11,8%	12,1%	28,1%	29,9%	25,6%
Universitaria completa	55,6%	45,7%	54,0%	56,1%	50,0%	65,5%	46,5%	33,8%	50,2%
Universitaria incompleta	2,4%	9,5%	2,3%	12,2%	5,9%	5,2%	14,0%	15,6%	8,3%
Técnica superior incompleta	4,0%	7,6%	5,7%	9,8%	2,9%	13,8%	5,3%	13,0%	7,3%
Técnica superior completa	0,8%	1,9%	1,1%	4,9%	5,9%	0,0%	0,0%	1,3%	1,4%
Media completa	4,0%	3,8%	11,5%	2,4%	17,6%	3,4%	6,1%	5,2%	6,1%
Media incompleta	0,0%	2,9%	1,1%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	1,3%	0,9%
Básica completa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Básica incompleta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pre Básica o sin estudios	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

*Excluye a quienes en la actualidad son estudiantes (escolares, pre-universitario, educación superior)



Área de estudio de los universitarios

De los estudiantes de educación superior que visitan GAM, al igual que el año 2011, el mayor porcentaje pertenece al área de las Artes y de las carreras del ámbito creativo, con una presencia del 38,9% (aún cuando este porcentaje es inferior al del año anterior). Le siguen los estudiantes de carreras de las Ciencias Sociales y Humanidades (20,6%).





Carrera de estudio de los universitarios

Al analizar los datos por carrera, los estudiantes con mayor representación son los de Arquitectura (10,8%), Derecho (9,3%), Teatro/Actuación (8,5%) y Diseño (7,1%)

Artes y carreras del ámbito creativo	
Arquitectura	10,8%
Cine / Cine y TV	1,6%
Comunicación Audiovisual	1,3%
Música	1,9%
Danza	0,5%
Diseño	7,1%
Fotografía	0,8%
Artes Visuales	3,4%
Historia del arte	2,1%
Literatura	0,8%
Teatro / actuación	8,5%

Ciencias Sociales y Humanidades	
Administración pública	1,1%
Antropología	0,3%
Ciencias Políticas	1,1%
Derecho	9,3%
Economía	0,3%
Filosofía	0,3%
Geografía	1,3%
Historia	0,5%
Psicología	2,6%
Sociología	2,1%
Trabajo Social	1,6%
Técnico Jurídico	0,3%

Comunicaciones	
Periodismo	2,6%
Publicidad	2,4%
Relaciones Públicas	0,3%
Traducción	0,3%

Pedagogías	
Educación Diferencial	1,1%
Pedagogía	0,8%
Pedagogía en Educación Básica	0,5%
Pedagogía en Educación Media	0,5%
Pedagogía en Historia	1,1%
Pedagogía en Inglés	0,3%
Pedagogía en Lenguaje	0,3%
Pedagogía en Matemática	0,3%
Pedagogía en Música	0,3%



Carrera de estudio de los universitarios

Ingeniería, Ciencias Matemáticas y Físicas, Ciencias Financieras e Informática

Administración de empresas	0,9%
Auditoría	0,3%
Agronomía	0,5%
Ingeniería	1,3%
Ingeniería Civil	1,3%
Ingeniería Civil Industrial	0,8%
Ingeniería Civil Informática	0,3%
Ingeniería Civil Mecánica	0,3%
Ingeniería Comercial	4,8%
Ingeniería Eléctrica	0,3%
Ingeniería en Administración	0,3%
Ingeniería en Alimentos	0,5%
Ingeniería en Información y Control de Gestión	0,3%
Ingeniería en Minas	0,3%
Prevención de Riesgos	0,3%
Téc. En Comercio	0,3%
Téc. En Informática	0,8%

Ciencias Biológicas y de la Salud

Biología	0,5%
Bioquímica	0,3%
Enfermería	0,5%
Fonoaudiología	0,3%
Kinesiología	0,8%
Medicina	1,1%
Obstetricia	0,3%
Odontología	0,8%
Química y Farmacia	1,6%
Veterinaria	0,3%
Nutrición y Dietética	0,3%
Tecnología Médica	0,3%
Técnico en Enfermería	0,5%

Otros

Bachiderato	0,8%
Postgrado	2,4%
Gastronomía	0,5%
Turismo	4,8%
Terapia ocupacional	0,3%
Estilista profesional	0,3%
Técnico Arquitectónico	0,3%



Casas de estudio de los universitarios

Al igual que el año 2011, entre los estudiantes universitarios destacan, en primer lugar, quienes provienen de la Universidad de Chile (27,5%) y, en segundo lugar, quienes estudian en la Pontificia Universidad Católica de Chile (11,8%).

Universidad de Chile	27,5%
Pontificia Universidad Católica de Chile	11,8%
Duoc UC	5,2%
Los Leones (Universidad/IP/CFT)	5,0%
Universidad de Santiago de Chile	4,7%
Universidad Diego Portales	4,7%
Instituto Profesional Chile	4,4%
Universidad Alberto Hurtado	3,6%
Universidad UNIACC	3,0%

Instituto Profesional Arcos	2,8%
Universidad Central	2,8%
Universidad Andrés Bello	2,5%
Universidad Mayor	2,5%
Instituto Profesional AIEP	1,7%
Universidad Academia de Humanismo Cristiano	1,4%
Universidad Católica Silva Henríquez	1,4%
Santo Tomás (Universidad/IP/CFT)	1,4%
Universidad de Concepción	1,1%
Universidad de Las Américas	1,1%



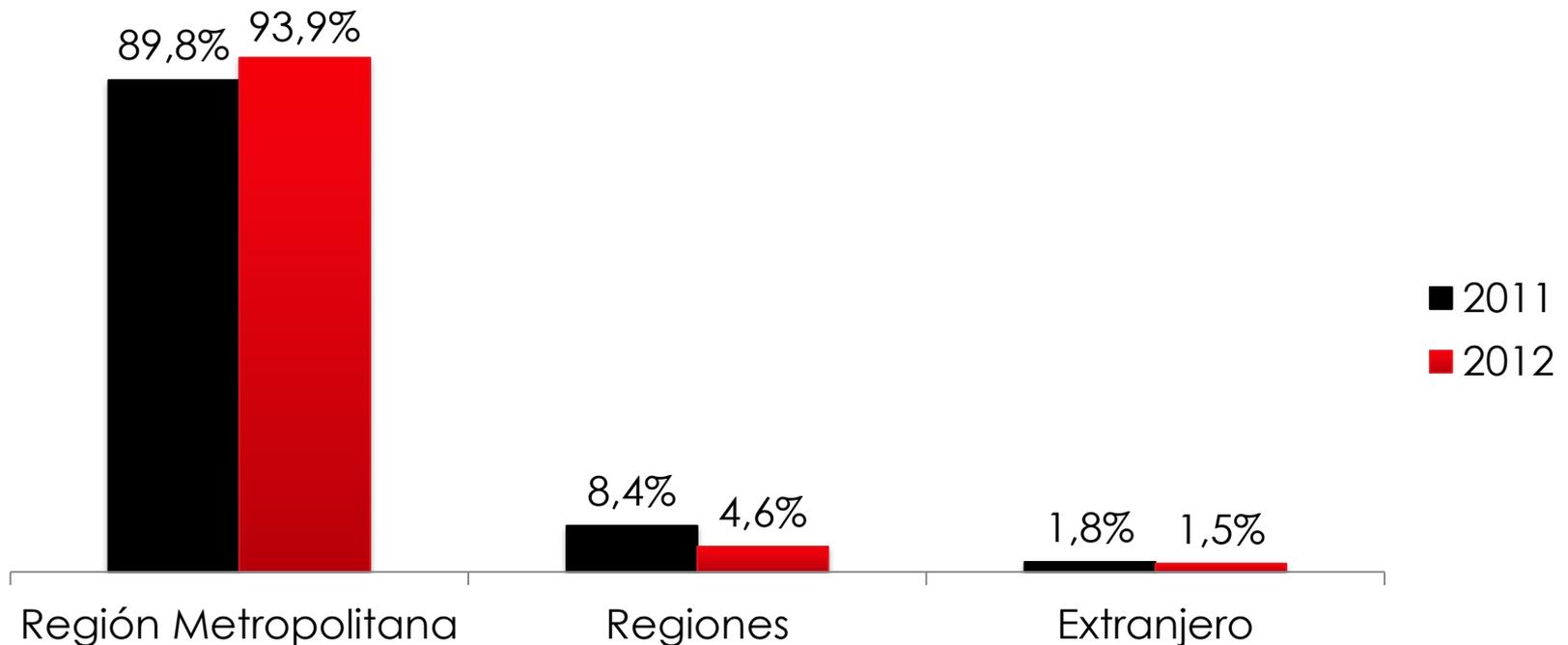
Casas de estudio de los universitarios

Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación	1,1%
Universidad UCINF	1,1%
INACAP (Universidad/IP/CFT)	0,8%
Universidad ARCIS	0,8%
Universidad San Sebastián	0,8%
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	0,6%
Universidad de Talca	0,6%
Universidad del Desarrollo	0,6%
Universidad Técnica Federico Santa María	0,6%
Universidad Finis Terrae	0,6%
Universidad Tecnológica Metropolitana	0,6%
Instituto Profesional Esucomex	0,6%

Universidad Autónoma de Chile	0,3%
Universidad de Los Lagos	0,3%
Universidad de Valparaíso	0,3%
Universidad del Pacífico	0,3%
Universidad Gabriela Mistral	0,3%
Instituto Chileno Norteamericano	0,3%
Instituto John F. Kennedy	0,3%
Universidad Católica de Temuco	0,3%
ALPES Escuela de Comunicaciones	0,3%
Universidad del Mar	0,3%
Instituto Profesional La Araucana	0,3%

Procedencia del público

El 93,9% del público procede de la Región Metropolitana, un 4,6% de regiones y un 1,5% del extranjero. Estos resultados siguen la misma tendencia del 2011.





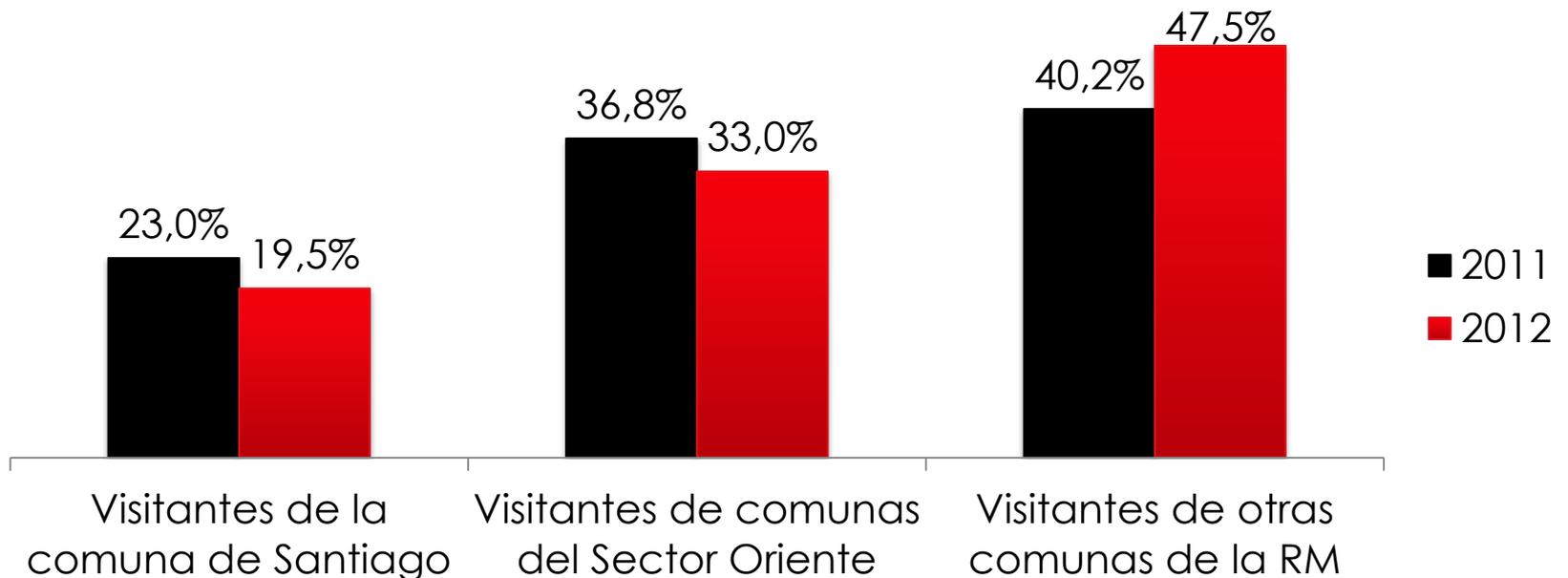
Procedencia del público según espacios

Al comparar los datos por espacio, no se observan diferencias significativas en la procedencia del público.

Procedencia	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Región Metropolitana	97,0%	89,8%	87,0%	98,2%	95,6%	98,1%	93,3%	100,0%	93,9%
Regiones	3,0%	5,8%	11,8%	1,8%	1,8%	1,9%	5,5%	0,0%	4,6%
Extranjero	0,0%	4,4%	1,2%	0,0%	2,7%	0,0%	1,2%	0,0%	1,5%

Comunas de procedencia del público de la RM

El 19,5% de los visitantes de la Región Metropolitana procede de la comuna de Santiago, un 33,0% de las comunas del Sector Oriente y un 47,5% de otras comunas de la región. Destaca el incremento del público de comunas distintas a Santiago y el Sector Oriente respecto al 2011, lo que es coherente con la diversificación del público desde el plano socioeconómico.





Comunas de procedencia del público de la RM según espacios

- Contradiendo la tendencia general, el **Restaurante** y las **Funciones** concentran mayor porcentaje de público procedente de las comunas del Sector Oriente, en segundo lugar de otras comunas de la Región Metropolitana y finalmente de Santiago.
- Las **Actividades del Área de Audiencias** concentran el más alto porcentaje de público procedente de comunas distintas a Santiago Centro y el Sector Oriente (69,4%), lo que se condice con el trabajo focalizado con beneficiarios provenientes de contextos de vulnerabilidad social.
- En el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

Comunas de procedencia de la RM	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Santiago	21,5%	20,7%	18,6%	21,4%	17,6%	27,9%	15,8%	9,2%	19,5%
Comunas del sector Oriente	42,9%	27,1%	37,9%	25,0%	13,0%	31,7%	36,8%	48,7%	33,0%
Otras comunas de la RM	35,6%	52,2%	43,6%	53,6%	69,4%	40,4%	47,4%	42,1%	47,5%



Comunas de procedencia del público de la RM

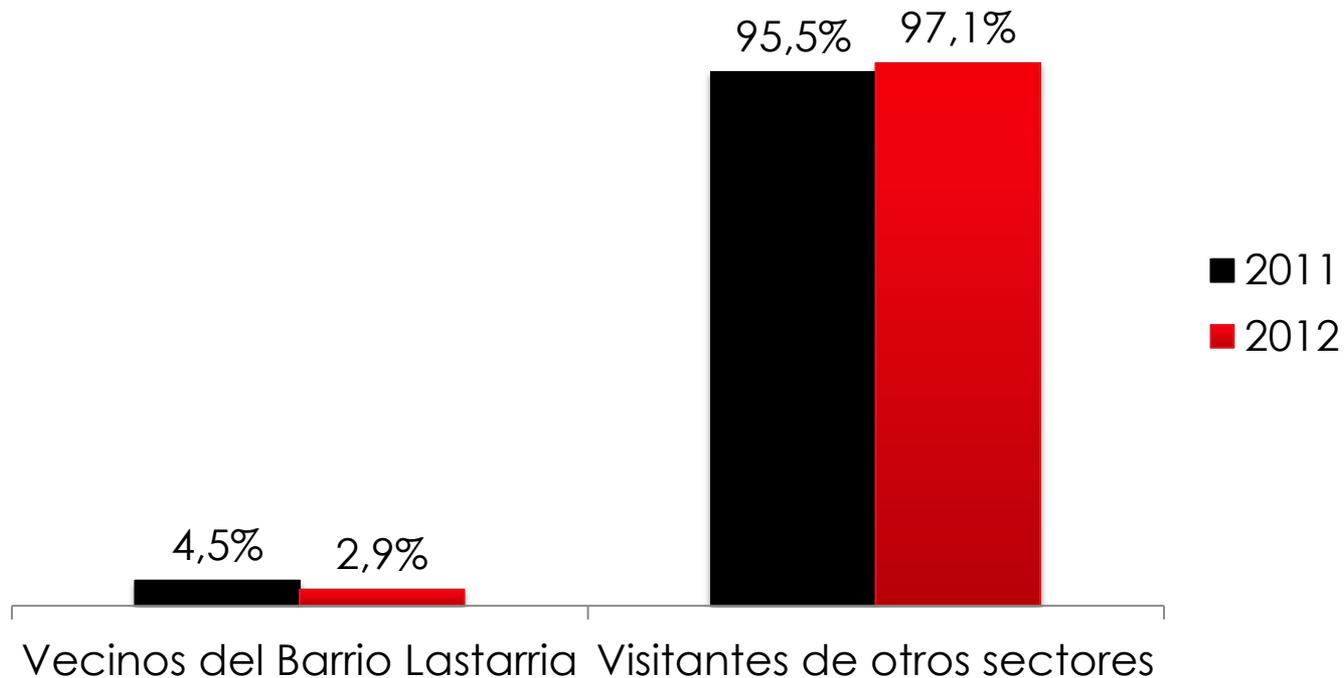
Santiago	19,5%
Providencia	10,4%
Ñuñoa	7,6%
Las Condes	7,0%
Peñalolén	6,7%
Maipú	5,4%
La Reina	4,9%
La Florida	4,8%
Puente Alto	2,9%
Quilicura	2,1%
Vitacura	2,1%
Recoleta	1,9%
Macul	1,8%
San Bernardo	1,7%
Estación Central	1,7%
Pudahuel	1,7%

Independencia	1,6%
La Cisterna	1,4%
Conchalí	1,3%
San Miguel	1,1%
Lo Barnechea	1,0%
Lo Prado	0,9%
San Joaquín	0,9%
El Bosque	0,8%
Quinta Normal	0,7%
Renca	0,7%
Huechuraba	0,6%
Cerrillos	0,6%
La Pintana	0,6%
Buín	0,5%
Lampa	0,5%

Pedro Aguirre Cerda	0,5%
Talagante	0,5%
La Granja	0,4%
Pirque	0,4%
Cerro Navia	0,3%
Colina	0,3%
Isla de Maipo	0,3%
Melipilla	0,3%
Paine	0,3%
Peñaflor	0,3%
Calera de Tango	0,2%
Lo Espejo	0,2%
Padre Hurtado	0,2%
San José de Maipo	0,2%
San Ramón	0,2%
El Monte	0,1%
Curacaví	0,1%

Vecinos del Barrio Lastarria

Del total del público que visita GAM, un 2,9% corresponde a vecinos del Barrio Lastarria, tendencia similar a la del 2011.





Vecinos del Barrio Lastarria

Al comparar los datos por espacio, no se observan diferencias significativas.

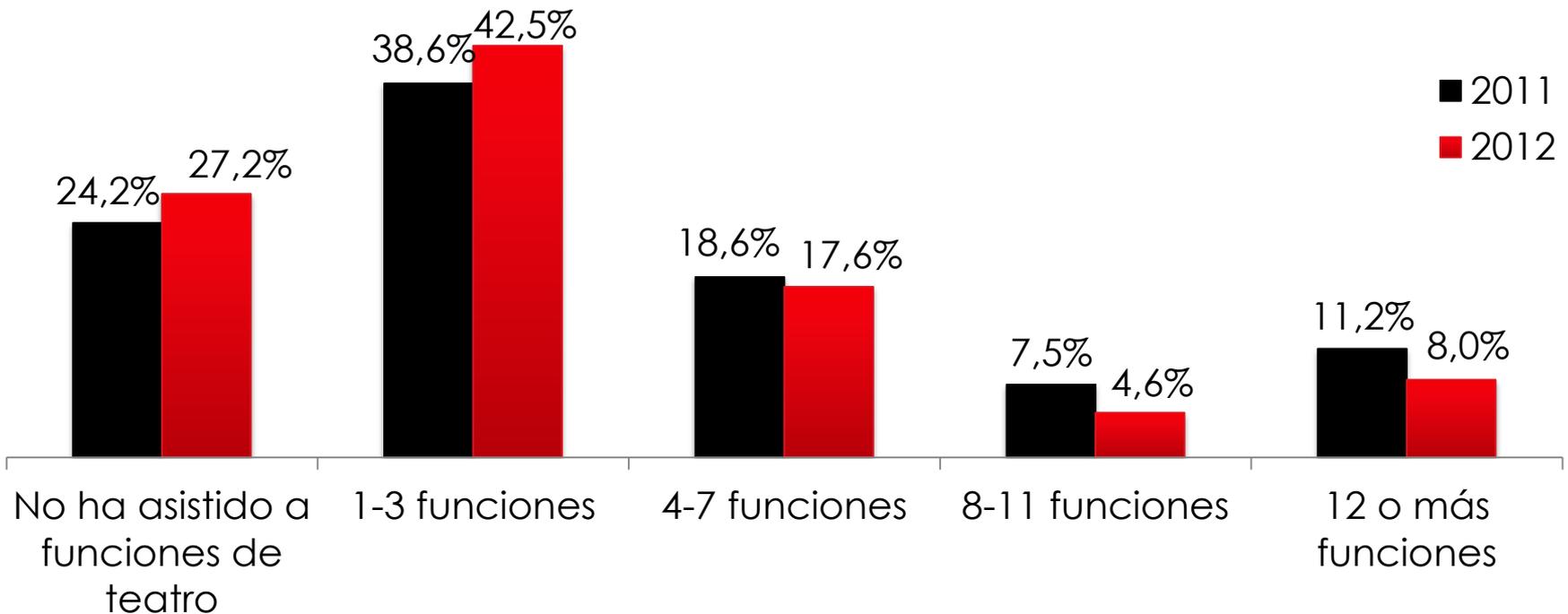
Vecinos del Barrio Lastarria	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Sí	2,6%	2,6%	2,4%	4,4%	2,6%	2,8%	1,2%	2,4%	2,9%
No	97,4%	97,4%	97,6%	95,6%	97,4%	97,2%	98,8%	97,6%	97,1%

Hábitos y prácticas culturales



Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes ha asistido al teatro en los últimos 12 meses, siendo sólo un 27,2% quienes no lo han hecho, porcentaje similar al del 2011. Sin embargo, la frecuencia de asistencia que predomina es baja: un 42,5% vio de 1 a 3 funciones y un 30,2% ha visto más de 3.





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

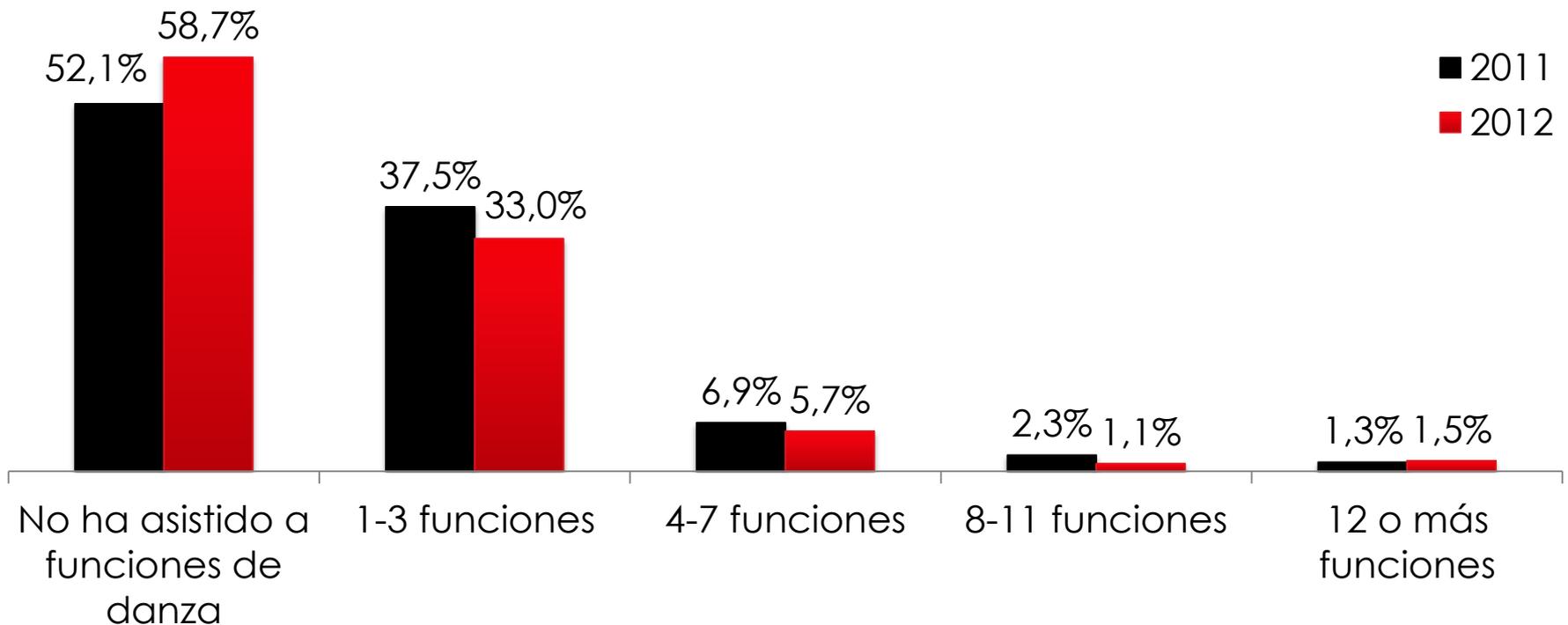
- Como es de suponer, sólo el público de **Funciones** ha asistido en su mayoría (60,5%) más de 3 veces al teatro en los últimos 12 meses; e incluso un 24,4% lo ha hecho 12 o más veces.
- Si bien en la **Sala de Arte Popular** y en **BiblioGAM** la mayoría del público ha asistido al teatro en los últimos 12 meses, constituyen los espacios que presentan comparativamente los más altos porcentajes de quienes no lo han hecho.
- En el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido a funciones de teatro	8,6%	28,8%	36,4%	36,8%	30,4%	25,5%	31,3%	25,4%	27,2%
1-3 funciones	31,0%	45,5%	46,3%	39,5%	48,2%	41,5%	45,4%	47,9%	42,5%
4-7 funciones	23,4%	17,6%	13,0%	15,8%	14,3%	19,8%	14,7%	23,9%	17,6%
8-11 funciones	12,7%	4,5%	1,9%	0,9%	4,5%	4,7%	1,8%	1,4%	4,6%
12 o más funciones	24,4%	3,6%	2,5%	7,0%	2,7%	8,5%	6,7%	1,4%	8,0%



Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes, correspondiente al 58,7%, no ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses, resultado similar al obtenido en el año 2011.





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

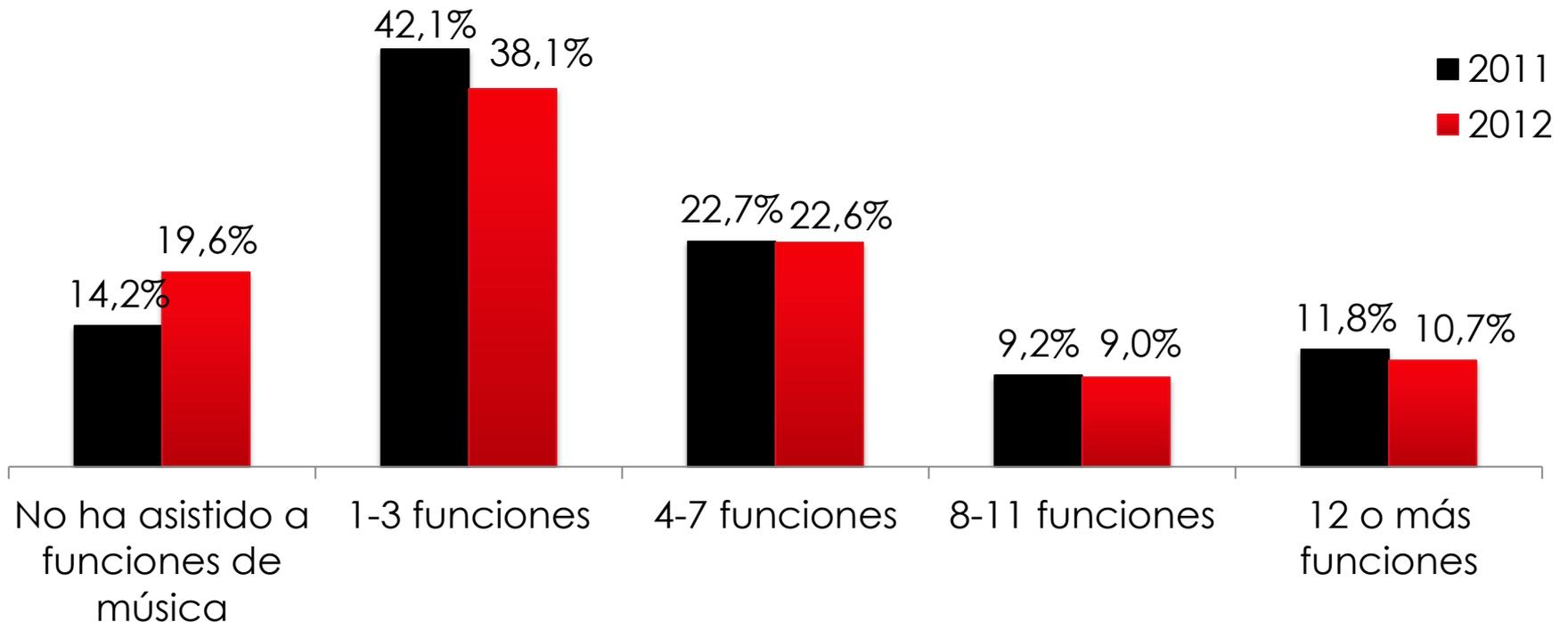
- En el público del **Café** y el **Restaurante**, el porcentaje de quienes no han asistido a la danza en los últimos 12 meses es bastante mayor que lo que indica la tendencia general, alcanzando cerca del 70% de los casos.
- Para el resto de los espacios los porcentajes se presentan próximos a la tendencia general.

Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido a funciones de danza	50,8%	51,8%	57,4%	57,9%	66,1%	60,4%	69,1%	69,2%	58,7%
1-3 funciones	29,4%	39,4%	37,0%	38,6%	32,1%	31,1%	24,7%	27,7%	33,0%
4-7 funciones	13,2%	6,9%	3,7%	2,6%	1,8%	6,6%	3,1%	1,5%	5,7%
8-11 funciones	2,5%	0,9%	0,6%	0,9%	0,0%	0,0%	1,9%	0,0%	1,1%
12 o más funciones	4,1%	0,9%	1,2%	0,0%	0,0%	1,9%	1,2%	1,5%	1,5%



Asistencia a presentaciones de música en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes, correspondiente al 80,4%, ha asistido a presentaciones de música en los últimos 12 meses; resultado similar al arrojado el 2011. Sin embargo, la frecuencia de asistencia que predomina es baja: un 38,1% vio 1 a 3 funciones de música.





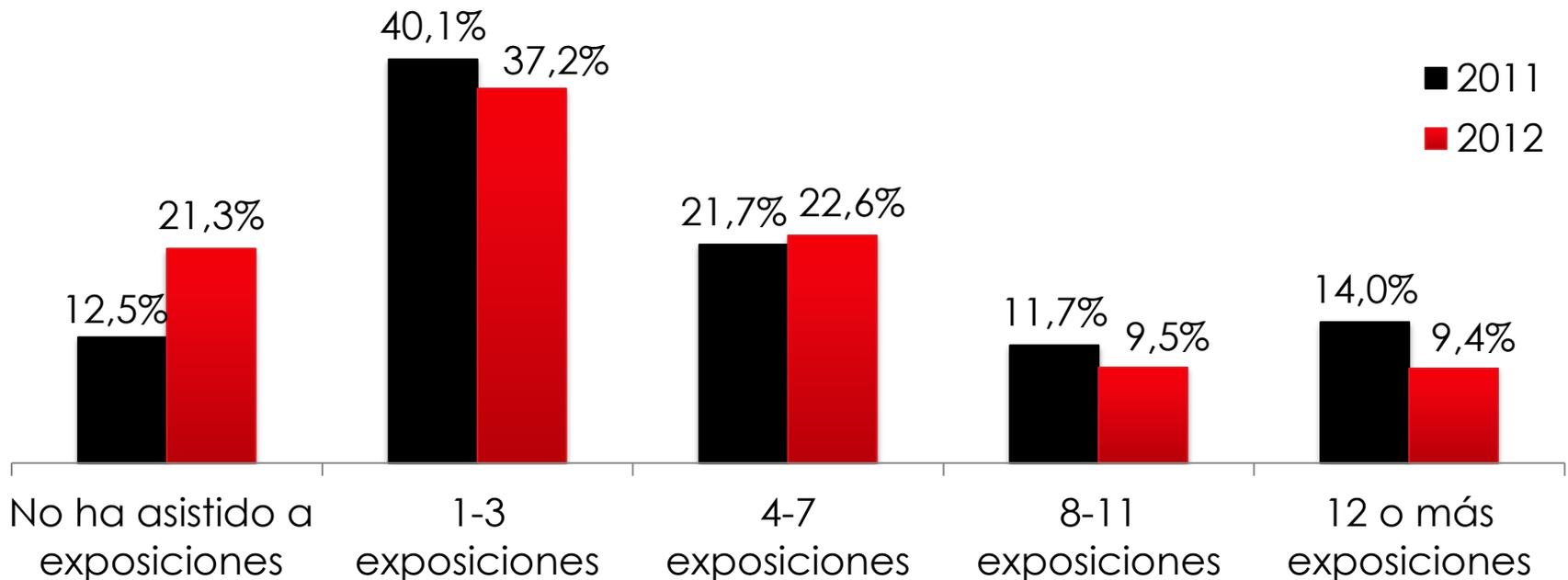
Asistencia a presentaciones de música en los últimos 12 meses según espacio

- Si bien los beneficiarios de las **Actividades del Área de Audiencias** también han asistido en su mayoría a presentaciones de música en los últimos 12 meses, comparativamente con los otros espacios, presentan un porcentaje significativamente mayor de quienes no lo han hecho (33,0%).
- Por otra parte, el público de **Puma Lab** ha asistido casi en su totalidad (95,3%) a presentaciones de música en los últimos 12 meses, y un porcentaje significativamente mayor que el público de los otros espacios lo ha hecho con alta frecuencia (un 34,0% ha asistido a 12 o más funciones).
- Para el resto de los espacios los porcentajes se presentan próximos la tendencia general.

Asistencia a presentaciones de música en los últimos 12 meses	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido a presentaciones de música	13,2%	15,9%	19,1%	26,3%	33,0%	4,7%	25,9%	25,7%	19,6%
1-3 funciones	34,0%	41,4%	47,5%	40,4%	38,5%	13,2%	37,7%	51,4%	38,1%
4-7 funciones	28,4%	24,1%	17,3%	19,3%	20,2%	27,4%	21,6%	18,9%	22,6%
8-11 funciones	10,7%	9,5%	9,3%	9,6%	4,6%	20,8%	4,3%	1,4%	9,0%
12 o más funciones	13,7%	9,1%	6,8%	4,4%	3,7%	34,0%	10,5%	2,7%	10,7%

Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes, correspondientes al 78,7%, ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses. Sin embargo, la frecuencia de asistencia que predomina es baja: un 37,2% vio 1 a 3 exposiciones de artes visuales.





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 medida que el público del resto de los espacios a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses (sobre el 90,0%).
- En cambio, el público de las **Actividades del Área de Audiencias**, el **Café** y el **Restaurante** presenta porcentajes mucho mayores de quienes no han asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos meses (en torno al 40,0%) que lo que indica la tendencia general.
- Par el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido a exposiciones de artes visuales	21,8%	5,3%	9,2%	24,6%	40,0%	7,5%	38,4%	47,7%	21,3%
1-3 exposiciones	41,6%	36,9%	41,7%	34,2%	38,2%	34,9%	34,1%	27,7%	37,2%
4-7 exposiciones	17,3%	32,0%	28,2%	26,3%	15,5%	19,8%	15,9%	20,0%	22,6%
8-11 exposiciones	9,6%	13,3%	10,4%	7,9%	4,5%	16,0%	6,1%	3,1%	9,5%
12 o más exposiciones	9,6%	12,4%	10,4%	7,0%	1,8%	21,7%	5,5%	1,5%	9,4%



Espacios culturales de la RM preferidos

Los espacios culturales de la Región Metropolitana más visitados por los encuestados son en primer lugar GAM (39,8%), seguido de lejos por el Museo Nacional de Bellas Artes (9,0%) y el Centro Cultural Palacio La Moneda (7,0%).

GAM	39,8%
Museo Nacional de Bellas Artes	9,0%
Centro Cultural Palacio La Moneda	7,0%
Teatro Municipal de Santiago	5,5%
Centro Cultural Matucana 100	4,4%
MAC	3,5%
Teatro Universidad de Chile	2,2%
Biblioteca de Santiago	2,0%
Teatro Universidad Católica	1,5%
Biblioteca Nacional de Chile	1,3%
Movistar Arena	1,2%
Museo de La Memoria y los DDHH	1,2%

Centro Arte Alameda	1,1%
Centro Cultural Chimkowe	0,9%
Corporación Cultural de Las Condes	0,9%
Museo de Artes Visuales (MAVI)	0,9%
Teatro Caupolicán	0,9%
Teatro Nescafé de las Artes	0,9%
Centro Cultural Estación Mapocho	0,8%
Centro Fundación Telefónica	0,8%
Lastarria 90	0,8%
Centro MORI	0,8%
Teatro del Puente	0,8%
Centro Cultural Amanda	0,5%



Espacios culturales de la RM preferidos

Teatro Municipal de Las Condes	0,5%
Centro de Extensión UC	0,4%
Instituto Cultural Providencia	0,4%
Museo Interactivo Mirador	0,4%
Sala Antonio Varas	0,4%
Sala SCD	0,4%
Teatro La Memoria	0,4%
Teatro San Ginés	0,4%
Café Literario Providencia	0,3%
Centro Cultural España	0,3%
Galpón Víctor Jara	0,3%
Museo de Ciencias y Tecnología	0,3%
Museo Nacional de Historia Natural	0,3%
Museo Histórico Nacional	0,3%
Sala Isidora Zeggars	0,3%
Espacio Matta	0,3%

Teatro Universidad de Concepción	0,3%
Quinta Vergara	0,3%
Onaciú	0,3%
Aula Magna USACH	0,1%
Balmaceda 1215	0,1%
Biblioteca Providencia	0,1%
Biblioteca Puente Alto	0,1%
Centro Cultural El Austral	0,1%
Centro Cultural de La Reina	0,1%
Cine Arte Normandie	0,1%
Galería Animal	0,1%
Galería Patricia Ready	0,1%
Goethe Institut	0,1%
La Batuta	0,1%
Pinacoteca Universidad de Concepción	0,1%



Espacios culturales de la RM preferidos

Teatro Municipal de Ñuñoa	0,1%
Teatro Camino	0,1%
Teatro ICTUS	0,1%
Teatro Universidad Mayor	0,1%
Palacio La Alhambra	0,1%
Centro Cultural Palace Coquimbo	0,1%
CENTEX	0,1%
Teatro Municipal de Antofagasta	0,1%
Museo Histórico de Quillota	0,1%
Centro Cultural de Quilicura	0,1%
Teatro Ladrón de Bicicletas	0,1%
Teatro Ex Cárcel de Valparaíso	0,1%
Teatro Alcalá	0,1%
Centro Cultural Cousiño Viña del Mar	0,1%
Villa Grimaldi	0,1%
Teatro Regional del Maule	0,1%

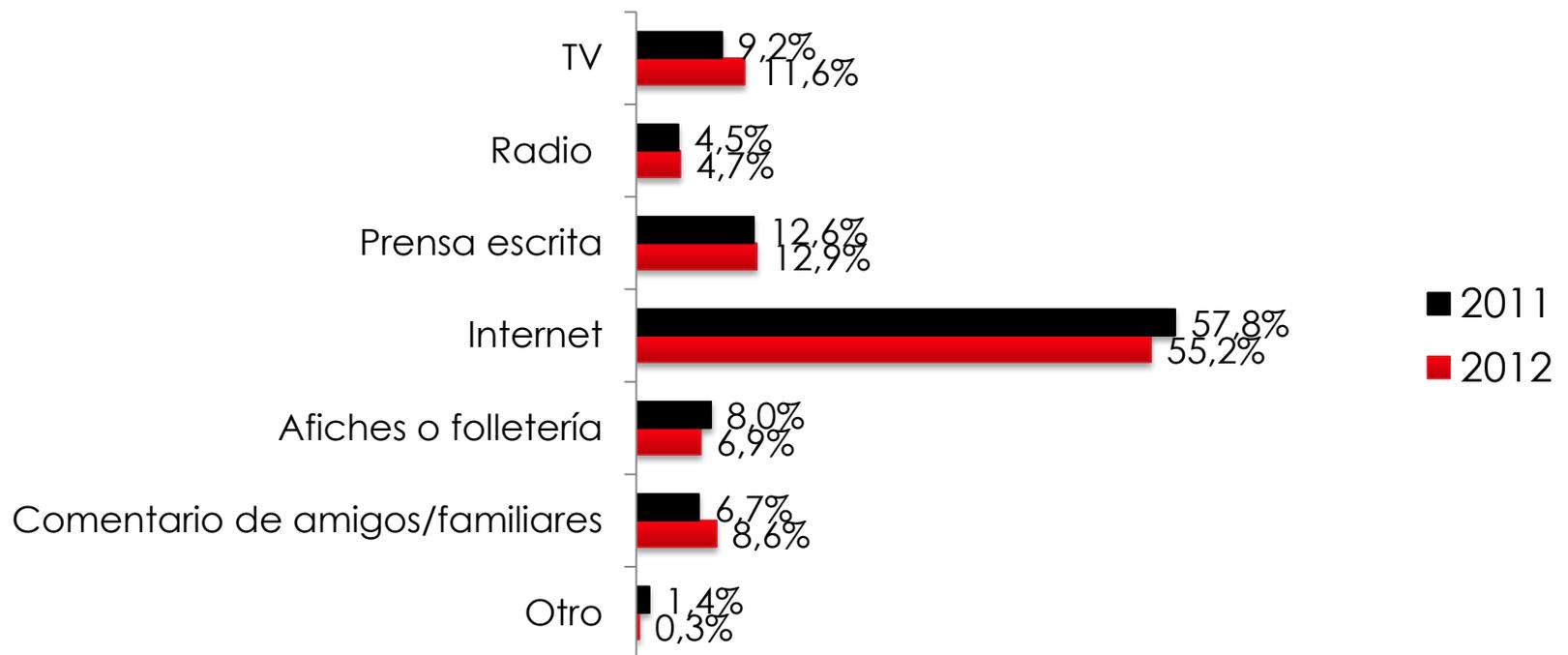
Museo Santa Cruz	0,1%
Galería AFA	0,1%
Galería Macchina Campus Oriente UC	0,1%
PLOP Galería	0,1%
Sala La Vitrina	0,1%
Biblioteca Nicanor Parra UDP	0,1%



Medios de información sobre actividades culturales

La mayoría del público (55,2%) declara que el principal medio utilizado para informarse sobre actividades culturales en general corresponde a internet. El resto de los medios concentran porcentajes muy inferiores.

Estos resultados son similares a los obtenidos el año 2011 .





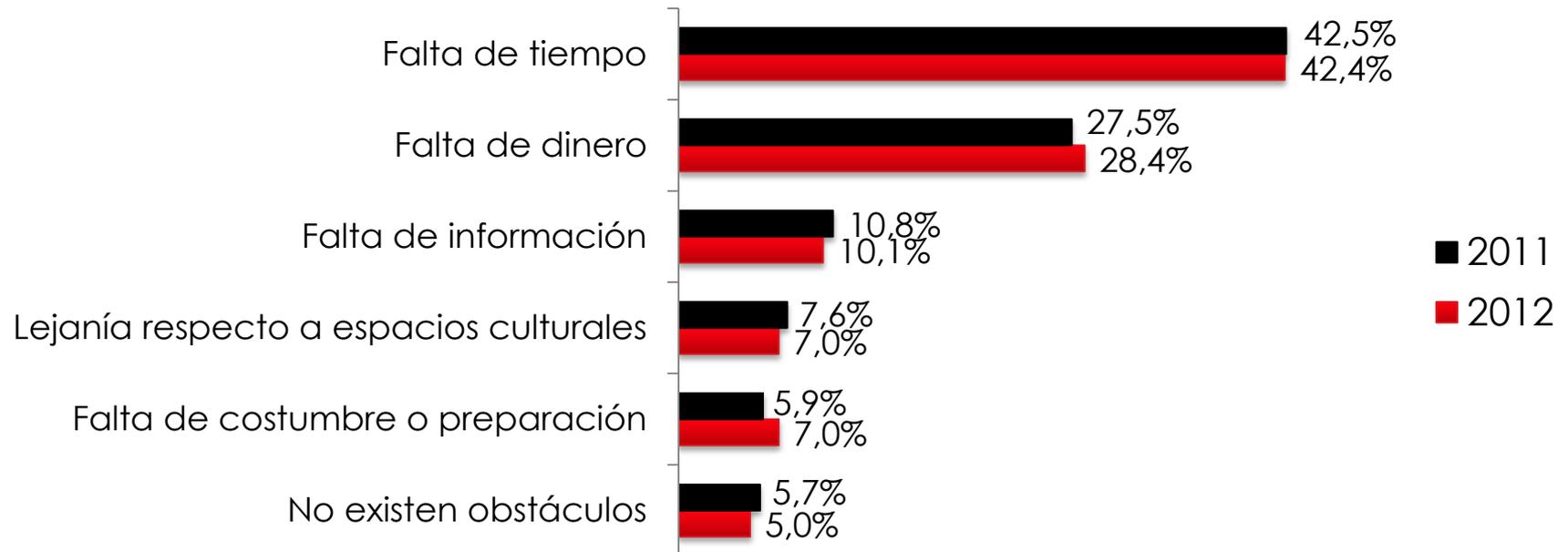
Medios de información sobre actividades culturales según espacio

- En **Puma Lab** la tendencia se exagera, y quienes declaran informarse sobre las actividades culturales a través de internet constituyen el 88,7% del público.
- Los beneficiarios de las **Actividades del Área de Audiencias**, en cambio, difieren de la tendencia general y afirman que el principal medio para informarse sobre actividades culturales lo constituye la TV (37,5%) y luego internet (28,6%).
- Para el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

Medios de información sobre actividades culturales	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
TV	3,6%	8,3%	18,4%	11,4%	37,5%	0,0%	7,9%	13,4%	11,6%
Radio	4,6%	4,8%	3,7%	4,4%	7,1%	0,9%	4,2%	9,8%	4,7%
Prensa escrita	12,7%	11,0%	14,7%	10,5%	8,0%	2,8%	21,2%	20,7%	12,9%
Internet	61,9%	61,8%	49,7%	61,4%	28,6%	88,7%	41,8%	42,7%	55,2%
Afiches o folletería	5,1%	8,3%	5,5%	7,9%	13,4%	2,8%	7,3%	3,7%	6,9%
Comentarios de amigos o familiares	11,7%	5,3%	8,0%	4,4%	5,4%	4,7%	17,6%	9,8%	8,6%
Otro	0,5%	0,4%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%

Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones

El principal obstáculo señalado por el público a la hora de asistir a espectáculos y exposiciones corresponde a la falta de tiempo (42,4%) seguida de la falta de dinero (28,4%). La falta de información, lejanía y la falta de costumbre y preparación, presentan porcentajes cercanos o bajo el 10%. Estas tendencias son similares a las obtenidas el 2011.





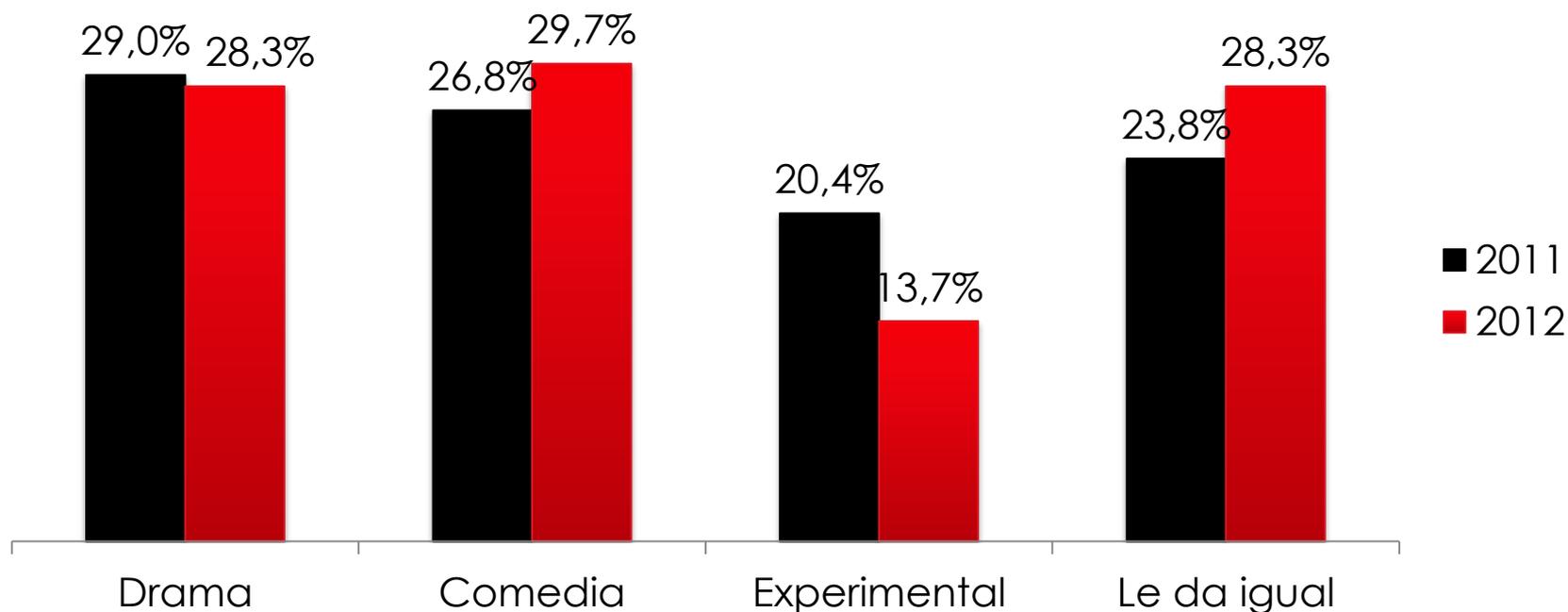
Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones según espacio

- En el **Restaurante** la tendencia general se exagera, ya que un 63,4% del público declara como principal obstáculo la falta de tiempo.
- Para los beneficiarios de las **Actividades del Área de Audiencias**, en cambio, hay una mayor diversificación de estos obstáculos. Así, los dos principales los constituyen la falta de dinero (26,8%) y la falta de tiempo (25,9%); pero en porcentajes no menores le siguen la falta de información (17,0%) y la falta de costumbre o preparación (15,2%).
- Para el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Falta de tiempo	52,3%	35,4%	38,0%	42,9%	25,9%	44,3%	44,2%	63,4%	42,4%
Falta de dinero	30,3%	32,3%	25,8%	29,5%	26,8%	26,4%	32,1%	14,6%	28,4%
Falta de información	6,7%	11,4%	14,1%	9,8%	17,0%	13,2%	6,7%	1,2%	10,1%
Lejanía respecto a espacios culturales	3,6%	8,3%	11,0%	5,4%	8,0%	7,5%	6,7%	3,7%	7,0%
Falta de costumbre o preparación	2,1%	8,3%	6,7%	8,9%	15,2%	2,8%	6,7%	8,5%	7,0%
No existen obstáculos	5,1%	4,4%	4,3%	3,6%	7,1%	5,7%	3,6%	8,5%	5,0%

Género teatral preferido

Las preferencias entre el drama, la comedia y quienes declaran que les da igual el género teatral, se distribuyen de manera homogénea con porcentajes cercanos al 29,0%. Quienes prefieren el género experimental, en cambio, constituyen sólo un 13,7% y disminuyen en relación al año 2011.





Género teatral preferido según espacio

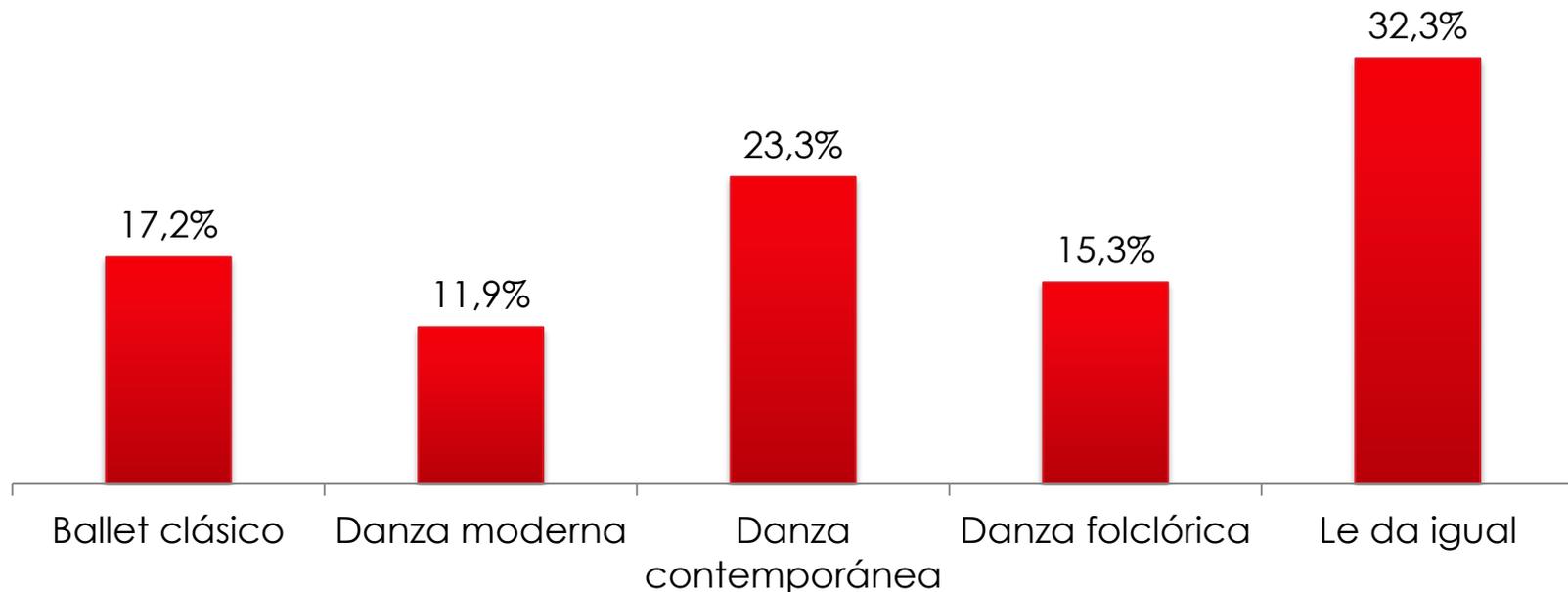
- El público del **Restaurante** es el que muestra mayor indiferencia por el género teatral (38,5%) y menor preferencia por el género experimental (3,8%).
- A diferencia de lo que indica la tendencia general, los beneficiarios de las **Actividades del Área de Audiencias** muestran una mayor preferencia por la comedia (50,0%) que por el resto de los géneros teatrales.
- Para el resto de los espacios las preferencias siguen la línea de lo que indica la tendencia general.

Género teatral preferido	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Drama	29,9%	33,8%	18,0%	22,8%	20,5%	29,5%	35,2%	32,1%	28,3%
Comedia	24,9%	28,9%	29,8%	36,0%	50,0%	20,0%	26,7%	25,6%	29,7%
Experimental	11,7%	15,4%	21,1%	7,0%	7,1%	19,0%	17,0%	3,8%	13,7%
Le da igual	33,5%	21,9%	31,1%	34,2%	22,3%	31,4%	21,2%	38,5%	28,3%



Tipo de danza preferida

El mayor porcentaje de los encuestados declara no tener preferencia por algún tipo de danza (32,3%), seguido por los que prefieren la danza contemporánea (23,3%).



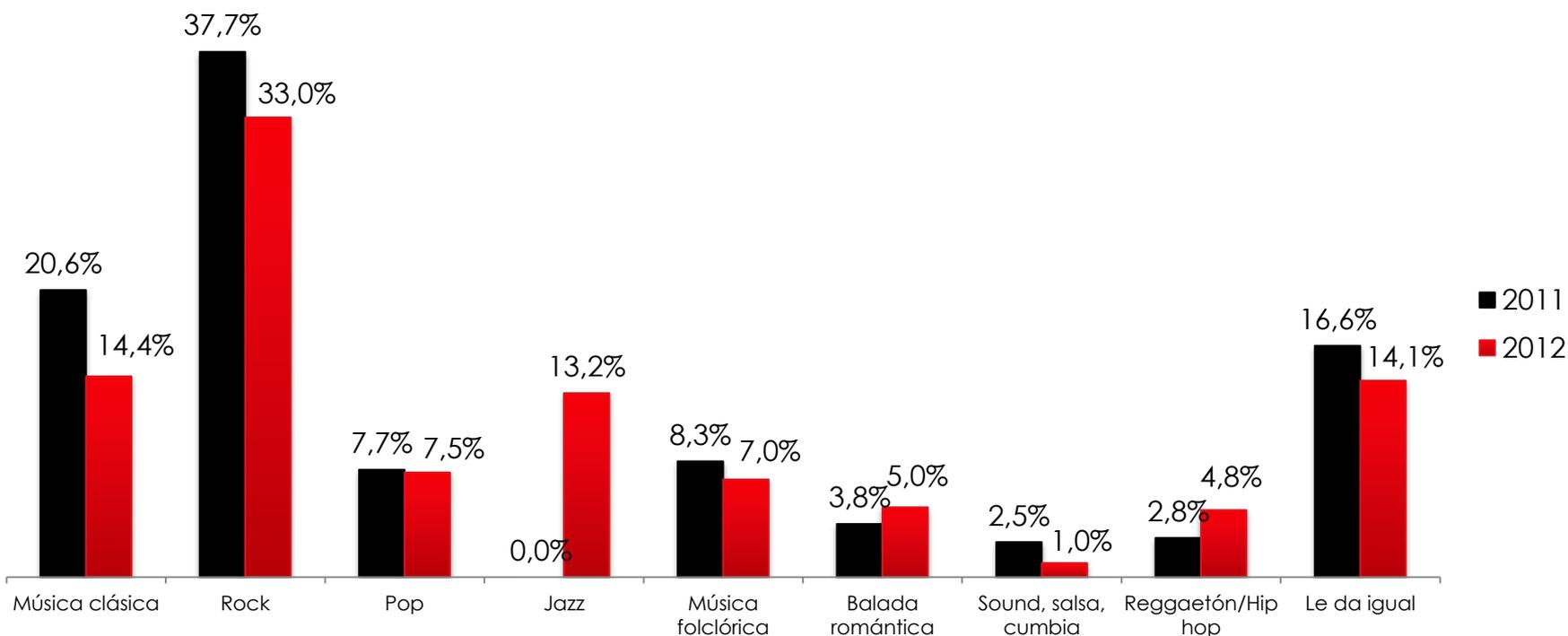
Tipo de danza preferida según espacio

- En la **Sala de Arte Popular** y en el **Café**, los resultados son similares a la tendencia general.
- Tanto el público de **Funciones** como el de **Puma Lab** declaran como primera preferencia la danza contemporánea y en segundo lugar muestran indiferencia por el tipo de danza.
- En el caso del público del **Restaurante**, si bien declaran en primer lugar que les da igual el tipo de danza, en segundo lugar se inclinan por el ballet clásico.
- En la **Sala de Artes Visuales** y en **BiblioGAM**, el público declara en primer lugar que le da igual el tipo de danza, y luego asigna la misma preferencia a la danza contemporánea y al ballet clásico.
- Los beneficiarios de las **Actividades del Área de Audiencias** también declaran en primer lugar que les da igual el tipo de danza, pero en segundo lugar se inclinan por la danza folclórica.

Tipo de danza preferida	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Ballet clásico	13,2%	20,7%	12,0%	18,6%	12,7%	11,4%	19,6%	35,1%	17,2%
Danza moderna	14,7%	11,3%	13,3%	14,2%	15,5%	13,3%	6,1%	5,2%	11,9%
Danza contemporánea	31,5%	20,7%	26,6%	18,6%	12,7%	36,2%	25,2%	3,9%	23,3%
Danza folclórica	10,7%	18,9%	19,0%	15,9%	20,9%	7,6%	14,7%	11,7%	15,3%
Le da igual	29,9%	28,4%	29,1%	32,7%	38,2%	31,4%	34,4%	44,2%	32,3%

Género musical preferido

El género musical preferido por el público es el rock (33,0%) y en segundo lugar la música clásica (14,4%), tendencia similar a la alcanzada en el 2011. A diferencia del año anterior, cabe mencionar que en esta oportunidad se incluyó el jazz como una alternativa de respuesta más.





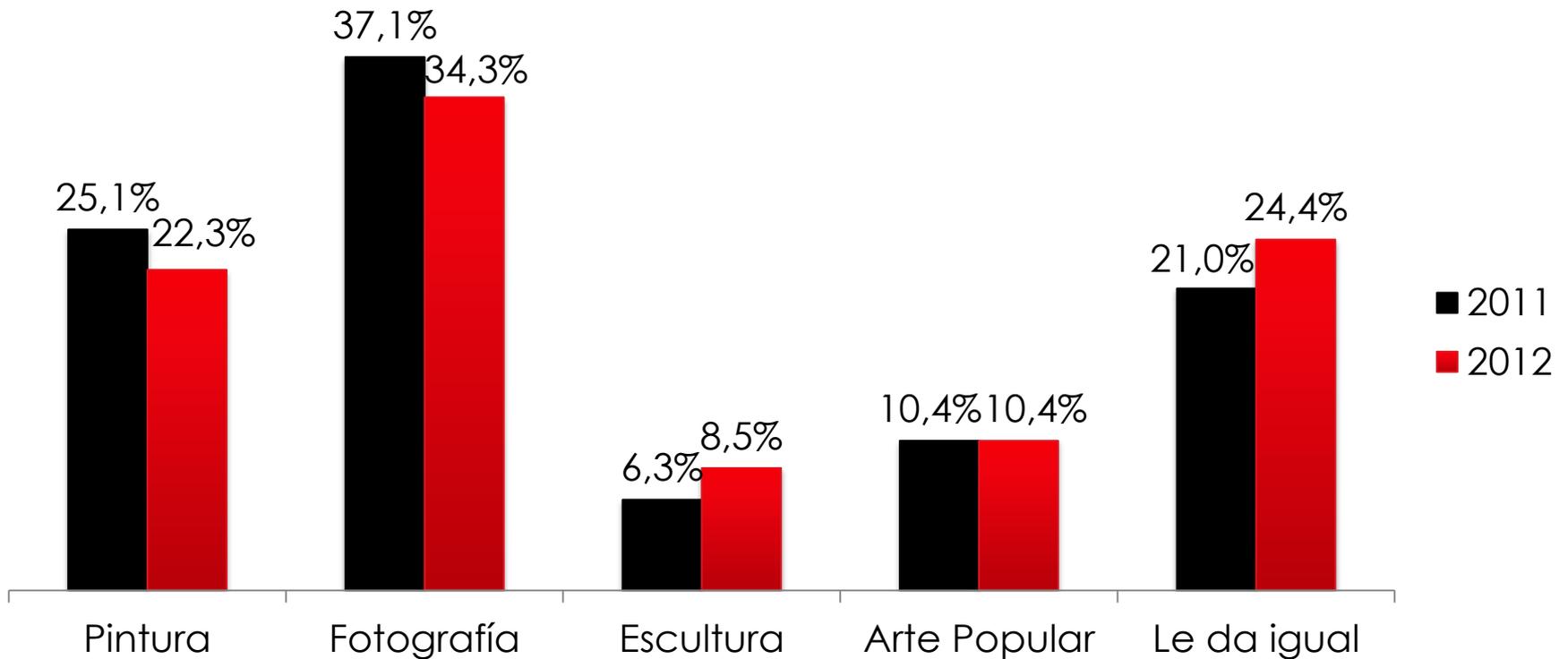
Género musical preferido según espacio

- En **Puma Lab** la preferencia por el rock alcanza a la mayoría del público (51,4%). La preferencia por la música clásica, en cambio, es casi nula.
- Para el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

Género musical preferido	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Música clásica	18,3%	18,0%	14,9%	14,0%	8,8%	1,9%	14,0%	19,5%	14,4%
Rock	30,5%	36,4%	31,7%	29,8%	23,9%	51,4%	30,5%	31,2%	33,0%
Pop	6,1%	5,3%	5,0%	7,9%	8,8%	4,8%	14,6%	9,1%	7,5%
Jazz	14,2%	14,5%	9,9%	10,5%	5,3%	12,4%	18,9%	18,2%	13,2%
Música folclórica	11,2%	6,6%	9,9%	4,4%	8,0%	0,0%	6,1%	5,2%	7,0%
Balada romántica	1,0%	3,1%	6,2%	7,9%	9,7%	1,0%	6,7%	9,1%	5,0%
Sound, salsa, cumbia	0,5%	0,9%	0,6%	3,5%	2,7%	0,0%	0,6%	0,0%	1,0%
Reggaetón / Hip hop	1,0%	3,5%	7,5%	1,8%	17,7%	6,7%	1,2%	2,6%	4,8%
Le da igual	17,3%	11,8%	14,3%	20,2%	15,0%	21,9%	7,3%	5,2%	14,1%

Tipo de exposición preferida

El tipo de exposición preferida por el público corresponde a la fotografía (34,3%), seguido por quienes declaran que les da igual (24,4%) o prefieren la pintura (22,3%).





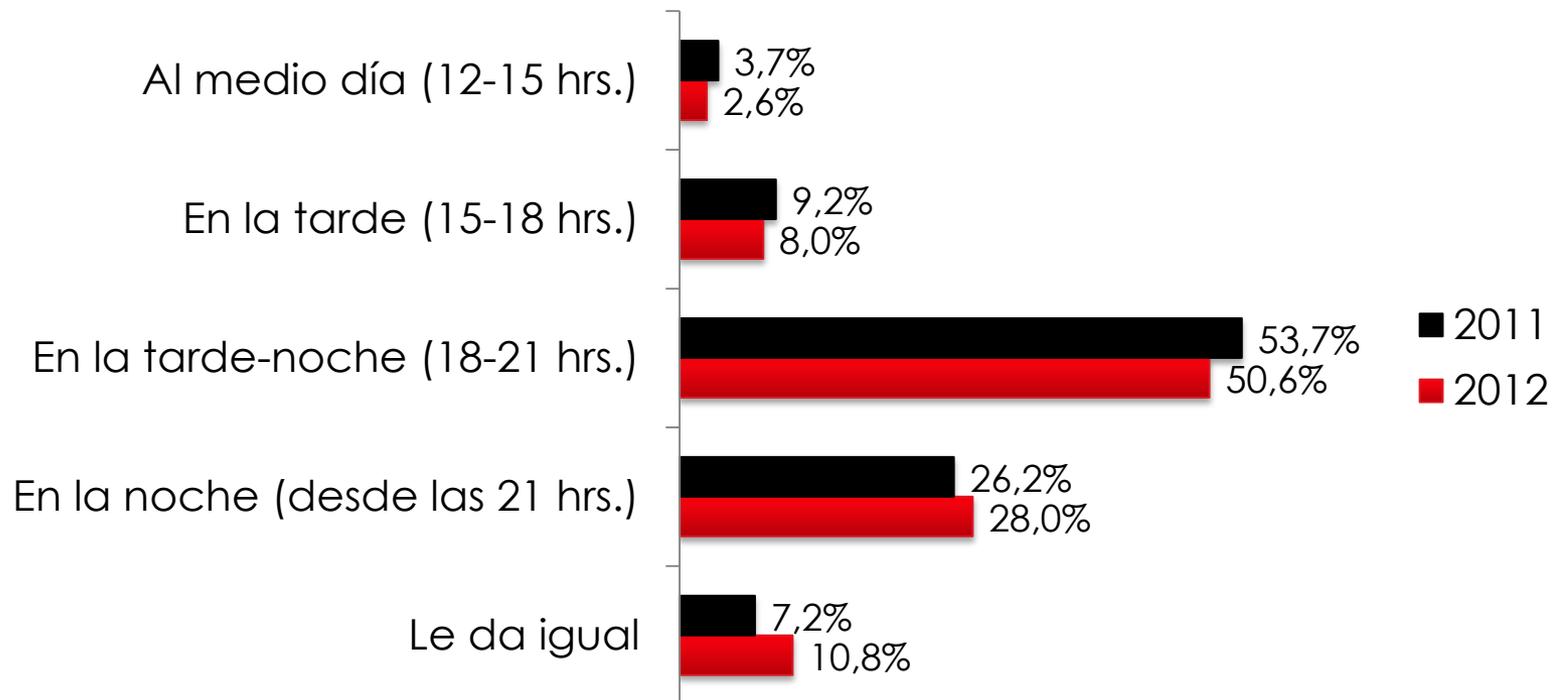
Tipo de exposición preferida según espacio

- En **Puma Lab** la preferencia por la fotografía se hace más evidente que lo que indica la tendencia general
- Para el resto de los espacios las preferencias son similares a lo que indica la tendencia general.

Tipo de exposición preferida	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Pintura	19,3%	22,0%	20,0%	27,2%	22,8%	22,6%	24,8%	21,2%	22,3%
Fotografía	36,5%	36,6%	31,3%	39,5%	22,8%	49,1%	30,3%	26,3%	34,3%
Escultura	7,1%	4,8%	10,6%	5,3%	11,4%	4,7%	15,8%	9,2%	8,5%
Arte Popular	8,6%	15,9%	9,4%	7,9%	14,0%	7,5%	6,7%	11,8%	10,4%
Le da igual	28,4%	20,7%	28,8%	20,2%	28,9%	16,0%	22,4%	31,6%	24,4%

Horario preferido para asistir a espectáculos

El horario preferido por el público para asistir a espectáculos es en la tarde-noche (53,7%), seguido por la noche (26,2%). Estos resultados son similares a los obtenidos el 2011.





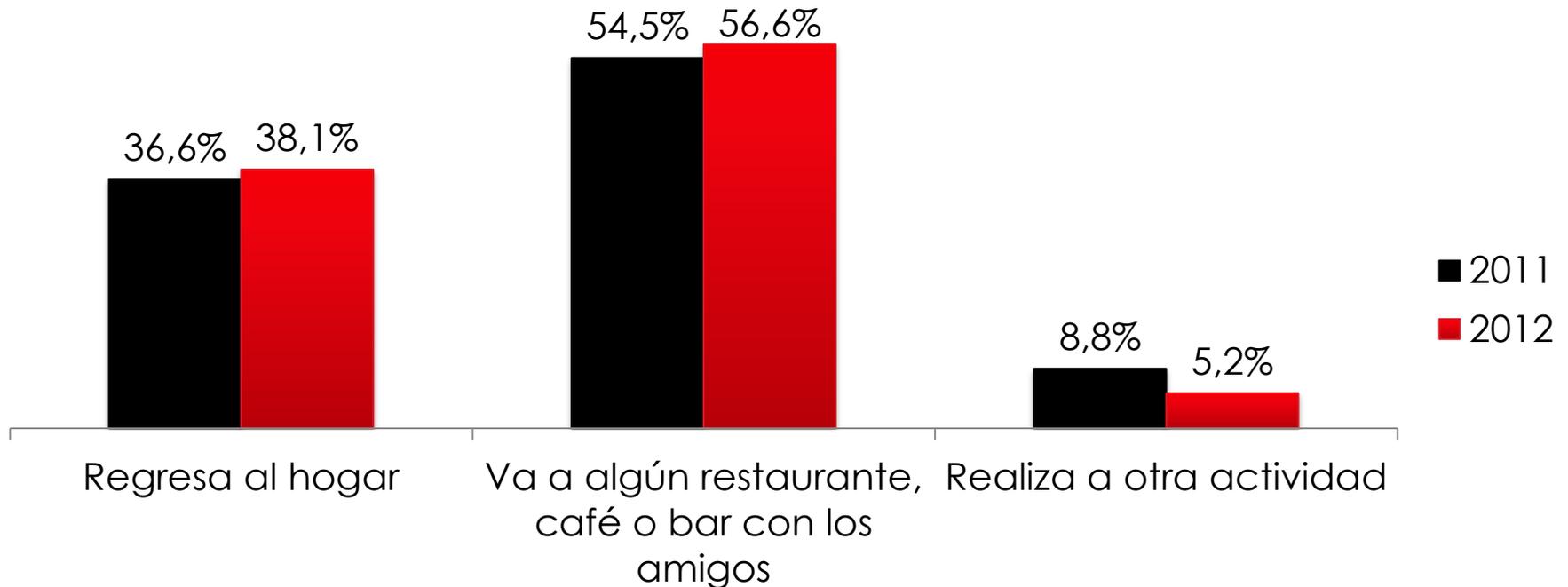
Horario preferido para asistir a espectáculos según espacios

- Para el público del **Café** y del **Restaurante** la tendencia general se invierte, ya que la mayoría declara preferir en primer lugar el horario de la noche (desde las 21 hrs.) y en segundo lugar el de la tarde-noche (18-21 hrs.) .
- Para el resto de los espacios se mantiene la tendencia general.

Horario preferido para asistir a espectáculos	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Al medio día (12-15 hrs.)	1,5%	3,1%	1,2%	1,8%	12,6%	0,9%	0,6%	0,0%	2,6%
En la tarde (15-18 hrs.)	4,6%	10,0%	14,1%	9,7%	10,8%	3,8%	6,1%	1,3%	8,0%
En la tarde-noche (18-21 hrs.)	66,5%	57,6%	49,7%	63,7%	37,8%	67,9%	24,8%	22,5%	50,6%
En la noche (desde las 21 hrs.)	20,3%	21,4%	22,7%	18,6%	17,1%	22,6%	55,2%	56,3%	28,0%
Le da igual	7,1%	7,9%	12,3%	6,2%	21,6%	4,7%	13,3%	20,0%	10,8%

Después de la asistencia a espectáculos

Después de presenciar espectáculos de teatro, danza o música, la mayoría del público (56,6%) asiste a algún restaurante, café o bar con los amigos o la familia, cifra similar a la del 2011.



Después de la asistencia a espectáculos según espacio

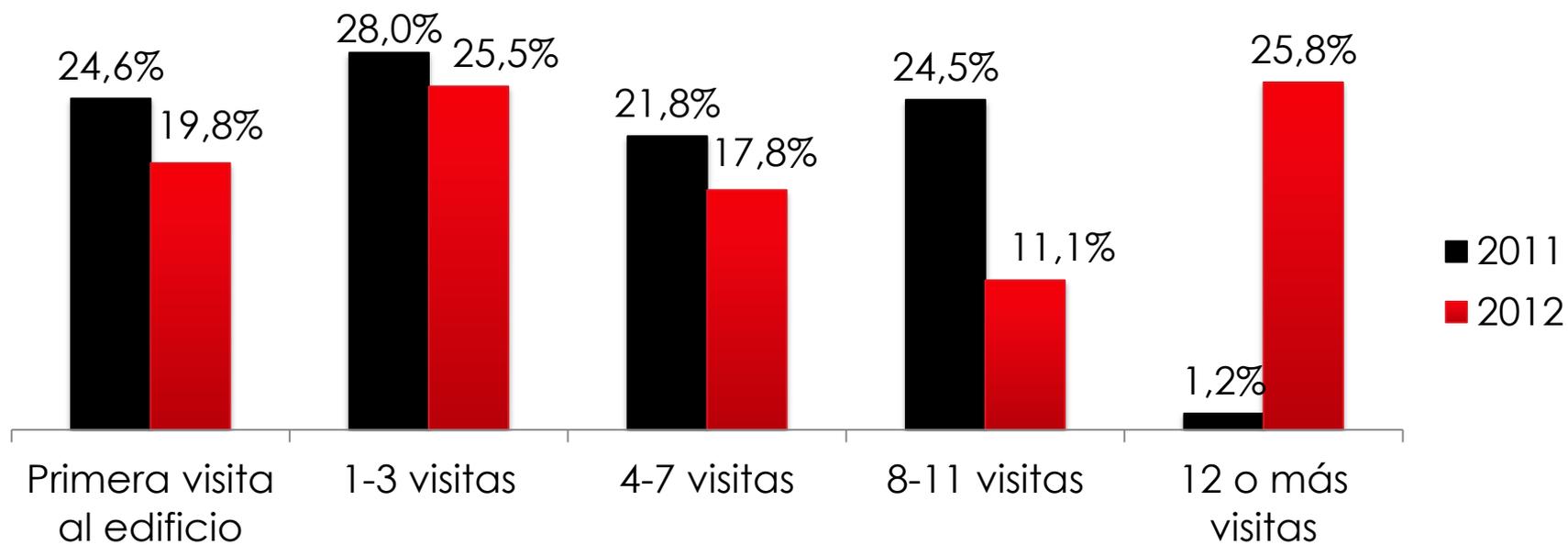
- En las **Actividades del Área de Audiencias**, donde la mayoría de los beneficiarios declara regresar al hogar luego de asistir a espectáculos. A modo de interpretación, esto se puede explicar por la gran presencia de público escolar en estas actividades, quienes no poseen independencia económica para realizar este tipo de consumos luego de los espectáculos y, además, cuyas primeras asistencias a espectáculos se han realizado en GAM en horario especial (dentro de la jornada escolar, por ejemplo).
- Para el resto de los espacios se mantiene la tendencia general, donde la mayoría declara asistir a restaurantes, cafés o bares luego de asistir a un espectáculo.

Después de la asistencia a espectáculos	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Regresa al hogar	38,5%	42,9%	41,5%	46,4%	55,4%	26,7%	21,6%	29,7%	38,1%
Va a algún restaurante, café o bar con los amigos	55,9%	51,3%	52,2%	50,0%	37,5%	66,7%	75,3%	67,6%	56,6%
Realiza otra actividad	5,6%	5,8%	6,3%	3,6%	7,1%	6,7%	3,1%	2,7%	5,2%

Visitas a GAM

Frecuencia de visitas a GAM

En cuanto al grado de fidelización del público, es posible afirmar que un 80,2% ha visitado GAM más de una vez en el último año. Además, un 25,8% lo ha hecho 12 o más veces; esto es, un promedio de al menos una vez al mes.



Frecuencia de visitas a GAM según espacio

- A diferencia de lo que indica la tendencia general, las **Actividades del Área de Audiencias** presentan un mayor equilibrio entre quienes asisten por primera vez al edificio (46,8%) y quienes lo han hecho anteriormente (53,2%); lo que da cuenta de un trabajo en dos líneas: la constante búsqueda de nuevas audiencias (beneficiarios que generalmente no acceden a manifestaciones artísticas), y la formación de éstas mediante un trabajo continuo y de largo plazo.
- **BiblioGAM** constituye el espacio que concentra el mayor porcentaje de público altamente fidelizado, donde un 46,4% declara haber visitado el edificio 12 o más veces en el último año.

Frecuencia de visitas a GAM	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Primera visita al edificio	14,9%	23,1%	33,1%	6,3%	46,8%	5,7%	11,7%	12,7%	19,8%
1-3 visitas	20,5%	26,2%	31,3%	16,1%	19,8%	17,9%	33,7%	38,0%	25,5%
4-7 visitas	18,5%	16,9%	14,1%	17,9%	11,7%	28,3%	20,2%	15,2%	17,8%
8-11 visitas	11,8%	12,4%	6,1%	13,4%	9,0%	15,1%	8,6%	15,2%	11,1%
12 o más visitas	34,4%	21,3%	15,3%	46,4%	12,6%	33,0%	25,8%	19,0%	25,8%

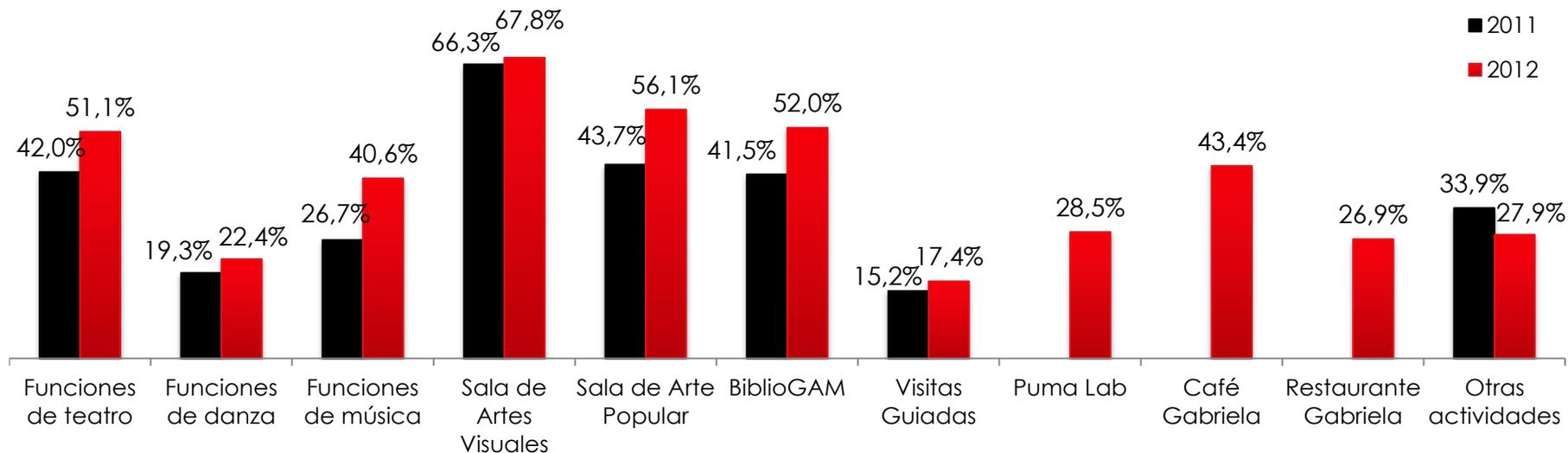


Espacios GAM conocidos

El espacio más conocido por quienes han ingresado anteriormente al GAM lo constituyen la Sala de Artes Visuales (67,8%).

Más de la mitad del público conoce también la Sala de Arte Popular (56,1%), BiblioGAM (52,0%) y las Funciones de Teatro (51,1%). Todos estos espacios destacan por experimentar un crecimiento cercano a 10 de puntos porcentuales respecto al 2011 en el público que ha asistido a ellos.

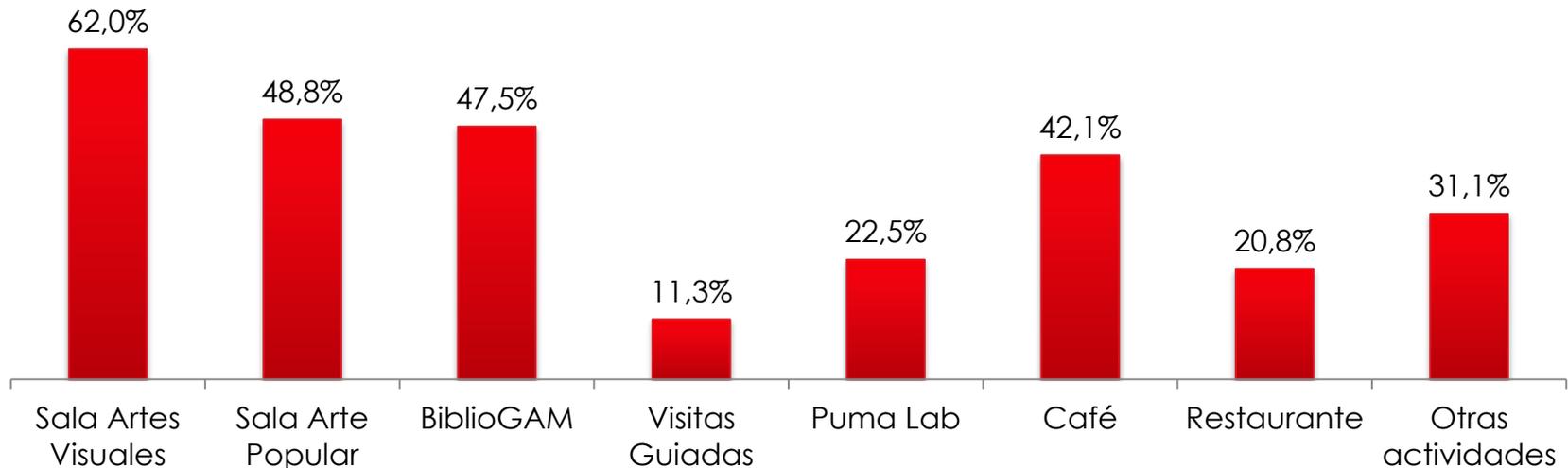
Aunque no alcanzan a la mayoría del público, las funciones de música constituyen la actividad que experimenta el mayor crecimiento en el porcentaje que ha asistido a ellas en relación al 2011 (14 puntos porcentuales).





Espacios GAM visitados anteriormente por el público de Funciones de Artes Escénicas y Musicales

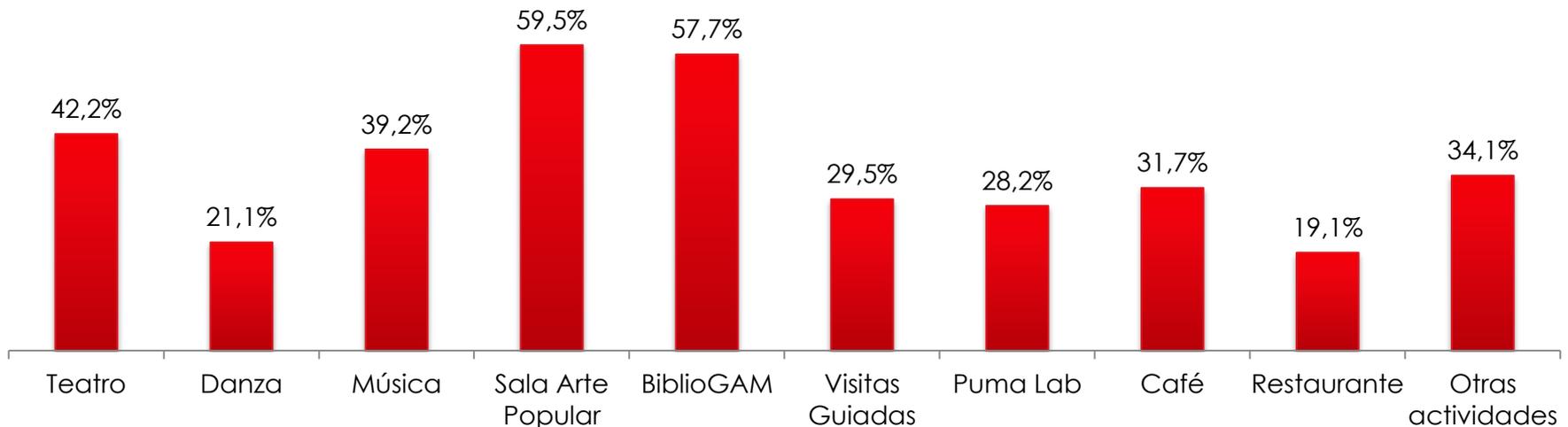
El único espacio de GAM conocido por la mayoría del público de Funciones - además de las salas de artes escénicas y musicales - lo constituye la Sala de Artes Visuales.





Espacios GAM visitados anteriormente por el público de la Sala de Artes Visuales

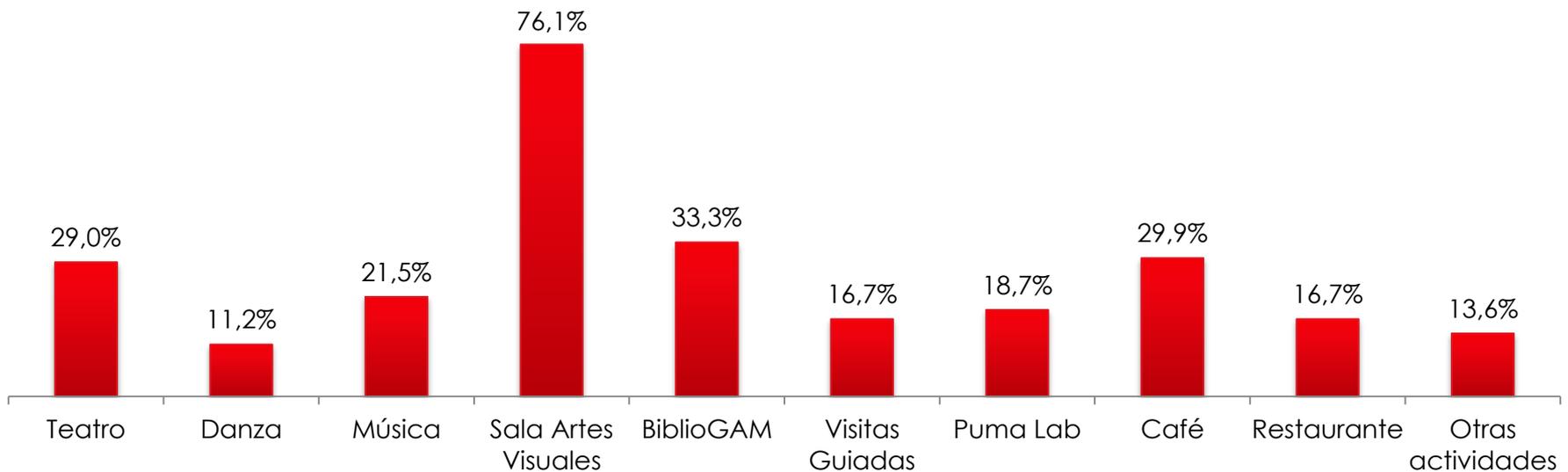
La mayoría del público de la Sala de Artes Visuales conoce - además de este espacio - la Sala de Arte Popular y BiblioGAM.





Espacios GAM visitados anteriormente por el público de la Sala de Arte Popular

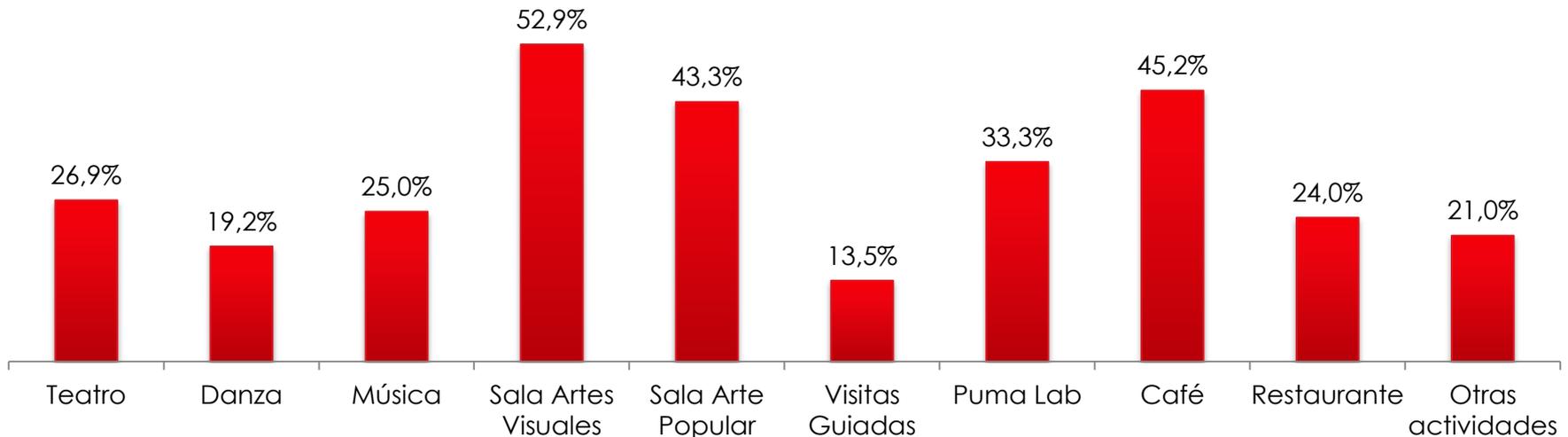
El único espacio de GAM conocido por la mayoría del público de la Sala de Arte Popular – además de éste espacio – es la Sala de Artes Visuales. Es preciso señalar, además, que en general este público ha asistido en porcentajes significativamente menores a casi todo el resto de los espacios en comparación con lo que indica la tendencia general.





Espacios GAM visitados anteriormente por el público de BiblioGAM

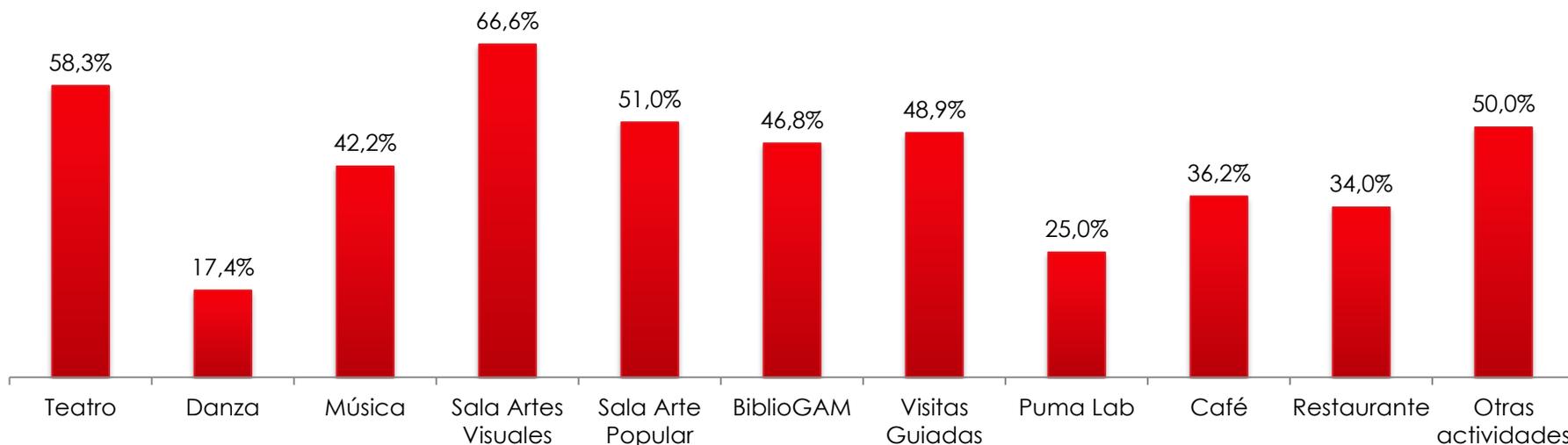
El único espacio de GAM conocido por la mayoría del público de BiblioGAM – además de éste espacio – es la Sala de Artes Visuales.





Espacios GAM visitados anteriormente por el público del Área de Audiencias

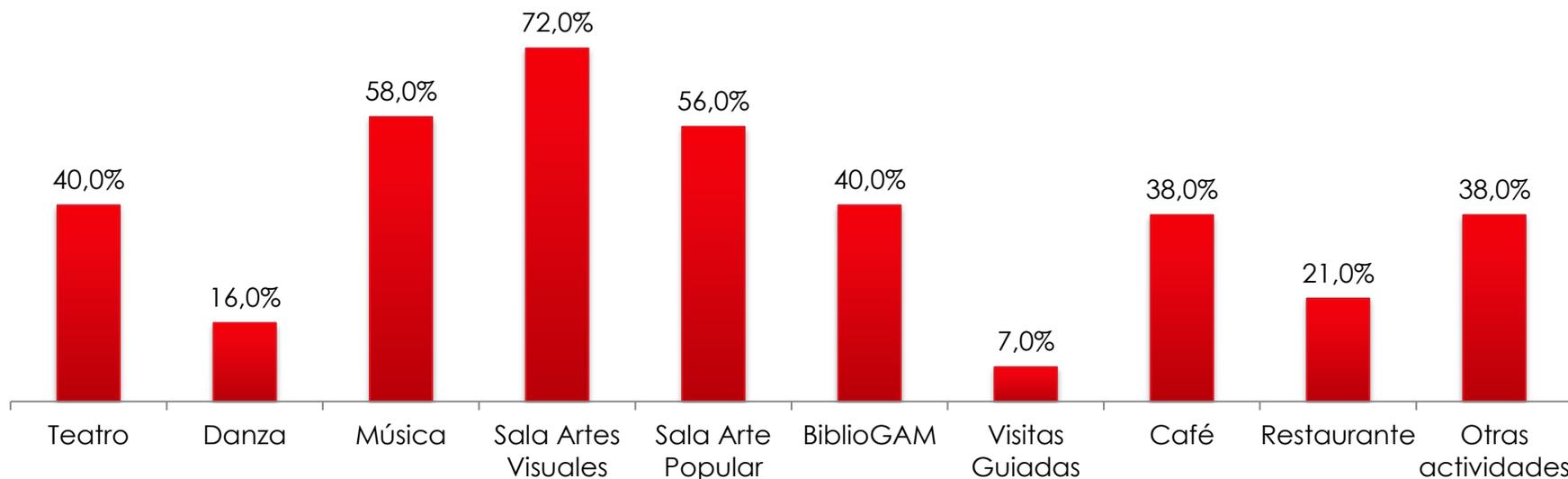
La mayoría de los beneficiarios de las actividades del Área de Audiencias conoce o ha asistido – además de a estas actividades - a Funciones de teatro, la Sala de Artes Visuales y la Sala de Arte Popular





Espacios GAM visitados anteriormente por el público de Puma Lab

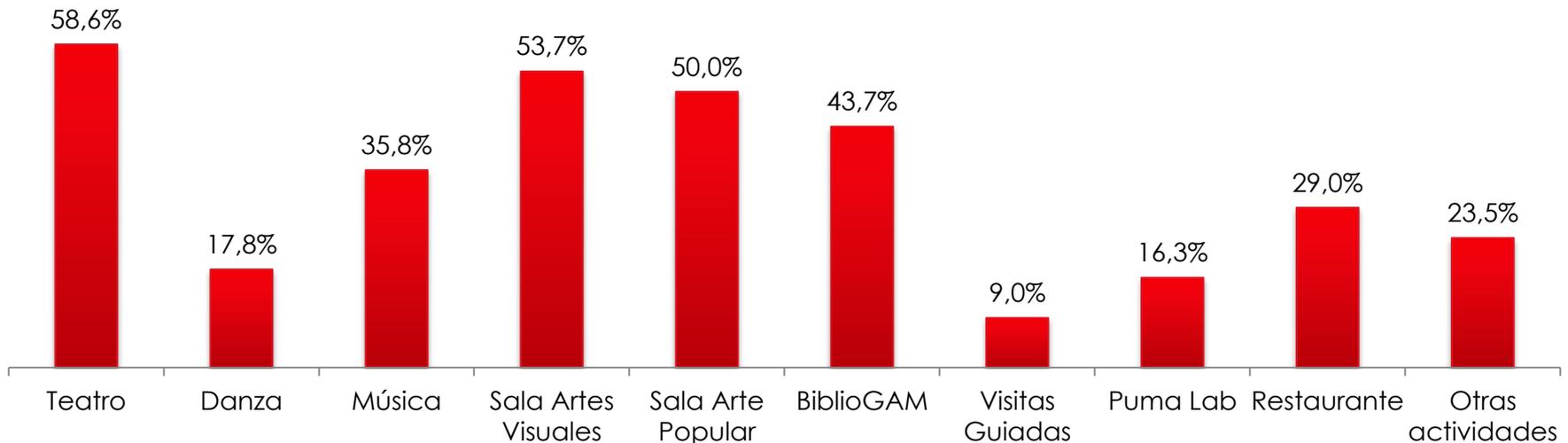
La mayoría del público de Puma Lab conoce – además de este espacio – la Sala de Artes Visuales, la Sala de Arte Popular y las Funciones de Música.





Espacios GAM visitados anteriormente por el público del Café

La mayoría del público del Café conoce – además de este espacio – la Sala de Artes Visuales, la Sala de Arte Popular y las Funciones de Teatro.

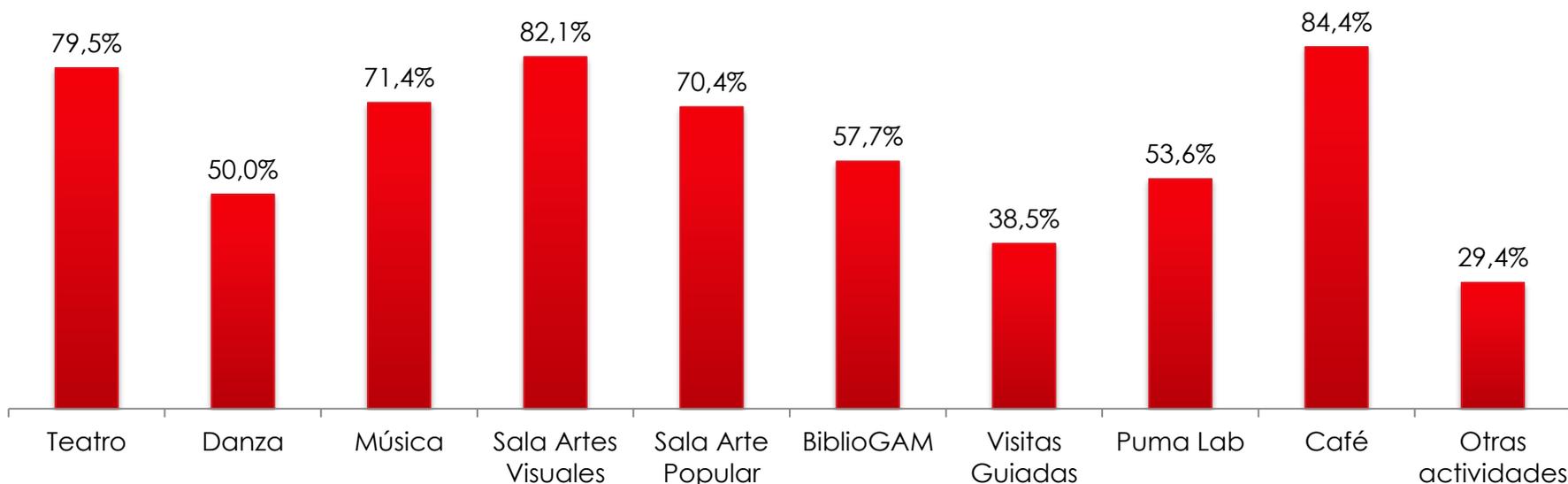




Espacios GAM visitados anteriormente por el público del Restaurante

La mayoría del público del Restaurante conoce – además de este espacio – las Funciones de teatro, danza y música, la Sala de Artes Visuales, la Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Puma Lab, BiblioGAM y el Café.

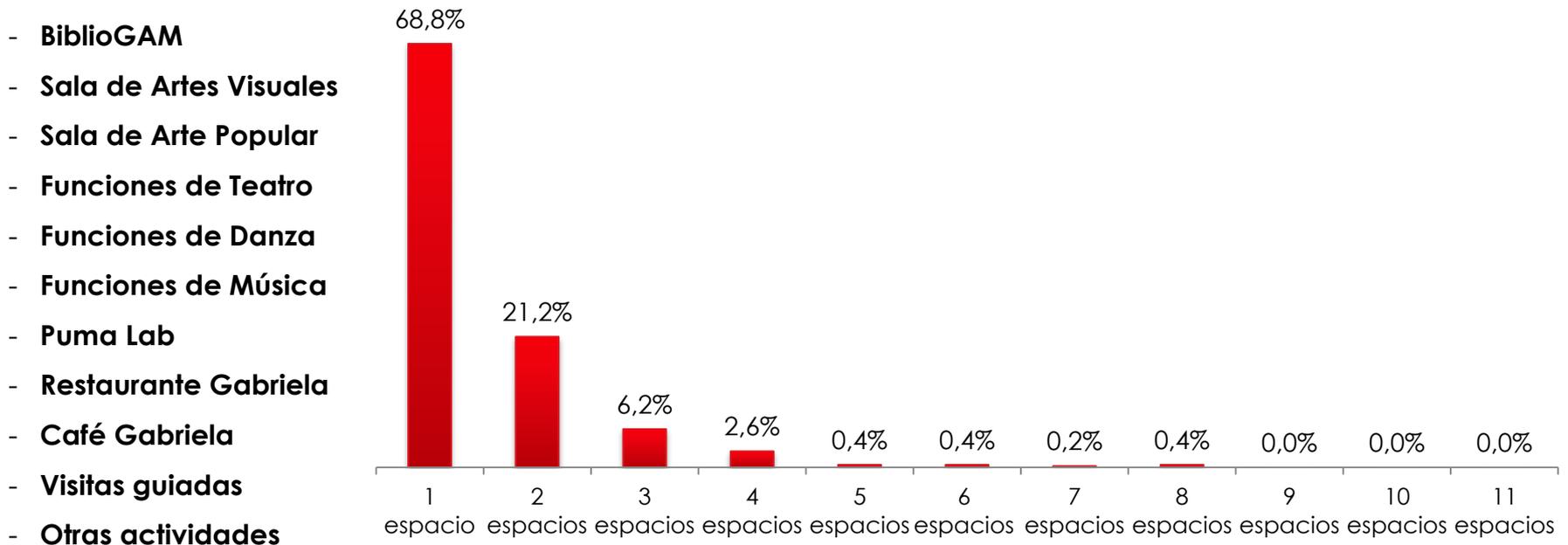
En general, es posible establecer que el público del Restaurante ha asistido a todos los otros espacios de GAM en mayor medida que lo que indica la tendencia general.



Número de espacios visitados en una jornada

De un total de 11 espacios y/o tipo de actividades existentes al interior de GAM, el público asiste en promedio a 1,5 espacios en una visita. Al desagregar esta información se observa que el 68,8% visita sólo un espacio en cada visita y un 31,2% visita dos o más espacios.

Espacios:



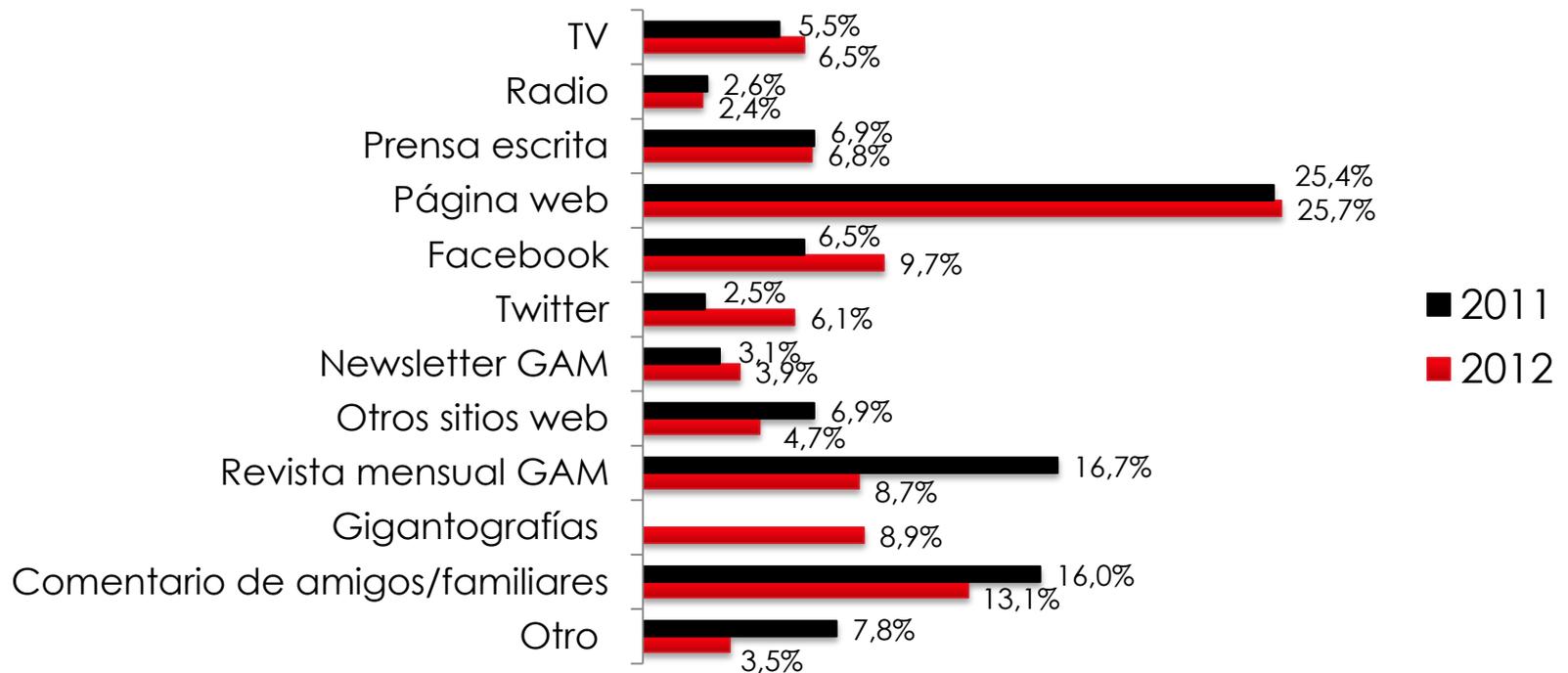
Número de espacios visitados en una jornada según espacio

- El público de la **Sala de Arte Popular**, la **Sala de Artes Visuales** y las **Actividades del Área de Audiencias** son los que poseen mayor circulación por otros espacios del GAM.
- Por otra parte, el público de **Puma Lab**, **Funciones de Artes Escénicas y Musicales** y el **Café Gabriela** son los que poseen menor circulación por otros espacios del GAM.

N° de espacios visitados en una jornada	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
1	86,5%	42,7%	37,0%	80,0%	48,7%	88,7%	75,0%	47,1%	68,8%
2	10,3%	37,1%	38,6%	12,7%	25,6%	10,4%	20,0%	47,1%	21,2%
3	3,2%	14,6%	11,8%	3,6%	15,4%	0,9%	2,9%	5,9%	6,2%
4	0,0%	4,5%	8,7%	0,9%	7,7%	0,0%	1,4%	0,0%	2,6%
5	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
6	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
7	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%
8	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Promedio	1,2	1,9	2,1	1,4	2,0	1,1	1,3	1,6	1,5

Medios de información sobre las actividades GAM

Los principales medios utilizados por el público para informarse sobre las actividades de GAM son la página web (25,7%) y luego los comentarios de amigos o familiares (13,1%). Es preciso mencionar que este año se incluyó la categoría gigantografías a las alternativas de respuestas.





Medios de información sobre las actividades GAM

- El público de **Funciones, Sala de Artes Visuales** y **Sala de Arte Popular**, se mantiene en la tendencia general, es decir, donde los principales medios de información son, en primer lugar la página web y luego los comentarios de amigos o familiares.
- Para el público de **BiblioGAM** y del **Café**, el principal medio de información sobre las actividades GAM sigue siendo la página web, pero luego, las gigantografías.
- Para el público del **Restaurante**, el principal medio de información sobre las actividades GAM sigue siendo también la página web, pero el segundo lugar es compartido por las gigantografías y la prensa escrita.
- Los beneficiarios de las **Actividades del Área de Audiencias** declaran que los dos principales medios a través de los cuales se informan de las actividades de GAM son la TV y la página web.
- Para el público de **Puma Lab** el principal medio es Facebook y luego la página web.

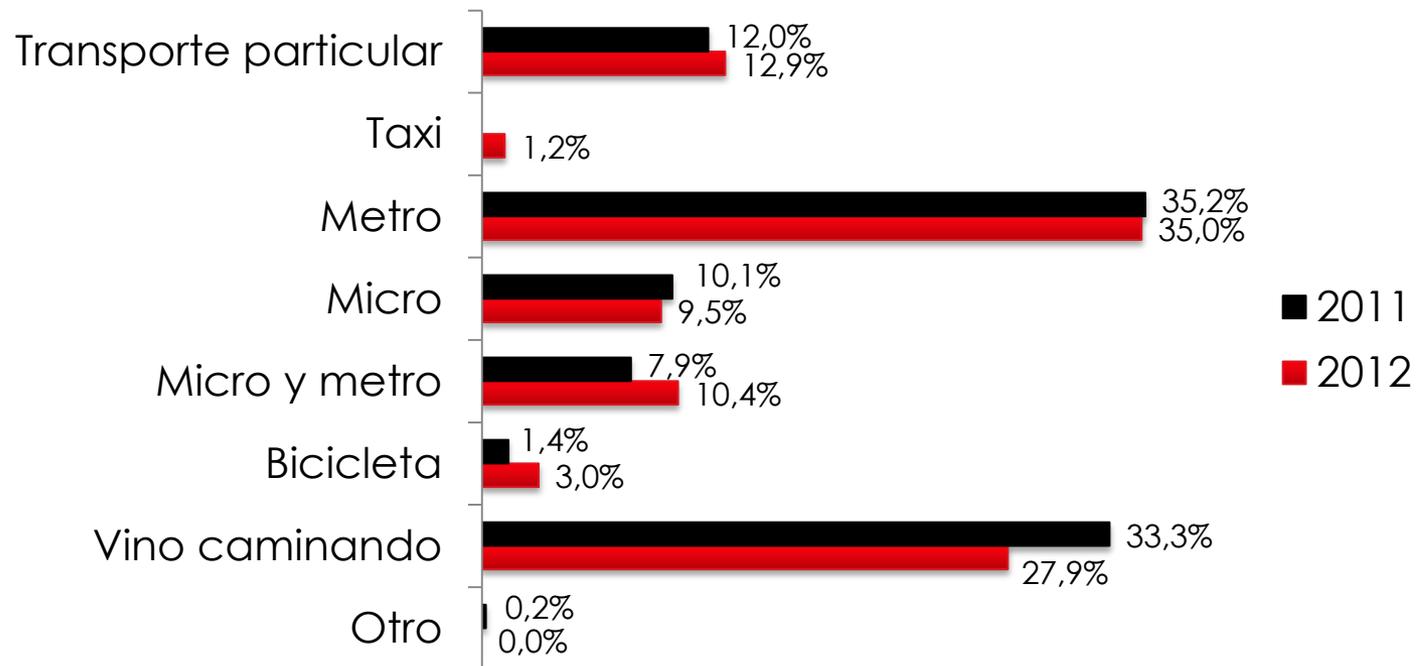


Medios de información sobre las actividades GAM

Medios de información sobre las actividades GAM	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
TV	1,5%	7,0%	13,2%	2,8%	21,1%	0,0%	2,5%	9,7%	6,5%
Radio	2,1%	2,8%	0,7%	3,7%	3,3%	0,0%	1,3%	8,3%	2,4%
Prensa escrita	6,2%	9,9%	8,6%	4,6%	6,7%	0,9%	5,7%	11,1%	6,8%
Página web	26,8%	28,6%	28,3%	26,6%	20,0%	21,7%	22,0%	27,8%	25,7%
Facebook	6,7%	10,8%	7,2%	10,1%	7,8%	30,2%	4,4%	2,8%	9,7%
Twitter	5,7%	2,8%	3,3%	6,4%	1,1%	12,3%	12,6%	5,6%	6,1%
Newsletter GAM	9,8%	2,3%	0,7%	2,8%	2,2%	5,7%	2,5%	4,2%	3,9%
Otros sitios web	2,6%	5,2%	8,6%	2,8%	4,4%	6,6%	3,8%	4,2%	4,7%
Revista mensual	12,4%	6,6%	5,9%	13,8%	12,2%	5,7%	9,4%	1,4%	8,7%
Gigantografías	4,1%	9,9%	5,3%	14,7%	3,3%	4,7%	18,2%	11,1%	8,9%
Comentarios de amigos/conocidos	19,6%	12,7%	13,8%	9,2%	11,1%	11,3%	11,3%	9,7%	13,1%
Otro	2,6%	1,4%	4,6%	2,8%	6,7%	0,9%	6,3%	4,2%	3,5%

Medios de transporte para llegar a GAM

Las tendencias indican que el público llega a GAM principalmente en metro (35,0%) y caminando (27,9%), al igual que el año 2011.



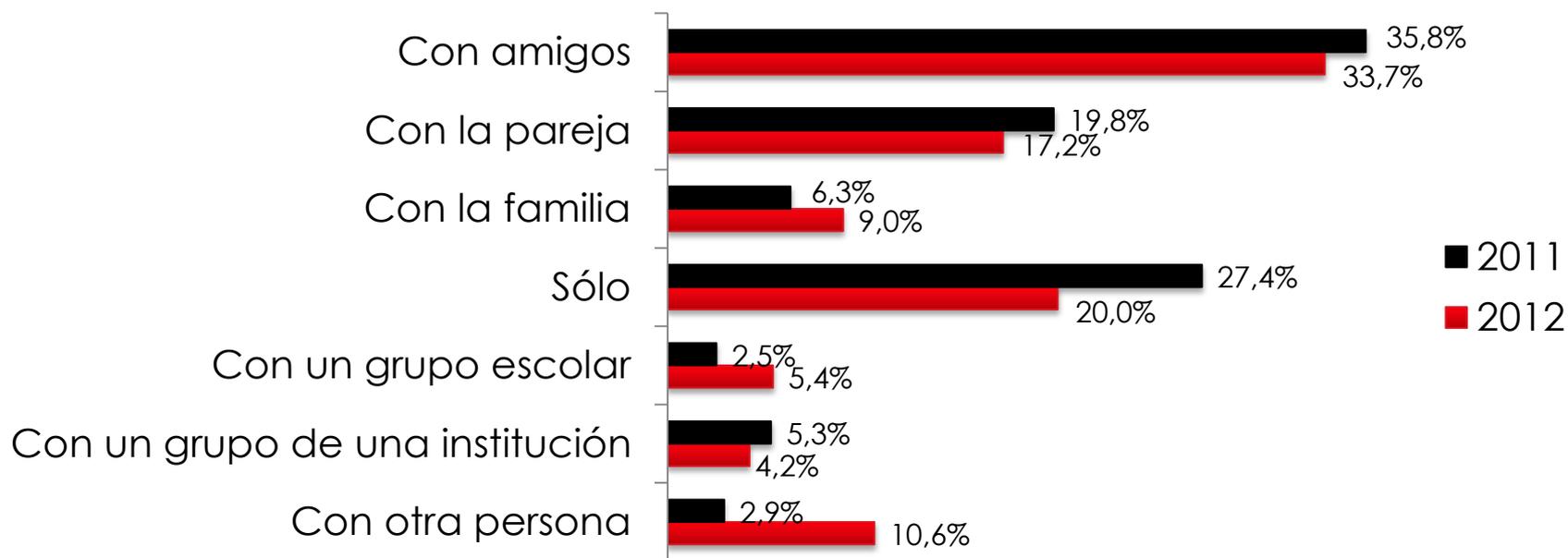
Medio de transporte para llegar a GAM según espacio

- El público de la **Sala de Artes Visuales**, **Sala de Arte Popular** y **Puma Lab** se mantiene en la tendencia general, es decir, llega a GAM principalmente en Metro y luego caminando.
- Para el público de **Funciones**, luego del Metro (40,5%) adquieren igual relevancia el transporte particular (22,1%) y el llegar caminando (20,0%).
- Para los beneficiarios de las **actividades del Área de Audiencias**, luego del Metro (36,6%) adquiere relevancia el transporte particular (28,6%). Sin embargo, es posible derivar que este transporte corresponde a los buses de arriendo que utilizan los escolares que provienen de comunas lejanas.
- Para el público de **BiblioGAM**, el **Café** y el **Restaurante**, el principal medio es llegar caminando, y luego el metro.

Medio de transporte para llegar a GAM	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Transporte particular	22,1%	5,3%	14,1%	1,8%	28,6%	8,5%	8,0%	19,5%	12,9%
Taxi	1,0%	0,9%	0,6%	0,0%	0,0%	0,9%	3,1%	3,7%	1,2%
Metro	40,5%	36,8%	39,9%	34,2%	36,6%	36,8%	24,5%	24,4%	35,0%
Micro	8,2%	11,4%	9,8%	7,9%	10,7%	12,3%	9,8%	3,7%	9,5%
Micro y Metro	7,2%	13,6%	14,1%	14,0%	9,8%	3,8%	9,8%	7,3%	10,4%
Bicicleta	1,0%	1,3%	3,7%	4,4%	2,7%	2,8%	7,4%	1,2%	3,0%
Vino caminando	20,0%	30,7%	17,8%	37,7%	11,6%	34,9%	37,4%	40,2%	27,9%

Acompañantes del visitante

Los resultados indican que el público que visita el centro lo hace principalmente con amigos (33,7%), en segundo lugar solo (20,0%) y luego con la pareja (17,2%). Estas tendencias son similares a las del 2011.



Acompañantes del visitante según espacio

- En **BiblioGAM** y **Puma Lab** predominan quienes asisten con los amigos y luego quienes asisten solos, como indica la tendencia general; pero quienes asisten en pareja constituyen un porcentaje marginal.
- En el **Café**, predominan quienes asisten con amigos y el segundo lugar es compartido por quienes asisten solos o con otra persona.
- En las **Funciones** predomina el público que visita el GAM acompañado por amigos y luego quienes lo hacen con la pareja. En la **Sala de Artes Visuales** ambas categorías poseen la misma presencia y representan a la mayoría del público.
- En la **Sala de Arte Popular** el mayor porcentaje del público asiste con la familia (26,1%), seguido de cerca por quienes asisten con amigos y solos.
- En las **actividades del Área de Audiencias** predominan quienes asisten en grupo escolar.
- En el **Restaurante** predominan quienes dicen asistir acompañados por otra persona, presumiblemente compañeros de trabajo, por ser la hora de almuerzo el momento de mayor demanda de dicho espacio.

Acompañante	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Amigos	38,5%	30,2%	24,2%	45,1%	15,3%	57,5%	38,0%	19,3%	33,7%
Pareja	23,1%	30,6%	16,6%	5,3%	4,5%	9,4%	15,3%	15,7%	17,2%
Familia	12,3%	3,6%	26,1%	1,8%	7,2%	0,0%	6,7%	10,8%	9,0%
Solo	16,4%	21,2%	21,7%	33,6%	9,9%	27,4%	19,6%	8,4%	20,0%
Grupo escolar	2,1%	2,3%	0,6%	1,8%	45,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%
Grupo de una institución	2,1%	7,2%	1,3%	8,0%	13,5%	0,0%	0,6%	1,2%	4,2%
Otra persona	5,6%	5,0%	9,6%	4,4%	4,5%	5,7%	19,6%	44,6%	10,6%

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

Evaluación de la Programación

La gran mayoría del público encuestado dice estar de acuerdo con que GAM ofrece una programación variada (94,8%), atractiva (92,8%) y de calidad (96,4%); resultados similares a los obtenidos el año 2011.





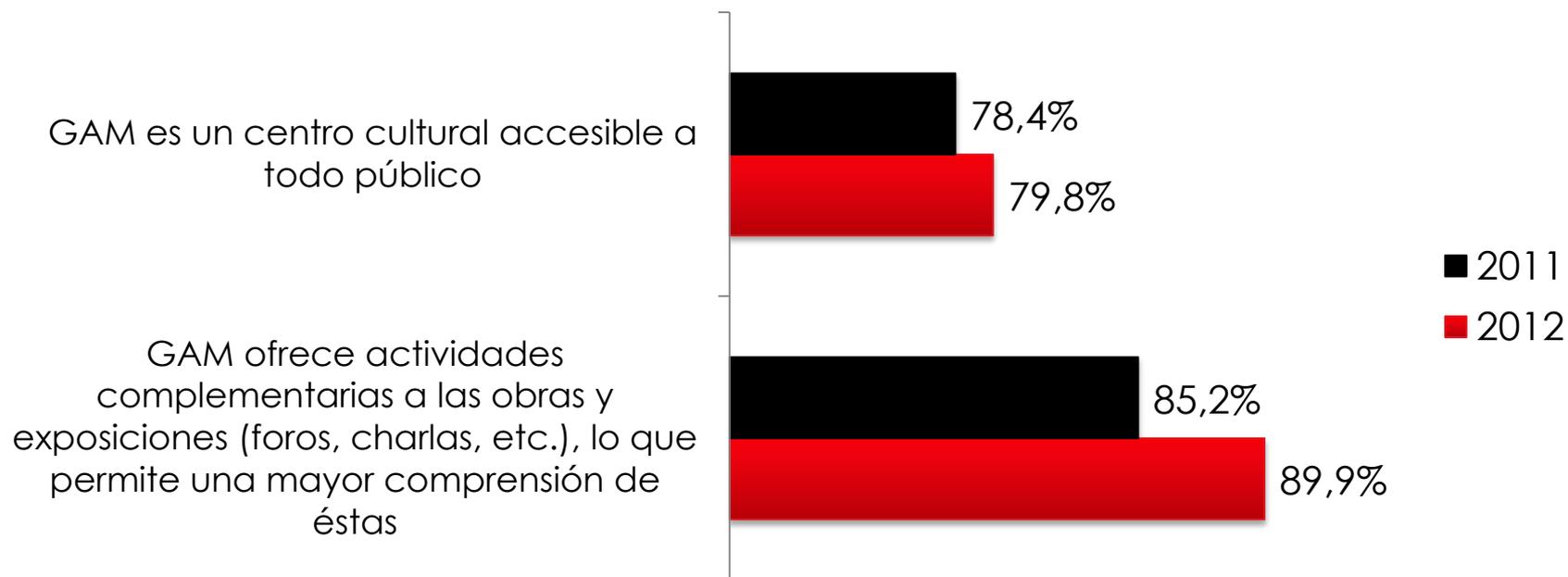
Evaluación de la Programación según espacio

Al comparar los datos por espacio, no se observan diferencias significativas.

Evaluación de la Programación	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
GAM ofrece una programación variada	97,7%	96,9%	92,0%	96,0%	98,9%	94,1%	87,6%	95,1%	94,8%
GAM ofrece una programación atractiva para mí	97,9%	95,7%	86,1%	89,4%	94,6%	92,2%	87,4%	87,1%	92,2%
GAM ofrece una programación de calidad	98,3%	98,1%	99,3%	96,9%	96,7%	99,0%	96,2%	95,1%	97,7%

Evaluación de la Accesibilidad

La mayoría de los encuestados dice estar de acuerdo con que GAM es un centro cultural accesible a todo público (79,8%) y que ofrece instancias para una mejor comprensión de las obras o exposiciones que se presentan en el centro (89,9%). Estos datos son similares a los del año 2011.



Evaluación de la Accesibilidad según espacio

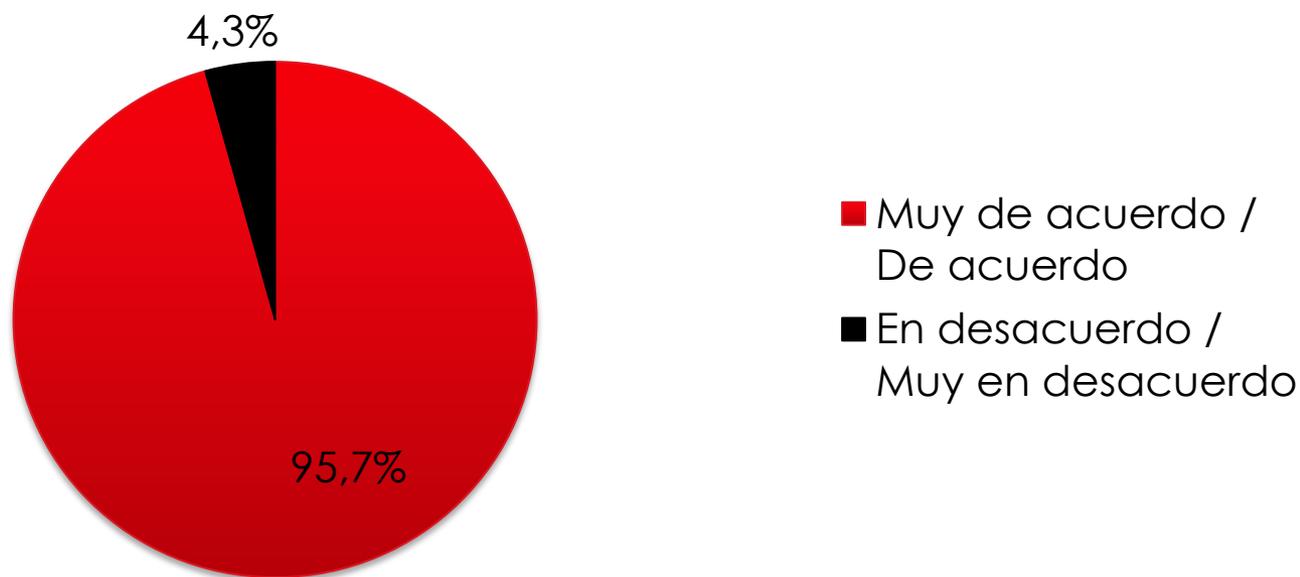
- En cuanto a la accesibilidad de GAM para todo público, el público de **Funciones** se muestra levemente más crítico y los beneficiarios de las **Actividades del Área de Audiencias** y de **BiblioGAM** tienden a estar de acuerdo en mayor medida que lo que indican los resultados generales. El resto de los espacios bordea el 80,0% de acuerdo.
- En cuanto a la oferta de actividades complementarias para una mayor comprensión de las obras y exposiciones, no existen diferencias significativas entre el público de los distintos espacios.

Evaluación de la accesibilidad	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
GAM es un centro cultural accesible a todo público	64,9%	81,0%	85,2%	89,9%	90,2%	80,2%	76,2%	83,1%	79,8%
GAM ofrece actividades complementarias a las obras y exposiciones, lo que permite una mayor comprensión	89,6%	94,6%	82,9%	90,7%	96,4%	82,8%	86,9%	93,0%	89,9%



Aporte a la calidad de vida de los santiaguinos

Casi la totalidad del público dice estar de acuerdo con que GAM constituye un aporte a la calidad de vida de los santiaguinos (95,7%).





Aporte a la calidad de vida de los santiaguinos según espacio

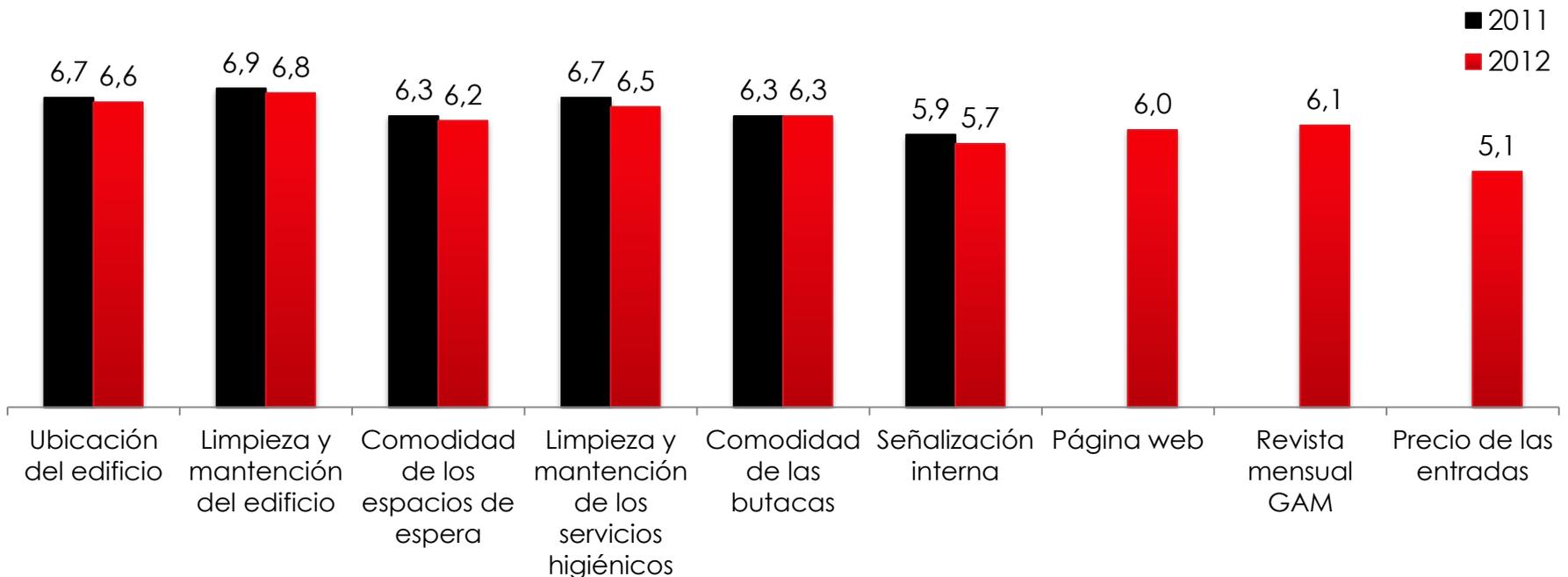
Al comparar los datos por espacio, no se observan diferencias significativas.

Aporte a la calidad de vida de los santiaguinos	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Muy de acuerdo / De acuerdo	94,8%	95,7%	96,4%	96,1%	96,7%	95,3%	95,3%	97,0%	95,7%
En desacuerdo / Muy en desacuerdo	5,2%	4,3%	3,6%	3,9%	3,3%	4,7%	4,7%	3,0%	4,3%

Evaluación de servicios GAM asociados

La ubicación del edificio, la limpieza, la comodidad de los espacios de espera, los servicios higiénicos, la comodidad de las butacas y señalización interna son evaluados con nota similar a la del año 2011. A excepción de la señalización interna, todos estos aspectos reciben una calificación igual o superior a 6,2 en una escala de 1 a 7.

Este año se agrega la evaluación de la página web (6,0), la revista mensual (6,1) y el precio de las entradas (5,1).



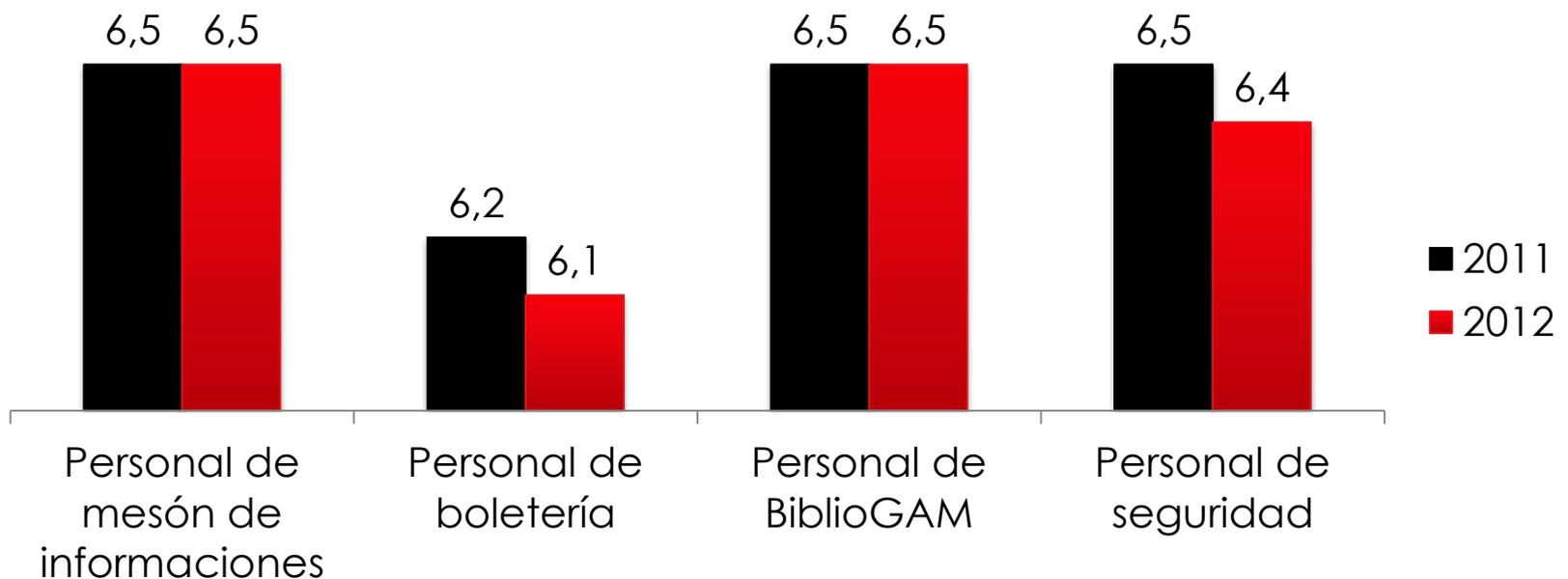
Evaluación de servicios GAM asociados según espacio

- El público más crítico respecto a la señalización interna es el del **Café** y el del **Restaurante**.
- El público más crítico respecto al precio de las entradas es el de **BiblioGAM**.
- Para el resto de los aspectos, no existen diferencias significativas en la evaluación que realiza el público de los distintos espacios respecto a los diferentes servicios.

Evaluación de servicios asociados	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Ubicación	6,7	6,6	6,7	6,6	6,2	6,7	6,8	6,6	6,6
Limpieza y mantención	6,9	6,9	6,9	6,8	6,9	6,8	6,7	6,8	6,8
Comodidad de espacios de espera	6,3	6,4	6,5	6,2	6,3	6,0	6,0	6,2	6,2
Servicios higiénicos	6,5	6,7	6,6	6,3	6,6	6,7	6,3	6,4	6,5
Comodidad de butacas	6,4	6,4	6,3	6,2	6,1	6,2	6,3	6,4	6,3
Señalización interna	5,8	5,8	5,7	6,0	6,0	5,8	5,1	5,1	5,7
Página web	6,2	6,1	6,0	6,0	5,7	6,0	5,8	6,0	6,0
Revista mensual	6,3	5,9	6,2	6,1	5,7	6,3	6,0	6,0	6,1
Precio de entradas	5,1	4,9	5,0	4,6	5,3	5,1	5,3	5,5	5,1

Evaluación de la atención del personal GAM

La atención del personal del mesón de informaciones, de boletería, de BiblioGAM y de seguridad es evaluada con nota igual o superior a 6,1 en una escala de 1 a 7; y no muestra grandes variaciones respecto a la evaluación realizada el 2011.



Evaluación de la atención del personal GAM según espacios

Al comparar los datos por espacio, se observa que:

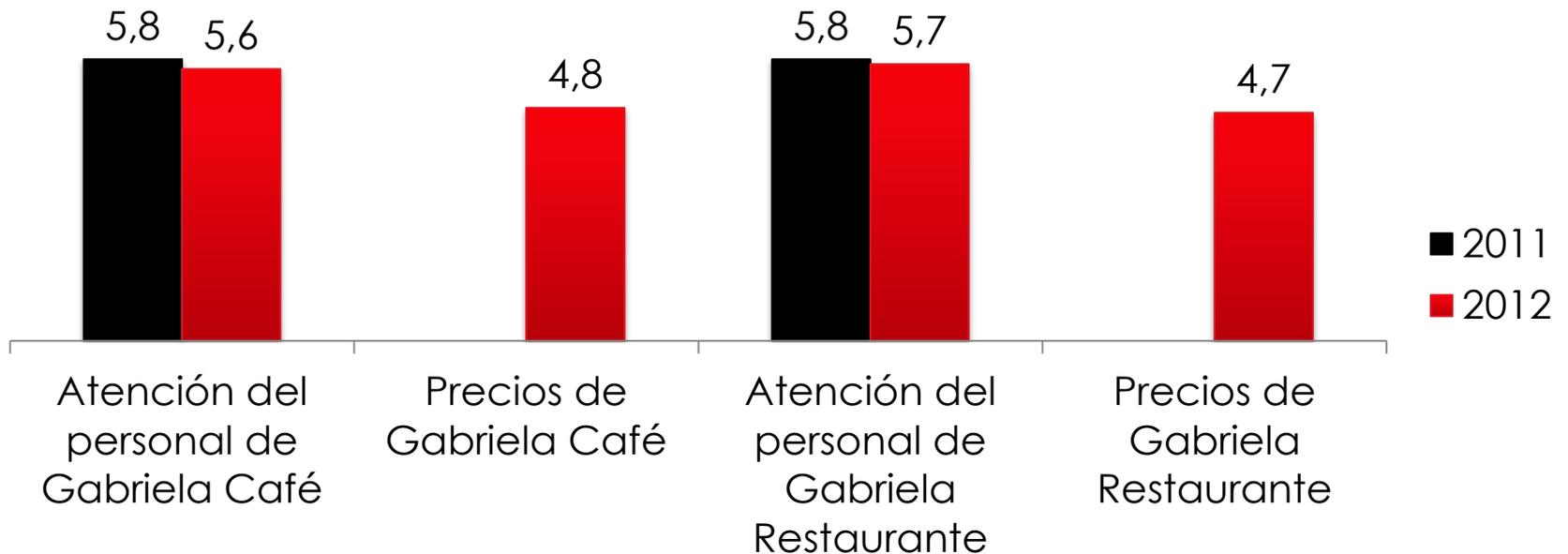
- El público más crítico respecto a la atención del personal de boletería es el de **BiblioGAM**.
- Para el resto del personal, no existen diferencias significativas en la evaluación que hace el público de los distintos espacios.

Evaluación de la atención del personal GAM	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Personal de Mesón de Informaciones	6,6	6,6	6,6	6,5	6,3	6,3	6,6	6,1	6,5
Personal de Boletería	6,2	6,0	6,3	5,6	5,8	6,4	6,1	6,1	6,1
Personal de BiblioGAM	6,4	6,4	6,6	6,7	6,1	6,6	6,4	6,4	6,5
Personal de Seguridad	6,4	6,5	6,6	6,2	6,3	6,5	6,4	6,1	6,4

Evaluación de atención y precios en tiendas

La atención del Restaurante y del Café, también reciben calificaciones similares al año anterior, con un 5,6 y un 5,7 respectivamente en una escala de 1 a 7.

Se agrega este año, la evaluación de los precios en dichos espacio, obteniendo el Café un 4,8 y el Restaurante un 4,7 en una escala de 1 a 7.



Evaluación de atención y precios en tiendas

- El público más crítico respecto a los precios en el Café y en el Restaurante es el de **BiblioGAM**.
- El público del **Café** y del **Restaurante** tienden a evaluar con una mejor calificación a estos precios que lo que indica el público de los otros espacios.
- En cuanto a la atención del personal del Café y del Restaurante, no existen diferencias significativas en la evaluación que hace el público de los distintos espacios.

Evaluación de atención y precios en tiendas	Funciones	Sala de Artes Visuales	Sala de Arte Popular	BiblioGAM	Área Audiencias	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Atención en Gabriela Café	5,5	6,0	5,9	5,4	5,5	6,0	5,3	5,9	5,6
Precios de Gabriela Café	4,5	4,7	4,6	3,9	4,5	4,8	5,3	5,7	4,8
Atención en Gabriela Restaurante	5,7	5,8	5,9	5,1	5,3	6,1	5,5	6,1	5,7
Precios en Gabriela Restaurante	4,3	4,7	4,5	3,8	4,5	4,9	4,9	5,8	4,7