



MEMORIA 2015



GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas



MEMORIA 2015

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

6	Mensaje de dirección Ejecutiva	
7	Administración	
8	Visión, misión, valores	4
9	Organigrama	
10	Programación y Audiencias	
28	Comunicaciones y Marketing	
38	Administración y Finanzas	
40	Nos apoyan	
	—	
43	Anexo I: Reporte 2015 de actividades y público	
89	Encuesta de caracterización de público	
181	Anexo II: Reporte 2015 de biblioteca	
185	Anexo III: Informe de compras 2015	
191	Anexo IV: Reporte 2015 de Comunicaciones y Marketing	
231	Anexo V: Informe de registro fotográfico para prensa	
233	Anexo VI: Informe de registro audiovisual	
263	Anexo VII: Auditoría contable y estados financieros	

INTRODUCCIÓN

MENSAJE DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA

Nos corresponde dar cuenta de lo que ha sido nuestra labor y del cumplimiento de nuestros objetivos en materia de gestión cultural durante 2015, instancia, que nos permite revisar aquellos aspectos relevantes que vivimos y que nos tocó enfrentar como equipo para visualizar qué desafíos nos esperan.

Cabe destacar en primer lugar, como un hito relevante, la celebración en septiembre de nuestro quinto aniversario. En estos 5 años nos visitaron más de 5 millones de personas, de ellas, más de 2 millones asistieron a actividades gratuitas, 178 mil asistieron a actividades de formación de audiencias, actividades que nos han permitido posicionarnos como un centro cultural dedicado a las artes escénicas nacionales y al desarrollo de audiencias.

Otro hito que nos marcó especialmente y revistió especial importancia, fue el comienzo de la construcción de la segunda etapa del centro cultural, obra ejecutada por la Dirección Nacional de Arquitectura del Ministerio de Obras Públicas,

impulsada y apoyada sectorialmente por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, cuya primera piedra fue puesta por su Excelencia de la República Michelle Bachelet el 24 de diciembre de 2015, proyecto que nos desafía, pero al mismo tiempo nos estimula a seguir trabajando por la cultura y el arte de nuestro país.

Sin embargo, también es preciso reconocer que el año no estuvo exento de dificultades, vivimos un período de cambio de algunos miembros del equipo a nivel gerencial y alejamiento de quién fuera la Directora Ejecutiva Alejandra Wood, proceso que nos invitó a un trabajo de evaluación y autocrítica en nuestro funcionamiento, del cual esperamos haber salido fortalecido del mismo.

Por último, los invito a que lean esta memoria, no sin antes reconocer que nada de lo que aquí ha quedado plasmado, sería posible sin las personas que conforman nuestro equipo humano y sin la confianza y respaldo de nuestro Directorio.

Cristián Uribe C.
Director Ejecutivo Subrogante

ADMINISTRACIÓN

La administración del Centro Gabriela Mistral está a cargo de una organización de derecho privado sin fines de lucro, cuya sesión constitutiva se realizó el 11 de diciembre de 2008 bajo el nombre de Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral. Representantes de un amplio espectro de instituciones participaron de esa primera convocatoria como socios fundadores, entre ellos la Universidad de Chile, Universidad de Concepción, Orquestas Juveniles e Infantiles de Chile, Corporación Cultural de la I. Municipalidad de Santiago, Corporación Cultural de la Estación Mapocho, Fundación Festival Teatro A Mil, Fundación Centro Cultural Palacio La Moneda, Corporación de Amigos del Teatro Regional del Maule, Colegio de Profesionales de Danza Chile A.G., el Sindicato Interempresas de Actores de Chile y la entonces Presidenta del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Paulina Urrutia.

Al 31 de diciembre de 2015 el Directorio de GAM estuvo compuesto por:

Presidente: Ramón López Cauly.

Secretario: Mario Rodríguez Fernández.

Tesorera: Nury González Andreu.

Directores: Alejandra Serrano Madrid, Directora Ejecutiva Centro Cultural Palacio La Moneda; Arturo Navarro Ceardi, Director Ejecutivo Centro Cultural Estación Mapocho; Haydee Domic Tomicic, Directora Ejecutiva Fundación Orquestas Juveniles; Carmen Romero Quero, Directora Ejecutiva FITAM; Andrés Rodríguez Pérez, Director General Teatro Municipal de Santiago; Juan José Valdés, Secretario Ejecutivo Corporación de Amigos del Teatro Regional del Maule; Alejandro Castillo Tirado, Representante de SIDARTE; Miguel Pizarro Muñoz, Representante de Prodanza.

El organigrama del GAM estuvo definido por las siguientes áreas:

Dirección Ejecutiva

Hasta septiembre 2015: Alejandra Wood Huidobro.

Octubre 2015 a febrero 2016: Cristián Uribe Concha, Director Subrogante.

Dirección de Programación y Audiencias: Javier Ibacache Villalobos.

Dirección de Comunicaciones y Marketing: Ximena Villanueva Garin.

Dirección de Administración y Finanzas

Hasta octubre 2015: José Miguel Herencia.

Octubre 2015 a marzo 2016: Marco Calderón, Jefe de Administración y Finanzas.

Asesor Legal: Cristián Uribe Concha.

MISIÓN

Trabajamos juntos para brindar una programación diversa y de calidad, promoviendo la formación de nuevas audiencias y el encuentro de las personas con la cultura.

VISIÓN

Aspiramos a ser un espacio de transformación social a través de experiencias de descubrimiento, inspiración y goce en el ámbito de las artes y la cultura. Para lograrlo:

- Desarrollamos una programación artística de primer nivel, que, junto con brindar instancias de formación y aprendizaje, atraiga a un público transversal.
- Mantenemos un ambiente armónico de trabajo, y una gestión eficiente y con sentido social.
- Aprovechamos al máximo la infraestructura de nuestro histórico edificio.
- Descubrimos y promovemos la creación chilena, favoreciendo el intercambio internacional.

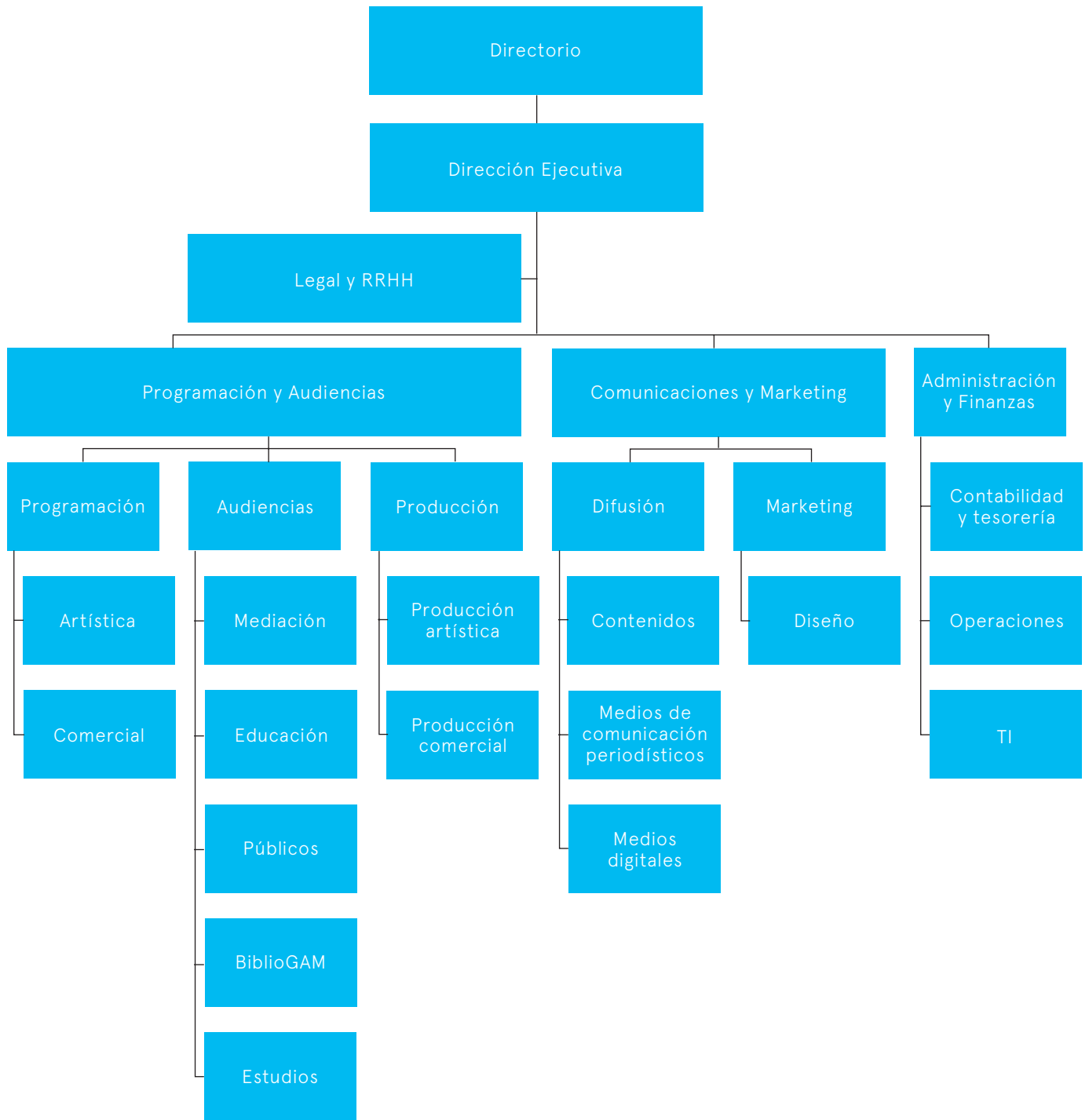
VALORES

Compromiso: Hacemos aquello que decimos que vamos a hacer, para brindar al público y los creadores un excelente servicio.

Trabajo en equipo: Entendemos la función de cada uno para contribuir al objetivo común de construir un espacio humano, amable y de fácil acceso.

Respeto: Nos ponemos en el lugar de los demás, aceptando la diversidad.

Excelencia: Revisamos permanentemente nuestro trabajo para mejorar y lograr óptimos resultados.



PROGRAMACIÓN Y AUDIENCIAS

Durante 2015, la programación artística de GAM se enfocó en las estéticas femeninas en la creación artística para conmemorar los 70 años de la entrega del Premio Nobel a Gabriela Mistral. En este marco se gestionaron producciones, coproducciones y proyectos seleccionados a través de una convocatoria abierta.

Destacó la línea de montajes que abordaron desde distintas perspectivas la figura y el universo poético de Gabriela Mistral, como *La bailarina*, de Paulina Mellado; *La extranjera*, de Natalia García-Huidobro; *Lo que no dije*, de Constanza Mardones; *Las cosas que nunca tuve*, de Elvira López; y *Gabriela infinita* (o el país de la ausencia), de María Marta Guitart.

En el ámbito de las producciones GAM, sobresalió el estreno de *La tempestad*, de William Shakespeare, en versión de Juan Radrigán, con dirección de Rodrigo Pérez y Claudia di Girolamo en el rol protagónico, que se convirtió en la obra más vista de la temporada. El reconocimiento de la crítica especializada recayó en *Xuárez*, una coproducción GAM dirigida por Manuela Infante con dramaturgia de Luis Barrales que fue elegida la mejor obra del año por el Círculo de Críticos de Arte.

Las ópticas femeninas en las artes encontraron además expresión en la muestra de la fotógrafa mexicana Graciela Iturbide (reconocida también por el Círculo de Críticos) y en la serie de montajes que revisaron personajes en la misma línea (*Hilda Peña*, de Isidora Stevenson; *Lucía*, de Ximena Carrera; *El amor de Fedra*, de Sarah Kane; *El marinero*, de Fernando Pessoa; *Fragmentos de un gavián*, de la compañía Danza en Cruz).

La ya consolidada línea de programación en torno a la Memoria tuvo como hito la muestra colectiva de fotografía *Chile desde adentro* y la exposición tributo al escultor Félix Maruenda y su obra *Escape de gas*, junto al ciclo Patrimonio Coreográfico que permitió el remontaje de las coreografías *Sótano* y *El cuerpo que mancha*. A ello se sumó el estreno de *Radiotanda-GAM* y la presentación del coro Ex Universidad Técnica del Estado.

La programación internacional se concentró en el ciclo GAM: epicentro de la danza que incluyó compañías de Alemania, Dinamarca, España y Gran Bretaña, y en la muestra *Tuku Iho, legado vivo maorí*, de Nueva Zelanda.

La programación musical mantuvo la temporada anual de conciertos gratuitos a cargo de distintas agrupaciones de la Región Metropolitana que incrementaron el número de funciones y de espectadores, e incorporó al Ensamble residente de Teatro del Lago y a la Orquesta Filarmónica de Temuco, además del estreno de la ópera *La isla de los peces*, de Guillermo Eisner, coproducida por el Instituto de Música de la Universidad Alberto Hurtado y GAM. Destacó el concierto de Paulina Zamora de los *Doce estudios para piano*, de Claude Debussy (reconocido por el Círculo de Críticos).

Junto a los festivales y ciclos de artes escénicas y musicales ya posicionados en GAM y las actividades en espacios abiertos, se profundizó en los programas de desarrollo y formación de audiencias y se gestionaron alianzas de intercambio que permitieron realizar extensión de programación en otras comunas y regiones, como el Corredor de Centros Culturales (con participación del Parque Cultural de Valparaíso, Centro Cultural de San Antonio, Centro Cultural de San Joaquín y Matucana 100) y el convenio de colaboración con la naciente Corporación Cultural de Quilicura.

La articulación de redes facilitó la realización del V Seminario Internacional de Formación de Audiencias que contó con invitados de Argentina (Programa de Formación de Espectadores), Perú (Gran Teatro Nacional), Uruguay (Teatro Solís) y Gran Bretaña (The Place) y revisó una variedad de casos nacionales (La Nave, Teatro Nescafé de las Artes, Centro Cultural San Joaquín), cerrando así la serie que partiera en 2011.

PROGRAMACIÓN



482 funciones en salas
48.958 espectadores en salas
71,5% de ocupación de salas

8 presentaciones en espacios abiertos
2.097 espectadores en espacios abiertos

TEATRO

La temporada 2015 de teatro incrementó el número de funciones en relación al año anterior y tuvo una alta convocatoria de público, lo que se reflejó en el aumento del porcentaje de ocupación de sala (65,3% en 2014 versus 71,5% en 2015).

En las producciones GAM destacó la variedad de estéticas, directores y elencos, lo que contribuyó a diversificar la programación. Prueba de ello fueron los estrenos de *El marinero*, montaje experimental dirigido por Alejandro Goic que reunió en escena a Bélgica Castro, Gloria Münchmeyer y Carmen Barros (1.448 espectadores); *Las tres hermanastras*, espectáculo de teatro musical a cargo del trío Lágrimas, Celos y Dudas (1.264 espectadores); *La tempestad*, versión de Juan Radrigán de la obra de William Shakespeare, dirigida por Rodrigo Pérez (6.651

espectadores); *Las cosas que nunca tuve*, creación de Elvira López a partir de poemas y cartas de Gabriela Mistral (1.621 espectadores); y *Lucía*, de Ximena Carrera (1.043 espectadores).

13

La línea enfocada en las ópticas femeninas en la creación artística incluyó creaciones con un reconocimiento transversal de la crítica, como *Hilda Peña*, de Isidora Stevenson (1.340 espectadores); *La lengua en pedazos*, de Juan Mayorga (1.354 espectadores); *Banal*, de Mauricio Barría (560 espectadores); *Xuárez*, de Luis Barrales con dirección de Manuela Infante, coproducción GAM que fue elegida la mejor obra de 2015 en distintos balances anuales; y *Radiotanda-GAM*, radioteatro dirigido por Mariana Muñoz que rindió homenaje al centenario de Ana González, quien fue interpretada por Ximena Rivas.





Se acogieron además dos ciclos de difusión de obras de autores europeos de reciente escritura: la *Muestra de Dramaturgia Finlandesa Contemporánea* (realizada con apoyo del Instituto Iberoamericano de Finlandia) y el *Encuentro de Dramaturgia Europea* (gestionado por Goethe Institut, British Council, Embajada de Suiza en Chile, Instituto Francés de Chile e Instituto Italiano de Cultura). También se difundieron las escrituras recientes de autores locales a través de plataformas como Lecturas Dinamo (organizadas por Interdram), La rebelión de las voces (en el marco del Festival Santiago Off) y el Tercer Festival Lápiz de Mina.

14

GAM fue sede de los principales encuentros de artes escénicas de la Región Metropolitana: *Festival Internacional Stgo. a Mil* (que programó compañías nacionales e internacionales de teatro, danza y música), *Festival Santiago Off* (que organizó intervenciones en espacios abiertos, lecturas dramatizadas y presentaciones de compañías iberoamericanas), *Festival de Teatro HOY* (en cuyo marco se estrenó *Parlamento*, de Tryo Teatro Banda), *FAMFEST* (que incluyó montajes y actividades para público familiar) y el ciclo conmemorativo de los 10 años de trabajo de la compañía Teatro Niño Proletario.

Entre los remontajes destacaron *Un tranvía llamado deseo* en versión de Alfredo Castro (producción GAM 2014 que convocó a 4.872 espectadores); *El diccionario*, de Manuel Calzada (coproducción GAM 2014 que reunió a 1.701 espectadores); y *La historia de los anfibios*, de compañía La Mala Clase, con dirección de Aliocha de la Sotta (729 espectadores).

En 2015 se concretó también la residencia creativa del dramaturgo argentino Santiago Loza (con apoyo de la Embajada de Argentina en Chile) que permitió la escritura de la obra *Un minuto feliz*, a estrenarse durante la temporada 2016.



165 funciones en salas
14.666 espectadores en salas
63,5% de ocupación de salas

10 presentaciones en espacios abiertos
2.004 espectadores en espacios abiertos

DANZA

La programación de danza se situó como la segunda línea de actividades más dinámica del año en GAM tras las funciones de teatro y alcanzó un promedio de 63.5% de ocupación de sala. La temporada reunió una variedad de lenguajes, estilos y compañías nacionales que se enfocaron en las ópticas femeninas en la creación artística, y dos ciclos con invitados internacionales.

La creación más vista del año fue *La bailarina*, un montaje de Paulina Mellado inspirado en poemas de Gabriela Mistral que congregó a 1.669 espectadores. En la misma línea de revisión de la obra de la Premio Nobel sobresalieron dos espectáculos de flamenco: *La extranjera*, de Natalia García-Huidobro (1.141 espectadores) y *Lo que no dije*, de Constanza Mardones (955 espectadores).

La compañía Danza en Cruz estrenó *Fragments de un gavián* (838 espectadores) en tributo a Violeta Parra y conmemoró así dos décadas de trabajo. Las propuestas experimentales y de investigación de lenguajes estuvieron a cargo de Rodrigo Chaverini con *7 ecos* (872 espectadores) y Francisca Morand con *Emovere* (951 espectadores).

En colaboración con el área de Danza del CNCA, se desarrolló el ciclo Patrimonio Coreográfico, inspirado en la experiencia de reposición de 2014 de la pieza Los ruegos. En este marco se remontaron las creaciones *El cuerpo que mancha*, de Paulina Mellado, y *Sótano*, de Luis Eduardo Araneda, ambas estrenadas en 1992. La mini-temporada de ambos títulos reunió a 825 espectadores.

El ciclo internacional *GAM: epicentro de la danza* programó montajes de compañías de Alemania, Dinamarca, España y Gran Bretaña. La crítica destacó las presentaciones de *Rising*, de Aakash Odedra (865 espectadores), y *Rite of spring- extended*, de Granhoj Dans (703 espectadores). De manera complementaria se realizó un taller de crítica de danza que relevó el trabajo de *Avalanche*, de Danni Pannullo (436 espectadores), una fusión de danza urbana y fútbol-style, y una serie de seminarios para bailarines locales.

Una alta afluencia de público logró el *Festival Internacional de Butoh*, gestionado por Natalia Cuéllar, que presentó montajes de compañías de Argentina, Francia, Japón, México y Chile.

Durante el año también se desarrolló el *Programa de Entrenamiento de Danza* gestionado por el área de Danza del CNCA, y el *Encuentro de Danza de Balmaceda Arte Joven*.

15





37 funciones en salas
2.961 espectadores en salas
39,4% de ocupación de salas

5 presentaciones en espacios abiertos
 471 espectadores en espacios abiertos

CIRCO

16

Luego del alto número de funciones y actividades de circo realizadas en 2014, la temporada 2015 debió ajustar las presentaciones a raíz del inicio del trabajo de Fase II de GAM en el terreno aledaño al edificio (donde en septiembre del año anterior se montara la carpa de American Circus) y la reducción de superficie que afectó a la Plaza Zócalo como consecuencia de los mismos trabajos (otro espacio dedicado inicialmente a la actividad circense).

Además de la programación de artes circenses incluida en el Festival Santiago a Mil, se programaron tres montajes en el ciclo Lo Mejor de GAM, incluido *Ursaris*, una co-producción GAM 2015.

Durante el segundo semestre se acogió la residencia de creación de la compañía Diminuto Circus con el montaje *Arjé, el misterio de lo cotidiano*. Como extensión de esta colaboración, se programó el espectáculo *Tolu*, de la compañía australiana Casus Circus, que dio pie a la labor de creación conjunta con Diminuto Circus en un proyecto de largo plazo que se reeditará en 2016.



83 conciertos en salas
13.267 espectadores en salas
61,5% de ocupación de salas



MÚSICA CLÁSICA

La temporada de conciertos de música clásica incrementó el número de presentaciones y de espectadores en relación a 2014. En 2015 se realizaron 83 conciertos versus los 77 del año anterior, y asistieron 13.267 espectadores versus los 9.446 de 2014. También se elevó significativamente el porcentaje de ocupación de salas: de 47.9% en 2014 se elevó a 61,5% en 2015.

Uno de los factores que incidió en tal sentido fue el acuerdo con la mayoría de las agrupaciones de la RM en cuanto a programar los conciertos con entrada liberada. Bajo esta modalidad se realizó un total de 57 conciertos a los que accedieron 10.838 espectadores.

La programación incluyó presentaciones del *Cuarteto Andrés Bello*, dependiente de CEAC de la Universidad de Chile, de la *Orquesta Clásica de la Universidad de Santiago*, de músicos de la *Orquesta Sinfónica*, del *Departamento de Música y Sonología de la Universidad de Chile* y del *Instituto de Música de la Pontificia Universidad Católica de Chile*.

Se sumaron conciertos de la *Orquesta Filarmónica de Temuco*, del *Ensamble Residente del Teatro del Lago*, de la *Escuela de Música Enrique Soro de Quilicura* y las series que fueron parte del *Festival FIMSA 2015* y del ciclo de piano organizado por el *Goethe Institut*.

17

GAM fue además coproductor de la ópera *La isla de los peces*, de Guillermo Eisner, en conjunto con el Instituto de Música de la Universidad Alberto Hurtado.

Destacaron también el Coro Ex Universidad Técnica del Estado con *De lo sacro a lo profano* –que rememoró su intervención en la inauguración de la UNCTAD III en 1972–; el remontaje de *La belle époque*, a cargo del Instituto de Música de la Universidad Alberto Hurtado; la presentación de Charles Ketcham, y el concierto de Paulina Zamora de los *Doce estudios para piano*, de Claude Debussy, reconocido por el Círculo de Críticos de Arte.





55 conciertos de música popular en salas
9.168 espectadores de música popular en salas
64,2% de ocupación de salas

5 presentaciones de música popular en espacios abiertos
 1.430 espectadores de música popular en espacios abiertos

MÚSICA POPULAR

En 2015 disminuyó el número de conciertos y de espectadores de música popular a consecuencia de la suspensión del Festival Neutral de Verano que venía realizándose en cada apertura de temporada, organizado por el sello Quemasucabeza, y que ocupaba salas y espacios abiertos del edificio. El encuentro no se llevó a cabo a raíz del acuerdo establecido con las agrupaciones de vecinos de los barrios Lastarria y Bellas Artes en cuanto a eliminar las presentaciones con amplificación en plazas. Pese a esta suspensión, el porcentaje de ocupación de salas no se vio alterado significativamente.

Durante el año destacó el Festival de Jazz *Animales en la vía*, que tuvo una alta convocatoria de público, con más de 80% de ocupación de salas en sus presentaciones.

En el marco del programa de intercambio Corredor de Centros Culturales, se presentaron bandas de San Joaquín y San Antonio, y otro tanto hicieron intérpretes femeninas en el contexto del *Ciclo de Mujeres Latinoamericanas*.

No obstante la suspensión del festival de marzo, el sello Quemasucabeza realizó el ciclo *Neutral* de Invierno con intérpretes locales y extranjeros.

Sobresalieron también: el formato de concierto que adoptó el espectáculo teatral *Fantasma borrachos* (878 espectadores); la presentación conjunta de *Valentín Trujillo y Consuelo Schuster* (233 espectadores); y el concierto especial de *Francisca Valenzuela* (237 espectadores).

En la línea de música popular también se programaron las *Tocatas Mil* del Festival Santiago a Mil, las *Sesiones Zero* como parte del convenio corporativo con radio Zero.

18





6 exposiciones
136.465 visitas

ARTES VISUALES

Durante 2015 se programaron 6 exposiciones en la sala de artes visuales y se incrementó el número de visitas en relación a 2014 (136.465 versus 128.567).

Destacó la afluencia de público en *Mafalda por Quino* (39.939 visitas) presentada en el marco del Festival Santiago a Mil; *Tuku Iho, legado vivo maorí* (26.037 visitas), exposición de objetos tallados, tejidos, rituales y tatuajes realizada gracias a la colaboración del New Zealand Maori Arts and Crafts Institute (NZMACI); y la colectiva de fotografía *Chile desde adentro* (30.427 visitas), curada por Jorge Gronemeyer, y que reunió registros de Paz Errázuriz, Alejandro y Álvaro Hoppe, Helen Hughes, Jorge Ianiszewski, Héctor López, Kena Lorenzini, Juan Domingo Marinello, Christian Montecino, Marcelo Montecino, Óscar Navarro, Claudio Pérez, Paulo Slachevsky, Luis Weinstein y Óscar Wittke.



En la línea de las ópticas femeninas en la creación artística sobresalió la retrospectiva de la fotógrafa mexicana *Graciela Iturbide* (17.775 visitas), que fue acompañada de un programa de actividades especiales y que fue reconocida por el Círculo de Críticos de Artes como una de las principales muestras internacionales del año.

La revisión de tópicos y obras vinculadas con la memoria del edificio se concretó en la exposición *Félix Maruenda- Espacio público* (9.349 visitas) que presentó 90 fotografías inéditas del proceso de creación y construcción de la escultura Chimenea, correspondiente a los ductos de ventilación del casino popular que en 1972 era parte de la infraestructura.

La muestra de fotografías *En el umbral del olvido* (12.938 visitas), de Samuel Shats, rindió tributo a los sobrevivientes del Holocausto que migraron a Chile y presentó retratos de quienes hoy en día tienen entre 80 y 100 años, junto a actividades complementarias.



3 exposiciones
68.719 visitas



ARTE POPULAR

20

La sala de exhibición del Museo de Arte Popular de la Universidad de Chile mantuvo el mismo número de exposiciones de 2014 y el número de visitas no mostró cambios significativos.

Las muestras conmemoraron los 70 años de la colección y rindieron tributo también a Gabriela Mistral: *MAPA: 70 años de imaginario popular* (35.295 visitas); *Talagante, nuevas miradas de greda* (29.776 visitas); y *Motivos de barro* (3.648 visitas). Esta última hacía referencia al poema de Mistral incluido en el libro *Desolación*.





101 funciones
4.639 espectadores

AUDIOVISUAL

En 2015, la programación audiovisual disminuyó en un 13,7% respecto de 2014, lo que incidió en el número de espectadores que también se contrajo en comparación con el año anterior.

Las realizaciones se proyectaron en su mayoría en el contexto de festivales: Festival Internacional de Documentales de Santiago FIDOCs; Festival de Cine y Arquitectura Arqfilmfest; Festival

Internacional de Animación Chilemonos; Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit; Festival Santiago Fashion Film; y Festival Asterisco.

21

Se presentó también un ciclo de versiones filmicas de la obra *La Tempestad*, de William Shakespeare (que complementó las funciones de la versión de Juan Radrigán dirigida por Rodrigo Pérez), y una exhibición especial del documental *Escape de gas*, de Bruno Salas, que revisa la historia del edificio UNCTAD III a partir de la escultura de Félix Maruenda.



AUDIENCIAS

34.442 visitas
261 actividades
7.118 beneficiarios



BIBLIOGAM

Durante 2015 BiblioGAM registró un total de 34.442 usuarios. Además de los servicios bibliográficos, este espacio ofreció una programación artística y formativa que integró: obras de teatro; escuelas de verano e invierno; el ciclo de conversaciones *Encuentros Mistralianos* en conmemoración del natalicio de Gabriela Mistral; talleres de lectura dirigidos a público general y a adultos mayores; y talleres de apreciación de arte para público infantil. También se realizaron presentaciones de libros y seis exposiciones, una de ellas, *Ana González 100 años*, en homenaje al natalicio de la actriz chilena.



191 actividades 6.369 beneficiarios



EDUCACIÓN

La unidad de Educación desarrolla programas que vinculan la programación artística de GAM con el quehacer docente y la formación integral de niños y jóvenes. Estos programas son complementados con la generación y publicación de contenidos didácticos en la web. Como en años anteriores, formaron parte de la programación educativa 2015 los Conciertos Educativos en horario escolar para estudiantes de enseñanza básica y enseñanza media, los cuales se realizaron en alianza con la Universidad Alberto Hurtado, el Departamento de Música y Sonología de la Universidad de Chile, las Orquestas Juveniles e Infantiles (FOJI) y la Orquesta de Cámara de Chile. A través de alianzas con el Municipio de Quilicura, la Fundación Belén Educa, la Vicaría de la Educación, Corporación Educacional Emprender y Educación 2020, se asegura el acceso de estudiante de sectores vulnerables a la programación.

El programa *Jóvenes Críticos*, instancia que busca promover el desarrollo de un enfoque crítico sobre las artes escénicas entre adolescentes, estableció nuevas alianzas para potenciar el trabajo de los jóvenes participantes, con el Festival Santiago a Mil y la radio del INJUV. En el caso del programa de *Profesores*, se consolidó la línea coral con los proyectos World Voice,

iniciativa apoyada por el British Council y que través del canto busca el desarrollo de habilidades que contribuyan a la formación y fortalecimiento del aprendizaje en todos los ámbitos –no sólo musical– de niños y niñas; y *Voces GAM*, coro conformado por profesores de distintas áreas que posean gusto por el canto y una condición vocal idónea para desarrollar un proyecto musical que –integrando diversas áreas de las artes– se centra en el canto grupal.

La unidad realizó por segundo año el *Festival de Ciencia y Teatro (FETyC)* en alianza con Proyectos Asociativos Regionales del Programa EXPLORA CONICYT de la Región Metropolitana, certamen que busca difundir el aprendizaje de las ciencias a través del lenguaje de las artes escénicas en los estudiantes de enseñanza media.

24



262 actividades
9.676 beneficiarios

MEDIACIÓN

La unidad de Mediación se focaliza en segmentos de la población con bajos niveles de consumo cultural, con el fin de fomentar la inclusión y participación social a través de las artes. Gracias al fortalecimiento de sus relaciones con organismos del estado como SENAME, SENAMA y SENADIS ha logrado garantizar acceso a los sectores más vulnerables de la población. Entre las actividades más destacadas de 2015 se realizó el Primer Encuentro Nacional por la Inclusión de personas en situación de discapacidad en el campo cultural, *Incluye 2015*. Se fortaleció el trabajo con Adultos Mayores, a través de la realización de talleres de artes escénicas, radioteatro y mediaciones especialmente diseñadas para este público. Se consolidó el programa *HAPTO*, recorridos guiados por el edificio a cargo de ocho personas en situación de discapacidad visual, y que propicia una experiencia distinta e inclusiva para conocer, percibir y vincularse con las obras de la colección patrimonial de GAM; beneficiando a más de 3.000 personas. Se realizó durante todo el año el *Taller de jóvenes Productores*, que capacita en metodologías para la producción cultural a 20 jóvenes de distintas comunas de la R.M. Se posicionaron las mediaciones artísticas, específicamente en la sala de artes visuales, promoviendo una oferta de actividades diversa e inclusiva.





10 actividades
5.565 beneficiarios

PÚBLICOS

La Unidad de Públicos desarrolla estrategias de fidelización con las audiencias que habitualmente acceden a la programación de GAM y crea vínculos de participación con quienes visitan el edificio.

Sobre lo primero, durante 2014 y 2015 se ha profundizado en el análisis de los usuarios que adquieren tickets en boletería e internet, creando perfiles e historiales de compra como introducción al desarrollo de un futuro sistema de CRM (*Customer relationship management*).

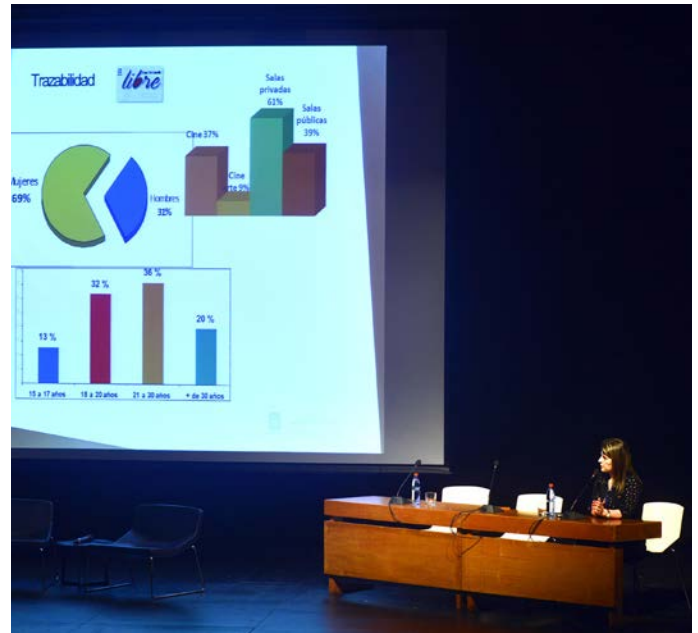
En el trabajo con las audiencias flotantes en tanto, la Unidad comanda y estandariza una línea de atención de públicos a todos los trabajadores que prestan este servicio en GAM, y profundiza la creación y ampliación de distintas comunidades entre las cuales destacan: adolescentes seguidores de la cultura asiática, a través de actividades como la III Maratón K-POP;

la agrupación LEC, jóvenes que se reúnen en GAM a aprender y promover una variedad de bailes latinos; los patinadores urbanos que periódicamente se juntan en GAM, y una vez al año realizan un evento que exhibe las cualidades de los participantes de esta comunidad; y las agrupaciones de bailes urbanos donde destacan estilos como el hip-hop, el break-dance y el twerking, que han sido parte de distintas intervenciones realizadas por GAM, como la Ceremonia de la primera piedra para la II etapa de GAM.

Junto con este trabajo constante, durante el 2015 la unidad de Públicos ha estado a cargo de la organización de una serie de eventos en espacios abiertos, como el Día de la Danza que reunió distintas agrupaciones de diversos estilos dancísticos a través de un flashmob en el que todos podían participar; un año más del Día del Libro en conjunto con la destacada Biblioteca Libre, Museos de Medianoche donde GAM se suma a los espacios culturales más destacados del país, la Jornada de adopción de mascotas con gran afluencia de público y un 80% de adopciones efectivas, y II Escena donde las artes escénicas son llevadas a espacios no convencionales de GAM, como parte de La Noche de los Teatros.

26





ESTUDIOS

La unidad de Estudios continuó en 2015 en la línea de generar información relevante sobre flujos y caracterización de los públicos de GAM a partir de investigación cuantitativa y cualitativa.

Junto a los reportes mensuales de actividades y flujos de visitas y espectadores, se llevó a cabo la *Encuesta de Caracterización de Públicos de GAM 2015*.

También coordinó tesis de estudiantes en proceso de formación o de titulación de Sociología que escogieron como campo de análisis grupos o comunidades que se vinculan con GAM. Esta vez, los vecinos del barrio Lastarria.



Desde esta unidad se coordinó el *Diplomado de Gestión de Proyectos Artísticos Contemporáneos*, programa en modalidad on-line que se llevó a cabo en alianza con la Universidad Mayor.

27

Junto a la unidad de Públicos se puso en marcha además el nuevo programa *Club de Espectadores*, orientado a incentivar la participación de los públicos ya fidelizados y que se desarrollará durante la temporada 2015.

COMUNICACIONES Y MARKETING

En 2015 GAM cumplió 5 años, período que celebramos comunicacionalmente desde la percepción del público con una campaña que surgió a partir de visitantes reales. Se observa en esta campaña que se llegó por primera vez a jóvenes entre los 13 y los 17 años y que el 78% de las visualizaciones del video (casi 52 mil) se hicieron desde celulares, ambos logros que habían sido objetivos en las estrategias comunicacionales del año.

La campaña aniversario, al igual que la primera campaña de comunicaciones internas, la realizamos con el equipo propio de comunicaciones y marketing. Ambas tuvieron excelente recepción visible en redes sociales (ver anexo página 226). A ellas se suman las primeras campañas de marketing cultural. Para ello lo principal fue unir los equipos de difusión y marketing que hasta el momento no habían tenido un espacio creativo planificado en conjunto.

En redes sociales el índice de influencia (klout) subió a 80 puntos manteniéndose en el ranking de cuentas más importante en el rubro cultural junto al Consejo Nacional de las Artes y Cultura. La cuenta Facebook de GAM obtuvo la verificación, una garantía de credibilidad que otorga la red social que permite acceder a aplicaciones sólo para perfiles verificados. En esta misma red, se aprecia un leve aumento de un punto en el rango femenino mayor a 65 años que se explica por el aumento de inclusión de videos para ese público específico.

La generación de videos hechos por el equipo interno con una cámara de GAM, permitió crear material para prensa y redes

sociales que antes no era posible por falta de recursos humanos y de cámara idónea. Esto permitió también abrir una cuenta GAM en Periscope para transmitir en vivo 7 eventos con un promedio de 62 espectadores por emisión.

A nivel de prensa la integración de CNN Chile como mediapartner marcó un positivo balance en el contenido editorial de GAM en TV. El canal proporcionó una alta pauta publicitaria (900 spots) que complementó con una cartelera GAM que se dio semana por medio. Desde GAM se generó material audiovisual para proporcionar el material demandado.

La crisis interna que vivió la institución que finalizó con la renuncia de la Dirección Ejecutiva y de la Dirección de Administración y Finanzas, se vio reflejada en la prensa, pero sólo hubo 4 notas negativas más que en 2014 de un total de 23. Las positivas sumaron 3.146 y las neutras 249.

Para dar continuidad a la institución se hizo un gran lanzamiento de la programación 2016, actividad de relaciones corporativas que se hace desde un objetivo comunicacional formal y planificado. Asistieron 300 personas que manifestaron su apoyo a la institución pese a la crisis interna.

Las alianzas de marca tuvieron gran protagonismo durante 2015. Gracias a contratos con mediapartners y empresas que ayudaron a potenciar las comunicaciones de GAM, los ingresos no monetarios por ese concepto sumaron \$ 826.095.440.

PUBLICACIONES PERIODÍSTICAS

Análisis cuantitativo

Publicaciones 3.418

Promedio mensual: 285

Análisis cualitativo

Publicaciones positivas 3.146

Noticias negativas 23

Noticias neutras 249

Análisis de Inversión Publicitaria Estimada: \$3.239.965.431

Disminuyó en un 27% respecto al año anterior *

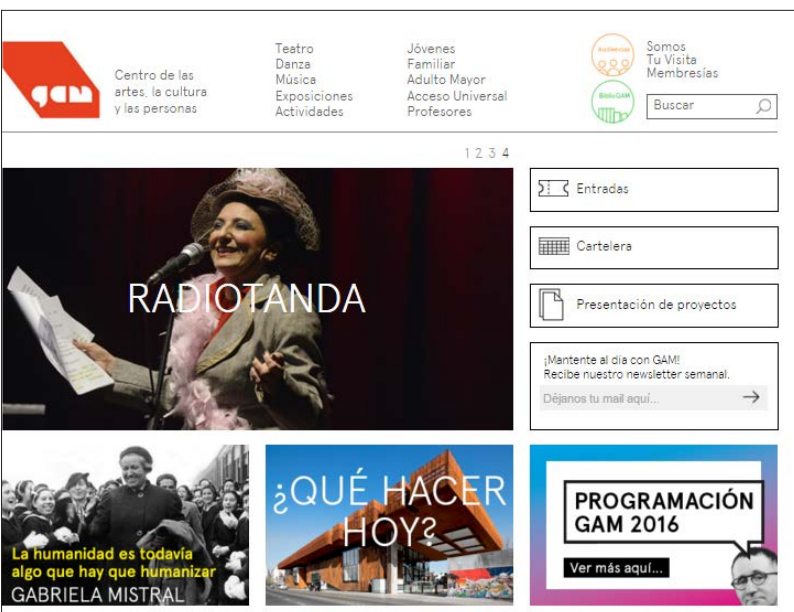
* La Inversión Publicitaria Estimada (IPE) corresponde al valor ficticio por centímetro cuadrado en diarios impresos; por segundo en radio y televisión; y el costo que cada mil visitas en los medios de Internet. Es decir, lo que se habría pagado por aparecer.

Gam.cl

724.071 visitas anuales

Promedio mensual 60.339

↑ Incremento en 28.7% el promedio de visitas



MEDIOS DIGITALES

31

Durante 2015 se consolida el nuevo sitio web de GAM, que había salido al aire el 1 de septiembre de 2014. En el año, la nueva plataforma cumplió con parte de los objetivos trazados referentes al acceso a la cultura territorial, plataformas, públicos y presentando una navegación más simple y directa, un diseño responsivo y secciones exclusivas para la unidad de Audiencias y BiblioGAM.

El sitio web obtuvo las cifras más altas en lo que va la presencia de GAM en Internet, alcanzando un peak de 81.369 visitas solo en julio. Con respecto al año anterior, implicó un incremento de un 28,7% del promedio mensual, sumando 724.071 visitas anuales y promediando mensualmente 60.339.



Redes sociales

346.511 seguidores en Twitter

↑ 84,7% más respecto a 2014

122.257 seguidores en Facebook

↑ 19,7% más respecto 2014

789.734 promedio del alcance total en 28 días

21.100 seguidores en Instagram

↑ 125,5% más respecto a 2014

80 puntos de influencia Klout en redes sociales

↑ 1 punto de crecimiento en relación a 2014

2015 es el año en que las redes sociales fortalecen su influencia. Constituyen el cuarto medio de información de las actividades de GAM según el público que asiste a espectáculos y su crecimiento no se detiene.

Mientras Facebook se convierte en el principal generador del debate, la discusión y los contenidos virales, Twitter se transforma en un canal de transmisión en vivo con la irrupción de nuevas redes asociadas como Periscope (ver anexo página 210). Instagram se vigoriza con contenidos de belleza visual en torno al edificio y su programación artística, acogiendo también la mirada de los visitantes a través de reposteos; mientras que YouTube supera los niveles de producción de contenido propio, desde extractos de obras hasta entrevistas con artistas y público en plazas.

El crecimiento e influencia que tienen las redes sociales GAM se refleja en el índice Klout. Durante 2015 alcanza su nivel más alto de museos, bibliotecas, teatros e instituciones ligadas al ámbito de la cultura, con 80 puntos en 2015 (ver anexo página 209).

Envíos masivos

La base de datos durante 2015 llegó a 19.534 contactos
 Cartelera semanal al año 54 (18.817 contactos promedio)

Boletín BiblioGAM anual 12 (18.817 contactos promedio)

Invitaciones web para estrenos, inauguraciones y lanzamientos al año 41 (sobre 19.000 destinatarios)

Web flyers anuales 60 (destinatarios a todas las redes GAM (Facebook, Twitter, etc.))

Invitación gam.cl



SERÉ PATRIMONIO

Centro Gabriela Mistral, GAM, invita a Ud. a la obra **Seré Patrimonio**, dirigida por Pierre Sauré, el sábado 24 de octubre a las 19 horas en la sala A1 (edificio A piso 1).

El montaje es una creación colectiva donde las protagonistas son 13 mujeres pertenecientes al Club Adulto Mayor GAM. En él rememoran sus vivencias, sentimientos, temores y pasiones.

Sá 24 Oct
19 h
Sala A1 (edificio A, piso 1)

Gratis previo retiro de entradas en mesón de Informaciones.
Horarios: Lu a Vi - 11 a 18 h / Sá y Do - 13 a 18 h.
Todos los días cerrado de 14 a 15 h.
Cupos limitados

Más info en gam.cl

GAM
Centro de las artes,
la cultura y las personas

Alameda 221
Santiago
Metro UC

IMPRESOS

Revista de programación impresa

10 programas anuales

Tiraje anual 440.000

Impresiones desde gam.cl 14.678



Pendones/Gigantografías

Piezas anuales 251

Personas que acceden a esta información mensualmente 115.464

Visitantes que pudieron verlos 1.385.569

Pendones 73

Adhesivos 78

Afiches 85

Programas de mano 15



PUBLICIDAD POR CANJE

Avisos impresos en 2015

El Mercurio

47 avisos

Revista Paula, ED y Capital

2 avisos

Spot

CNN Chile 900

en cartelera 30 días por campaña.

Frases de radio Grupo DIAL

Frases mensuales en las radios:

Zero, Paula, Duna, Disney y Beethoven.

4.800 frases de radio anuales

Canal de circuito cerrado SSP

9 spots equivalentes a 100 días en pauta de exhibición

COMUNICACIONES INTERNAS

Piezas impresas

12 afiches instalados en diarios murales
82 postales de saludo por cada trabajador

Comunidad virtual

64 miembros de un total de 82 trabajadores
37 miembros activos
58% de participación

Primera campaña anual de fotografías

15 afiches impresos de todos los equipos



37



ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Los ingresos totales de la Corporación durante 2015 llegaron a MM\$3.163, un 66 por ciento provino del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el 34 restante son derivados de arriendos de instalaciones, eventos de terceros y ventas de entradas.

Por otra parte, hubo un superávit operacional de M\$120.332 a los que al rebajar los gastos no operacionales y depreciaciones del ejercicio, se llega a un déficit de M\$29.499, resultado que representa el 0,9 % de nuestros ingresos.

Los estados financieros de la presente memoria fueron auditados por Serrano Pérez y Cía Consultores y elaborados de acuerdo a las normas internacionales de información financiera (IFRS).

En el área de operaciones se sumó el proyecto de paneles fotovoltaicos (solares). Durante 2015 se gestionó junto al Ministerio de Energía el programa que tiene una capacidad de 100 kWp y

consta de un conjunto de 324 paneles fotovoltaicos instalados en 1.600 metros cuadrados ubicados en el techo de GAM. Si bien los paneles se inauguraron en 2016, el 2015 se hicieron los estudios y habilitación del proyecto.

En el último semestre del año además, se dio inicio a las obras de construcción del teatro para 1.880 personas, proyecto que lidera el Ministerio de Obras Públicas y que requiere la coordinación y apoyo particularmente del área de Operaciones de GAM.

En el ámbito administrativo, se integró la facturación electrónica para mayor eficiencia en los procesos con clientes externos.

En el ámbito de las tecnologías de la información, se mejoraron las redes inalámbricas (wifi) para uso del público de GAM.

NOS APOYAN

AUSPICIADOR INSTITUCIONAL



MEDIA PARTNERS



COLABORADORES



ANEXOS

ANEXO I

REPORTE 2015 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICO

Resumen

44

UNIDAD DE ESTUDIOS

El presente reporte sistematiza el total de actividades realizadas en GAM durante el año 2015 y la cantidad de público asistente a cada una de ellas.

Para detallar esta información, el reporte se organiza en trece categorías:

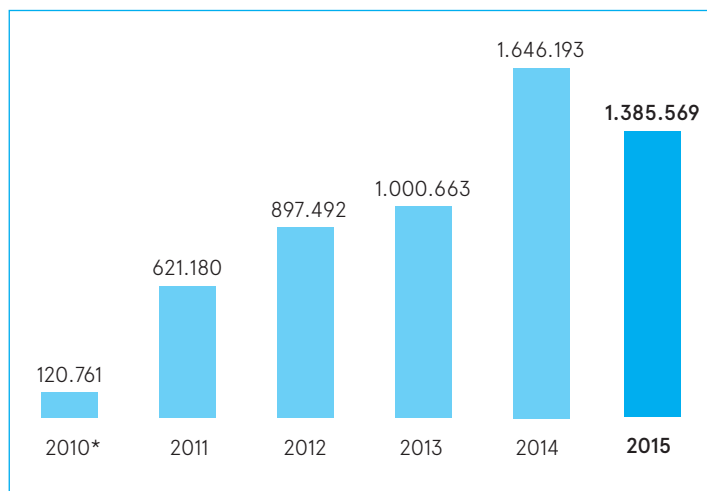
- 1) Visitas al edificio
- 2) Programación de artes escénicas y musicales en salas
- 3) Programación de artes escénicas en espacios abiertos
- 4) Programación audiovisual
- 5) Sala de Artes Visuales
- 6) Sala de Arte Popular
- 7) Exposiciones en espacios abiertos
- 8) BiblioGAM
- 9) Otras actividades de programación artística
- 10) Actividades de formación y desarrollo de audiencias
- 11) Visitas guiadas
- 12) Programación comercial
- 13) Actividades en tiendas.

Cada una de estas categorías cuenta con un sistema específico de conteo de público, el que se describe hacia el final del reporte.

1. VISITAS AL EDIFICIO

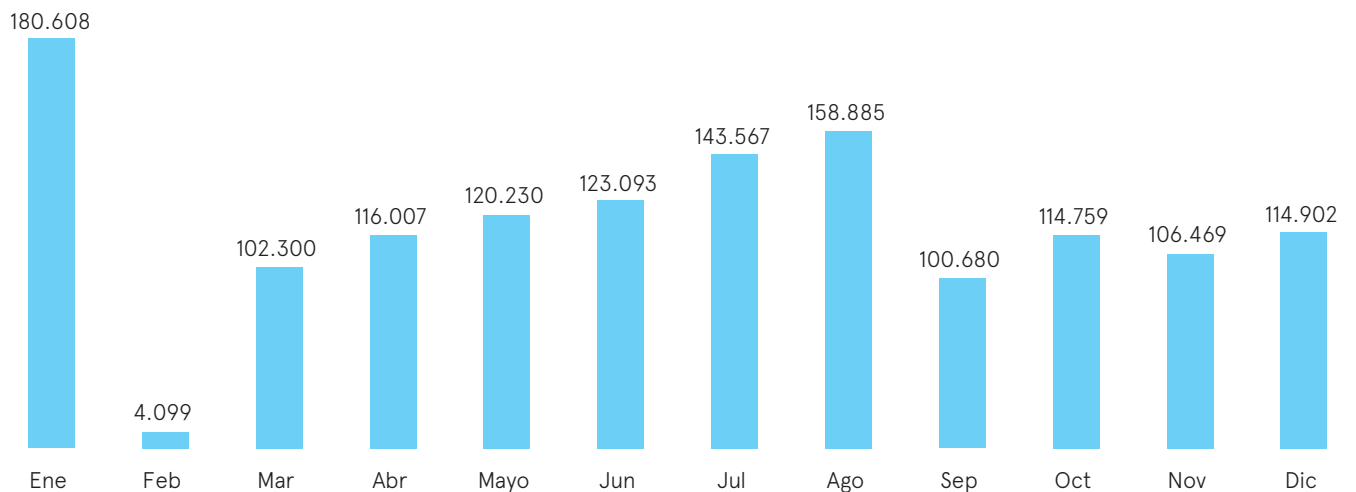
Durante el año 2015 las visitas al edificio suman un total de 1.385.569, siendo el promedio mensual igual a 115.464. Así, el número de visitas al edificio de este año es inferior en un 15,8% a las registradas en el año 2014. Al observar los datos mes a mes para el 2015, febrero registra el menor número de visitas (4.099 visitas) y enero el más elevado (180.608 visitas).

Gráfico 1. Visitas al edificio según año.
Período 2010 – 2015



45

Gráfico 2. Visitas al edificio según mes – 2015



2. PROGRAMACIÓN DE ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES EN SALAS

Durante el año 2015 se realizaron en GAM 822 funciones de artes escénicas y musicales en salas, cifra que representa una leve baja del 2,1% respecto del año 2014. Se aprecia, además, que el número de funciones de artes escénicas y musicales en salas se ha incrementado año a año durante este período, a excepción del año 2015.

Gráfico 3. Funciones de artes escénicas y musicales en salas. Período 2010 – 2015

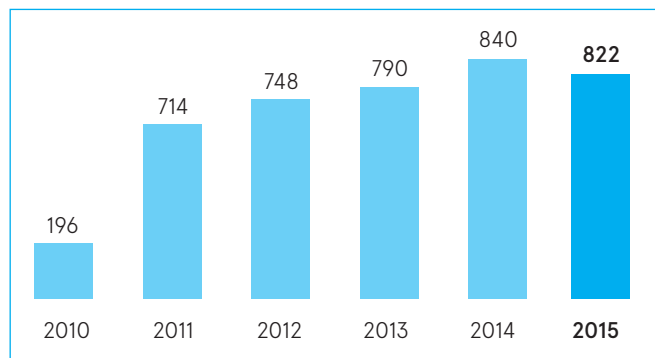
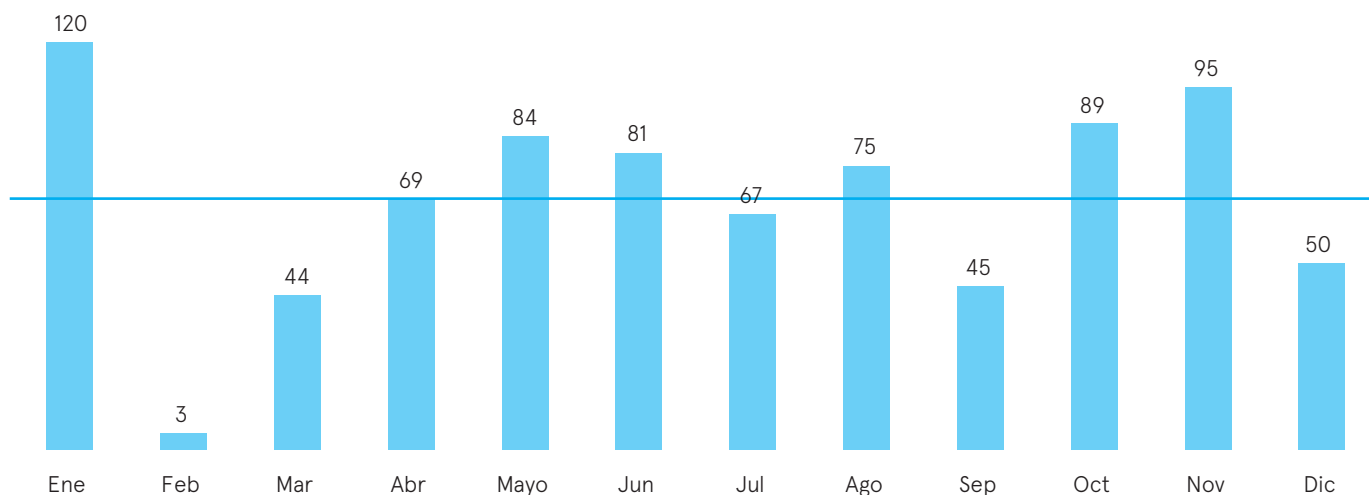


Gráfico 4. Funciones de artes escénicas y musicales en salas según mes – 2015

69 Promedio mensual

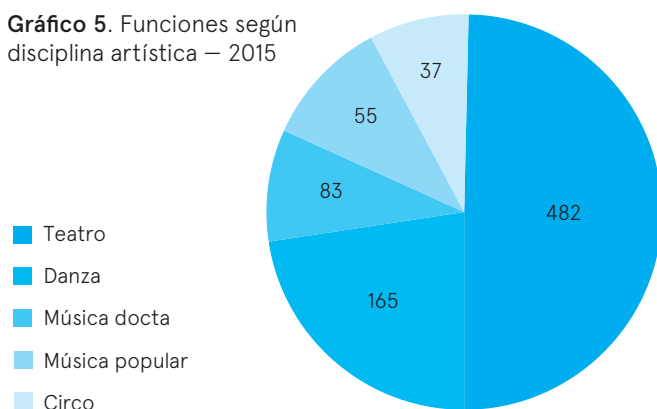


46

Al analizar los datos a lo largo de 2015, es posible establecer un promedio mensual de 69 funciones de artes escénicas y musicales en salas.

Enero y noviembre son los meses que registran el mayor número de estas funciones (120 y 95 respectivamente).

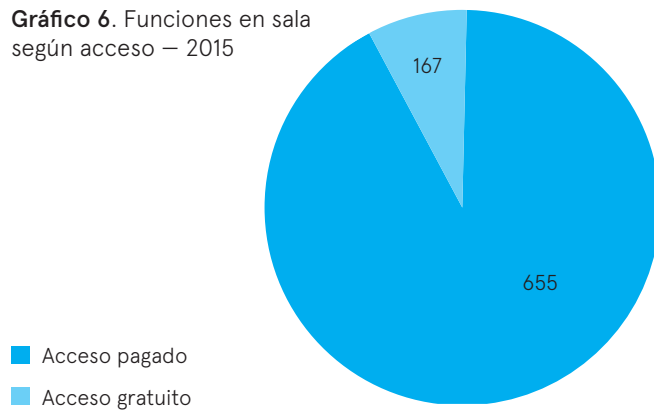
Gráfico 5. Funciones según disciplina artística – 2015



Según disciplina artística, el total de funciones se distribuye de la siguiente manera: 482 funciones de teatro¹, 165 funciones de danza, 83 funciones de música docta², 55 funciones de música popular y 37 funciones de circo.

1. De estas 482 funciones, 454 corresponden a teatro público general y 28 a teatro familiar.
2. De estas 83 funciones, 80 corresponden a conciertos de música docta y 3 a funciones de ópera.

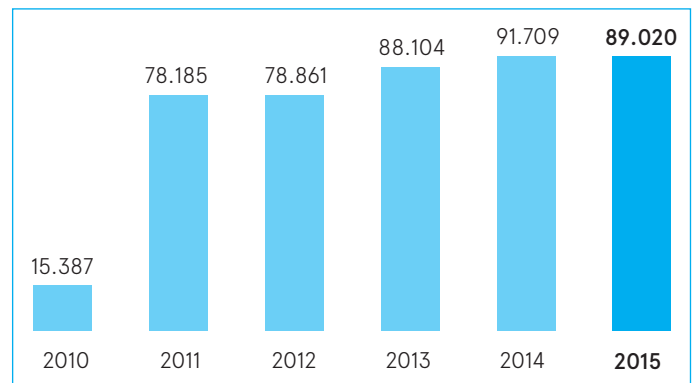
Gráfico 6. Funciones en sala según acceso – 2015



En cuanto al público, asistieron a funciones de artes escénicas y musicales en salas un total de 89.020 espectadores, cifra que representa una leve baja del 2,9% respecto del año 2014.

Además, es posible clasificarlas en 655 funciones de artes escénicas y musicales en salas de acceso pagado y 167 de acceso gratuito.

Gráfico 7. Espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas según año 2010 – 2015



A partir de este total es posible establecer un promedio mensual de 7.418 espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas. Los meses que concentran el mayor número de espectadores en salas corresponden a enero (12.481) y junio (11.303).

47

Gráfico 8. Espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas según mes – 2015

7.418 Promedio mensual

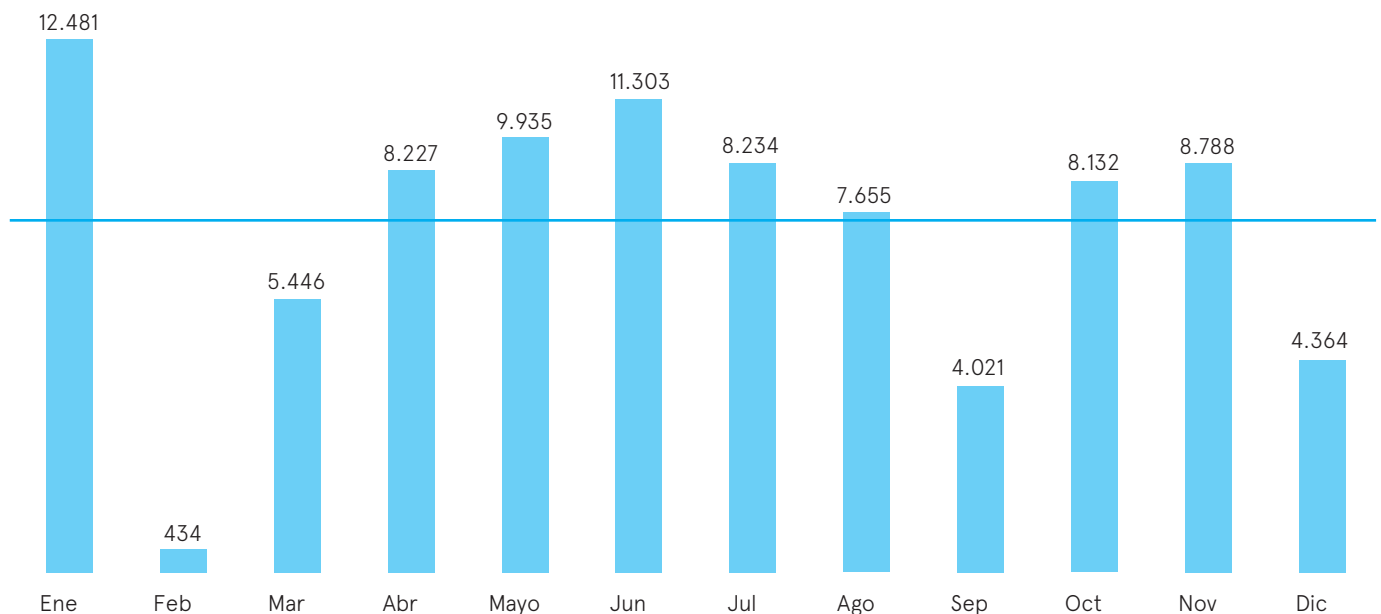
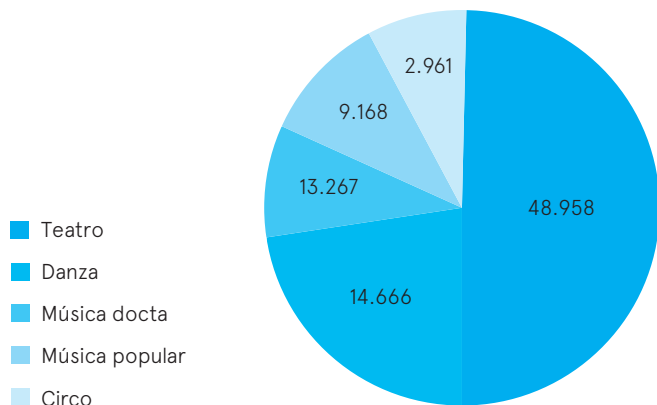
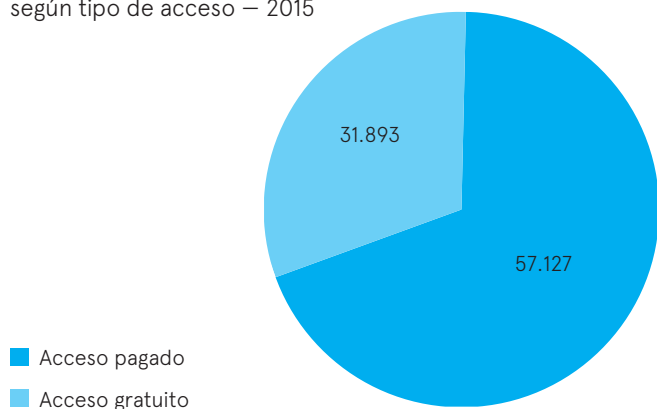


Gráfico 9. Público de artes escénicas y musicales en sala según disciplina – 2015



Según disciplina artística, el total de espectadores de funciones de artes escénicas y musicales se distribuye de la siguiente manera: 48.958 espectadores de teatro³, 14.666 espectadores de danza, 13.267⁴ espectadores de música docta, 9.168 espectadores de música popular y 2.961 espectadores de circo.

Gráfico 10. Público de funciones en sala según tipo de acceso – 2015

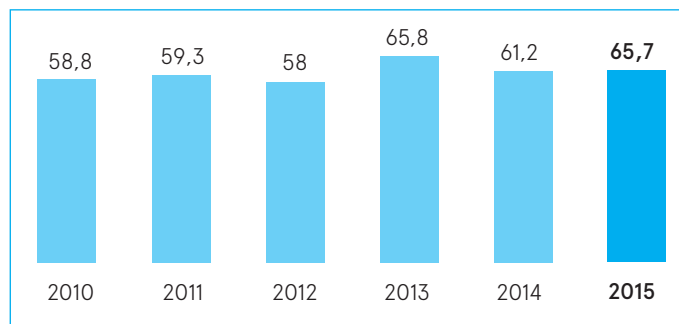


La ocupación de salas para funciones de artes escénicas y musicales alcanza un 65,7% el año 2015. Lo que representa un incremento de 4,5 puntos porcentuales respecto al año 2014

Por otra parte, es posible categorizar al público en 57.127 espectadores de acceso pagado y 31.893 de acceso gratuito. espectadores de acceso pagado y 27.398 de acceso gratuito.

48

Gráfico 11. Porcentaje de ocupación de salas según año. Período 2010 – 2015



3. De estos 48.958 espectadores, 42.399 corresponden a teatro público general y 3.827 a teatro familiar.

4. De estos 13.267 espectadores, 12.732 corresponden a conciertos de música docta y 535 a funciones de ópera.

Gráfico 12. Porcentaje de ocupación de salas de artes escénicas y musicales – 2015

65,7 Promedio mensual

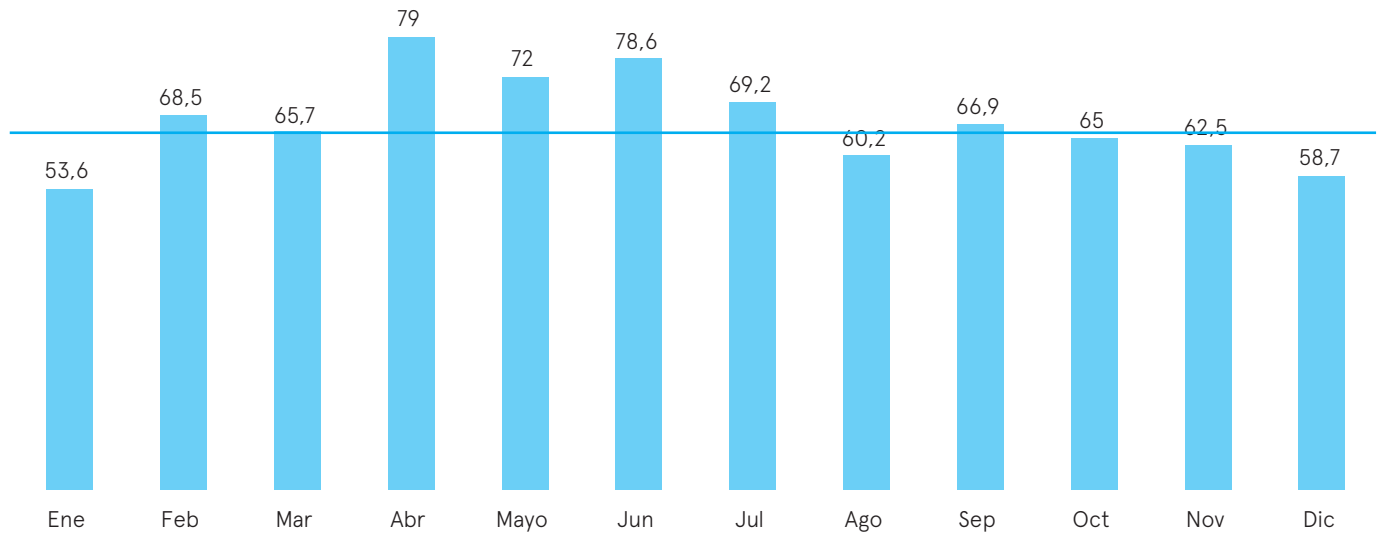


Gráfico 13. Porcentaje de ocupación de salas artes escénicas y musicales según disciplina – 2015

Los meses en que hubo un mayor porcentaje de ocupación de salas fueron abril (79,0%) y junio (78,6%), por otra parte el mes con el porcentaje de ocupación de sala más bajo fue enero (53,6%).

De acuerdo a la disciplina artística, las funciones de teatro alcanzaron un 72,9% de ocupación de sala, las funciones de teatro familiar un 51,0%, danza un 63,5%, los conciertos de música docta un 61,5%, los conciertos de música popular un 64,2% y las funciones de circo un 39,4%.

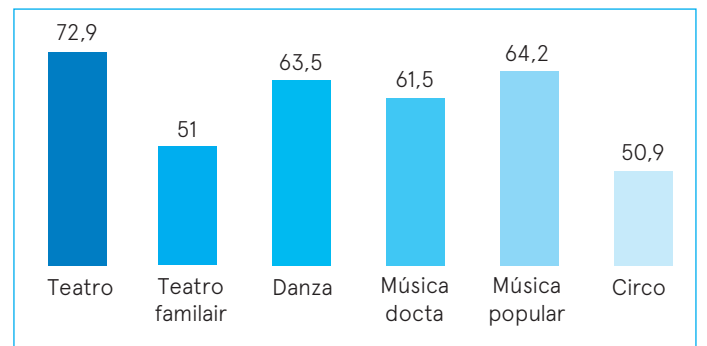


Tabla 1. Obras de teatro según ciclo, categoría, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015

Obra	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Helen Brown	Ciclo de espectáculos sonoros	Abr	4	0	4	231	71	302	29,5%
Ithaca	Ciclo de espectáculos sonoros	Abr	4	0	4	256	64	320	31,3%
Heterofobia	Convocatoria 2014	Jul - Ago	20	1	21	1.231	288	1519	88,9%
Banal, o en qué pensabas mientras te demolian	Convocatoria 2015	Nov - Dic	12	1	13	409	151	560	76,9%
Barrio Miseria	Convocatoria 2015	Sep - Oct	8	0	8	238	103	341	76,1%
Intentar no construir-lo	Convocatoria 2015	Oct - Nov	12	0	12	201	59	260	63,7%
La Lengua en Pedazos	Convocatoria 2015	Abr - May - Jun	21	1	22	1183	171	1354	87,2%
Las cosas que nunca tuve	Convocatoria 2015	Jun - Sep	8	1	9	1105	516	1621	69,9%
Las Tres Hermanastras	Convocatoria 2015	May	15	1	16	1063	201	1264	94,0%
Perro Suelto	Convocatoria 2015	Ago - Sep	16	1	17	962	288	1250	84,5%
Comunicado número 10	Encuentro de Dreamaturgia Europea	Oct	0	1	1	0	135	135	52,3%
De piernas cortas	Encuentro de Dreamaturgia Europea	Oct	0	1	1	0	97	97	37,2%
Deseo y Milagro	Encuentro de Dreamaturgia Europea	Oct	0	1	1	0	147	147	57,0%
Pieza plástica	Encuentro de Dreamaturgia Europea	Oct	0	1	1	0	135	135	52,3%
Pulmones	Encuentro de Dreamaturgia Europea	Oct	0	1	1	0	97	97	37,6%
Ruidos desde el agua	Encuentro de Dreamaturgia Europea	Oct	0	1	1	0	85	85	32,9%
Festival Lápiz de Mina Semi-montaje "Chan!"	Festival Lápiz de Mina	Ago	4	0	4	138	29	167	69,9%
Festival Lápiz de Mina Semi-montaje "Superhéroes en tu jardín"	Festival Lápiz de Mina	Ago	4	0	4	62	47	109	45,4%
Festival Lápiz de Mina Semi-montaje "Toma"	Festival Lápiz de Mina	Ago	4	0	4	159	50	209	87,1%
Santiago off: Bola de carne	Festival Santiago Off	Ene	1	0	1	48	16	64	25,0%
Santiago off: Carolina, de Lorca	Festival Santiago Off	Ene	1	0	1	41	13	54	21,1%
Santiago off: Muñecas rotas	Festival Santiago Off	Ene	1	0	1	50	7	57	22,3%
Santiago off: Proyecto Valencia	Festival Santiago Off	Ene	1	0	1	25	18	43	16,8%
Santiago off: Selección Fedam - Lectura dramatizada de Los caracoles y Hospital de trueno	Festival Santiago Off	Ene	0	1	1	0	80	80	80,0%
Santiago off: Selección La casa Rodante - Lectura dramatizada de Los hechizos, Sobremesa y Frío	Festival Santiago Off	Ene	0	1	1	0	70	70	70,0%
Santiago off: Selección La casa rodante - Lectura dramatizada de Oveja negra, Los perros de la constitución y Frío	Festival Santiago Off	Ene	0	1	1	0	84	84	84,0%
Santiago off: Selección Lápiz de mina - Lectura dramatizada de Cera caliente, Toma y Brian Molko	Festival Santiago Off	Ene	0	1	1	0	100	100	100,0%
Santiago off: Selección OTI - Lectura dramatizada de Todos se han ido	Festival Santiago Off	Ene	0	1	1	0	65	65	65,0%
Santiago off: Yo cual Delmira	Festival Santiago Off	Ene	1	0	1	59	31	90	35,2%
Lo mejor de GAM: Hilda Peña	Nacional	Ene	8	0	8	524	73	597	83,5%

Tabla 1. Obras de teatro según ciclo, categoría, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015 (Continuación)

Lo mejor de GAM: Prometeo, el origen	Lo mejor de GAM	Ene	9	0	9	1.073	137	1210	46,7%
Muestra de Dramaturgia Finlandesa contemporánea – ¡Es niña! de Otso Kautto	Lo mejor de GAM	Abr	0	1	1	0	144	144	56,3%
Muestra de Dramaturgia Finlandesa contemporánea – Juegos de reina de Antti Mikkola	Muestra de Dramaturgia Finlandesa contemporánea	Abr	0	1	1	0	141	141	55,1%
El Diccionario	Muestra de Dramaturgia Finlandesa contemporánea	Ago	13	0	13	1.288	413	1701	73,7%
El Marinero	Nacional	Mar - Abr	23	1	24	1261	187	1448	98,9%
El Otro	Ópticas femeninas	Sep	7	0	7	255	58	313	71,0%
La historia de los anfibios	Nacional	Ago	6	0	6	516	213	729	41,9%
La Tempestad	Nacional	May - Jun	26	2	28	5.439	1212	6651	83,9%
Pájaro	Nacional	Nov - Dic	16	0	16	704	136	840	62,7%
Parlamento!	Nacional	Jun - May	12	0	12	1857	385	2242	72,4%
Selva	Nacional	Sep - Oct	8	1	9	336	151	487	90,2%
Un espectáculo feroz	Nacional	Oct - Nov - Dic	24	1	25	891	221	1112	80,3%
Un tranvía llamado deseo	Nacional	Mar - Abr	18	0	18	4393	479	4872	97,4%
El amor de Fedra	Ópticas femeninas	Oct - Nov	25	2	27	3.349	1180	4529	60,8%
Gabriela Infinita	Ópticas femeninas	Dic	0	3	3	0	115	115	63,9%
Hilda Peña	Ópticas femeninas	May - Jun -Oct	21	1	22	1044	296	1340	85,0%
Lucía	Ópticas femeninas	Jul	14	1	15	850	192	1042	83,1%
RadioTanda-GAM	Ópticas femeninas	May - Jun - Nov	4	6	10	752	1392	2144	77,3%
Xuárez	Ópticas femeninas	Sep - Oct	19	1	20	1.259	349	1608	89,3%
Santiago a mil: Children of nowhere (Ghost road II)	Santiago a Mil	Ene	4	0	4	657	92	749	65,0%
Santiago a mil: Cinthia interminable	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	115	28	143	59,6%
Santiago a mil: El sistema solar	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	220	90	310	68,9%
Santiago a mil: El viaje redondo	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	141	15	156	57,8%
Santiago a mil: La fiera, la leyenda de la mujer tigre	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	132	51	183	67,8%
Santiago a mil: Lazzslo y Koqoshka	Santiago a Mil	Ene	4	0	3	367	33	400	83,3%
Santiago a mil: SPAM	Santiago a Mil	Ene	3	0	4	786	95	881	76,5%
Santiago a mil: Todos mis miedo	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	166	59	225	71,4%
Total			416	38	454	35.836	11.155	46.991	72,90%

51

Tabla 2. Obras de teatro familiar según ciclo, categoría, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015

Obra	Ciclo	Fechas	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso Pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso Pagado	Acceso gratuito	Total	
Las cosas también tienen mamá	FAMFEST 2015	May - Jul	10	0	10	577	238	815	31,6%
Melodías en el aire	FAMFEST 2015	Jul - Ago	10	0	10	614	107	721	90,1%
Ningún pájaro canta por cantar	Nacional	Jun	8	0	8	372	59	431	89,8%
Total			28	0	28	1563	404	1967	51,0%

Tabla 3. Obras de danza según ciclo, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015

Obra	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
7 Ecos	Convocatoria 2015	Jun	12	1	13	708	164	872	74,50%
Emovere	Convocatoria 2015	Oct	15	1	16	499	452	951	67,50%
Fragmentos de un Gavilán	Convocatoria 2015	May	14	1	15	723	115	838	69,80%
Lo que no dije	Convocatoria 2015	Mar	12	0	12	861	94	955	99,50%
Avalanche	GAM, epicentro de la danza	Jun - Jul	2	1	3	120	316	436	50,10%
De Wuppertal 1	GAM, epicentro de la danza	Jul	2	0	2	443	76	519	89,48%
De Wuppertal 2	GAM, epicentro de la danza	Jul	2	0	2	344	111	455	78,40%
Reality Show	GAM, epicentro de la danza	Jul	4	1	5	278	290	568	39,20%
Rising	GAM, epicentro de la danza	Jul	4	0	4	526	339	865	77,20%
Rite of Spring - Extended	GAM, epicentro de la danza	Jul	3	0	3	510	193	703	80,80%
Before the dawn	II Festival Internacional de Butoh	Oct	0	1	1	0	208	208	71,70%
Espejo Negro	II Festival Internacional de Butoh	Sep	0	1	1	0	192	192	66,20%
Habla Casandra	II Festival Internacional de Butoh	Oct	0	1	1	0	152	152	52,40%
Human Form	II Festival Internacional de Butoh	Oct	0	1	1	0	209	209	72,10%
Los fragmentos de tu memoria, Butoh y poesía	II Festival Internacional de Butoh	Sep	0	1	1	0	205	205	70,70%
There is no end	II Festival Internacional de Butoh	Oct	0	1	1	0	188	188	64,80%
Radicales libres	Lo mejor de GAM	Ene	5	0	5	189	48	237	59,30%
La bailarina	Ópticas femeninas	May - Abr- Nov - Dic	28	1	29	1341	328	1669	71,90%
La extranjera	Ópticas femeninas	Dic	9	1	10	713	428	1141	39,60%
El cuerpo que mancha	Programa patrimonial de danza CNCA	Nov	7	1	8	288	202	490	76,60%
Sotano	Programa patrimonial de danza CNCA	Dic	7	1	8	193	142	335	52,30%
Santiago a mil: Afternoon of a foehn	Santiago a Mil	Ene	7	0	7	708	119	827	59,10%
Santiago a mil: Desprender (tragedia en el parque)	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	219	53	272	64,80%
Santiago a mil: Grind	Santiago a Mil	Ene	4	0	4	431	33	464	40,30%
Santiago a mil: Las extintas	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	189	14	203	84,60%
Santiago a mil: Los cuerpos	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	109	65	174	72,50%
Santiago a mil: Vortex	Santiago a Mil	Ene	4	0	4	480	58	538	67,30%
Total			150	15	165	9872	4794	14666	63,50%

Tabla 4. Conciertos de música docta según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015

Concierto	Ciclo	Fecha	Funciones			Públicos			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Concierto Aliocha Solovera – Festival de música contemporánea UC	Festival de música contemporánea UC	Nov	0	1	1	0	230	230	89,10%
Concierto Compañía de Música Contemporánea de la Universidad de Chile – Festival de música contemporánea UC	Festival de música contemporánea UC	Nov	0	1	1	0	189	189	73,30%
Concierto Grupo de Percusión UC- Festival de música contemporánea UC	Festival de música contemporánea UC	Nov	0	1	1	0	168	168	65,10%
Concierto Taller de música contemporánea – Festival de música contemporánea UC	Festival de música contemporánea UC	Nov	0	1	1	0	264	264	100,00%
Concierto Orquesta Estudiantil Sinfónica Metropolitana – Ciclo FOJI	Ciclo FOJI	Nov	0	1	1	0	172	172	67,20%
Las cuatro estaciones	Ciclo FOJI	Jul	0	1	1	0	189	189	73,30%
De lo sacro a lo profano	Coro Ex Universidad técnica del Estado	Sep	0	1	1	0	166	166	64,30%
Conciertos Cuarteto Andrés Bello U. de Chile	Cuarteto Andrés Bello	Abr – Jun – Ago – Nov	0	4	4	0	407	407	39,50%
Compañía de Música Contemporánea – Música de Cámara Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	May	0	1	1	0	176	176	68,20%
Concierto Edith Fisher – Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	Nov	0	1	1	0	101	101	39,10%
Concierto Jorge Pepi – Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	Nov	0	1	1	0	251	251	97,10%
Concierto Paulina Zamora – Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	Nov	0	1	1	0	198	198	76,70%
Concierto Svetlana Kotova – Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	Nov	0	1	1	0	92	92	35,70%
Música latinoamericana para cuarteto de guitarras MOSAIKO – Música de Cámara Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	May	0	1	1	0	175	175	67,80%
para cuarteto de guitarras MOSAIKO – Música de Cámara Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	May	0	1	1	0	125	125	48,40%
Recital de viola y piano – Música de Cámara Depto de música y sonología U. de Chile	Depto de música y sonología U. de Chile	May	0	1	1	0	104	104	40,30%
Concierto piano y voz	El piano se toma la escena	Ago	1	0	1	42	16	58	22,50%
De Europa a Latinoamérica	El piano se toma la escena	Ago	1	0	1	34	12	46	17,80%
Diálogos inclusivos: Concierto para piano, ensamble y directores del Centro Cultural Creando Integración de Jóvenes con TEA (tratorno del espectro autista)	El piano se toma la escena	Ago	1	0	1	52	22	74	28,70%
Ensamble de piano y juguetes	El piano se toma la escena	Ago	1	0	1	48	14	62	24,00%
Christina Sandsengen y Fabio Montomoli	Festival Entrecuerdas	Oct	1	0	1	0	172	172	66,70%
Orquesta clásica del Maule y el Dúo Orellana & Orlandini	Festival Entrecuerdas	Oct	1	0	1	0	170	170	65,90%
Conciertos Festival Prismas	Festival Prismas	Dic	0	2	2	0	220	220	42,60%
FIMSA 2015: Cuarteto Andrés Bello y Luis Alberto Latorre (piano)	FIMSA 2015	Mar	0	1	1	0	120	120	46,88%
FIMSA 2015: Orquesta Sinfónica de la Universidad de Concepción	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	215	43	258	100,00%
FIMSA 2015: Recital de piano – Jasminka Stancul	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	32	11	43	16,80%

Tabla 4. Conciertos de música docta según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015 (Continuación)

FIMSA 2015: Recital de violín y piano – Gregor Kotow e Igor Tchetuev	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	52	13	65	25,39%
FIMSA 2015: Recital de violín y piano – Yuzuko Horigome y Momo Kodama	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	71	14	85	33,20%
FIMSA 2015: Szymanowski Quartet (Alemania)	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	103	10	113	44,14%
FIMSA 2015: Wiener Brahms Trio (Austria)	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	91	13	104	40,63%
FIMSA 2015: Wiener Brahms Trio (Austria)	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	49	14	63	24,61%
FIMSA 2015: Wiener Brahms Trio (Austria)	FIMSA 2015	Mar	1	0	1	48	8	56	21,88%
La isla de los peces	Instituto de Música de la Universidad Alberto Hurtado	Sep	3	0	3	414	121	535	61,50%
Un viaje hacia el interior Charles Ketcham	Internacional	Ago	2	0	2	439	20	459	89,00%
Concierto músicos de la orquesta sinfónica	Músicos de la Orquesta Sinfónica	May - Jun - Ago - Sep	0	8	8	0	1175	1175	56,90%
Allende a Salvador	Nacional	Oct	2	0	2	141	30	171	33,10%
Concierto Andrés Maupoint	Nacional	Jul	0	1	1	0	205	205	79,50%
Concierto Escuela de música Enrique Soro	Nacional	Sep	0	1	1	0	182	182	70,50%
Concierto Sonidos de luz	Nacional	Dic	0	2	2	0	437	437	84,70%
Ensamble Residente Teatro del Lago	Nacional	Jul	0	1	1	0	196	196	76,00%
Gabriela Divina	Nacional	Dic	0	1	1	0	258	258	100,00%
La belle époque	Nacional	Nov	4	1	5	564	151	715	55,40%
Sonetos de la muerte	Nacional	Oct	1	0	1	34	17	51	19,80%
Concierto Orquesta de Cámara de Chile	Orquesta de Cámara de Chile	May - Jul - Ago - Sep	0	4	4	0	527	527	51,10%
Concierto Orquesta Filarmónica de Temuco	Orquesta Filarmónica de Temuco	Abr	0	1	1	0	246	246	96,10%
Clásicos de la percusión del siglo XX	Temporada de conciertos IMUC	Jul	0	1	1	0	177	177	68,60%
Clásicos de siempre para piano y vientos	Temporada de conciertos IMUC	Jul	0	1	1	0	258	258	100,00%
Clásicos e iberoamericanos en cuarteto de saxofón	Temporada de conciertos IMUC	Jul	0	1	1	0	258	258	100,00%
Compositores franceses del siglo XX	Temporada de conciertos IMUC	Jul	0	1	1	0	256	256	99,20%
Concierto conmemorativo de J.S. Bach y G.F. Handel - Temporada IMUC	Temporada de conciertos IMUC	Jun	0	1	1	0	153	153	59,30%
Concierto de cuerdas de la Orquesta de Estudiantes UC - Temporada IMUC	Temporada de conciertos IMUC	Jun	0	1	1	0	246	246	95,30%
Concierto de piano Mario Alarcón	Temporada de conciertos IMUC	Ago	0	1	1	0	252	252	97,70%
Concierto dedicado a Camille Saint-Saëns - Temporada IMUC	Temporada de conciertos IMUC	Jun	0	1	1	0	241	241	93,40%
Concierto dedicado a Dimitri Shostakovich - Temporada IMUC	Temporada de conciertos IMUC	Jun	0	1	1	0	256	256	99,20%
Concierto dedicado a partitas para clavecín	Temporada de conciertos IMUC	Ago	0	1	1	0	241	241	93,40%
Concierto Música rusa del siglo XX - Temporada IMUC	Temporada de conciertos IMUC	Jun	0	1	1	0	255	255	98,80%
Concierto Primera escuela de Viena y sus últimas sonatas para piano	Temporada de conciertos IMUC	Ago	0	1	1	0	256	256	99,20%
Conciertos Orquesta Clásica USACH	Temporada Orquesta Clásica USACH	Mar - May - Nov	0	3	3	0	545	545	70,60%
Total			26	57	83	2429	10838	13267	61,50%

Tabla 5. Conciertos de música popular según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015

Concierto	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Concierto Jasper Huysentruyt Trío	Festival de Jazz Animales en la Vía	Abr	1	0	1	157	67	224	87,50%
Concierto Conchalí Big Band	Festival de Jazz Animales en la Vía	Abr	1	0	1	167	41	208	81,25%
Concierto de Jazz de Martin Joseph & Pacific Ensemble	Festival de Jazz Animales en la Vía	May	1	0	1	156	56	212	82,81%
Nuevas jóvenes intérpretes: solistas no tan solas	Ciclo de mujeres latinoamericanas	Ago	1	0	1	37	22	59	22,87%
De la raíz a la poesía	Ciclo de mujeres latinoamericanas	Ago	1	0	1	71	20	91	35,27%
Nuevas miradas del floclor: canción latinoamericana y floclor fusión	Ciclo de mujeres latinoamericanas	Ago	1	0	1	158	12	170	65,64%
Concierto Coros Ciudadanos Femeninos	Coros Ciudadanos femeninos	Ago - Dic	0	3	3	0	545	545	70,40%
Código urbano	Corredor de Centros culturales	Nov	0	1	1	0	214	214	82,95%
Llolleo la turba	Corredor de Centros culturales	Nov	0	1	1	0	214	214	82,95%
Concierto Daniel Melero	Festival Neutral 2015	Jul	1	0	1	95	34	129	44,48%
Follakzoid	Festival Neutral 2015	Jul	1	0	1	56	16	72	27,91%
Maifersoni	Festival Neutral 2015	Ago	1	0	1	83	36	119	41,03%
Concierto prehistóricos	Festival Neutral 2015	Ago	1	0	1	220	24	244	84,14%
Altertango presenta Farguest	Lo mejor de GAM	Feb	1	0	1	205	13	218	85,16%
Cuatro para el bolero	Lo mejor de GAM	Ene	1	0	1	196	21	217	84,77%
Matias Oviedo & Los Julio Pino: Un paseo acústico	Lo mejor de GAM	Ene	1	0	1	127	15	142	55,47%
Lanzamiento disco Santa maría	Nacional	Abr	1	0	1	157	51	208	81,25%
Ases falsos se despiden de Chile	Nacional	Mar	1	0	1	253	16	269	93,40%
Marcela Parra y banda	Nacional	Mar	1	0	1	54	13	67	26,17%
Fantasmas borrachos en concierto	Nacional	Mar	8	0	8	729	149	878	42,90%
Valentín Trujillo y Consuelo Schuster	Nacional	Abr	1	0	1	208	25	233	91,02%
Ensamble Marcos Meza: música para medios audiovisuales	Nacional	Jul	1	0	1	55	31	86	29,66%
Concierto Francisca Valenzuela	Nacional	Dic	1	0	1	208	29	237	91,86%
Concierto Latin Bitman	Sesiones Zero	Abr	0	1	1	0	260	260	100,00%
Concierto Fakuta	Sesiones Zero	Mar	0	1	1	0	260	260	100,00%
Concierto Astro	Sesiones Zero	May	0	1	1	0	269	269	100,00%
Concierto Camila Moreno	Sesiones Zero	Oct	0	1	1	0	227	227	87,98%
Concierto Protistas	Sesiones zero	Nov	0	1	1	0	214	214	82,95%
Concierto GEPE	Sesiones zero	Dic	0	1	1	0	266	266	100,00%
Kali Mutsa	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	151	14	165	64,45%
La Ciscu Margaret Orquesta Clown	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	157	6	163	63,67%
Mariano Godoy	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	28	5	33	12,89%
Nano Stern	Tocatas Mil	Ene	2	0	2	443	9	452	88,30%
Noche de músicas del Uruguay: Rossana y Pitufo Lombardo	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	179	10	189	73,83%
Noche Macuca - Pedro Lemebel	Tocatas Mil	Ene	0	1	1	0	260	260	100,00%
Orquesta del viento	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	167	32	199	77,73%

Tabla 5. Conciertos de música popular según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015 (Continuación)

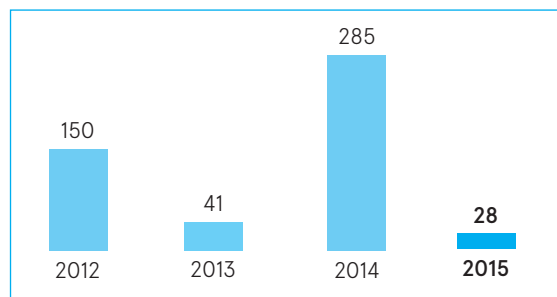
Orquesta Huambaly	Tocatas Mil	Ene	2	0	2	456	6	462	90,20%
Perrosky	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	71	4	75	29,30%
Pumcayó	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	38	7	45	17,58%
Rastak	Tocatas Mil	Ene	1	0	1	128	77	205	80,08%
The Tiger Lillies	Tocatas Mil	Ene	2	0	2	223	4	227	44,30%
Tigre Mágico	Tocatas Mil	Ene	2	0	2	122	19	141	27,50%
Total			43	12	55	5555	3613	9.168	64,20%

Tabla 6. Espectáculos de circo según ciclo, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015

Obra	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Arjé, el misterio de lo cotidiano	Residencia Diminuto Circus 2015	Jun - Sep - Oct	6	4	10	398	603	1.001	54,10%
Tolu	Internacional	Sep - Oct	5	1	6	322	192	514	54,10%
Circo de a'onde	Lo mejor de GAM	Ene	5	0	5	173	69	242	19,40%
Payasadas alegres	Lo mejor de GAM	Ene	4	1	5	49	76	125	10,00%
Ursaris, el último encantador de osos	Lo mejor de GAM	Ene	5	0	5	329	41	370	29,60%
Hasta las rodillas	Santiago a Mil	Ene	6	0	6	605	104	709	73,90%
Total			31	6	37	1876	1085	2961	39,40%

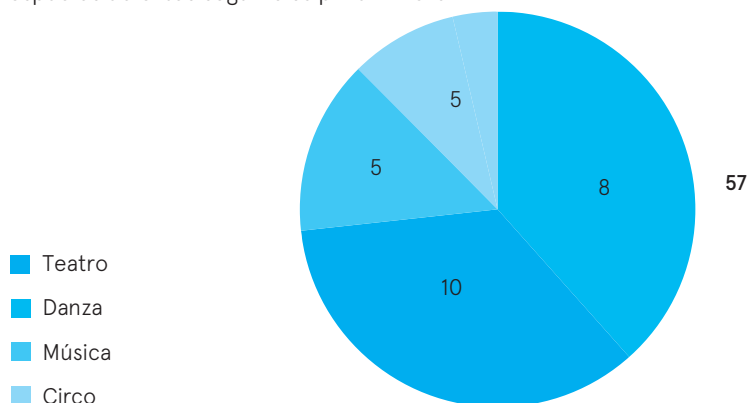
3.PROGRAMACIÓN DE ARTESESCÉNICAS Y MUSICALES EN ESPACIOS ABIERTOS

Gráfico 14. Actividades de la programación artística en otros espacios según año. Periodo 2012 – 2015



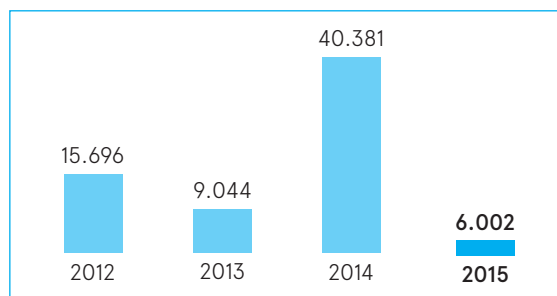
Además de la programación en salas, durante el 2015 se realizaron 28 actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos de GAM. Esta cifra representa una baja considerable respecto al mismo tipo de actividades que se han desarrollado durante años anteriores.

Gráfico 15. Actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina – 2015



Según disciplina artística, el total de actividades se distribuye de la siguiente manera: 8 presentaciones de teatro, 10 presentación de danza, 5 presentaciones de música popular y 5 presentaciones de circo.

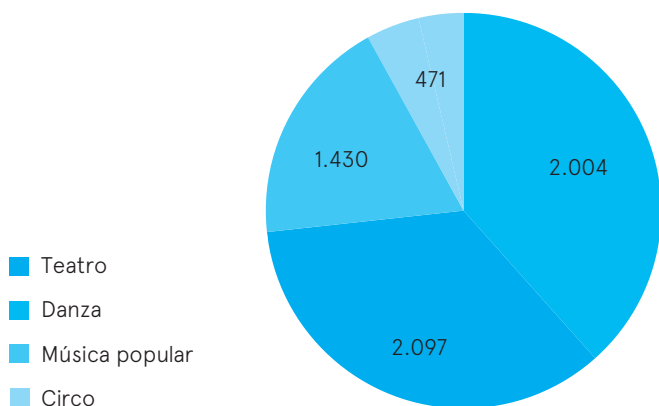
Gráfico 16. Público de actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según año. Período 2012 – 2015



Todas las funciones en espacios abiertos realizadas el 2015 fueron de acceso gratuito.

En cuanto al público de estas actividades, el 2015 participaron un total de 6.002 espectadores, esta cifra representa la más baja en comparación con los años anteriores.

Gráfico 17. Público de actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina – 2015



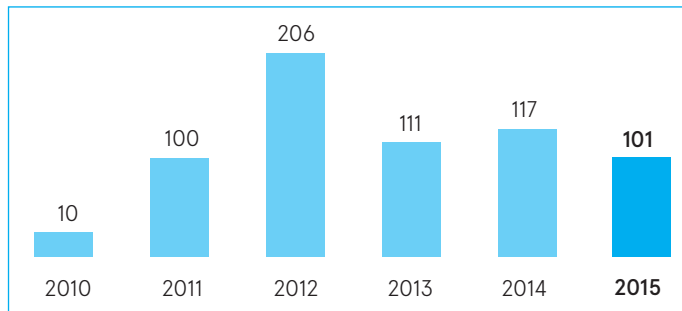
Según disciplina artística, el total de espectadores de presentaciones de artes escénicas y musicales en espacios abiertos se distribuye de la siguiente manera: 2.097 espectadores de teatro, 2.004 espectadores de danza, 1.430 espectadores de música popular y 471 espectadores de circo.

Tabla 7. Actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina, espacio, descripción, fecha, n° de presentaciones y público – 2015

Actividad	Disciplina	Espacio	Fecha	Acceso pagado	Funciones acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Público Acceso gratuito	Total
Lo mejor de GAM: La fantasma cosquillosa	C	Plaza Zócalo	Ene	0	5	5	0	471	471
Inauguración Santiago off: "Cuerpo"	D	Hall A1/A2	Ene	0	1	1	0	165	165
Santiago off: Kalaripayattu	D	Hall A1/A2	Ene	0	1	1	0	125	125
Santiago off: Sensemayá	D	Hall A1/A2	Ene	0	1	1	0	129	129
Intervención grupo Kapa Haka - Expo Tuku Iho: Legado vivo Maorí	D	Plaza Central	Mar	0	7	7	0	1585	1585
Santiago off: Anzestro & The Sastre	MP	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	250	250
Santiago off: Ensamble Trans-atlántico de folk chileno	MP	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	400	400
Santiago off: Familia Bombo Trío	MP	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	250	250
Santiago off: Forastero Fernández + Jazzantiago	MP	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	250	250
Santiago off: Mono de Troya	MP	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	280	280
Santiago a mil: Viaje N°9	T	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	81	81
Santiago off: Bienestópolis	T	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	300	300
Santiago off: El mote con huesillos	T	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	280	280
Santiago off: La venganza popular de Santa María de Iquique	T	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	600	600
Santiago off: Los que van quedando en el camino	T	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	250	250
Santiago off: Nuestra América (Bosquejos)	T	Plaza Central	Ene	0	1	1	0	280	280
Santiago off: Desarraigo	T	Hall A1/A2	Ene	0	1	1	0	184	184
Santiago off: NO+	T	Hall A1/A2	Ene	0	1	1	0	122	122
Total				0	28	28	0	6002	6002

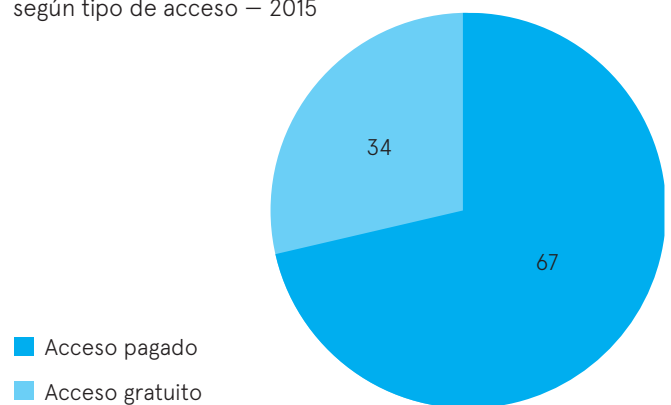
4. PROGRAMACIÓN DE AUDIOVISUAL

Gráfico 18. Funciones audiovisuales según año.
Período 2010 – 2015



En cuanto al público, un total de 4.639 espectadores asistió a funciones audiovisuales, cifra que representa una disminución del 36,8% en relación con el año 2014.

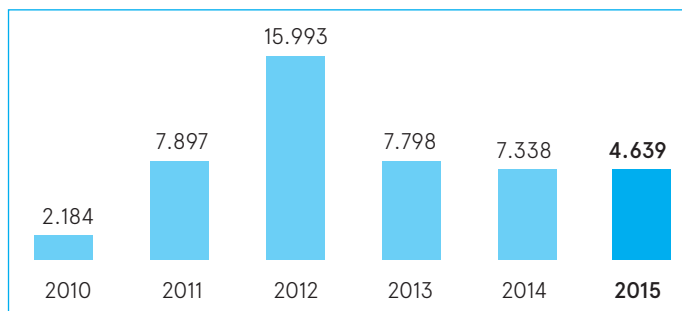
Gráfico 19. Funciones de audiovisual según tipo de acceso – 2015



59

Es posible clasificar estas actividades en 67 funciones de acceso pagado y 34 funciones de acceso gratuito.

Gráfico 20. Público de funciones de audiovisual según año.
Período 2010 – 2015



En cuanto al público, un total de 4.639 espectadores asistió a funciones audiovisuales, cifra que representa una disminución del 36,8% en relación con el año 2014.

Gráfico 21. Público de audiovisual según tipo de acceso – 2015

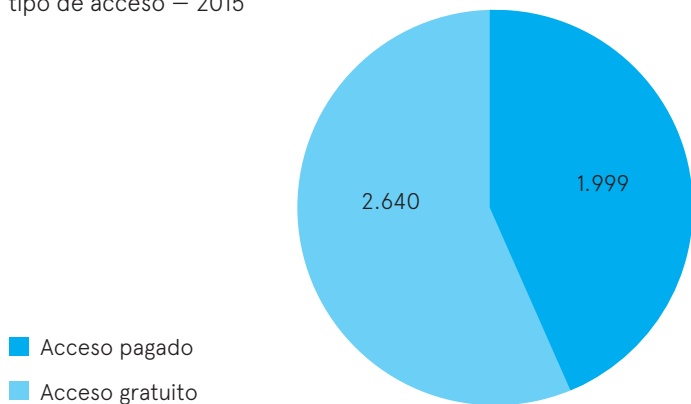


Tabla 8. Proyecciones audiovisuales según fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015

Proyección audiovisual	Ciclo	Fecha	Funciones			Público		
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total
"48"	FIDOCs	Sep	1	0	1	3	3	6
A norte diaria	FIDOCs	Sep	1	0	1	25	0	25
Album de famille	FIDOCs	Sep	1	0	1	15	7	22
Bienvenue au grand magasin	FIDOCs	Sep	1	0	1	18	7	25
CCORT Competencia Cortos	FIDOCs	Sep	1	0	1	18	20	38
CNAC Película Ganadora Competencia Nacional	FIDOCs	Sep	1	0	1	51	0	51
Competencia Cortos	FIDOCs	Sep	1	0	1	18	0	18
Competencia Cortos 2	FIDOCs	Sep	1	0	1	11	11	22
Cortometrajes	FIDOCs	Sep	1	0	1	48	0	48
El gran vuelo	FIDOCs	Sep	2	0	2	34	21	55
El regreso del muerto	FIDOCs	Sep	2	0	2	20	3	23
Escapes de gas	FIDOCs	Sep	1	0	1	91	0	91
EXIT, le droit de mourir	FIDOCs	Sep	1	0	1	11	26	37
Father and Son on a Journey	FIDOCs	Sep	2	0	2	46	5	51
Granito de arena	FIDOCs	Sep	1	0	1	6	0	6
Guido Models	FIDOCs	Sep	1	0	1	14	1	15
Habeas corpus	FIDOCs	Sep	1	0	1	17	6	23
In Transit	FIDOCs	Sep	1	0	1	43	17	60
L'abri	FIDOCs	Sep	1	0	1	4	1	5
La Fabrique des juges	FIDOCs	Sep	1	0	1	3	3	6
La forteresse	FIDOCs	Sep	1	0	1	22	13	35
Le cour de Babel	FIDOCs	Sep	2	0	2	41	23	64
Los hinchas	FIDOCs	Sep	1	0	1	2	0	2
Los reyes del pueblo que no existe	FIDOCs	Sep	1	0	1	13	8	21
National Gallery	FIDOCs	Sep	1	0	1	39	0	39
Naturaleza muerta	FIDOCs	Sep	1	0	1	21	0	21
On est vivants	FIDOCs	Sep	2	0	2	64	5	69
Oncle Rithy	FIDOCs	Sep	1	0	1	10	0	10
Otar Ioseliani, le merle siffleur	FIDOCs	Sep	1	0	1	3	7	10

Tabla 8. Proyecciones audiovisuales según fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015 (Continuación)

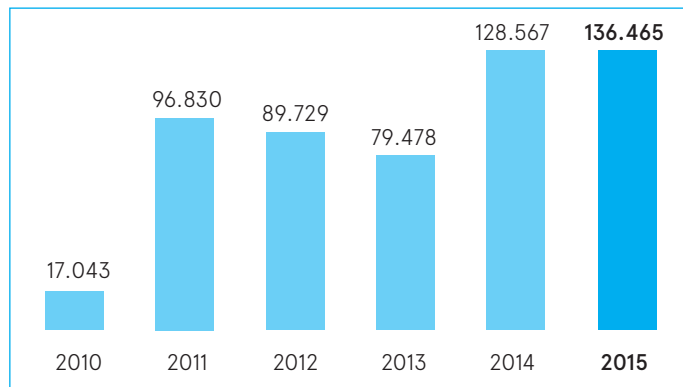
Pan de Azúcar	FIDOCs	Sep	1	0	1	6	3	9
Película Ganadora Competencia Latinoamericana	FIDOCs	Sep	1	0	1	21	19	40
Persiguiendo al dragón	FIDOCs	Sep	2	0	2	17	4	21
Prohibido fijar carteles	FIDOCs	Sep	1	0	1	18	13	31
Remue-ménage	FIDOCs	Sep	2	0	2	38	0	38
Sempre le stesse cose	FIDOCs	Sep	2	0	2	37	2	39
Si escuchas atentamente	FIDOCs	Sep	1	0	1	38	0	38
Tú y yo	FIDOCs	Sep	1	0	1	7	0	7
Uigures, prisioneros del absurdo	FIDOCs	Sep	1	0	1	14	0	14
Un amour	FIDOCs	Sep	1	0	1	21	0	21
Vol spécial	FIDOCs	Sep	1	0	1	39	0	39
El botón de nacar	FIDOCs	Sep	0	2	2	0	411	411
Remier jour (cortos)	FIDOCs	Sep	1	0	1	3	7	10
Competencia de cortometrajes	Arqfilmfest	Nov	0	6	6	0	226	226
Muestra Chile Arte y Arquitectura	Arqfilmfest	Nov	0	1	1	0	152	152
Muestra Transformaciones	Arqfilmfest	Nov	0	1	1	0	169	169
Muestra, premiación y cierre	Arqfilmfest	Nov	0	1	1	0	58	58
La Leyenda de la momias	Festival Internacional de Animación Chilemonos 2015	May	2	0	2	6	10	16
O menino e o mundo	Festival Internacional de Animación Chilemonos 2015	May	2	0	2	55	4	59
Song of the sea	Festival Internacional de Animación Chilemonos 2015	May	1	0	1	146	7	153
Danza Sur	Escena Contemporánea	May - Abr	0	6	6	0	514	514
Alive Inside	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	120	8	128
All my loving	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	59	0	59
Ariskogatos / Toque de queda	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	93	0	93
Ariskogatos /Cuna del Rock	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	90	0	90
Autoluminescent	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	44	0	44
El Parra menos Parra	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	21	0	21
El ruiseñor y la noche	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	133	0	133
La cuenta mundos	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	51	0	51
Never lurn your back	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	24	0	24
Redolés, volver a los 21	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	115	0	115
The Jam	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	52	0	52

Tabla 8. Proyecciones audiovisuales según fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2015 (Continuación)

Yonimata	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	14	0	14
Documental Luz, Anima, Ação	Festival Internacional de Cine y Documental Musical In-Edit Nescafé 2015	Dic	1	0	1	6	0	6
Call me Kuchu	Festival Asterisco	Nov	0	1	1	0	17	17
Drag becomes him	Festival Asterisco	Nov	0	1	1	0	23	23
Feriado	Festival Asterisco	Nov	0	1	1	0	10	10
Hawaii	Festival Asterisco	Nov	0	1	1	0	29	29
Nova Dubai	Festival Asterisco	Nov	0	1	1	0	10	10
The abominable crime	Festival Asterisco	Nov	0	1	1	0	20	20
Proyección documental The true cost + panel de discusión	Santiago Fashion Film Fes	Nov	0	1	1	0	83	83
Proyección Fashion Film, ganadores SFFF	Santiago Fashion Film Fes	Nov	0	1	1	0	154	154
Proyección Fashion Film, selección oficial bloque A	Santiago Fashion Film Fes	Nov	0	1	1	0	63	63
Proyección Fashion Film, selección oficial bloque B	Santiago Fashion Film Fes	Nov	0	1	1	0	43	43
Proyección Fashion Film, selección oficial bloque B	Santiago Fashion Film Fes	Nov	0	1	1	0	102	102
Proyección El planeta desconocido, de Fred M. Wilcox	Proyecciones La Tempestad	Jun	0	1	1	0	24	24
Proyección La tempestad, de Derek Jarman	Proyecciones La Tempestad	Jun	0	1	1	0	41	41
Proyección La Tempestad, de Julie Taymor	Proyecciones La Tempestad	Jun	0	1	1	0	36	36
Proyección La Tempestad, de Derek Jarman	Proyecciones La Tempestad	Jun	0	1	1	0	19	19
Escape de Gas y Maruenda sin miedo	Proyección en el contexto de la exposición "Félix Maruenda"	Oct	0	1	1	0	62	62
Escape de Gas	Presentación especial del documental para los protagonistas de la historia del Edificio UNCTAD III	Mar	0	1	1	0	110	110
Total			67	34	101	1999	2640	4639

5. SALA DE ARTES VISUALES

Gráfico 22. Visitas a la Sala de Artes Visuales según año.
Período 2010 – 2015



La Sala de Artes Visuales de GAM exhibió durante el 2015 un total de 6 exposiciones, registrando 136.465 visitas durante el año, cifra que representa un alza de un 6,1% respecto al año 2014.

El total de visitas a la sala fue de acceso gratuito.

La exposición más vista este año fue Mafalda por Quino, la cual fue parte del Festival Santiago a Mil, y que registró un total de 39.939 visitas.

Al analizar los datos según mes, es posible establecer un promedio mensual de 11.372 visitas durante el año 2015.

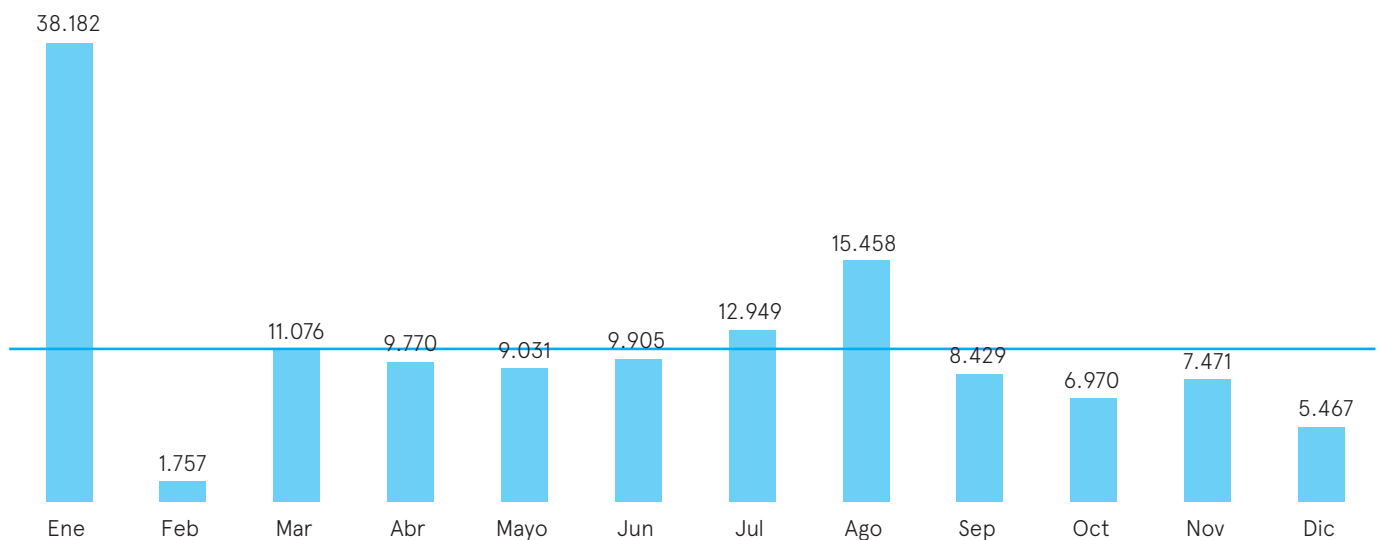
Tabla 9. Exposiciones en Sala de Artes Visuales según fecha, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2015

Exposición	Fecha	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Mafalda por Quino (Santiago a mil)	03 ene – 1 feb	39.939	1536
Tuku Iho, legado vivo maorí	10 mar – 17 may	26.037	442
Exposición Fotográfica Graciela Iturbide	26 may – 12 jul	17.775	424
Exposición Chile desde adentro	22 jul – 13 sep	30.427	648
Exposición Félix Maruenda	23 sep – 25 oct	9.349	323
Exposición El Umbral del Olvido	6 nov – 24 dic	12.938	308
Total		136.465	531

63

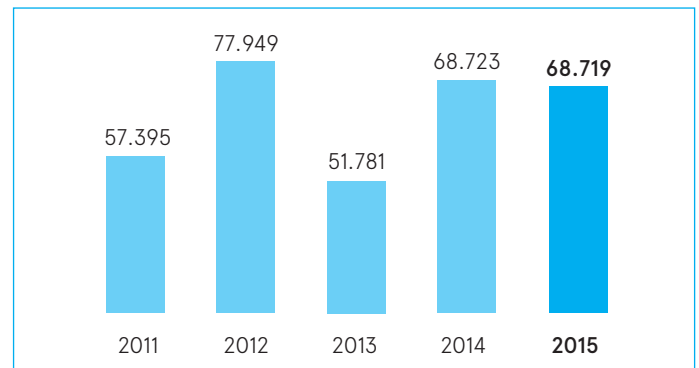
Gráfico 23. Público de la Sala de Artes Visuales según mes – 2015

11.372 Promedio mensual



6. SALA DE ARTE POPULAR

Gráfico 24. Visitas a la Sala de Arte Popular Americano según año. Período 2011 – 2015



La Sala de Arte Popular acogió 3 exhibiciones durante el año, alcanzando un total de 68.723 visitas, cifra que representa un aumento de 32,7% en comparación con el año 2013. El total de visitas a la sala fue de acceso gratuito.

De las exposiciones realizadas este año, destaca *MAPA: 70 años de imaginario popular*, que alcanzó un total de 35.295 visitas durante los 122 días que estuvo abierta al público.

Tabla 10. Exposiciones en Sala de Arte Popular según fecha, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2015

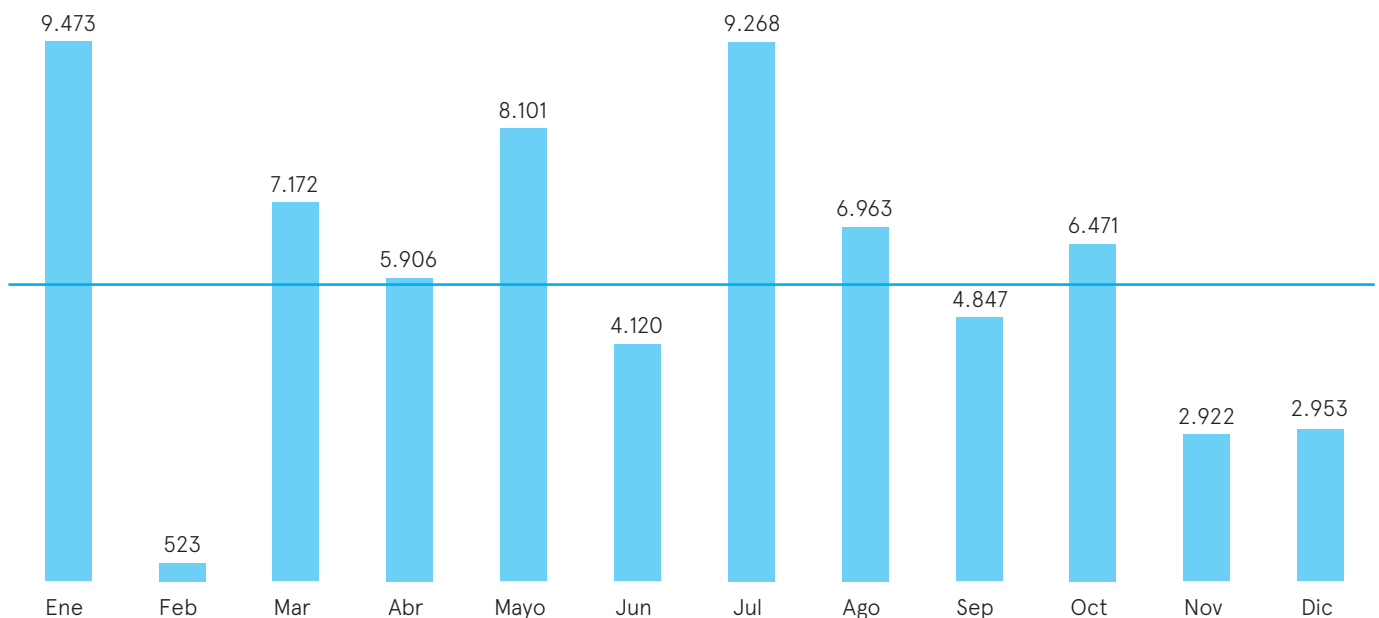
Exposición	Fecha	N° de visitas	Promedio diario de visitas
MAPA: 70 años de imaginario popular	2 ene – 21 jun	35.295	289
Talagante, nuevas miradas de greda	3 jul – 30 sep	29.776	250
Motivos de barro	25 nov – 31 dic	3.648	126
Total		68.719	255

Al analizar las cifras según mes, es posible establecer un promedio mensual de 5.727 visitas a la sala, cabe destacar que esta cifra es la misma del año 2014.

Se observa además que el mes con mayor cantidad de visitantes corresponde a enero, con 9.473 visitas.

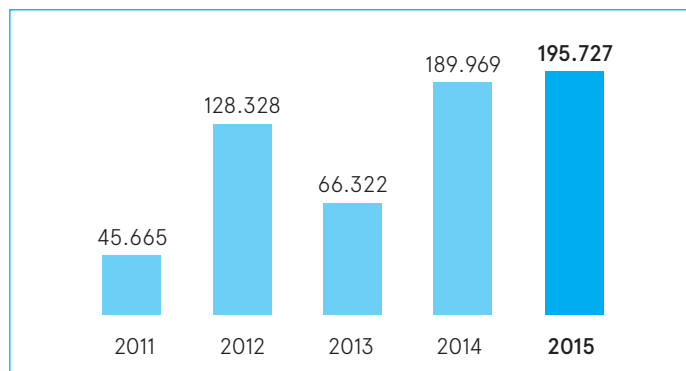
Gráfico 25. Visitas a la Sala MAPA según mes – 2015

5.727 Promedio mensual



7. EXPOSICIONES EN ESPACIOS ABIERTOS

Gráfico 26. Público de las exposiciones en espacios abiertos según año. Período 2011 – 2015



Además de las exposiciones en la Sala de Artes Visuales, en la Sala de Arte Popular y las que tienen lugar en el espacio de BiblioGAM –como se detallará más adelante– durante el año 2015 se realizaron 7 exposiciones en espacios abiertos del edificio, congregando un total de 195.727 visitas.

Esta cifra es superior a la registrada el año 2014 y corresponde en su totalidad a visitas de acceso gratuito.

A continuación se detallan las exposiciones en espacios abiertos que tuvieron lugar durante el año:

65

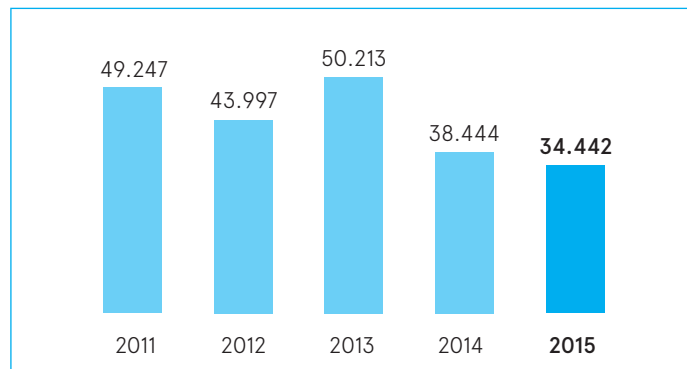
Tabla 11. Exposiciones en espacios abiertos según fecha, espacio, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2015

Exposición	Fecha	Espacio	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Mi punto de vista, Fundación Teletón	21-ene - 31 ene	PO	7.494	183
Exposición Fundación Teléton	14 abr - 19 abr	PC	27.117	775
Exposición Jose Luis Rossetti	14 abr - 19 abr	PC	27.117	775
Exposición fotográfica Danza Sur - Escena contemporánea	29 abr - 30 abr	Hall A2	897	449
ART STGO 2015	22 ago -23 ago	PC / PA / PO	*	*
#Parlante	12 sep -26 sep	PC	11.575	263
Módulos viajeros MIM	1 oct -8 oct	PO	11.233	1.404
Santiago desde el aire	27 oct - 28 nov	PC	110.294	3.342
Total			189.969	-

(*): Exposición registrada como actividad comercial.

8. BIBLIOGAM

Gráfico 27. Usuarios de BiblioGAM según año. Período 2011 – 2015



Durante 2015 BiblioGAM registró un total de 34.442 usuarios, cifra que representa una disminución de un 10,4% respecto al año 2014. El total de estos ingresos fue de acceso gratuito.

Al analizar los datos según mes, es posible establecer un promedio mensual de 2.870 usuarios de BiblioGAM; destacándose julio como el mes que registra mayor número de usuarios, con 3.773 visitas.

Además de ser un espacio de consulta bibliográfica y estudio, BiblioGAM acoge distintas exposiciones y actividades. Durante el año 2015 se realizaron 11 exposiciones, a las que tuvieron acceso un total de 25.824 usuarios de BiblioGAM. Por otra parte, las actividades realizadas en BiblioGAM se encuentran detalladas en el apartado "Actividades de formación de audiencias".

Gráfico 28. Usuarios de Bibliogam según mes – 2015

2.870 Promedio mensual

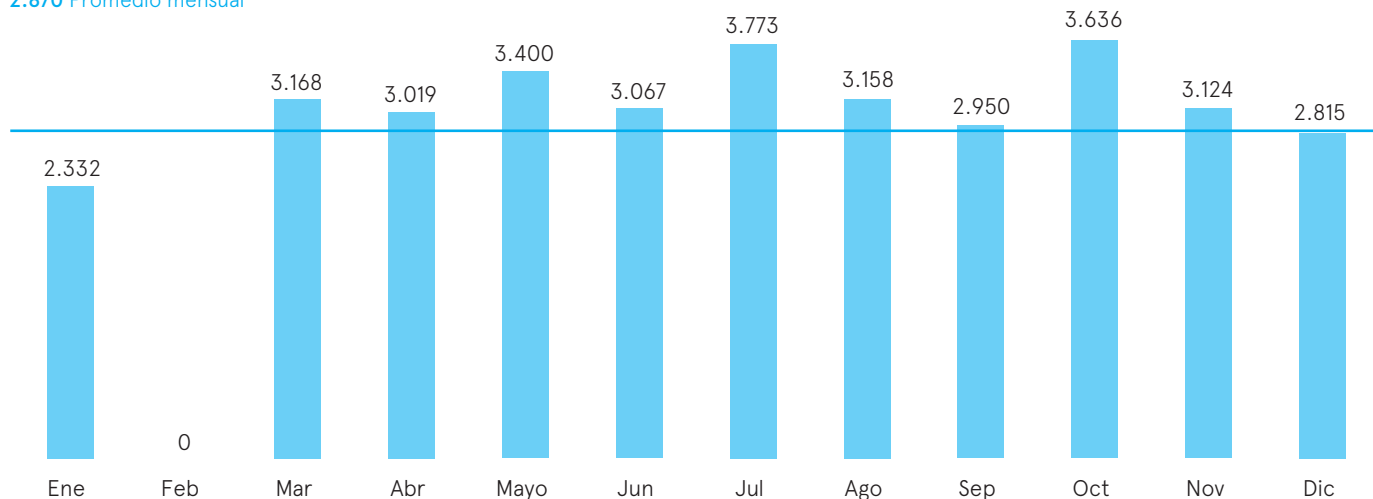
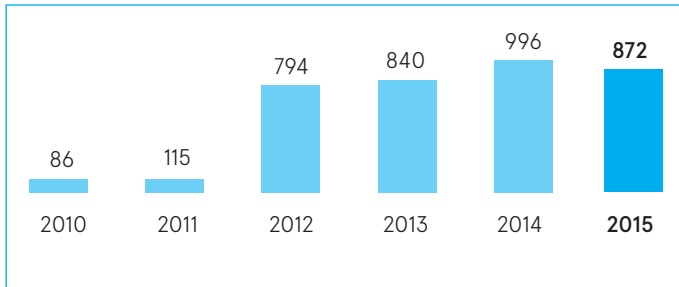


Tabla 12 Exposiciones en BiblioGAM según fecha, número de visitas y promedio diario de visitas – 2015

Exposición	Fecha	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Centrípeto	7 ene -14 mar	3.280	173
El diálogo de los cerezos	14 ene - 31 ene	1.582	113
Calendarios japoneses	17 mar - 28 mar	1.752	175
Andanzas	9 abr - 30 abr	2.446	153
Ana González: 100 años	5 may - 30 may	3.536	186
Foto + Cosplay	10 jun- 30 jun	2.223	171
Cinco años de Plop! Galería	14 ago - 28 ago	1.715	156
Muestra fotográfica: El Otro. Compañía Niño Proletario	3 sep - 3 oct	3.120	149
Los poetas más allá del poemas	27 oct- 30 oct	640	160
Exposición Tejiendo a Lucila	5 nov -28 nov	3.124	184
Exposición del proyecto imagen, símbolo y relato.	4 dic -31 dic	2.406	142
Total		25.824	-

9. OTRAS ACTIVIDADES DE PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA

Gráfico 29. Otras actividades de programación artística según año. Período 2010 – 2015



Durante el año 2015 se realizaron en GAM 872 actividades de la programación artística distintas a las especificadas anteriormente. Componen estas actividades conferencias, talleres y lanzamientos, entre otras. La cifra de este año representa una disminución del 12,4% en relación al 2014.

Al observar las cifras según mes, es posible establecer un promedio de 73 actividades mensuales para 2015. El mes en donde se concentró el mayor número de actividades fue julio (103 actividades).

Gráfico 30. Otras actividades de la programación artística según mes – 2015

73 Promedio mensual

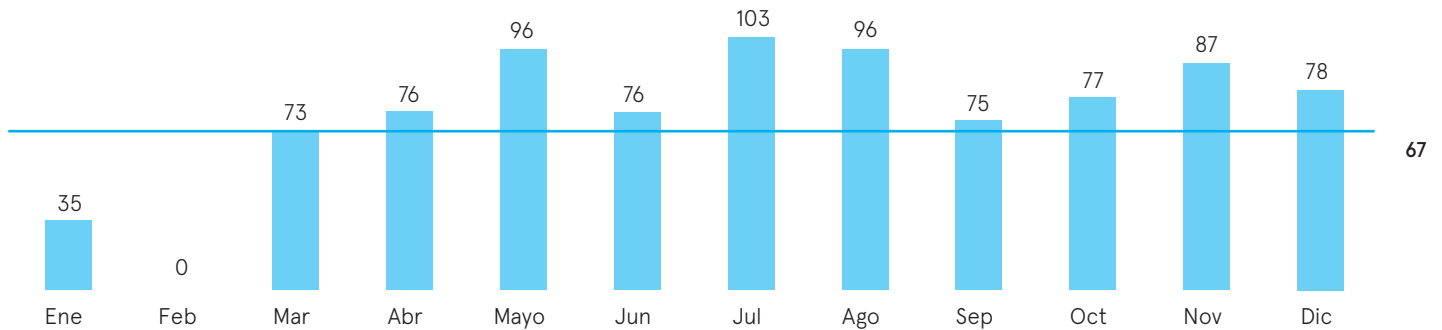
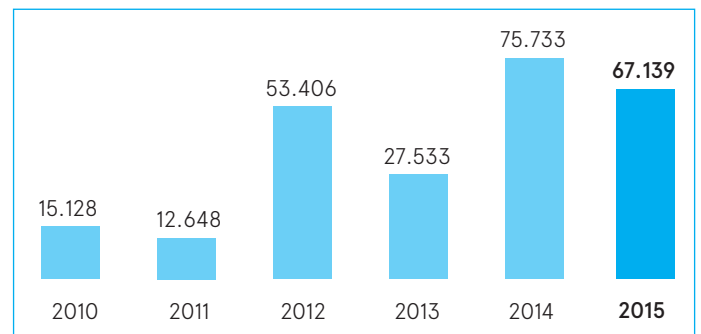


Gráfico 31. Público de las actividades de la programación artística según año. Período 2010 – 2015



Participaron de dichas actividades un total de 67.939 asistentes, cifra inferior a la registrada el año 2014.

En relación al público, el promedio mensual alcanzó las 5.662 personas, siendo el mes de mayor asistencia diciembre.

Gráfico 32. Público de otras actividades de la programación artística según mes – 2015

5.662 Promedio mensual

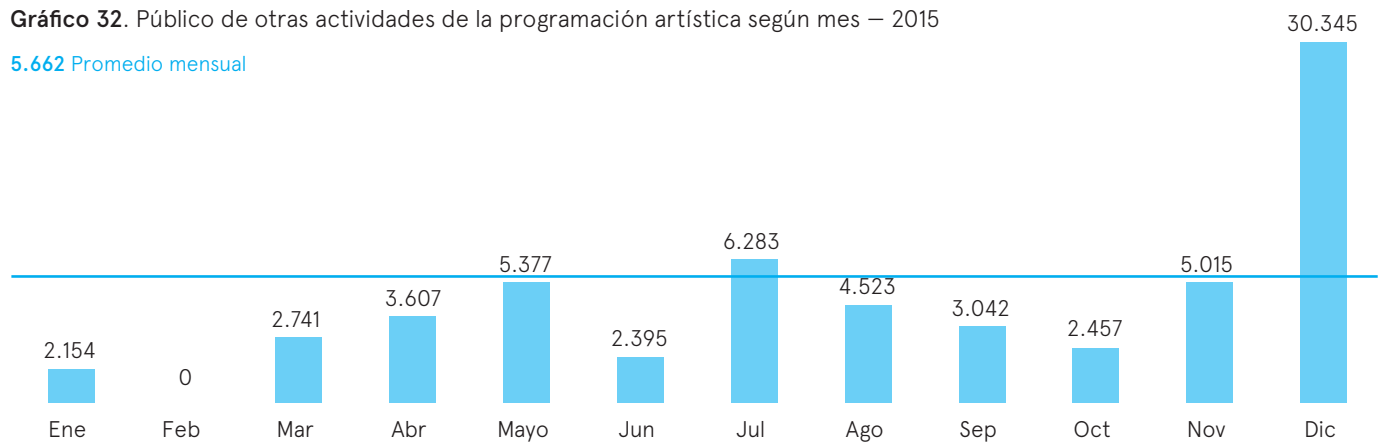


Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2015

Tipo	Nombre	Mes	Sesiones			Público		
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total
Audición	Audición Coros ciudadanos femeninos	Abr	0	3	3	0	222	222
Audición	Audición Happy End 2016	Sep	0	2	2	0	85	85
Clases	Clase magistral John Donkin	May	1	0	1	83	73	156
Clases	Clase magistral Adrien Merigeau - Festival Internacional Chile Monos	May	1	0	1	66	106	172
Clases	Clase magistral VANCOUVER FILM SCHOOL - Festival Internacional Chile Monos	May	1	0	1	29	96	125
Clases	Clase magistral Peter Lord - Festival Internacional Chile Monos	May	1	0	1	30	84	114
Clases	Clases de ballet Teatro Municipal	Mar a Dic	325	0	325	9895	0	9895
Clases	Clases La Academia	Mar a Nov	86	0	86	2408	0	2408
Clases	Coros ciudadanos femeninos	Abr a Nov	0	28	28	0	1116	1116
Clases	Programa de entrenamiento de danza para profesionales PEP	Abr a Dic	145	0	145	3203	0	3203
Clases	Santiago a mil - Laboratorio escénico	Ene	0	4	4	0	136	136
Clases	Santiago a mil - Taller Mar Teórico - Teatro de Los Andes	Ene	0	1	1	0	14	14
Clínica	Meet & Breet Adrien Merigeau - Festival Internacional Chile Monos	May	0	2	2	0	55	55
Clínica	Festival de Jazz Animales en la Vía: Clínica " El desarrollo de la improvisación en la historia del Jazz", por Jasper Huysentruyt.	Abr	0	1	1	0	64	64
Coloquio	Arqfilmfest - Coloquio Hacer Ciudad	Nov	0	1	1	0	62	62
Coloquio	Festival de Jazz Animales en la Vía: Creando audiencias para el Jazz en Chile	May	0	1	1	0	60	60
Coloquio	Lápiz de Mina Coloquio, Mesa ¿Qué dramaturgia de mujeres?	Ago	0	1	1	0	25	25
Competencia	Competencia cortometrajes series chilenas	May	0	1	1	0	200	200
Competencia	Competencias Escuelas Chilenas	May	0	1	1	0	230	230
Conferencia	Conferencia Asociación gremial de Fotógrafos Independientes AFI	Jul	0	1	1	0	182	182
Conferencia	Conferencia Cartoon Network Latinoamérica	May	0	1	1	0	152	152
Conferencia	Conferencia Susan Meiselas - Chile desde Adentro	Jul	0	1	1	0	188	188
Conferencia	Conferencia Wuppertal 1	Jul	0	1	1	0	57	57
Conferencia	Conferencia Wuppertal 2	Jul	0	1	1	0	40	40
Conferencia	Conversaciones Graciela Iturbide y Fabienne Bradú	May	0	1	1	0	65	65

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2015 (Continuación)

Conferencia	Experiencia en Mercados Chile - Brasil	May	0	1	1	0	102	102
Conferencia	Festival Asterísco - Conferencia "Gestión de políticas LGBTQBIQ en el cine	Nov	0	1	1	0	20	20
Conferencia	Foro Tuku Iho: Legado vivo Maorí	Mar	0	1	1	0	33	33
Conferencia	Ñam Santiago 2015	Abr	1	0	1	310	0	310
Conferencia	Televisión infantil Latinoamérica	May	0	1	1	0	98	98
Conferencia	Conferencia Santiago a Mil	Oct	0	1	1	0	166	166
Conferencia	Conversaciones Graciela Iturbide y Fabienne Bradú	May	0	1	1	0	190	190
Conferencia	Ñam Santiago 2015	Abr	0	5	5	0	832	832
Conferencia	Santiago a mil - Laboratorio escénico: Seminario Educación y Cultura	Ene	0	1	1	0	9	9
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Children of nowhere (Ghost Road II)	Ene	0	1	1	0	205	205
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Cinthia interminable	Ene	0	1	1	0	45	45
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia de prensa cierre Festival Santiago a Mil 2015	Ene	0	1	1	0	181	181
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Desprender	Ene	0	1	1	0	100	100
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia El sistema solar	Ene	0	1	1	0	124	124
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia El viaje redondo	Ene	0	1	1	0	53	53
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Grind	Ene	0	1	1	0	105	105
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Hasta las rodillas	Ene	0	1	1	0	94	94
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia La fiera, la leyenda de la mujer tigre	Ene	0	1	1	0	40	40
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Las Extintas	Ene	0	1	1	0	61	61
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Laszlo y Koqoshka	Ene	0	1	1	0	151	151
Conferencia	Santiago a mil: Conferencia Todos mis miedos	Ene	0	1	1	0	99	99
Conferencia	Santiago a mil: Conferencias Los cuerpos	Ene	0	1	1	0	66	66
Conferencia	Santiago a mil: Platea 15	Ene	0	2	2	0	108	108
Conferencia de prensa	Lanzamiento Lápiz mina 3	Abr	0	1	1	0	25	25
Conversatorio	ART STGO 2015 Conversatorio "La cadena de valor en el trabajo del artista"	Ago	0	1	1	0	59	59
Conversatorio	ART STGO 2015 Conversatorio sobre curaduría y crítica de arte contemporáneo	Ago	0	1	1	0	43	43
Conversatorio	Conversatorio Chile desde Adentro	Ago	0	2	2	0	102	102
Conversatorio	Conversatorio obra Parlamento	Jun	0	1	1	0	224	224
Conversatorio	Diálogo, ciencia ficción a la criolla - FILBA	Sep	0	1	1	0	37	37
Conversatorio	La Furia del Libro - El rol de los medios en la difusión cultural	Dic	0	1	1	0	13	13
Feria	Feria de Vinilo Libre	Mar - May - Jul - Ago - Nov	0	6	6	0	3754	3754
Feria	La Furia del Libro	Dic	0	4	4	0	27648	27648
Foro	Convite - Mesa Difusión en las Artes Visuales	Nov	0	1	1	0	35	35
Foro	Convite - Mesa Financiamiento Independientes, alternativos, autónomos	Nov	0	1	1	0	21	21
Foro	Convite - Mesa Localización Campo cultural local y fenómenos de internacionalización	Nov	0	1	1	0	28	28
Foro	Convite - Mesa Profesionalización: Cuando la retórica encubre la realidad	Nov	0	1	1	0	28	28
Foro	Convite - Primer Encuentro de agentes en Artes Visuales	Oct	0	6	6	0	72	72
Foro	Foro Documental Escapes de gas	Mar	0	1	1	0	110	110
Foro	Foro El Amor de Fedra	Nov	0	1	1	0	25	25
Foro	Foro Festival Neutral	Jul	0	4	4	0	301	301
Foro	Foro La lengua en pedazos	May	0	1	1	0	43	43

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2015 (Continuación)

Foro	Foro La Tempestad	May	0	2	2	0	36	36
Foro	Foro Mistral (a 70 años del Nobel)	Nov	0	2	2	0	60	60
Foro	Foro de Arte Urbano+ documentales	May	0	1	1	0	47	47
Foro	Foro Sótano: Retrospectiva de un cuerpo sensible	Dic	0	1	1	0	10	10
Foro	Santiago a mil – Laboratorio escénico: 450 años de Shakespeare	Ene	0	1	1	0	22	22
Foro	Santiago a mil – Laboratorio escénico: Concordia – Teatro latinoamericano, fronteras y des-fronteras	Ene	0	1	1	0	9	9
Foro	Santiago a mil – Laboratorio escénico: Cuerpos en diálogo, multitudes en escena.	Ene	0	1	1	0	30	30
Foro	Santiago a mil – Laboratorio escénico: Danza contemporánea en Latinoamérica	Ene	0	1	1	0	15	15
Foro	Santiago a mil – Laboratorio escénico: El teatro habla sobre educación	Ene	0	1	1	0	30	30
Foro	Santiago a mil – Laboratorio escénico: Los Andes – Mariano Tenconi, Juan Coulasso y Jazmin Titiunik	Ene	0	1	1	0	5	5
Grabación	Grabación ARTV	Ene	0	2	2	0	6	6
Grabación	Grabación El Marinero	Ene	0	1	1	0	7	7
Inauguración	Inauguración expo Tuku Iho: Legado vivo Maorí	Mar	0	1	1	0	359	359
Inauguración	Inauguración exposición Ana González	May	0	1	1	0	150	150
Inauguración	Inauguración exposición Centripeto	Ene	0	1	1	0	76	76
Inauguración	Inauguración Exposición Cerámica de Talagante	Jul	0	1	1	0	180	180
Inauguración	Inauguración Exposición Chile desde adentro	Jul	0	1	1	0	538	538
Inauguración	Inauguración exposición El diálogo de los cerezos	Ene	0	1	1	0	50	50
Inauguración	Inauguración Exposición El Umbral del Olvido	Nov	0	1	1	0	264	264
Inauguración	Inauguración Exposición Felix Maruenda	Sep	0	1	1	0	197	197
Inauguración	Inauguración exposición Foto+Cosplay, de Paulina Kim	Jun	0	1	1	0	120	120
Inauguración	Inauguración exposición Graciela Iturbide	May	0	1	1	0	294	294
Inauguración	Inauguración Festival Internacional de Animación Chilemonos 2015	May	0	1	1	0	220	220
Inauguración	Inauguración mural Víctor Castillo	Sep	0	1	1	0	180	180
Inauguración	Inauguración Niño Proletario, Lectura+expo	sep	0	1	1	0	93	93
Inauguración	Inauguración Somos tierra de colores	Oct	0	1	1	0	240	240
Inauguración	Santiago a mil: Inauguración muestra Quino/Mafalda	Ene	0	1	1	0	67	67
Intervención	Gala Día Internacional del Circo	Sep	0	1	1	0	500	500
Intervención	Intervención #Parlante	Sep	0	1	1	0	70	70
Intervención	Intervención Festival de Música contemporánea UC	Nov	0	1	1	0	95	95
Juegos	Juegos Diana	Ago - Jul	20	0	20	2191	0	2191
Lanzamiento	Convité – Lanzamiento catálogo	Dic	0	1	1	0	40	40
Lanzamiento	La Furia del Libro – Exhibición "Sinopsis de libros"	Dic	0	1	1	0	26	26
Lanzamiento	Lanzamiento "Libros del pueblo"	Dic	0	1	1	0	110	110
Lanzamiento	Lanzamiento Colección libros visuales de Guillermo Deiser	Dic	0	1	1	0	32	32
Lanzamiento	Lanzamiento de Libro "Los días de Allende"	Abr	0	1	1	0	175	175
Lanzamiento	Lanzamiento del libro "La carne alucinante"	Dic	0	1	1	0	12	12
Lanzamiento	Lanzamiento del libro "La escuela sin amos"	Dic	0	1	1	0	35	35
Lanzamiento	Lanzamiento del libro "Obras escogidas 1 de Luis Barrales"	Jul	0	1	1	0	75	75
Lanzamiento	Lanzamiento del libro "Poetizas del fin del mundo"	Dic	0	1	1	0	13	13
Lanzamiento	Lanzamiento del libro "Vestigios de un golpe"	Dic	0	1	1	0	48	48
Lanzamiento	lanzamiento Libro "El tren marino" de Daniel Villalobos	Abr	0	1	1	0	165	165
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Hastío, o variaciones sobre lo mismo" – Furia del Libro	Dic	0	1	1	0	52	52
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Hecho Bolsa" – Furia del Libro	Dic	0	1	1	0	11	11
Lanzamiento	Lanzamiento Libro "José Donoso: Paisaje, rutas y fugas"	Mar	0	1	1	0	68	68

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2015 (Continuación)

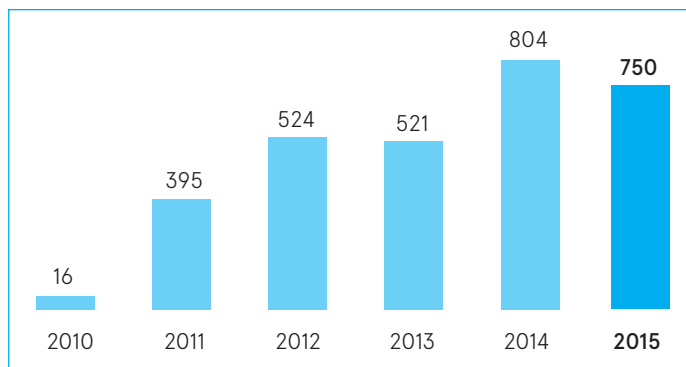
Lanzamiento	Lanzamiento Libro "Matrimonio en conflicto: personas del mismo sexo"	Mar	0	1	1	0	85	85
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Relatos del capitán Yáber"	Dic	0	1	1	0	52	52
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Tierra de gracia"	Dic	0	1	1	0	28	28
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Verano Robado"	Dic	0	1	1	0	64	64
Lanzamiento	Lanzamiento libro Chile desde Adentro	Jul	0	1	1	0	204	204
Lanzamiento	Lanzamiento Libro el Umbral del Olvido	Nov	0	1	1	0	94	94
Lanzamiento	Lanzamiento libro inclusivo La Creación	Jul	0	1	1	0	71	71
Lanzamiento	Lanzamiento programación 2016	Dic	0	1	1	0	256	256
Lanzamiento	Lanzamiento programación GAM 2015	Mar	0	1	1	0	42	42
Lanzamiento	Lanzamiento revista Paso de gato	Ene	0	1	1	0	70	70
Lanzamiento	Lanzamiento del libro "Cartografía de la novela chilena reciente"	Abr	0	1	1	0	35	35
Lanzamiento	Presentación Festival Fringe	Oct	0	1	1	0	49	49
Lectura dramatizada	El Olivo	Sep	0	2	2	0	77	77
Lectura dramatizada	Interdram Lecturas dramatizadas	May - Jun	0	9	9	0	274	274
Lectura dramatizada	Lápiz de mina Inauguración, Lecturas dramatizadas "Carcinoma" y "Los muertos"	Ago	0	1	1	0	66	66
Lectura dramatizada	Lápiz de mina Lecturas dramatizadas "Herencia" y "Mientras la lluvia"	Ago	0	1	1	0	63	63
Lectura dramatizada	Lápiz de mina Lecturas dramatizadas "M"	Ago	0	1	1	0	65	65
Lectura dramatizada	Lápiz de mina Lecturas dramatizadas "Tengo Miedo Mariquita Linda"	Ago	0	1	1	0	62	62
Lectura dramatizada	Segunda Escena	Oct	0	1	1	0	71	71
Mesa	EDEC: Mesa Francoalemana	Oct	0	2	2	0	77	77
Mesa	Lápiz de Mina Coloquio, Mesa El oficio de la dramaturgia	Ago	0	1	1	0	35	35
Mesa	Lápiz de Mina Coloquio, Mesa La gestión de lo femenino	Ago	0	1	1	0	25	25
Mesa	Mesa Chiledocs - FIDOCs	Sep	0	3	3	0	70	70
Mesa	Mesa Redonda - Festival de Butoh	Oct	0	2	2	0	96	96
Mesa	Mai! Mesas de negocios - Festival de Animación Chilemonos	May	0	4	4	0	96	96
Otro	Vancouver Film School - Festival de Animación Chilemonos	May	0	2	2	0	92	92
Otro	Expo Tuku Iho, legado maorí - Sesiones de tatuaje	Mar	0	20	20	0	20	20
Otro	Tallado en madera - Expo Tuku Iho, legado maorí	Mar	0	1	1	*	*	*
Otro	Reel Day- Chilemonos	May	0	1	1	0	24	24
Otro	Reel Day- VFS, Toon Boom	May	0	1	1	0	50	50
Panel	Lectura + Panel: Cruce Epistolar I, teleseries de autor - FILBA	Sep	0	1	1	0	16	16
Panel	Lectura + Panel: El futuro es nuestro I - FILBA	Sep	0	1	1	0	35	35
Panel	Panel: Crónicas rojas - FILBA	Sep	0	1	1	0	36	36
Panel	Panel: Futuro Vintage - FILBA	Sep	0	1	1	0	24	24
Premiación	Premiación - FIDOCs	Sep	0	1	1	0	60	60
Premiación	Premiación Chilemonos	May	0	1	1	0	145	145
Premiación	Premiación Quino	Ene	0	1	1	0	176	176
Premiación	Premio Jóvenes Talentos - Obras y premiación	Nov	0	1	1	0	285	285
Presentación	Presentación del libro "El día más blanco" de Raúl Zurita	May	0	1	1	0	96	96
Presentación	Premio Jóvenes Talentos - Cortometrajes	Nov	0	1	1	0	60	60
Presentación	Premio Jóvenes Talentos - Obra Los corderos degollados	Nov	0	1	1	0	76	76
Presentación	Premio Jóvenes Talentos - Obra Reacciones inflamatorias	Nov	0	1	1	0	79	79

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2015 (Continuación)

Presentación	Presentación del libro "Rocuant" de Pablo Fernando Maldonado	Jun	0	1	1	0	96	96
Reunión	Asamblea Adcultura	Abr	0	1	1	0	15	15
Reunión	La danza se autoconvoca	abr	0	1	1	0	50	50
Reunión	Reunión Asociación de dramaturgos nacionales	Jun	0	1	1	0	28	28
Reunión	Reunión vecinos Comunidad Alameda Lastarria	Jul	0	1	1	0	72	72
Seminario	IV Seminario Internacional de Políticas Culturales	Ago	0	5	5	0	436	436
Seminario	Encuentro de Musicología	Nov	0	2	2	0	430	430
Seminario	Encuentro Educación y Creatividad	Dic	0	6	6	0	326	326
Seminario	Seminario FAMFEST	Jul	0	2	2	0	23	23
Seminario	Seminario Fortalecimiento Federación Nacional de Sindicatos de Trabajadoras de Casa Particular	Ago	0	2	2	0	145	145
Taller	Archikids - Festival de arquitectura para niñas y niños	Nov	0	2	2	0	410	410
Taller	Taller Festival Mini Neutral	Ago	0	1	1	0	46	46
Taller	Lápiz de Mina Taller "Acercamiento a la escritura de textos teatrales"	Ago	5	0	5	37	0	37
Taller	Lápiz de Mina Taller "Elementos escritura dramática"	Ago	3	0	3	36	0	36
Taller	Taller de Break en Danza - Avalanche	Jun	0	1	1	0	15	15
Taller	Taller de Danza Mustakis	May - Jun - Ago	5	0	5	295	0	295
Taller	Taller Femcine 2015	Mar	0	4	4	0	96	96
Taller	Taller Kathak, Rising	Jul	0	1	1	0	28	28
Taller	Taller La magia de las palabras, Otso Kautto	Abr	0	2	2	0	13	13
Taller	Workshop de técnica contemporánea y creación, Daphnis Kokkinos	Jul	6	0	6	132	0	132
Total			600	272	872	18.715	49.224	67.939

10. ACTIVIDADES DE FORMACIÓN Y DESARROLLO DE AUDIENCIAS

Gráfico 33. Actividades de formación de audiencias según año. Período 2010 – 2015



Durante el año 2015 se realizaron en GAM 750 actividades de formación y desarrollo de audiencias, cifra inferior en un 6,8% a la alcanzada el 2014.

Del total de actividades de formación de audiencias del 2015, 191 fueron desarrolladas por la Unidad de Educación, 262 por la Unidad de Mediación, 261 por BiblioGAM, 10 por la Unidad de Públicos y 26 corresponden a actividades desarrolladas por dos o más unidades en conjunto.

Al analizar los datos a lo largo del año, es posible establecer un promedio mensual de 63 actividades de formación y desarrollo de audiencias.

Gráfico 34. Actividades de formación de audiencias según unidad – 2015

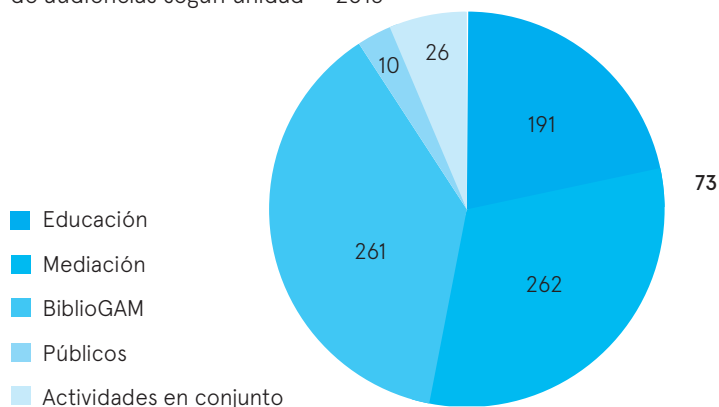


Gráfico 35. Actividades de formación de audiencias según mes – 2015

63 Promedio mensual

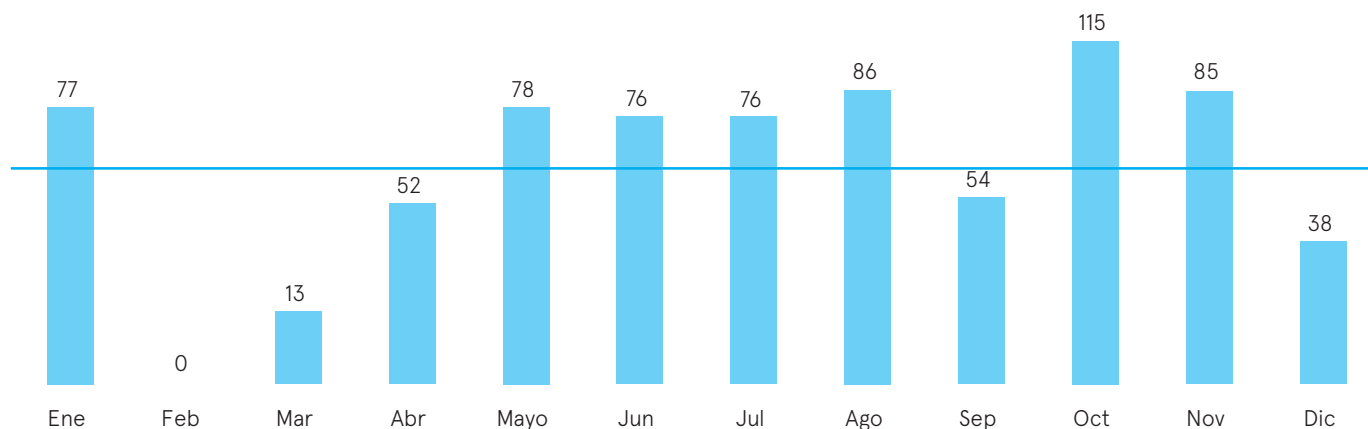
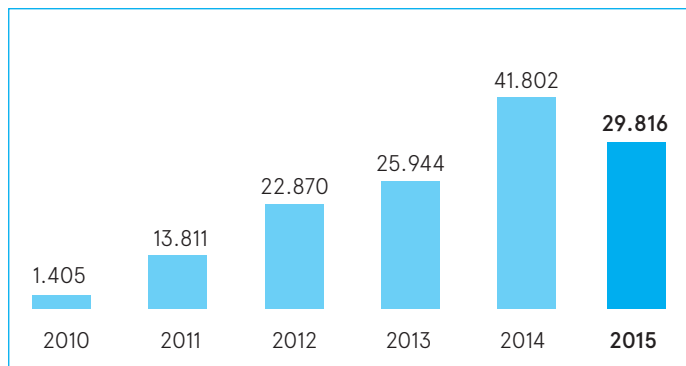
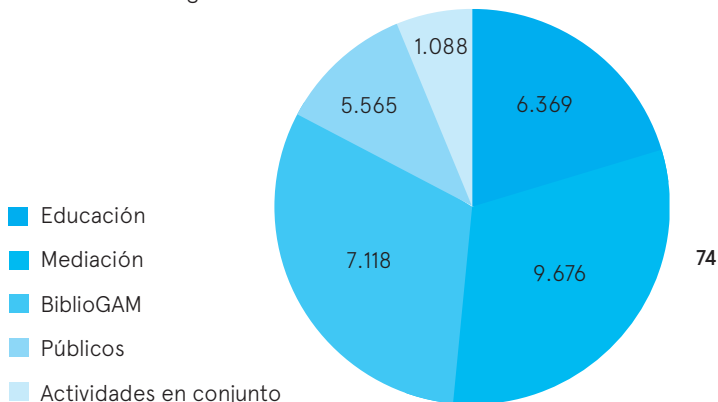


Gráfico 36. Asistencia a las actividades de formación de audiencias según año. Período 2010 – 2015



Se registraron 29.816 asistencias a las actividades de formación de audiencias, cifra que representa una disminución de un 28,7% en el número de asistencias respecto al año anterior.

Gráfico 37. Beneficiarios de las actividades de formación de audiencias según unidad – 2015



Del total de asistencias, 6.369 corresponden a las actividades de la Unidad de Educación, 9.676 a las actividades de la Unidad de Mediación, 7.118 a las actividades de BiblioGAM, 5.565 a actividades de la Unidad de Públicos y 1.088 a las actividades organizadas por dos o más unidades en conjunto.

A lo largo del año es posible establecer un promedio mensual de 2.485 asistencias a las actividades de formación de audiencias. Octubre se destaca como el mes con el mayor número de audiencias.

Gráfico 38. Asistencia a actividades de formación de audiencias según mes – 2015

2.485 Promedio mensual

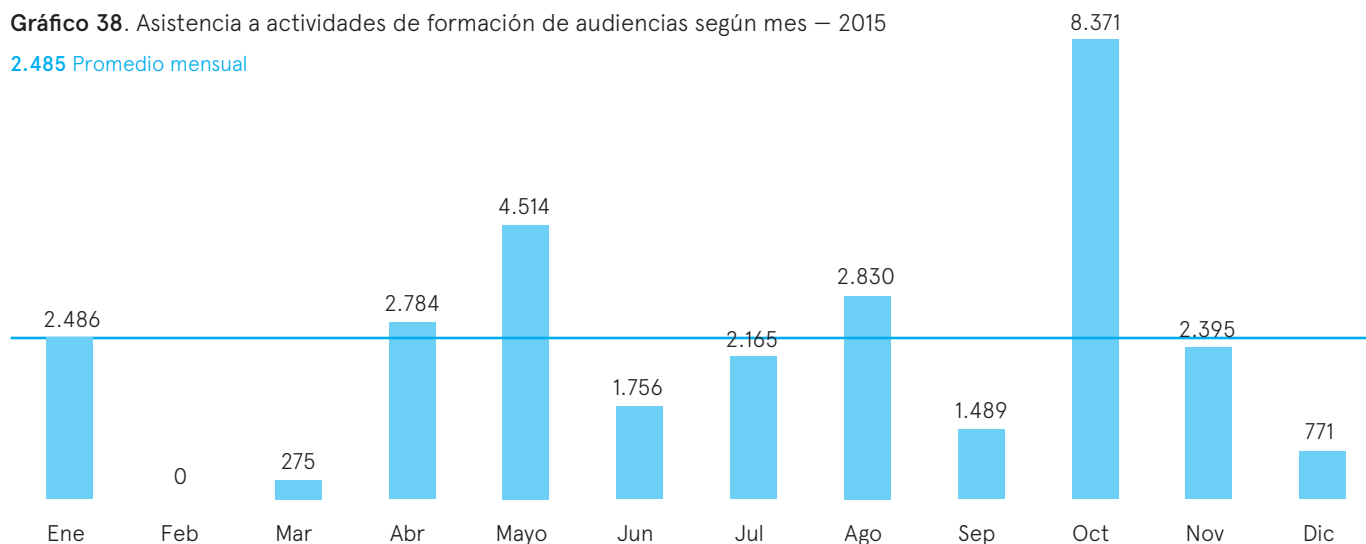


Tabla 14. Actividades de la Unidad de Educación según tipo de beneficiarios, período, n° de sesiones y n° de asistencias – 2015

Actividad	Tipo de beneficiario	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
Concierto Educativo FOJI	Escolares	Abr - Ago	2	525
Concierto Educativo Orquesta de Cámara de Chile	Escolares	May - Ago - Sep	3	655
Concierto Educativo Universidad de Chile	Escolares	Nov	4	754
Concierto Educativo UAH	Escolares	Jun	3	403
Concierto Educativo Voces GAM Coro de profesores	Escolares	Oct	1	121
Coro de profesores Voces GAM	Profesores	Abr a Dic	42	651
Coro de profesores Voces GAM, Intervención "Nuestro canto, nuestra historia"	Profesores	Sep	1	148
Desafío tecnológico Explora Conicyt RM Norte	Escolares	Jun	1	26
Ensayo FETyC 2015	Escolares	Sep	1	71
Escuela de verano: Taller de herramientas escénicas para profesores	Profesores	Ene	5	120
Escuela de verano: Taller de periodismo Jóvenes críticos	Jóvenes	Ene	6	200
Escuela de verano: Taller World Voice para profesores	Profesores	Ene	4	126
Estrellitas de la ciencia Explora Conicyt	Escolares	Nov	1	250
Festival FETyC 2015	Escolares	Oct	1	244
Festival FETyC 2015, ensayo general	Escolares	Oct	1	71
Foro Gabriela Mistral	Público general	Dic	1	7
Función educativa La historia de los Anfibios	Escolares	Ago	1	159
Función educativa, Arjé, el misterio de lo cotidiano	Escolares	Jun	1	77
Función educativa, Las cosas también tienen mamá	Escolares	May	1	198
Montaje técnico FETyC 2015	Profesores	Sep	1	9
Presentación de fin de año Coro de Profesores Voces GAM	Profesores	Dic	1	60
Reunión jóvenes críticos	Jóvenes	Ene a Dic	48	348
Reunión jóvenes críticos comité de edición	Jóvenes	Jul - Ago - Oct - Nov	11	54
Reunión de evaluación FETyC	Jóvenes	Nov	2	11
Reunión jóvenes críticos Grabación programa de radio	Jóvenes	Jul - Ago - Oct - Nov - Dic	6	18
Reunión profesores FETyC 2015	Profesores	May - Sep	2	14
Sala didáctica	Pre escolares	Abr - Jun - May	4	121
Sala didáctica Maorí	Pre escolares	Abr	2	65
Sesión de fotos FETyC 2015	Escolares	Ago	6	52
Taller de invierno Jóvenes Críticos Danza urbana	Jóvenes	Jul	1	31
Visita en terreno FETyC	Escolares	Jun a Sep	20	187
World Voice 1era etapa	Escolares	Jul	3	258
World Voice 2da etapa	Profesores	Sep	3	84
World Voice Concierto etapa finalización	Escolares	Jul	1	251
Total			191	6369

Tabla 15. Actividades de la Unidad de Mediación según tipo de beneficiarios, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2015

Actividad	Tipo de beneficiario	Periodo	N° de sesiones	N° de asistencia
Actividad de aniversario: Stand de la Memoria	Adulto mayor	Sep	1	155
Bordadores y bordadoras por la memoria	Adulto mayor	Ago - Sep	18	648
Charla educativa DuocUC	Estudiantes educación superior	May	1	84
Concierto educativo Ensamble Residente Teatro del Lago	Adulto mayor / Jóvenes en situación de vulnerabilidad	Jul	1	140
Concierto Vicente Bianchi	Adulto mayor	Oct	1	251
Día del Patrimonio - Actividad jóvenes productores	Público general	Oct	1	90
Día del Patrimonio - Yoga en las pasarelas de San Borja jóvenes productores	Público general	Oct	1	300
Encuentro Incluye	Personas en situación de discapacidad y sus acompañantes /organizaciones a fines	May	16	1453
Escuela de invierno: Taller de mapas corporales	Público general	Jul	3	58
Escuela de verano: Taller de expresión corporal adulto mayor	Adulto mayor	Ene	3	87
Escuela de verano: Taller de sonoterapia - Paisaje sonoro	Público general	Ene	3	84
Escuela de verano: Taller Mapas corporales para niñ@s migrantes	Niños migrantes	Ene	4	143
Escuela de verano: Taller Mi proyecto en GAM, Jóvenes productores	Jóvenes	Ene	4	121
Experiencias Hapto	Público general	Abr - May - Jun - Jul - Oct - Nov	8	176
Experiencia Hapto	Adulto mayor	Abr - May	3	126
Experiencia Hapto	Escolares	Mar - Abr - May - Jun - Oct - Nov	12	356
Experiencia Hapto	Estudiantes educación superior	Mar - May - Jun - Jul - Nov	10	263
Experiencia Hapto	Jóvenes en situación de vulnerabilidad	Jul	1	14
Experiencia Hapto	Personas en situación de discapacidad	Jun - Dic	4	98
Experiencia Hapto (mediadores)	Personas en situación de discapacidad	Ene a Dic	0	134
Foro adulto mayor Sujeto de Derecho	Adulto mayor	Oct	1	75
Foro Gabriela Mistral	Público general	Dic	1	9
Foro patrimonio Vivo	Adulto mayor	Oct	1	50
Foro Unctad III y GAM	Adulto mayor	Dic	1	99
Jornada participativa Aniversario GAM	Adulto mayor	Jul	1	10
Jóvenes productores	Jóvenes	Jul a Dic	34	664
Jóvenes productores Vivo Yoga	Jóvenes	Oct	2	38
Mediación Expo Tuku Iho	Personas en situación de discapacidad / Estudiantes de educación superior	Abr - May	6	210
Mediación Exposición Graciela Iturbide	Escolares	Jun	3	68
Mediaciones corporales	Público general / Adulto mayor	Jul - Ago - Nov	8	209
Reunión con músicos y autoridades	Adulto mayor	Oct	1	50
Reunión con vecinos GAM	vecinos GAM	Ene	1	42
Reunión con vecinos MOP - Arquitectos	vecinos GAM	Ene	1	35
Segundo Seminario Municipal de gestión en materia de discapacidad	público general	Jul	1	80
Foro Seré Patrimonio	Adulto mayor	Oct	1	167
Taller de dramaturgia y radio teatro	Adulto mayor	Oct a Dic	13	270
Taller de dramaturgia y radio teatro, presentación cierre de taller	Adulto mayor	Dic	1	68
Taller de Expresión Corporal	Adulto mayor	Abr a Dic	35	593
Taller de la Memoria	Adulto mayor	Abr - May - Jun - Jul - Oct - Nov	18	548
Vivo Yoga	Público general	Oct	37	1610
Total			262	9676

Tabla 16. Actividades de BiblioGAM según tipo de beneficiario, período, n° de sesiones y n° de asistencias – 2015

Actividades	Tipo de beneficiario	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
3er Congreso Internacional de Poesía "El poema más allá del poema"	Público general	Oct	2	230
Biodanza Adulto Mayor	Adulto mayor	May - Dic	25	234
Cierre talleres Ciclo de agosto	Adulto mayor	Ago	1	96
Cóctel Concierto Vicente Bianchi	Adulto mayor	Oct	1	48
Congreso LASA Cono Sur	Público general	Ago	1	70
Conversatorio Ana González	Público general	May	1	18
Día del patrimonio - Exposición Ana González	Público general	May	1	136
Encuentro literario Chile- México	Público general	Oct	1	33
Escuela de verano: Taller de caligrafía japonesa	Público general	Ene	4	32
Escuela de verano: Taller de crítica teatral	Público general	Ene	4	89
Escuela de verano: Taller de lectura "El viaje: un recorrido personal"	Público general	Ene	4	115
Escuela de verano: Taller de lectura "Hombre y naturaleza"	Adulto mayor	Ene	4	253
Escuela de verano: Taller de manga	Jóvenes	Ene	8	89
Escuela de verano: Taller de motivación lectora y manualidades	Familiar	Ene	8	320
Escuela de verano: Taller de papel maché	Público general	Ene	4	16
Gimnasia Tearapéutica Adulto Mayor	Adulto mayor	Jun - Dic	51	905
Inauguración exposición "Imagen símbolo y relato"	Público general	Dic	1	25
Inauguración muestra Tejiendo a Lucila	Público general	Nov	1	73
Lanzamiento libro "Cuartos Oscuros" de Jorge Marchant Lazcano	Público general	Jul	1	138
Lanzamiento libro "Johnny (sin embargo existe)" de Juan Le-Bert	Público general	Ago	1	86
Lanzamiento libro "Nómadas" de Catherine Bernales	Público general	Ago	1	88
Lecturas infantiles "Gabriela Mistral y cuentos clásicos"	Familiar	Abr	3	102
Mesa redonda "Huellas del holocausto en Chile"	Público general	Nov	1	96
Mesa redonda 3er Festival Internacional de Ilustración FESTILUS	Público general	Ago	1	140
Presentación del libro "Antología" de Juna Pablo Sutherland	Público general	Oct	1	86
Presentación del libro "El complejo" de Claudia del Fierro	Público general	Nov	1	38
Reunión Club adulto mayor	Adulto mayor	Mar a Dic	20	545
Sábados en familia en BiblioGAM - Lectra infantil	Familiar	Sep - Oct - Nov	4	64
Sábados en familia en BiblioGAM - Celebración de Navidad cuento + Coro Voces GAM	Familiar	Dic	1	60
Taller Chigiri-e Adulto Mayor	Adulto mayor	Jun	1	11
Taller De Borges a Bolaño	Público general	Abr - May - Jun	11	57
Taller de Caligrafía japonesa	Adulto mayor	May	3	21
Taller de Caligrafía japonesa Familiar	Familiar	Jul	1	19
Taller de Chigiri-e Familiar	Familiar	Jul	1	23
Taller de crítica de danza	Público general	Jul	9	218
Taller de Kamishibai	Público general	Jul	2	23
Taller de Kirigami	Adulto mayor / Familiar	Jun - Jul	2	25
Taller de lectura hombre y naturaleza	Público general	Jul	4	75
Taller de Lectura II Guerra Mundial	Adulto mayor	Oct - Nov	16	631
Taller de lectura Literatura y Arte	Adulto mayor	Ago	7	311
Taller de Lectura y manualidades para niños	Niños	Jul	3	128
Taller de origami	Público general /Adulto mayor	Jun - Jul	2	47
Taller el Hilo de la Memoria	adulto mayor	Sep - Oct - Nov	12	180
Taller encuentros mistraleanos	Público general	Abr	5	209
Taller Introducción a la grafología	Público general	Jun	4	116
Taller de lectura Gabriela Mistral	Adulto mayor	Abr	4	106
Taller Letras de Antaño	Adulto mayor	May - Jun	16	563
V Encuentro de Gimnasia terapéutica	Adulto mayor	Dic	1	130
Total			261	7118

Tabla 17. Actividades de la Unidad de Públicos según tipo de beneficiarios, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2015

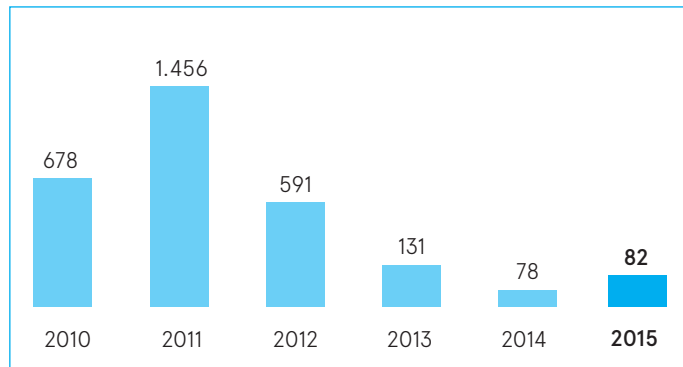
Actividades	Tipo de Beneficiario	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
Día del Libro	Público general	Abr	1	700
Día del patrimonio: visitas guiadas (públicos)	Público general	May	1	238
Encuentro Patín urbano	Jóvenes	May	1	250
Flash Mob Día de la Danza	Jóvenes	Abr	2	550
Jornada de adopción de mascotas	Público general	Oct	1	500
Lo mejor de GAM: Maratón K-Pop - Audición	Jóvenes	Ene	1	60
Lo mejor de GAM: Maratón K-Pop - Foro K-Pop Cultura de exportación	Jóvenes	Ene	1	145
Lo mejor de GAM: Maratón K-Pop - Premiación	Jóvenes	Ene	1	339
Museo de Medianoche	Público general	Oct	1	2783
Total			10	5.565

Tabla 18. Actividades realizadas en conjunto por las unidades del Área de Audiencias según tipo de beneficiarios, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2015

Actividades	Beneficiarios	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
V Seminario Internacional de Formación de Audiencias	Gestores culturales	Oct	3	678
Diplomado Gestión de proyectos artísticos contemporáneos	Gestores culturales	Jul a Dic	23	410
Total			26	1.088

11. VISITAS GUIADAS

Gráfico 39. Visitas guiadas según año. Periodo 2010 – 2015

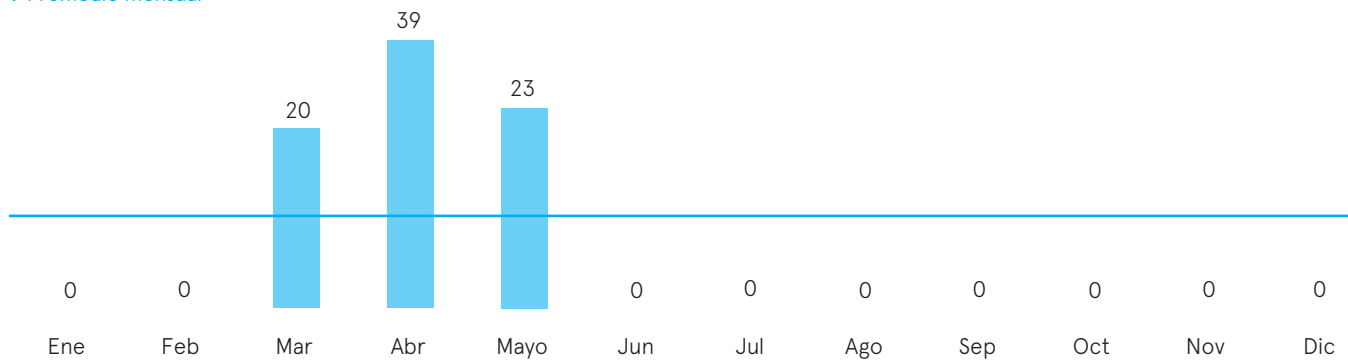


Durante el año 2015 se realizaron en GAM 82 visitas guiadas, cifra mayor a la registrada el año 2014.

Según tipo de visita, este año solo se realizaron recorridos guiados de la exposición *Tuku Iho: Legado Maorí*, en la sala de Artes Visuales, desarrollados por la unidad de Públicos.

Gráfico 40. Visitas guiadas - recorridos según mes – 2015

7 Promedio mensual



Al analizar los datos a lo largo del año, es posible establecer un promedio mensual de 7 visitas guiadas, las cuales solo se concentraron en los meses de marzo, abril y mayo.

Durante este año 460 personas participaron de las visitas guiadas, cifra considerablemente inferior en un 71,5% a la registrada el año 2014.

Gráfico 41. Beneficiarios de visitas guiadas según año. Periodo 2010 – 2015

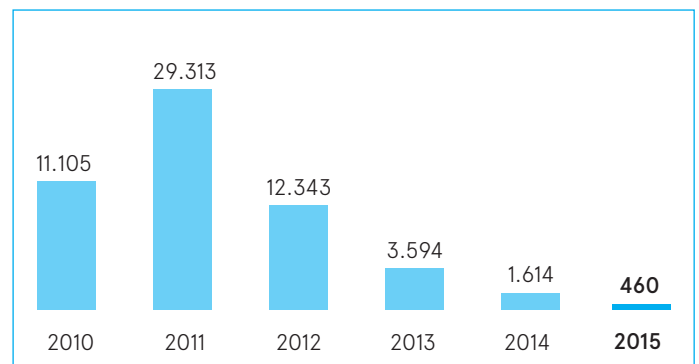
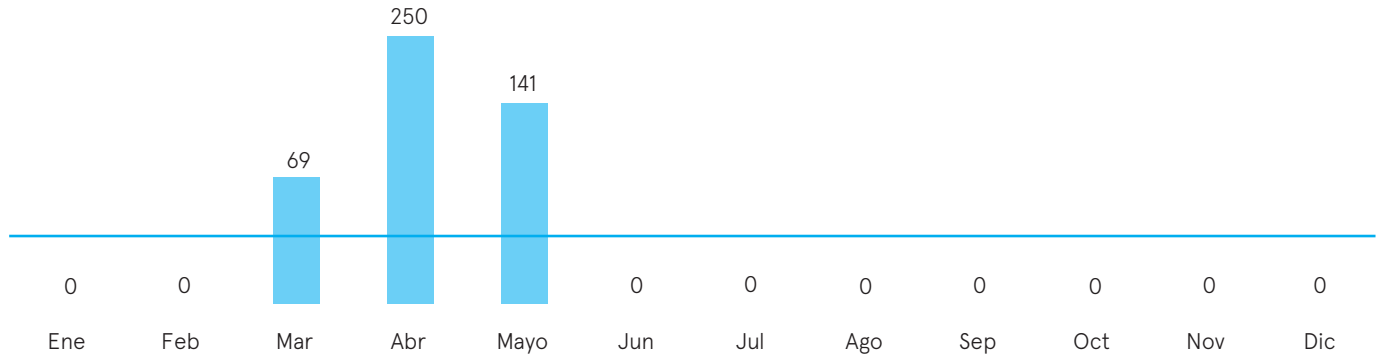


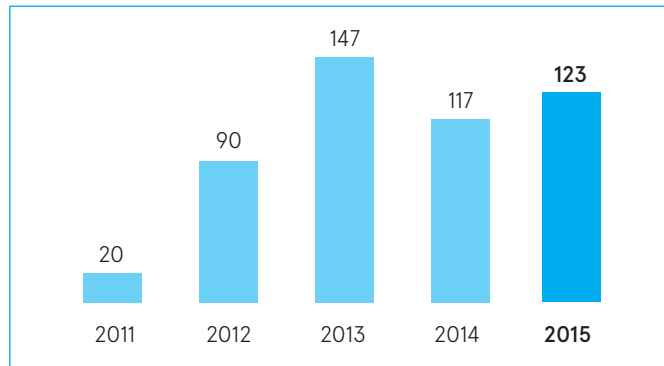
Gráfico 42. Beneficiarios de visitas guiadas según mes – 2015

38 Promedio mensual



12. PROGRAMACIÓN COMERCIAL

Gráfico 43. Actividades de programación comercial según año. Periodo 2011 – 2015

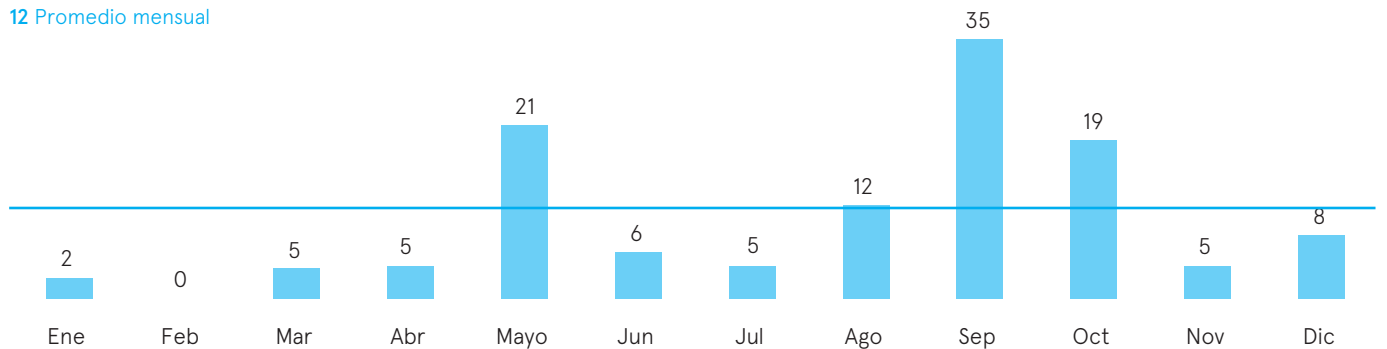


Durante el año 2015, se realizaron 123 actividades de programación comercial, consistentes en arriendos de distintos espacios de GAM. En relación al año 2014, se observa un incremento del 5.1% en este tipo de actividades.

Al analizar los datos a lo largo del año, es posible establecer un promedio mensual de 12 actividades o arriendos de programación comercial.

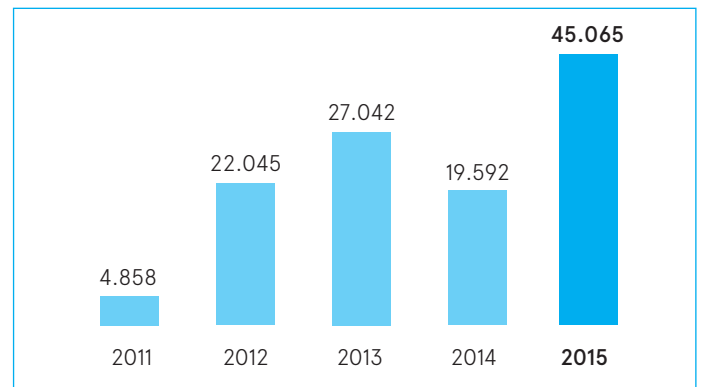
Gráfico 44. Actividades de programación comercial según mes – 2015

12 Promedio mensual

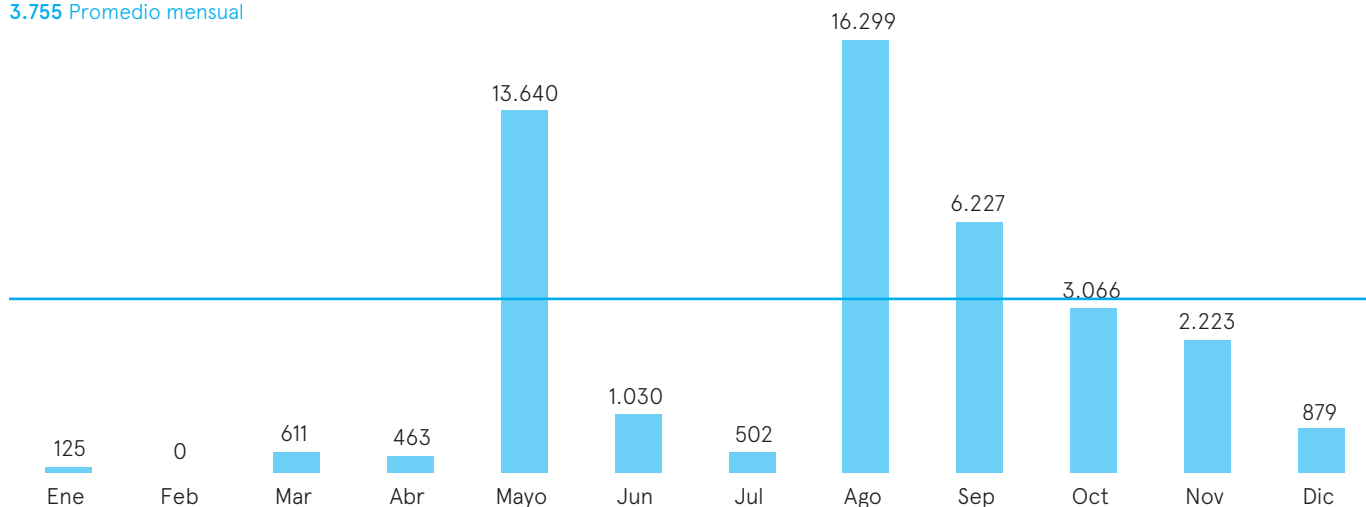


81

Gráfico 45. Público de las actividades de programación comercial según año. Periodo 2011 – 2015



A dichas actividades asistió un público total de 45.065 personas, cifra superior en más de un 100% respecto del año anterior.

Gráfico 46. Público de las actividades de programación comercial según mes – 2015**3.755 Promedio mensual**

Al observar las cifras de público según mes, se puede determinar un promedio de 3.755 asistentes mensuales a actividades de la programación comercial.

A continuación se detallan las actividades del área de programación comercial según tipo, fecha, n° de sesiones y público:

Tabla 19. Arriendos de espacios según tipo, fecha, n° de sesiones y público – 2015

Tipo	Nombre actividad	Fecha	N° Sesiones	Público
Taller	FUNDACIÓN TELETÓN - Taller de pintura para niños	Ene	1	60
Conferencia	AGUAS ANDINAS. Seminario Emergencias	Ene	1	65
Conferencia	COOPEUCH, Charla de Líderes	Mar	1	36
Conferencia	INDAP-ODEPA Seminario La Agricultura Familiar Campesina	Mar	1	280
Conferencia	FONASA Cuenta Pública 2014	Mar	1	165
Reunión	Reunión de apoderados de Escuela de Ballet Teatro Municipal	Mar	1	100
Taller	CORFO Taller de Laboratorio de Gobierno	Mar	1	30
Encuentro	PROCHILE - Encuentro APEC	Abr	1	135
Presentación	MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL - Presentación del Ministro	Abr	1	76
Recepción	ENERSIS - Recepción de ejecutivos italianos	Abr	1	15
Jornada	EL MERCURIO - Jornada de encuentros El Mercurio de innovación y emprendimiento	Abr	1	187
Reunión	CNCA - Reunión Comité técnico de Estadísticas Culturales	Abr	1	50
Exposición	TOOLKIT SAMSUNG - Expo Viralistas	May	10	11947
Otro	MINISTERIO DEL INTERIOR - Subsecretaría del Delito	May	2	556
Otro	Comisión Nacional de Acreditación - Cuenta Pública	May	1	212
Taller	BANCO SANTANDER - Talleres de motivación	May	2	54
Asamblea	ASILFA - XXXVI Asamblea y Foro ALIFAR 2015	May	1	146
Otro	SUBSECRETARÍA DE TURISMO - Programa Estratégico nacional de Turismo	May	1	75
Lanzamiento	TELETÓN - Lanzamiento INNOVATÓN a participantes	May	1	356
Campeonato	HASBRO- Campeonato de MONOPOLY	May	1	200
Seminario	AMARC - Seminario de Radios comunitarias	May	2	94
Otro	INSTITUTO DE BELLEZA INTEGRAL BIP - Ceremonia de titulación	Jun	1	220
Lanzamiento	MINISTERIO DE SALUD - Lanzamiento de campaña	Jun	1	233
Otro	ALEJANDRA WOOD - Visita alumnos Magíster Gestión Cultural U. de Chile	Jun	1	35
Taller	INTENDENCIA RM ASUNTOS INTERNACIONALES - Taller Resiliencia en la Ciudad	Jun	2	312

Tabla 19. Arriendos de espacios según tipo, fecha, n° de sesiones y público – 2015 (Continuación)

Conferencia	MINISTERIO DE EDUCACIÓN – Seminario de Educación 2015	Jun	1	230
Concierto	MARVEERCOM – Punahue Sinfónico	Jul	1	13
Seminario	MINISTERIO DE ECONOMÍA. SUBSECRETARÍA DE TURISMO – Diálogo en productividad en turismo	Jul	1	92
Lanzamiento	TELETÓN- Lanzamiento INNOVATÓN a prensa y trabajo de grupos	Jul	1	180
Función	ALTO NIVEL. HONEY WELL CHILE – Variette de DIMINUTO CIRCUS	Jul	1	149
Charla	CODELCO – Coloquio Manuel Antonio Garretón	Jul	1	68
Coloquio	CODELCO – Coloquio	Ago	1	61
Otro	CODELCO – Celebración día del minero	Ago	2	290
Seminario	CORPORACIÓN VERTEBRAL – Seminario	Ago	1	258
Otro	COMISIÓN NACIONAL DE ACREDITACIÓN – Elecciones representantes estudiantiles	Ago	1	40
Seminario	AUTOPISTA CENTRAL –Seminario 10 años de Autopista Central	Ago	1	150
Taller	BANCO SANTANDER – Taller de motivación lectora y manualidades	Ago	1	29
Exposición	KRANEO S.A – Art Stgo 2015	Ago	2	15104
Conversatorio	Conversatorio sobre curaduría y crítica de arte contemporáneo	Ago	1	43
Conversatorio	Conversatorio “La cadena de valor en el trabajo del artista”	Ago	1	59
Lanzamiento	SERVICIO CIVIL – Lanzamiento concurso DESAFÍO INNOVATÓN 2015	Ago	1	265
Otro	MEDIASTREAM – Actividad interna	Sep	1	19
Seminario	EL MERCURIO – Seminario La mujer en la patalla	Sep	1	130
Seminario	CENTRO DE INVESTIGACIONES DE DESASTRES NATURALES – Conferencia de investigación CIGIDEN	Sep	1	146
Otro	MINSEGRES UNIDAD DE MODERNIZACIÓN – AbreLatam /Condatos	Sep	27	2744
Otro	MINISTERIO DE AGRICULTURA – Facilitating Trade Updates on Food	Sep	3	188
Otro	KRÁNEO – Entrega Kits corrida Global Energy Race Ideal	Sep	2	3000
Conferencia	INDUSTRIALES GRÁFICOS A.G ASIMPRES – Ciclo de Innovación	Oct	2	137
Conferencia	MINISTERIO DE AGRICULTURA – APEC III Proyecto	Oct	3	176
Seminario	ESTUDIO JURÍDICO CUBILLOS EVANS ABOGADOS – Seminario Asociatividad en comunidades: un paso adelante	Oct	2	398
Seminario	UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO – 3era Conferencia Internacional de Cultura Científica	Oct	3	862
Conferencia	MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE/ GEF /PNUD – Proyecto GEF SNAP PNUD	Oct	1	378
Seminario	FUNDACIÓN EDUCACIONAL OPORTUNIDAD – Seminario educacional 2015	Oct	1	225
Función	YANKOVIC DISEÑO Y PRODUCCIÓN – Función cerrada El amor de Fedra	Oct	1	150
Premiación	LUANDA PRODUCCIONES – Premio estrellas de servicio Banco Santander	Oct	1	197
Seminario	PROCHILE – Seminario de sustentabilidad	Oct	2	292
Seminario	MINISTERIO DE AGRICULTURA – Coordinated reserach iniciativew for the implementation...	Oct	3	251
Seminario	SIGGRAPH – Seminario 2015	Nov	2	1530
Foro	MEDIASTREAM – Foro Latino Foto Festival 2015	Nov	1	208
Premiación	TELETÓN – Premiación Innovatón	Nov	1	300
Lanzamiento	UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE – Lanzamiento Programa from Lab to Market 2015	Nov	1	185
Seminario	FUNDACIÓN SARA RAIDER DE RASSMUSS –Seminario de psicología positiva	Dic	1	59
Premiación	BANCO ESTADO – Premiación Micro empresarios 2015	Dic	1	252
Premiación	SECOM MINSEGOB – Presentación Constitucionario	Dic	1	170
Otro	MINISTERIO DE DEFENSA – Jornada de capacitación funcionarios	Dic	1	67
Otro	MINSEGPRES – Consejo participativo	Dic	3	75
Conferencia	CITYLAB 2015- City Lab 2015	Dic	1	256
Total			123	45065

13. ACTIVIDADES EN TIENDAS

a) PUMA LAB

Durante el año 2015 se realizaron en PumaLAB 17 actividades con público de acceso gratuito, entre las que se cuentan presentaciones musicales, talleres, premiaciones, lanzamientos de libros e inauguraciones de exposiciones.

En detalle, a lo largo del año es posible establecer un promedio de 1,4 actividades mensuales en el espacio de un total de 3.590 han participado de estas actividades, cifra inferior a la alcanzada el año 2014 a pesar de la disminución en el número de actividades.

Gráfico 47. Actividades en PumaLAB según año. Período 2011 – 2015

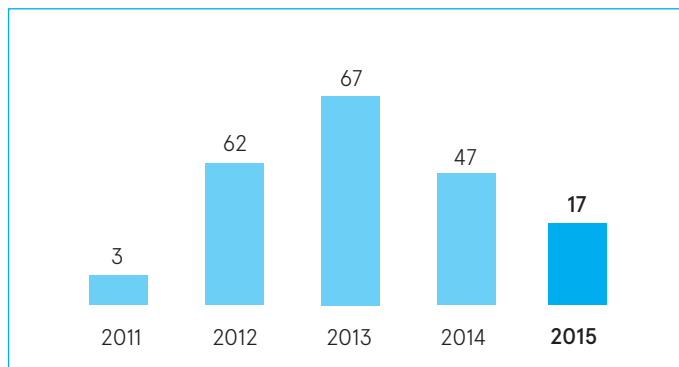
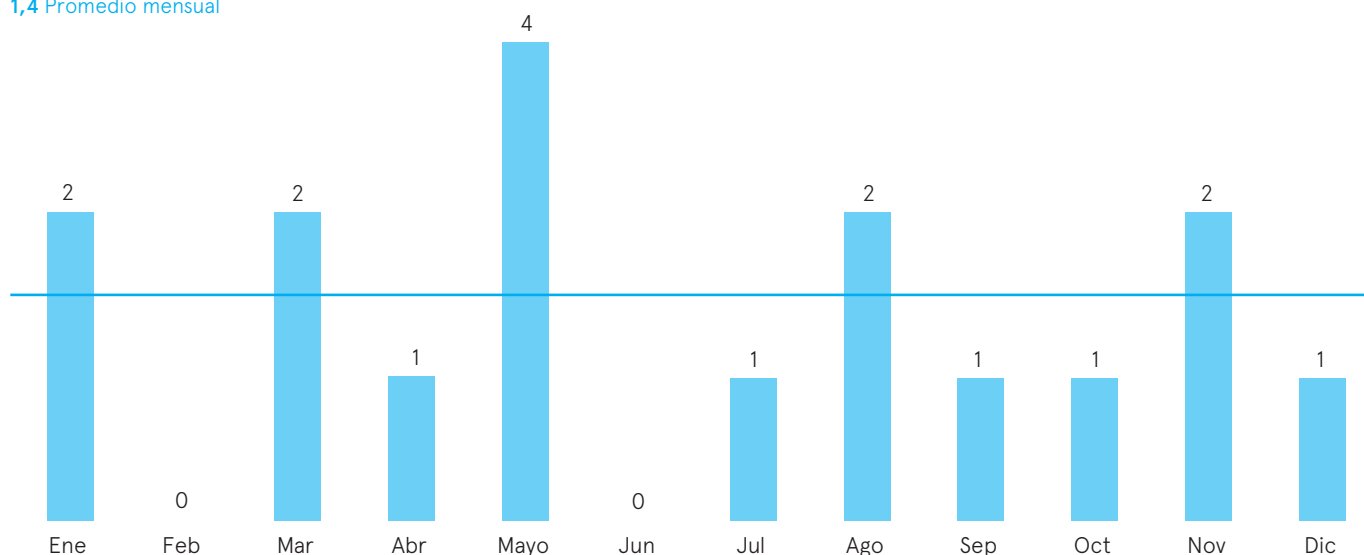


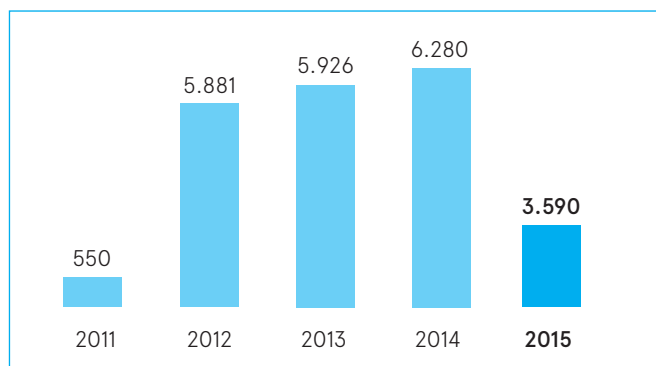
Gráfico 48. Actividades en PumaLAB según mes – 2015

1,4 Promedio mensual



84

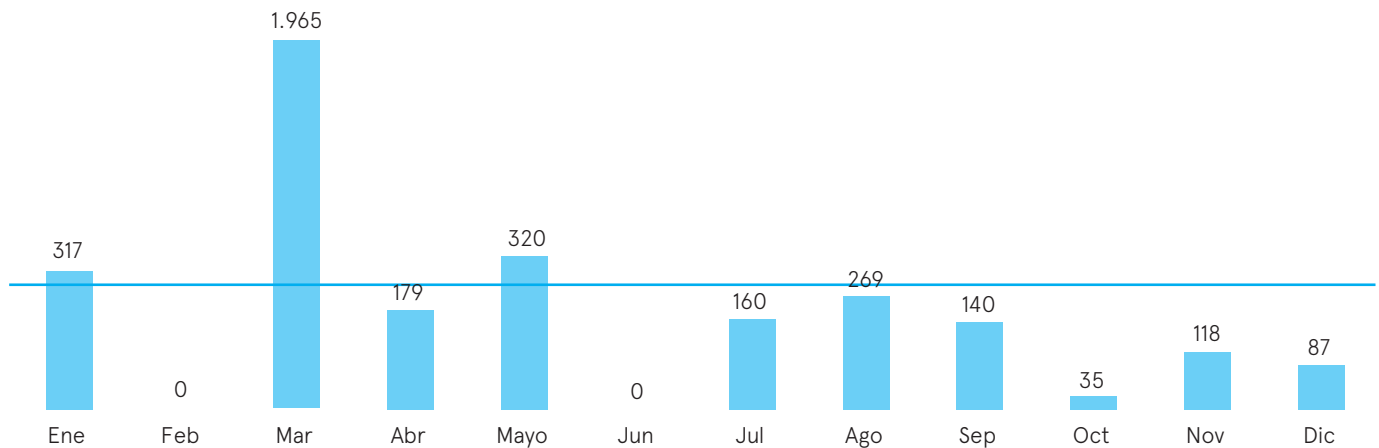
Gráfico 49. Público de las actividades en PumaLAB según año. Período 2011 – 2015



En detalle, a lo largo del año es posible establecer un promedio de 1,4 actividades mensuales en el espacio de un total de 3.590 han participado de estas actividades, cifra inferior a la alcanzada el año 2014 a pesar de la disminución en el número de actividades.

Gráfico 50. Público de las actividades en PumaLAB según mes – 2015

299 Promedio mensual



Al analizar las cifras a lo largo del año, es posible establecer un promedio mensual de 299 asistentes a las actividades en PumaLAB.

A continuación se detallan las actividades realizadas en PumaLAB según mes, n° de sesiones y público:

Tabla 20. Actividades en PumaLAB según mes, n° de sesiones y público – 2015

Actividad	Mes	N° de sesiones	Público
Cómo asesinar a Felipes	Ene	1	98
Inauguración Puma Canvas, Paula Garrido	Ene	1	219
Tercer Aniversario Puma Lab	Mar	1	1800
Inauguración Puma Canvas	Mar	1	165
Acústivo Banda	May	1	58
Lanzamiento video MOVIMIENTO ORIGINAL	May	1	37
Lanzamiento WEB SNEAKERS.CL	May	1	35
Ciclo Encuentros Web MUTIS	May	1	190
Lanzamiento Línea ALIFE	Abr	1	179
Workshop "SOUNDSYSTEM" por ROOTZ HI FI	Jul	1	160
Ciclo de Encuentros 2015 por DREAD MAR	Ago	1	180
Inauguración PUMACANVAS	Ago	1	89
Lanzamiento Expo PLOP	Sep	1	140
Conversatorio LEE PERRY	Oct	1	35
TRINOMIC SESSION con Matías Bize y Fucho Cornejo	Nov	1	35
Charla Alberto Montt con Liniers	Nov	1	83
Concierto GREEN VALLEY	Dic	1	87
Total		17	3.590

b) LEA+

Durante este año, se realizaron 29 actividades en la Librería Lea+, las cuales corresponden mayoritariamente a lanzamientos de libros, y sesiones de conversación con escritores.

Al detallar el número de actividades según mes, se puede establecer un promedio mensual de 2,4 actividades.

Gráfico 51. Actividades en librería Lea+ según año. Período 2012 – 2015

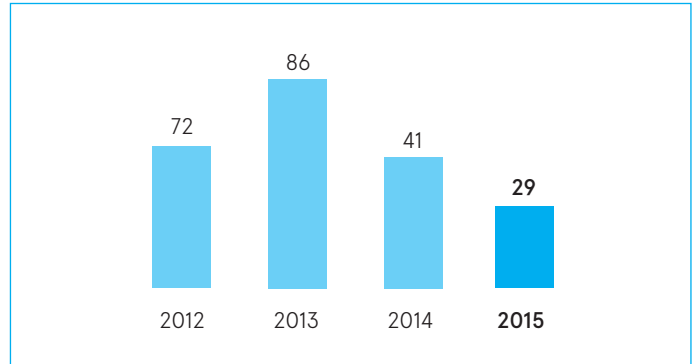


Gráfico 52. Actividades en librería Lea+ según mes – 2015

2,4 Promedio mensual

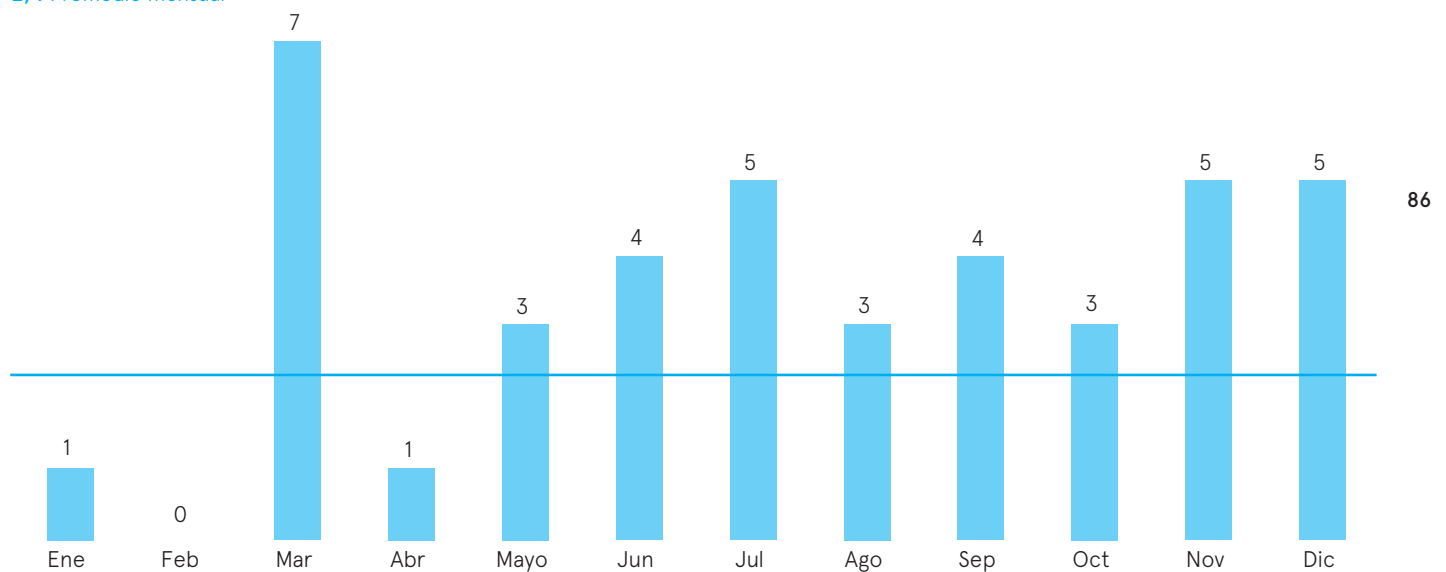
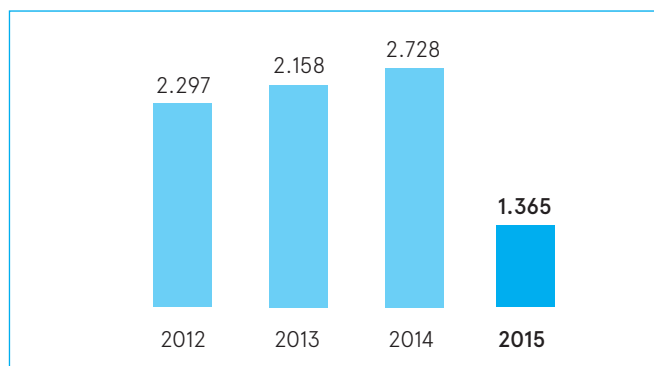


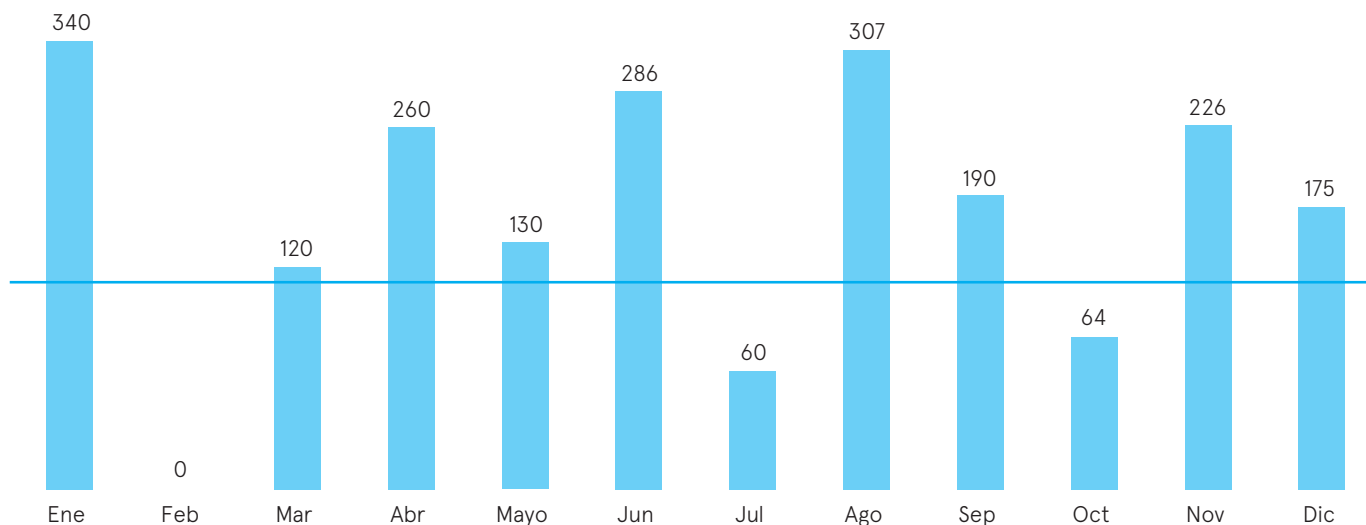
Gráfico 53. Público de las actividades en Librería Lea+ según año. Período 2012 – 2015



Participaron de dichas actividades un total de 1.365 asistentes, cifra inferior a la registrada el año 2014.

Gráfico 54. Actividades en librería Lea+ según mes – 2015

114 Promedio mensual



Al observar el público participante según mes, se puede establecer un promedio mensual de 114 personas⁵.

A continuación se detallan las actividades realizadas en Lea+ según mes, n° de sesiones y público:

Actividad	Mes	N° de sesiones	Público
Presentación libro brasileiro, Ed. Ocho Libros	Ene	1	120
Lanzamiento Libro MI HERMANO TIENE AUTO PROPIO de Vesna Sekulovic	Jun	1	70
Lanzamiento libro "Consignas" de Oscar Cabezas y Miguel Valderrama	Jun	1	50
Lanzamiento libro "El genio de la casa" de Álvaro Inostroza	Jun	1	35
Jornada de bibliotecarios	Jul	1	50
Concierto Merengano	Jul	1	15
Cuenta cuentos: Cuéntame un cuento de invierno	Jul	2	70
Lanzamiento Libro "Los 7 jinetes del apocalipsis alimentario" de Alfredo Bowen	Jul	1	70
Lanzamiento Libro "Nazis en Chiloé" de Miguel Vera	Jul	1	55
Lanzamiento libro SIN RETORNO: VARIACIONES SOBRE ARCHIVO Y NARATIVA de Raúl Rodríguez	Ago	1	50
Lanzamiento libro EL DISCO DE NEWTON de Marcelo Simonetti	Ago	1	50
Lanzamiento libro PATAGONIA DESIERTO DE AGUA de Pablo Chiuminatto y Rodrigo del Río	Ago	1	50
Presentación de la editorial española Libros de la resistencia	Ago	1	10
Lanzamiento libro Fritz Pears en Berlín	Ago	1	50
Lanzamiento libro TRIAGE de Patricio Alvarado	Sep	1	50
Presentación libros del artistas visual Guillermo Núñez	Sep	1	50
Presentación del libro MARGARITA	Sep	1	60
Lanzamiento libro TRAICIONES DE WALTER BENJAMIN de Miguel Valderrama	Oct	1	30
Lanzamiento libro CUESTA ARRIBA, CUESTA debajo de Pablo Mackenna	Oct	1	60
Lanzamiento libro IMAGEN, CUERPO de Alejandra Castillo	Oct	1	30
Lanzamiento del libro GRAMSCI EN LAS ORILLAS de Editorial La Cebra	Nov	1	50
Lanzamiento del libro NO TE AMA de Camila Gutierrez	Nov	1	150
Lanzamiento del libro CARNE Y CUERPO de Ocho Libros Editores	Nov	1	30
Lanzamiento libro DEMONIOS VAGOS de Diego Muñoz	Dic	1	40
Lanzamiento libro PAIMURI COCINA de Ocho Libros Editores	Dic	1	50
Lanzamiento libro EL MARTIRIO de Anibal Ricci	Dic	1	40
Lanzamiento libro de Enrique Gomariz	Dic	1	50
Actividad venta navideña	Dic	1	30
Total		29	1465

5. Además de las actividades para los espacios de PUMA LAB y Librería Lea + que se detallan en este apartado, se deben agregar las actividades realizadas en Gabriela Restaurante y BBVinos, que corresponden a arriendos gestionados por el espacio. Desde enero a diciembre de este año se realizaron 15 actividades en las que participaron 837 asistentes en Gabriela Restaurante, y 3 actividades en las que participaron 45 asistentes en BBVinos.

SISTEMAS DE CONTEO

A continuación se detallan los sistemas de conteo de público utilizados en cada una de las categorías de actividades:

1. Visitas al edificio: Sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámaras IP, las que se encuentran instaladas en los accesos de Plaza Central y Plaza Poniente, generando información en línea para la Unidad de Estudios. El sistema es provisto por una empresa especializada en este tipo de tecnología.

A este sistema automatizado se agrega el conteo manual realizado por personal de seguridad en los accesos de Plaza Oriente y Plaza Assler, el que es registrado en planilla Excel y compartido con la Unidad de Estudios.

Para establecer el número diario total de visitas al edificio, se suman los registros generados en los cuatro accesos antes mencionados y se descuenta el promedio diario de ingresos del personal GAM.

2. Programación de artes escénicas en salas: Sistema de validación de tickets a través de máquinas PDA utilizadas por los asistentes de sala en el ingreso a cada función. A partir de la validación se generan de manera automática informes en línea a los que tiene acceso la Unidad de Estudios. Dichos informes detallan el número de tickets por obra, por función y por tipo de ticket, lo que permite establecer el conteo. Esta tecnología es provista por la empresa de venta de tickets asociada a GAM.

3. Programación de artes escénicas en espacios abiertos: Sistema de validación de tickets a través de máquinas PDA para el caso de programación de acceso pagado, y conteo manual realizado por el personal de producción a cargo en el caso de programación de acceso gratuito, el que es registrado en planilla Excel y es compartido con la Unidad de Estudios.

4. Programación audiovisual: Al igual que la programación de artes escénicas en salas, el conteo se realiza a través del sistema validación de tickets a través de máquinas PDA.

5. Sala de Artes Visuales: Al igual que en las visitas al edificio, se utiliza el sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámara IP en el acceso a la sala. De la cifra total registrada a través de este sistema, se descuenta el promedio de ingresos diarios correspondientes al personal GAM.

6. Sala de Arte Popular: También considera sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámara IP en el acceso a la sala. De la cifra total registrada a través de este sistema, se descuenta el promedio de ingresos diarios correspondientes al personal GAM.

7. Exposiciones en espacios abiertos: Conteo manual realizado por el personal GAM a cargo, el que es registrado en planilla Excel y compartido con la Unidad de Estudios, y sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámara IP, dependiendo el lugar de la exposición.

8. BiblioGAM: Sistema Microsoft Access utilizado por el personal del mesón de consultas para registrar cada ingreso e identificar el género y grupo etario de los usuarios. A partir de este sistema se generan informes que son compartidos con la Unidad de Estudios, y de los que se desprende el conteo.

9. Otras actividades de programación artística: Conteo manual realizado por el personal de producción a cargo, el que es registrado en planilla Excel y compartido con la Unidad de Estudios.

10. Actividades de formación de audiencias: Registros de asistencia e identificación de beneficiarios que participan de cada actividad, los que son generados por los distintos equipos del Área de Audiencias. Estos registros son compartidos con la Unidad de Estudios y es posible desprender el conteo desde ellos.

11. Visitas guiadas: Conteo manual realizado por el personal de Mediación o de Públicos, el que es registrado en planilla Excel y compartido con la Unidad de Estudios.

12. Programación comercial: Conteo manual realizado por el personal de producción a cargo, registrado en planilla Excel por la coordinación de gestión comercial y compartida con la Unidad de Estudios.

13. Actividades en tiendas: Conteo manual realizado por el personal de las tiendas, registrado en planilla Excel por la coordinación de gestión comercial y compartida con la Unidad de Estudios.

Encuesta de Caracterización de Público GAM 2015

Unidad de Estudios **GAM**



Metodología

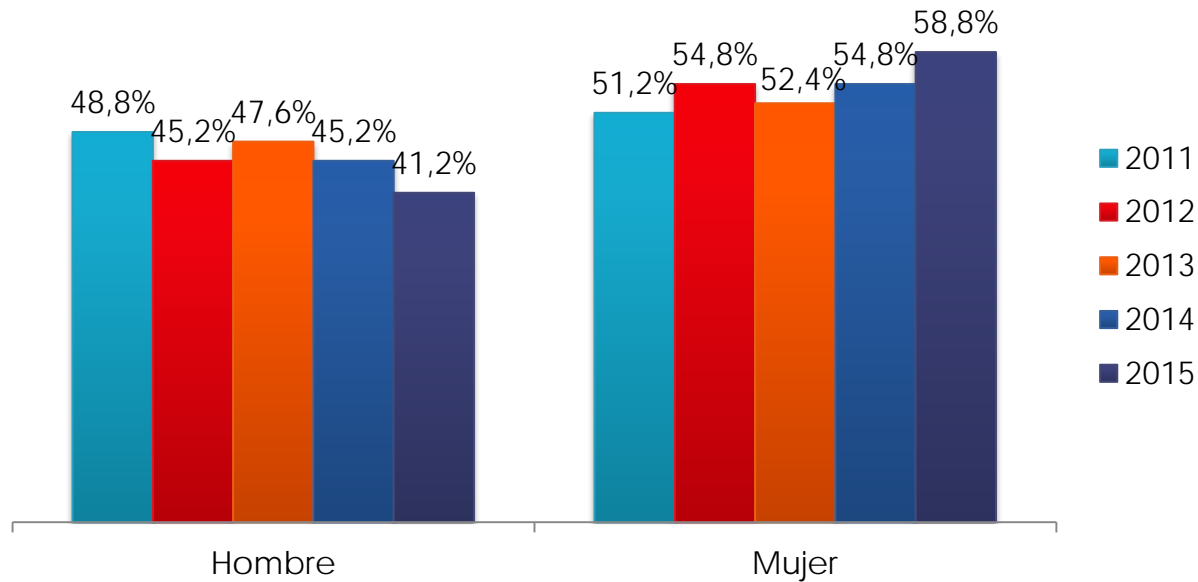
- Muestreo estratificado
- 1.309 casos

Espacios	N° de casos
Funciones de Teatro	127
Funciones de Danza	53
Funciones de Música	64
Sala de Artes Visuales	359
Sala de Arte Popular	223
BiblioGAM	104
Actividades del Área de Audiencias	151
Comunidades en Plazas	58
Puma Lab	49
Café	56
Restaurante	65

- Trabajo en terreno: mayo y junio de 2015

Caracterización sociodemográfica

Si bien siempre ha existido una mayor proporción de público femenino en GAM, este año la brecha entre géneros se incrementa: un 58,8% corresponde a mujeres y un 41,2% a hombres.





Género según espacio

- En funciones de **Música**, Sala de **Artes Visuales**, actividades de **Audiencias** y **Puma Lab**, los resultados son similares a la tendencia general, donde el público se distribuye entre un 58,8% de mujeres y un 41,2% de hombres.
- En **Teatro**, **Danza**, **Plazas**, **Café** y **Restaurante**, existe una brecha aún mayor a favor de las mujeres, quienes constituyen alrededor del 70,0% del público.
- En la Sala de **Arte Popular** y en **BiblioGAM**, hombres y mujeres se distribuyen de manera más equitativa.

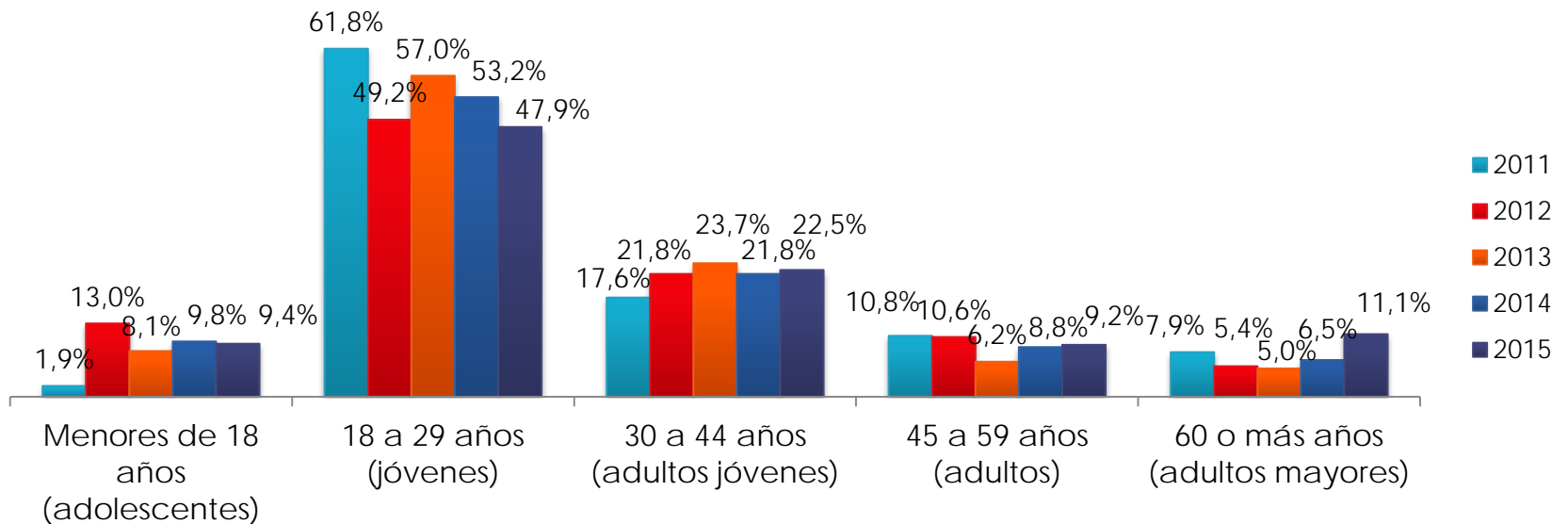
Género	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Hombre	29,9%	35,8%	43,8%	45,1%	47,5%	51,9%	40,4%	22,4%	42,9%	30,9%	30,8%	41,2%
Mujer	70,1%	64,2%	56,3%	54,9%	52,5%	48,1%	59,6%	77,6%	57,1%	69,2%	69,2%	58,8%



Edad en tramos

Al observar la variable edad según tramos, el segmento de mayor presencia - al igual que en años anteriores - es el de jóvenes (18 a 29 años) con un 47,9%, seguido por el de adultos jóvenes (30 a 44 años) con un 22,5%.

El segmento de adultos mayores (60 o más años) experimenta un leve incremento respecto a años anteriores, representando al 11,1% de los visitantes.





Edad en tramos según espacio

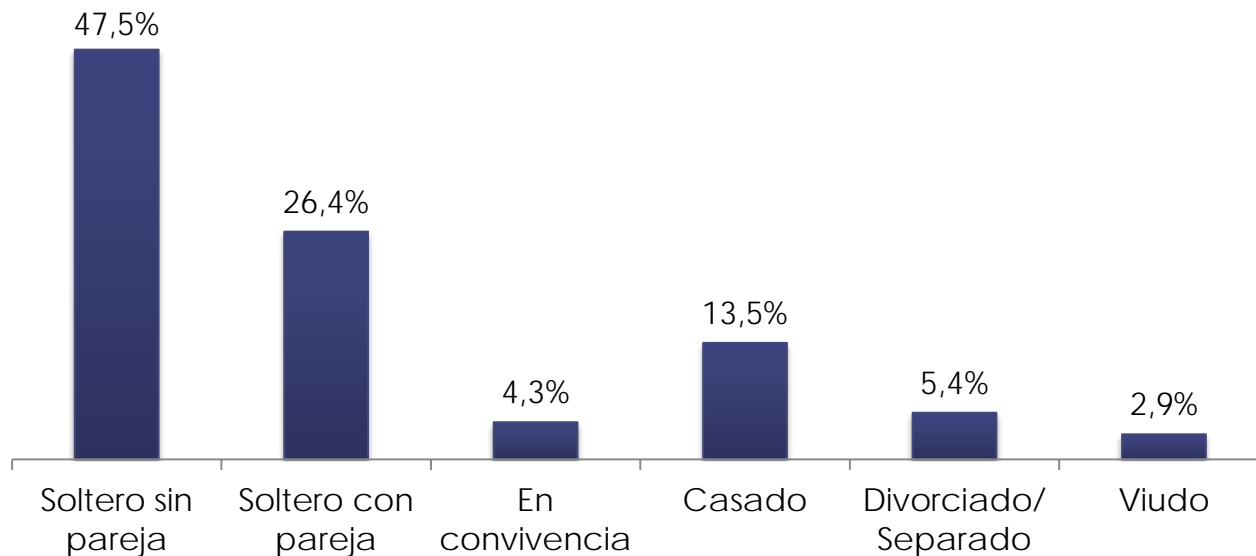
- El espacio del **Café** es el que más se ajusta a la tendencia general, con una mayor proporción de jóvenes seguida de adultos jóvenes.
- En **Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM y Puma Lab**, la proporción de jóvenes es aún mayor, siendo entre un 54% y un 70% el público que se concentra en dicha categoría.
- En las funciones de **Teatro**, el mayor porcentaje se reparte de manera similar en los tramos joven y adulto joven.
- El público de las actividades de **Audiencias**, en cambio, se caracteriza por una mayor concentración en el tramo adulto mayor (50,7%), seguido por el de adolescentes (32,4%); lo que se explica por el trabajo focalizado que se realiza con estos segmentos.
- En el caso de las comunidades que utilizan las **Plazas GAM**, la mayoría corresponde a adolescentes seguido de jóvenes.
- Finalmente, en el **Restaurante**, sobre el 60% del público se concentra en el tramo adulto joven.

Edad	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Menores 18 años (adolescentes)	4,8%	1,9%	0,0%	3,4%	5,9%	1,0%	32,4%	55,2%	16,3%	1,8%	0,0%	9,4%
18-29 años (jóvenes)	36,5%	62,3%	56,3%	59,8%	54,1%	65,3%	8,1%	41,4%	69,4%	46,4%	17,2%	47,9%
30-44 años (adultos jóvenes)	33,3%	17,0%	25,0%	21,5%	24,3%	19,8%	4,7%	3,4%	12,2%	35,7%	60,9%	22,5%
45-59 años (adultos)	13,5%	9,4%	9,4%	11,2%	11,7%	5,0%	4,1%	0,0%	2,0%	5,4%	15,6%	9,2%
60 o más años (adultos mayores)	11,9%	9,4%	9,4%	4,2%	4,1%	8,9%	50,7%	0,0%	0,0%	10,7%	6,3%	11,1%



Estado civil

Respecto al estado civil, predominan los solteros sin pareja, con un 47,5% de representación, seguidos de los solteros con pareja, que concentran al 26,4% de los visitantes. Con una cifra bastante menor, en tercer lugar se sitúan los casados, que representan al 13,5%.





Estado civil según espacio

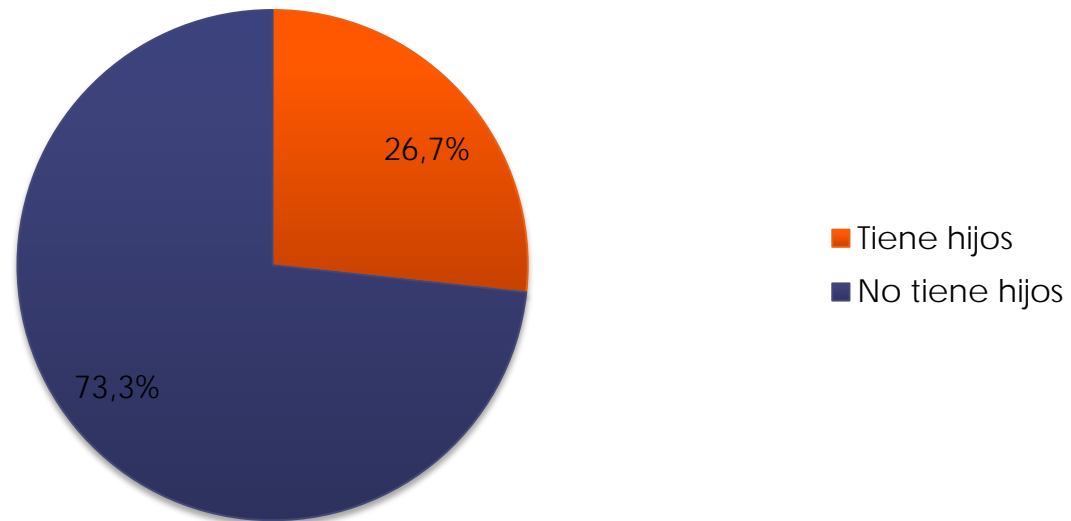
- En **Teatro**, **Música**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, **BiblioGAM** y **Café**, la composición del público según estado civil, se ajusta a la tendencia general, con un público en primer lugar soltero sin pareja y luego soltero con pareja.
- Las comunidades en **Plazas** poseen un porcentaje mucho mayor de solteros sin pareja, los que sobrepasan el 80%.
- En **Danza**, ambas categorías – soltero con o sin pareja – predominan por igual.
- En **Puma Lab** adquiere mayor relevancia el público soltero con pareja y en segundo lugar el soltero sin pareja.
- En las actividades de **Audiencias**, si bien también predominan los solteros sin pareja, es posible observar un porcentaje significativamente mayor de personas divorciadas/separadas y viudas (probablemente porque en estas actividades el 50% es adulto mayor).
- En el **Restaurante**, finalmente, la mayor proporción del público corresponde a los casados, seguidos por los solteros en pareja y luego los solteros sin pareja.

Estado civil	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Soltero sin pareja	40,2%	37,7%	56,3%	48,7%	50,5%	52,0%	42,0%	81,0%	40,8%	46,4%	26,2%	47,5%
Soltero con pareja	25,2%	37,7%	23,4%	30,1%	25,7%	27,5%	10,0%	15,5%	53,1%	26,8%	29,2%	26,4%
Convivencia	5,5%	1,9%	4,7%	5,6%	6,3%	3,9%	1,3%	3,4%	0,0%	1,8%	3,1%	4,3%
Casado	21,3%	11,3%	9,4%	11,4%	12,2%	6,9%	16,7%	0,0%	6,1%	17,9%	36,9%	13,5%
Divorciado/ Separado	4,7%	3,8%	1,6%	3,1%	4,1%	6,9%	18,7%	0,0%	0,0%	7,1%	4,6%	5,4%
Viudo	3,1%	7,5%	4,7%	1,1%	1,4%	2,9%	11,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%



Paternidad

Sólo un 26,7% de los visitantes GAM declara tener hijos, versus casi tres cuartos que declara lo contrario.





Paternidad según espacio

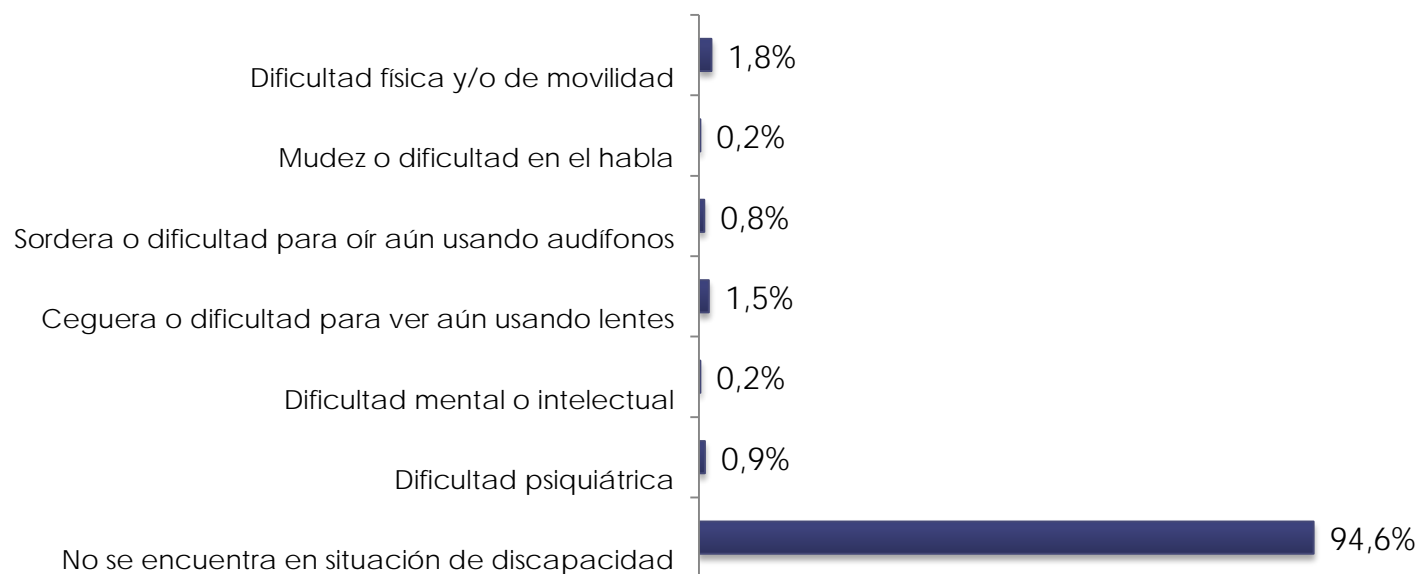
- Para todos los espacios, el porcentaje de quienes declaran no tener hijos es mayor al de quienes sí poseen hijos. Sin embargo, es posible establecer algunas distinciones.
- Hay casos donde casi la totalidad del público no posee hijos, como en **Plazas** (96,6%) y en **Puma Lab** (93,9%).
- En **Danza**, **Música**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, **BiblioGAM** y el **Café**, el público sin hijos fluctúa entre el 74,0% y el 82,4%.
- Y en **Teatro**, actividades de **Audiencias**, y **Restaurante**, si bien predominan quienes no tienen hijos, la brecha se acorta.

Paternidad	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Tiene hijos	40,9%	17,6%	20,3%	22,9%	26,0%	20,2%	44,7%	3,4%	6,1%	21,4%	44,6%	26,7%
No tiene hijos	59,1%	82,4%	79,7%	77,1%	74,0%	79,8%	55,3%	96,6%	93,9%	78,6%	55,4%	73,3%



Situación de discapacidad

En total, un 5,4% de los visitantes se encuentra en situación de discapacidad. Este porcentaje 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 mudez o dificultad en el habla (0,2%) junto con dificultad mental o intelectual (0,2%).





Situación de discapacidad según espacio

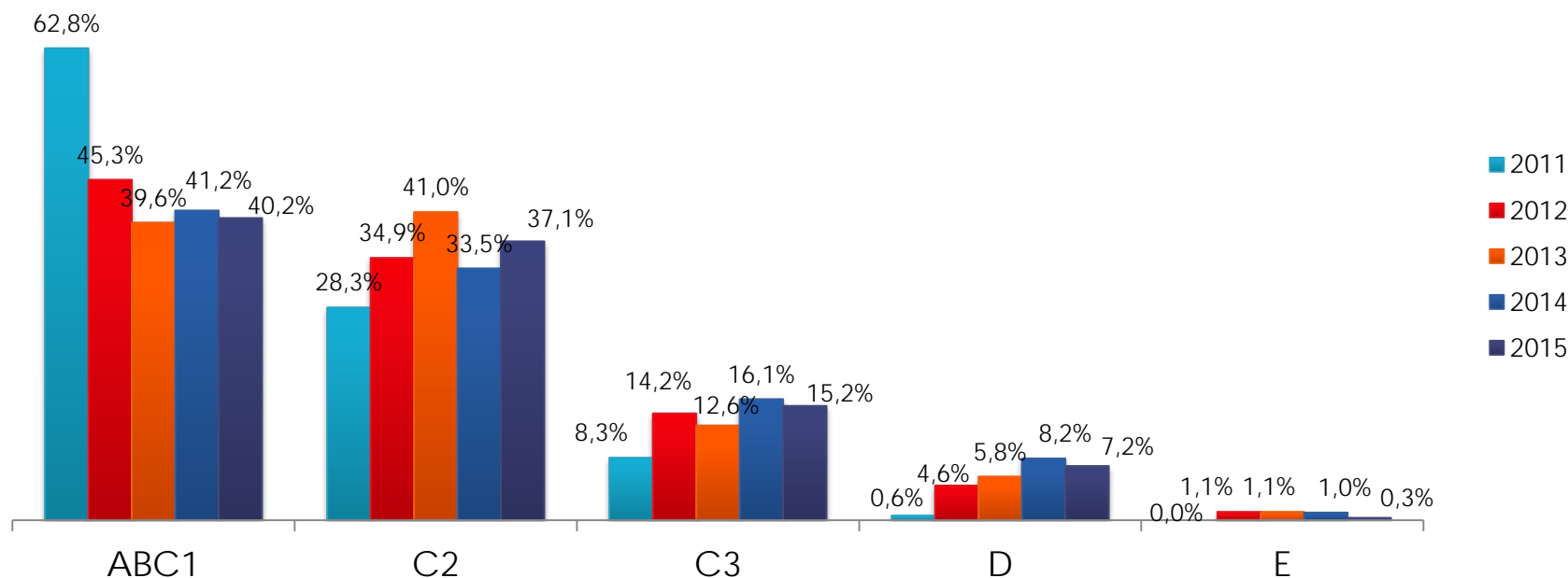
- El mayor porcentaje de personas en situación de discapacidad se concentra en las actividades de **Audiencias**. Corresponde a un 24,8% que se distribuye entre personas con ceguera (7,4%), personas con sordera (6,0%), personas con dificultad física o de movilidad (6,0%), personas con dificultad psiquiátrica (4,0%), y personas con dificultad mental o intelectual (1,3%). Estos resultados son consistente con el trabajo focalizado que se realiza con un segmento de personas en situación de discapacidad.
- En el resto de los espacios las personas en situación de discapacidad fluctúan entre el 0,9% y 8,9%.

Situación de discapacidad	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Dificultad física o de movilidad	0,8%	0,0%	1,6%	0,3%	1,4%	3,9%	6,0%	5,4%	0,0%	1,9%	0,0%	1,8%
Mudez o dificultad en el habla	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,2%
Sordera o dificultad para oír	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Ceguera o dificultad para ver	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	1,4%	2,0%	7,4%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
Dificultad mental o intelectual	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Dificultad psiquiátrica	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	2,0%	4,0%	1,8%	0,0%	3,7%	0,0%	0,9%
Sin situación de discapacidad	98,4%	98,1%	98,4%	99,1%	96,8%	91,2%	75,2%	91,1%	100,0%	94,4%	98,4%	94,6%

Nivel socioeconómico

A lo largo de los años se observa una diversificación del público desde la perspectiva socioeconómica. Así, el segmento ABC1 ha experimentado una importante disminución respecto a 2011, mientras que los grupos C2, C3 y D se han fortalecido.

En 2015, si bien el grupo que concentra el mayor porcentaje es el ABC1 (40,2%), le sigue de manera estrecha el C2 (37,1%).





Nivel socioeconómico según espacio

- En **Teatro**, Sala de **Artes Visuales** y el **Café**, los resultados se ajustan a la tendencia general, con una mayor proporción de público ABC1 seguido del segmento C2.
- En **Danza**, **Música**, Sala de **Arte Popular**, **BiblioGAM**, y **Puma Lab**, se invierte este orden, y el segmento C2 alcanza la mayor concentración de casos, seguido del ABC1.
- Tanto las actividades de **Audiencias** como las comunidades que ocupan las **Plazas**, destacan por presentar una mayor proporción relativa de público C3 y D, en comparación con el resto de los espacios.
- El **Restaurante**, por el contrario, es el espacio que más público ABC1 posee, constituyendo casi tres cuartos del total.

NSE	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
ABC1	48,7%	36,7%	36,7%	41,6%	33,5%	38,1%	32,0%	31,5%	30,4%	49,0%	74,6%	40,2%
C2	37,6%	42,9%	45,0%	38,5%	40,3%	40,5%	28,0%	27,8%	43,5%	37,3%	22,0%	37,1%
C3	10,3%	8,2%	13,3%	14,3%	16,5%	13,1%	28,8%	18,5%	23,9%	9,8%	1,7%	15,2%
D	3,4%	12,2%	5,0%	5,6%	8,3%	7,1%	11,2%	22,2%	2,2%	3,9%	1,7%	7,2%
E	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%

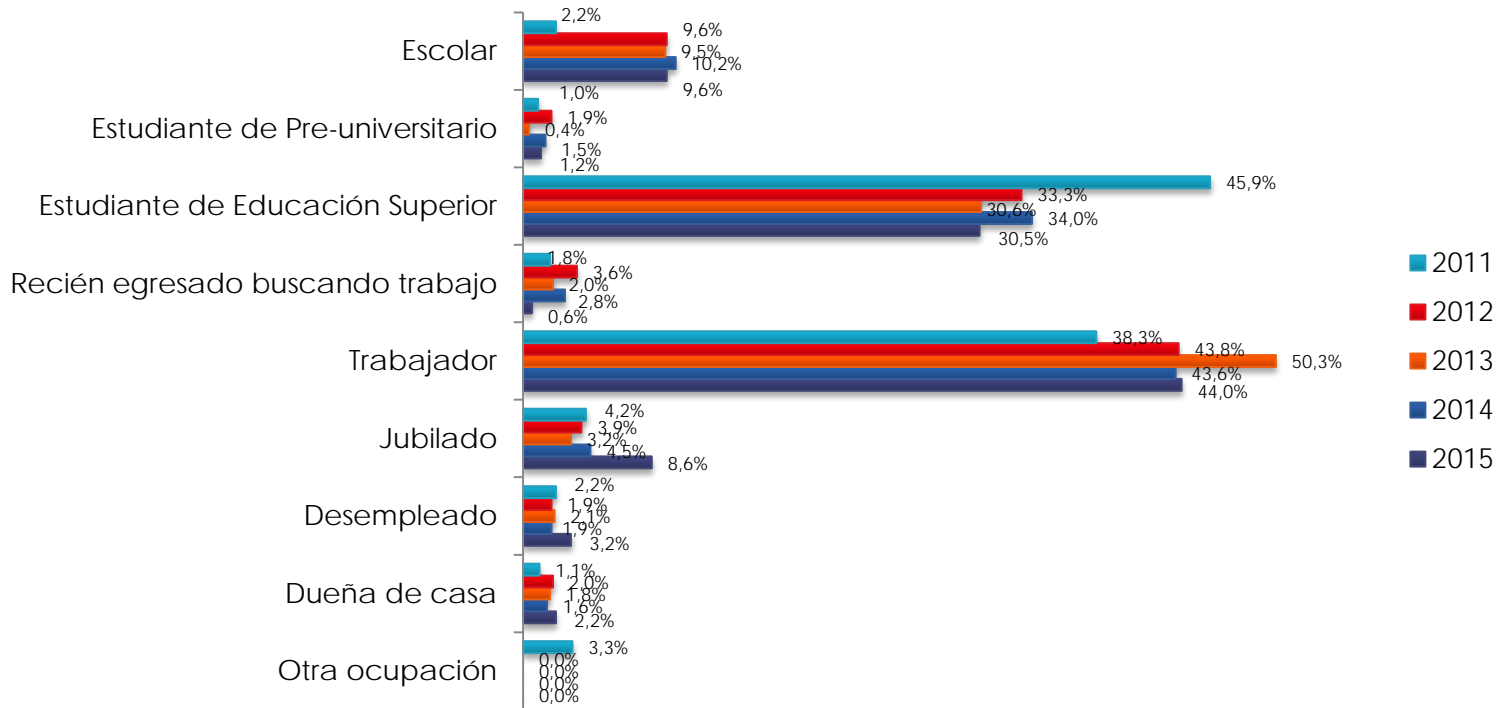


Ocupación

Respecto a la ocupación, la mayor proporción corresponde a trabajadores, con un 44,0%. Le siguen los estudiantes de educación superior que representan al 30,5%. En tercer lugar se encuentran los escolares, con un 9,6% de presencia.

Estas cifras son similares a las del año anterior, a excepción por el incremento que experimentan los jubilados, quienes se sitúan en cuarto lugar con un 8,6%.

En porcentajes marginales se encuentran representados los estudiantes de pre-universitario (1,2%), los recién egresados que buscan trabajo por primera vez (0,6%), los desempleados (3,2%) y las dueñas de casa (2,2%).





Ocupación según espacio

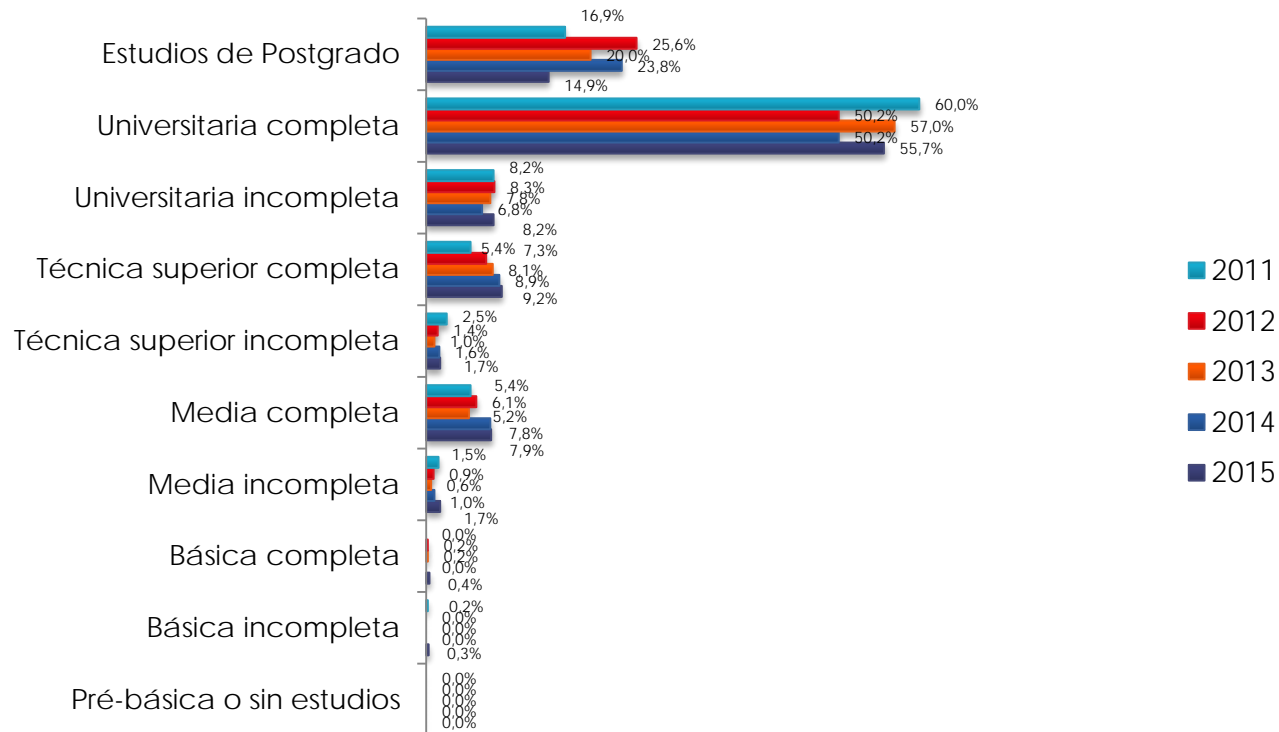
- **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular y Café**, son los espacios que más se ajustan a la tendencia general, con un público principalmente trabajador, y en segundo lugar, estudiante de educación superior.
- En **BiblioGAM** y **Puma Lab**, se invierte este orden y los estudiantes de educación superior superan a los trabajadores.
- Las actividades de **Audiencias** concentran en primer lugar a público jubilado y luego a escolares, dado el trabajo focalizado con los segmentos etarios afines.
- En **Plazas**, las comunidades están conformadas en primer lugar por escolares y luego por estudiantes de educación superior.
- Finalmente, el **Restaurante** posee un público casi exclusivamente trabajador, siendo marginal la representación del resto de las categorías.

Ocupación	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Escolar	4,7%	3,8%	0,0%	3,6%	5,8%	0,0%	33,3%	54,4%	18,8%	1,8%	0,0%	9,6%
Estudiante Pre-univ.	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	2,2%	1,0%	2,0%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Estudiante Educ. Sup.	27,6%	30,2%	37,5%	36,1%	36,3%	56,4%	2,7%	21,1%	39,6%	29,1%	3,2%	30,5%
Recién egresado	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	6,3%	1,8%	0,0%	0,6%
Trabajador	55,9%	58,5%	43,8%	51,0%	46,2%	32,7%	6,8%	19,3%	35,4%	49,1%	90,3%	44,0%
Jubilado	7,9%	5,7%	7,8%	2,5%	1,8%	6,9%	45,6%	0,0%	0,0%	7,3%	3,2%	8,6%
Desempleado	0,0%	1,9%	9,4%	4,5%	5,4%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	9,1%	1,6%	3,2%
Dueña de casa	3,9%	0,0%	1,6%	0,8%	2,2%	0,0%	8,8%	0,0%	0,0%	1,8%	1,6%	2,2%



Nivel educacional*

Se observa un alto nivel de instrucción en el público asistente: de manera similar a los años anteriores, el 70,6% de los encuestados posee al menos educación universitaria completa. Un 14,9% del total de casos posee, además, estudios de postgrado.



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



Nivel educacional según espacio*

- Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Café y Restaurante, se ajustan a la tendencia general.
- Las actividades de Audiencias, las Plazas y Puma Lab se apartan de esta tendencia al poseer un público que presenta mayor variedad en el máximo nivel educacional alcanzado.

Nivel educacional	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Postgrado	11,6%	5,7%	12,5%	14,2%	8,1%	23,3%	20,0%	9,1%	10,0%	23,7%	26,7%	14,9%
Universitaria completa	72,1%	85,7%	55,0%	55,5%	55,6%	53,5%	34,4%	27,3%	40,0%	60,5%	56,7%	55,7%
Universitaria incompleta	5,8%	2,9%	10,0%	11,8%	8,1%	7,0%	4,4%	0,0%	20,0%	2,6%	8,3%	8,2%
Técnica completa	8,1%	5,7%	5,0%	10,4%	12,9%	7,0%	6,7%	36,4%	10,0%	7,9%	5,0%	9,2%
Técnica incompleta	0,0%	0,0%	5,0%	0,5%	1,6%	0,0%	7,8%	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	1,7%
Media completa	2,3%	0,0%	10,0%	6,6%	10,5%	9,3%	16,7%	18,2%	15,0%	5,3%	1,7%	7,9%
Media incompleta	0,0%	0,0%	2,5%	0,9%	1,6%	0,0%	6,7%	9,1%	0,0%	0,0%	1,7%	1,7%
Básica completa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Básica incompleta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Pre-básica/ Sin estudios	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

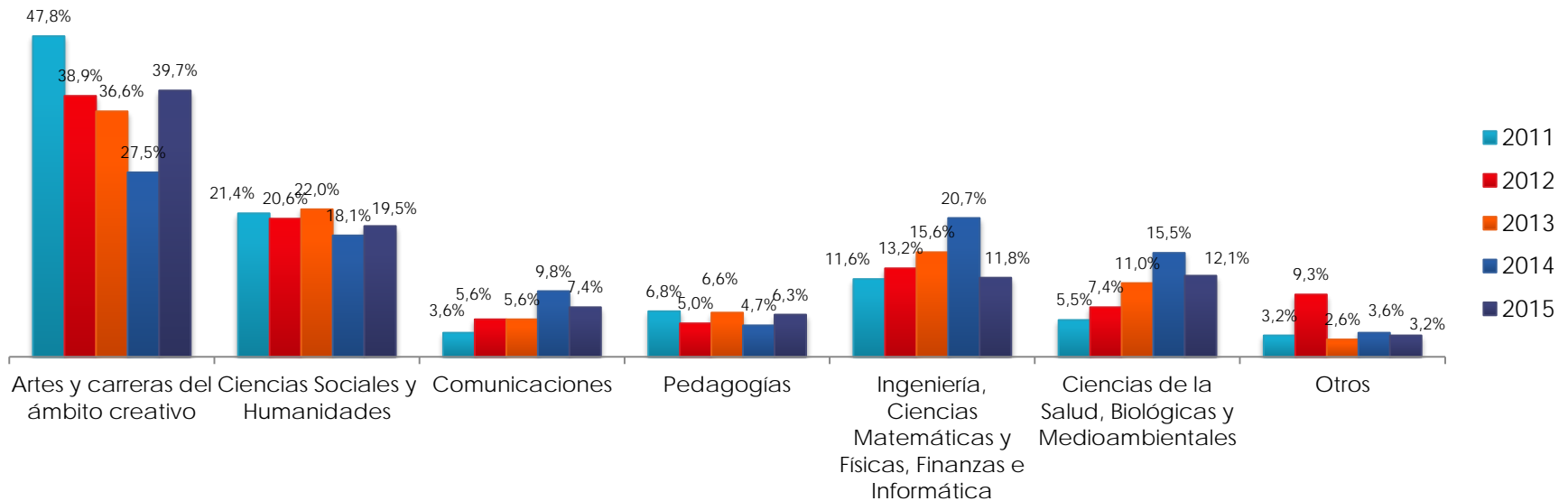
*Excluye a quienes en la actualidad son estudiantes (escolares, pre-universitario, educación superior)



Área de estudio de los universitarios

De los estudiantes de educación superior que visitan GAM, el mayor porcentaje pertenece al área de las Artes y de las carreras del ámbito creativo, con un 39,7%, aumentando su presencia respecto a los últimos tres años. Le siguen los estudiantes de las Ciencias Sociales y Humanidades, con un 19,5%, porcentaje similar al de años anteriores.

Las áreas de Comunicaciones (7,4%), Ingeniería, Ciencias Matemáticas y Físicas, Finanzas e Informática (11,8%) y Ciencias de la Salud, Biológicas y Medioambientales (12,1%), disminuyen su presencia en relación al año anterior, y la de Pedagogías se mantiene en niveles similares a períodos pasados (6,3%).





Área de estudio de los universitarios según espacio

- **Teatro**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, **BiblioGAM**, y **Café**, se ajustan a la tendencia general, con mayor concentración de estudiantes en las áreas de Artes y carreras del ámbito creativo seguido de Ciencias Sociales y Humanidades.
- En **Danza** la mayor proporción es de estudiantes de Artes y carreras del ámbito creativo, pero también son relevantes los porcentajes de estudiantes de Pedagogía y de las Ciencias de la Salud, Biológicas y medioambientales.
- En **Música** la mayoría de los estudiantes se distribuyen por igual en las áreas Artes y carreras del ámbito creativo, Ciencias Sociales y Humanidades, Comunicaciones y Pedagogías.
- En **Plazas**, el mayor porcentaje se concentra en estudiantes de Ciencias de la Salud, Biológicas y Medioambientales, seguido de Artes y carreras del ámbito creativo.
- En **Puma Lab** los mayores porcentajes corresponden a Artes y carreras del ámbito creativo, Ciencias de la Salud, Biológicas y Medioambientales, Ciencias Sociales y Humanidades y Comunicaciones.
- Las actividades de **Audiencias** y el **Restaurante** presentan un porcentaje marginal de público estudiante de educación superior, por lo que no devienen significativos los resultados relativos a la variable área de estudios.

Área de estudio de los universitarios	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Artes y carreras del ámbito creativo	46,9%	37,5%	20,8%	45,6%	39,2%	36,8%	100,0%	27,3%	21,1%	42,9%	100,0%	39,7%
Cs. Sociales y Humanidades	28,1%	6,3%	20,8%	16,8%	20,3%	26,3%	0,0%	0,0%	15,8%	28,6%	0,0%	19,5%
Comunicaciones	6,3%	12,5%	20,8%	8,0%	3,8%	5,3%	0,0%	0,0%	15,8%	0,0%	0,0%	7,4%
Pedagogías	0,0%	18,8%	20,8%	4,8%	6,3%	1,8%	0,0%	9,1%	10,5%	7,1%	0,0%	6,3%
Ingenierías, Cs. Matemáticas y Físicas, Finanzas e Informática	15,6%	0,0%	4,2%	10,4%	17,7%	10,5%	0,0%	18,2%	10,5%	14,3%	0,0%	11,8%
Cs. De la Salud, Biológicas y Medioambientales	3,1%	18,8%	8,3%	12,0%	10,1%	15,8%	0,0%	36,4%	21,1%	0,0%	0,0%	12,1%
Otras	0,0%	6,3%	4,2%	2,4%	2,5%	3,5%	0,0%	9,1%	5,3%	7,1%	0,0%	3,2%



Carreras de estudio de los universitarios

Artes y carreras del ámbito creativo = 39,7%

Animación Digital	0,5%
Arquitectura	7,6%
Artes Visuales	3,9%
Audiovisual	2,9%
Danza	1,3%
Diseño	11,6%
Fotografía	2,1%
Gestión Cultural	0,3%
Historia del Arte	0,3%
Ilustración	0,3%
Literatura	1,6%
Música	2,4%
Producción	0,5%
Teatro	4,5%

Pedagogías = 6,3%

Educación de Párvulos	0,3%
Pedagogía Básica	2,1%
Pedagogía en Lenguaje	0,3%
Pedagogía en Matemáticas	0,5%
Pedagogía en Cs. Sociales	0,3%
Pedagogía en Inglés	1,3%
Pedagogía en Artes	0,3%
Pedagogía en Música	1,1%
Pedagogía en Ed. Física	0,3%

Ciencias Sociales y Humanidades = 19,5%

Administración Pública	1,6%
Antropología	1,1%
Ciencias Políticas	0,3%
Derecho	8,7%
Historia	0,8%
Psicología	4,5%
Sociología	1,3%
Técnico Jurídico	0,3%
Técnico Social	0,3%
Trabajo Social	0,8%

Ingenierías, Cs. Matemáticas y Físicas, Finanzas e Informática = 11,8%

Administración de Empresas	1,1%
Auditoría	0,8%
Construcción Civil	0,5%
Ingeniería	1,6%
Ingeniería Civil	0,5%
Ingeniería Civil Industrial	2,1%
Ingeniería Civil Mecánica	0,5%
Ingeniería Civil Química	0,5%
Ingeniería Civil Informática	0,5%
Ingeniería Comercial	2,1%
Ingeniería Eléctrica	0,3%
Ingeniería en Sonido	0,5%
Negocio Internacional	0,3%
Prevención de Riesgos	0,5%

Comunicaciones = 7,4%

Comunicaciones	0,3%
Periodismo	3,4%
Publicidad	1,3%
Relaciones Públicas	0,8%
Traducción e Interpretación	1,6%

Ciencias de la Salud, Biológica y Medioambientales = 12,1%

Bioquímica	0,3%
Biotechnología	0,3%
Enfermería	0,3%
Fonoaudiología	0,3%
Kinesiología	0,5%
Medicina	2,4%
Nutrición y Dietética	0,8%
Obstetricia y Puericultura	0,3%
Odontología	1,3%
Química y Farmacia	0,8%
Técnico en Enfermería	0,8%
Técnico en Laboratorio Dental	0,3%
Terapia Ocupacional	1,8%
Veterinaria	0,8%
Ecología	0,3%
Geografía	0,8%
Ingeniería Forestal	0,3%

Otras = 3,2%

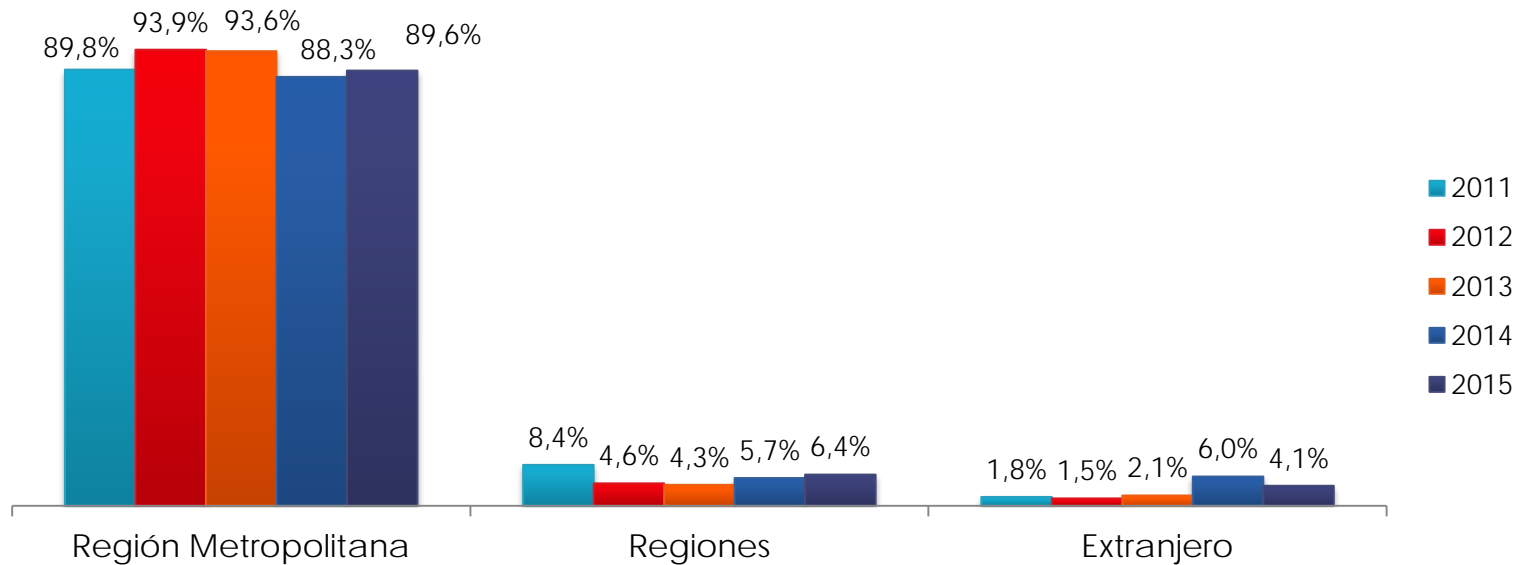
Bachillerato	0,5%
Ecoturismo	0,5%
Estética Integral	0,3%
Gastronomía	0,3%
Hotelería	0,5%
Mantenimiento Aeronautico	0,3%
Piloto comercial	0,3%
Postgrado	0,3%
Turismo	0,3%



Región de procedencia

El 89,6% del público procede de la Región Metropolitana, un 6,4% de regiones y un 4,1% del extranjero.

Estos porcentajes no se alejan significativamente respecto a los del año anterior.





Región de procedencia según región por espacio

- En **Teatro, Danza, Música, BiblioGAM**, actividades de **Audiencias**, comunidades en **Plazas** y **Café**, los resultados se ajustan a la tendencia general, siendo sobre el 89,6% del público de la Región Metropolitana.
- En **Puma Lab** y **Restaurante**, destaca un porcentaje significativamente mayor de público de regiones en comparación con el resto de los espacios, a pesar de que prima el que proviene de la Región Metropolitana.
- En Sala de **Artes Visuales** y Sala de **Arte Popular** destaca un porcentaje significativamente mayor tanto de visitantes de regiones como de extranjeros, en comparación con lo registrado en los otros espacios; primando igualmente el de la Región Metropolitana.

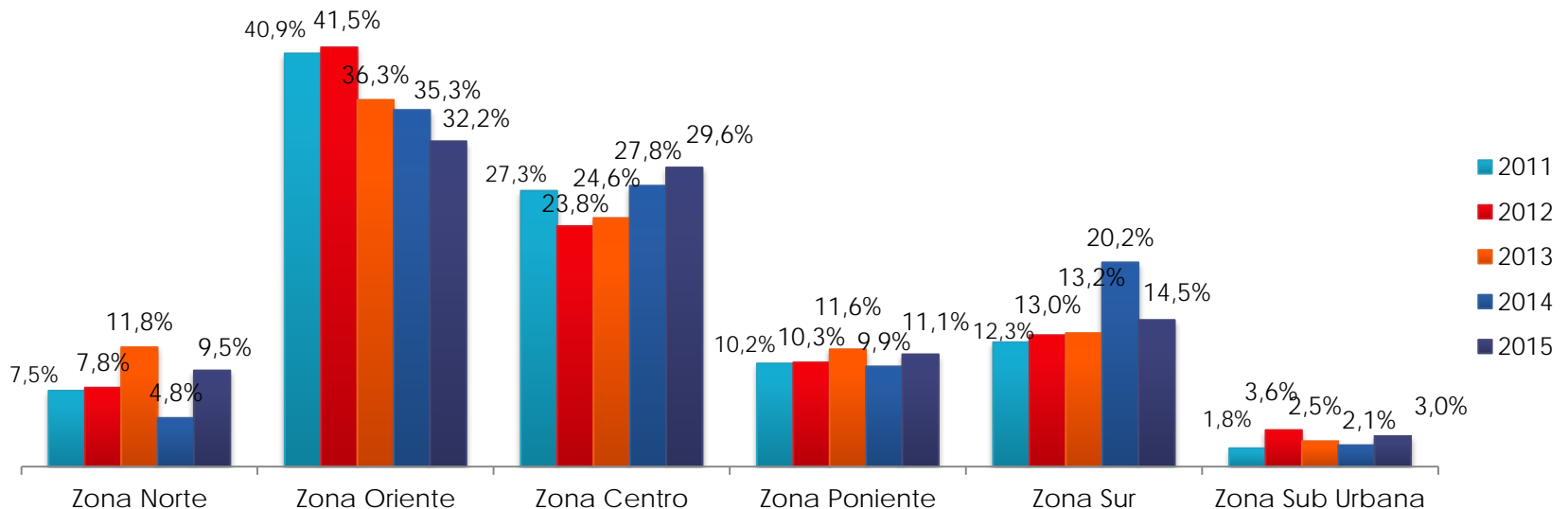
Región	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
RM	96,1%	100,0%	96,9%	82,4%	81,2%	96,0%	96,7%	98,3%	89,8%	96,4%	89,2%	89,6%
Regiones	3,1%	0,0%	3,1%	9,2%	12,6%	1,0%	2,0%	0,0%	8,2%	3,6%	9,2%	6,4%
Extranjero	0,8%	0,0%	0,0%	8,4%	6,3%	3,0%	1,3%	1,7%	2,0%	0,0%	1,5%	4,1%



Procedencia según zona de la RM

Entre los visitantes de la Región Metropolitana, predominan los que proceden de la zona oriente, con un 32,2%; seguidos por los de la zona centro, con un 29,6%, y en tercer lugar por el público de la zona sur con un 14,5%.

Si bien la zona oriente es la de mayor representación, es posible observar cómo a lo largo de los años este segmento ha disminuido su presencia relativa en favor de la diversificación del público de las otras zonas.





Procedencia según zona de la RM por espacio

- En **Teatro**, **Danza**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular** y en el **Restaurante**, los resultados se ajustan a la tendencia general, con un público de la Región Metropolitana que procede en primer lugar de la zona oriente, y luego de la zona centro.
- En **Música**, **BiblioGAM** y en el **Café**, la concentración en estas dos zonas se invierte, siendo más numerosos quienes provienen de la zona centro y luego los de la zona oriente.
- En las actividades de **Audiencias** las mayores concentraciones se distribuyen, de manera decreciente, entre la zonas centro, poniente, oriente y norte.
- En **Plazas**, entre las zonas sur, centro y norte.
- Y en **Puma Lab** entre las zonas centro y sur.

Zona RM	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Zona Norte	9,0%	3,8%	1,6%	8,5%	9,4%	5,2%	18,6%	17,5%	13,6%	5,6%	6,9%	9,5%
Zona Oriente	46,7%	38,5%	32,3%	34,9%	30,4%	26,8%	20,0%	15,8%	13,6%	33,3%	56,9%	32,2%
Zona Centro	19,7%	26,9%	41,9%	30,5%	24,9%	41,2%	25,5%	24,6%	38,6%	42,6%	27,6%	29,6%
Zona Poniente	6,6%	9,6%	6,5%	11,5%	12,7%	9,3%	20,7%	12,3%	11,4%	7,4%	1,7%	11,1%
Zona Sur	15,6%	19,2%	12,9%	12,2%	17,7%	12,4%	13,1%	29,8%	20,5%	5,6%	6,9%	14,5%
Zona Sub Urbana	2,5%	1,9%	4,8%	2,4%	5,0%	5,2%	2,1%	0,0%	2,3%	5,6%	0,0%	3,0%



Procedencia según comunas de la RM

ZONA NORTE = 9,5%

Quilicura	3,6%
Recoleta	2,4%
Independencia	1,4%
Conchalí	0,9%
Huechuraba	0,9%
Colina	0,2%
Til-Til	0,1%

ZONA ORIENTE = 32,2%

Providencia	8,5%
Las Condes	6,9%
Ñuñoa	8,1%
La Reina	2,9%
Peñalolén	2,5%
Macul	1,6%
Vitacura	1,4%
Lo Barnechea	0,4%

ZONA CENTRO = 29,6%

Santiago	25,4%
Estación Central	1,6%
San Miguel	1,2%
San Joaquín	0,8%
Pedro Aguirre Cerda	0,7%

ZONA PONIENTE = 11,1%

Maipú	3,9%
Pudahuel	1,9%
Cerro Navia	1,4%
Lo Prado	1,3%
Quinta Normal	1,3%
Renca	0,9%
Cerrillos	0,6%

ZONA SUR = 14,5%

La Florida	5,2%
Puente Alto	3,9%
San Bernardo	1,8%
La Cisterna	1,5%
La Granja	0,6%
La Pintana	0,4%
Lo Espejo	0,4%
El Bosque	0,3%
San Ramón	0,3%

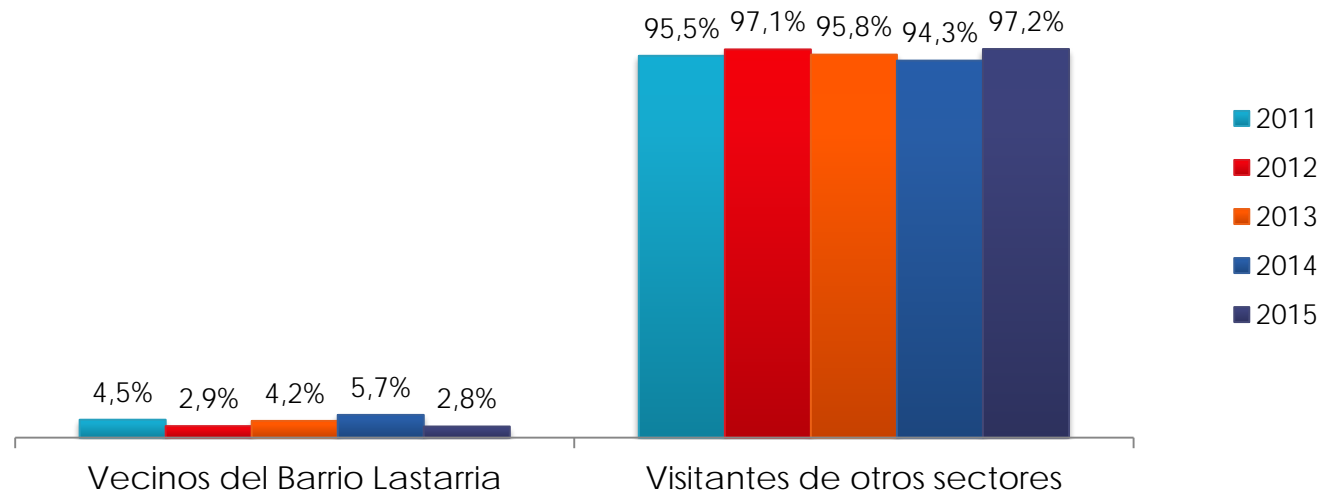
ZONA SUB URBANA = 3,0%

Peñaflor	0,6%
Lampa	0,4%
Calera de Tango	0,3%
Buin	0,3%
Melipilla	0,3%
Padre Hurtado	0,3%
Talagante	0,3%
Paine	0,2%
Isla de Maipo	0,1%
Pirque	0,1%
María Pinto	0,1%



Vecinos del Barrio Lastarria

Del total del público que visita GAM, un 2,8% corresponde a vecinos del Barrio Lastarria, porcentaje que disminuye levemente en relación al año anterior.





Vecinos del Barrio Lastarria según espacio

- **BiblioGAM** destaca por una presencia de vecinos del Barrio Lastarria que alcanza el 11,5%.
- El resto de los espacios se ajusta a la tendencia central.

Vecinos del Barrio Lastarria	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Sí es vecino	1,6%	1,9%	0,0%	2,5%	0,9%	11,5%	3,3%	1,7%	4,1%	3,6%	1,5%	2,8%
No es vecino	98,4%	98,1%	100,0%	97,5%	99,1%	88,5%	96,7%	98,3%	95,9%	96,4%	98,5%	97,2%

Hábitos y prácticas culturales

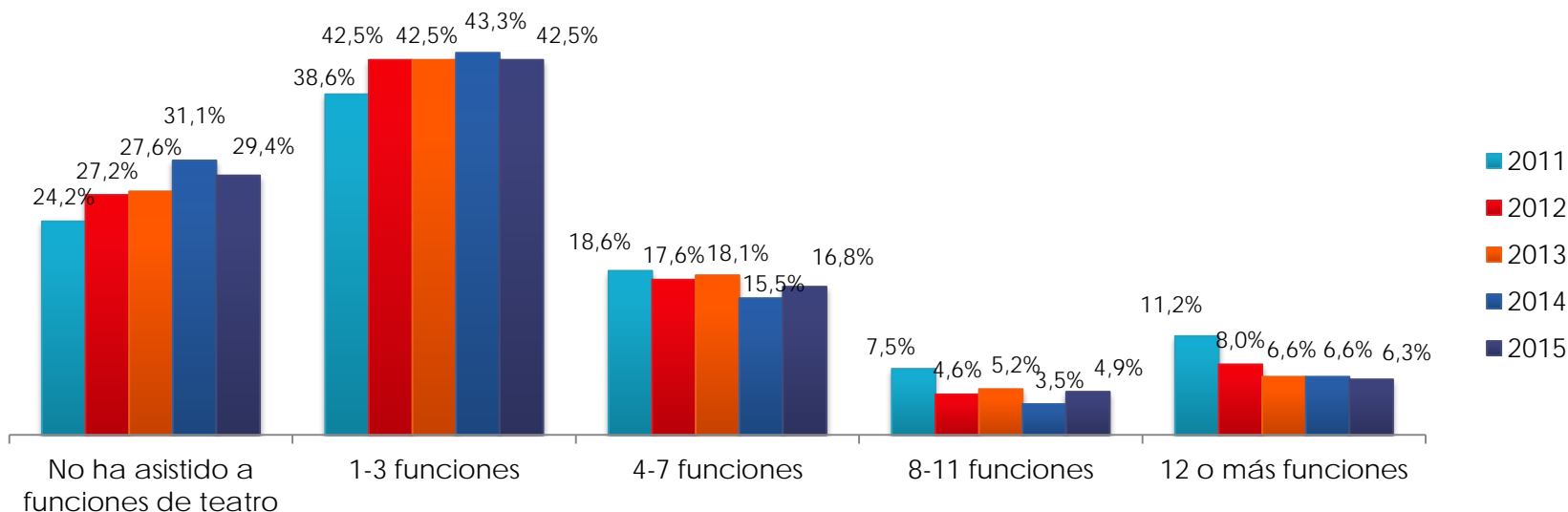


Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses

Un 70,6% de los visitantes ha asistido al teatro en los últimos 12 meses, y un 29,4% no.

Ahora bien, aunque la mayoría ha asistido a espectáculos teatrales en el último año, predomina el tramo de menor frecuencia de asistencia: un 42,5% vio de 1 a 3 funciones y sólo un 28,0% ha visto más de 3.

Estos resultados son similares a los de años anteriores





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

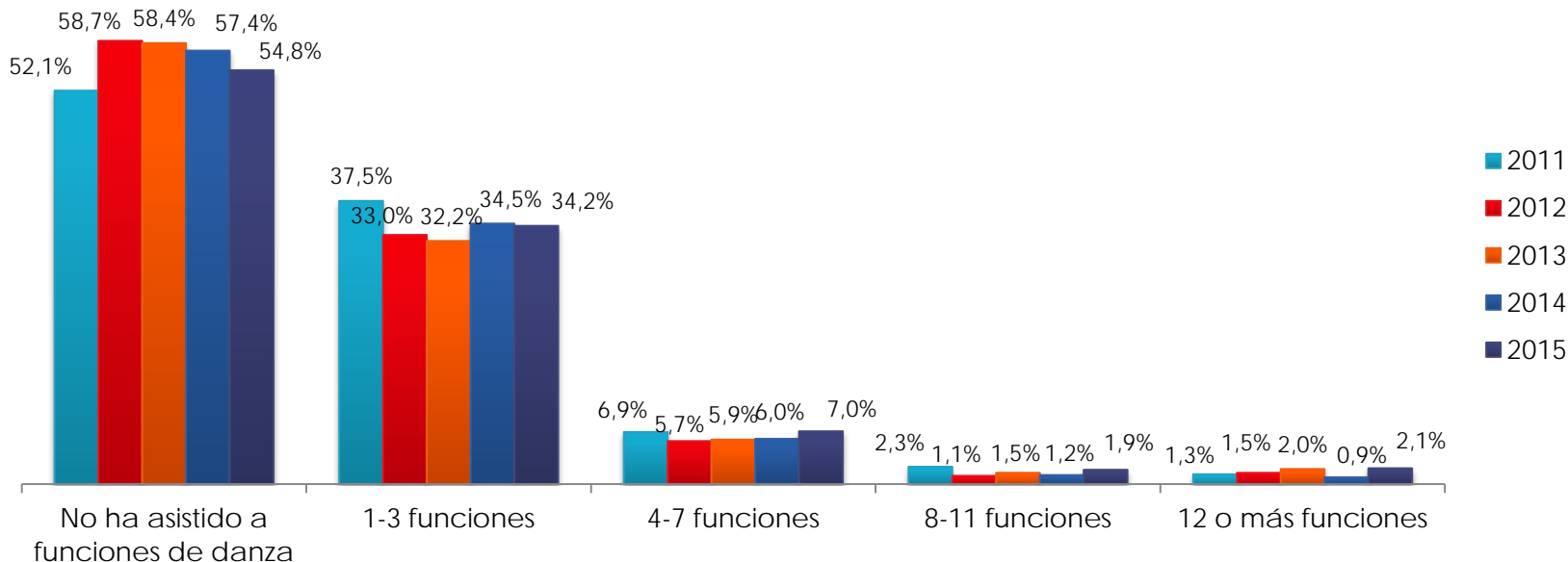
- Como es de esperar, el público de las funciones de **Teatro** y **Danza** ha asistido en mayor medida (sobre el 90%) a espectáculos de teatro (sin contar el que estaban viendo al momento de la encuesta) en los últimos 12 meses.
- La Sala de **Arte Popular** y las **Plazas** concentran la mayor proporción de público que no ha asistido a espectáculos de teatro en los últimos 12 meses, sobrepasando el 40,0% en ambos casos.
- En el resto de los espacios la tendencia es similar a lo que expresan los resultados generales, donde alrededor del 30% ha asistido al teatro en los últimos 12 meses.

Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido	7,1%	7,5%	25,0%	35,1%	40,4%	22,5%	25,9%	43,1%	30,6%	30,4%	31,3%	29,4%
1-3 funciones	37,8%	41,5%	31,3%	43,7%	35,9%	51,0%	49,7%	43,1%	49,0%	39,3%	48,4%	42,5%
4-7 funciones	23,6%	35,8%	21,9%	12,5%	14,8%	17,6%	16,3%	13,8%	14,3%	17,9%	17,2%	16,8%
8-11 funciones	11,0%	5,7%	14,1%	2,5%	3,6%	5,9%	5,4%	0,0%	2,0%	7,1%	3,1%	4,9%
12 o más funciones	20,5%	9,4%	7,8%	6,1%	5,4%	2,9%	2,7%	0,0%	4,1%	5,4%	0,0%	6,3%



Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes, correspondiente al 54,8%, no ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses, y un 45,2% sí lo ha hecho. Estos resultados son similares a los obtenidos en años anteriores.





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

- Las funciones de **Teatro, Danza, BiblioGAM** y actividades de **Audiencias** se caracteriza por presentar un público que en su mayoría ha asistido a espectáculos de danza en los últimos 12 meses.
- En el resto de los espacios la tendencia es similar a lo que expresan los resultados generales, con un público que en su mayoría no ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses.

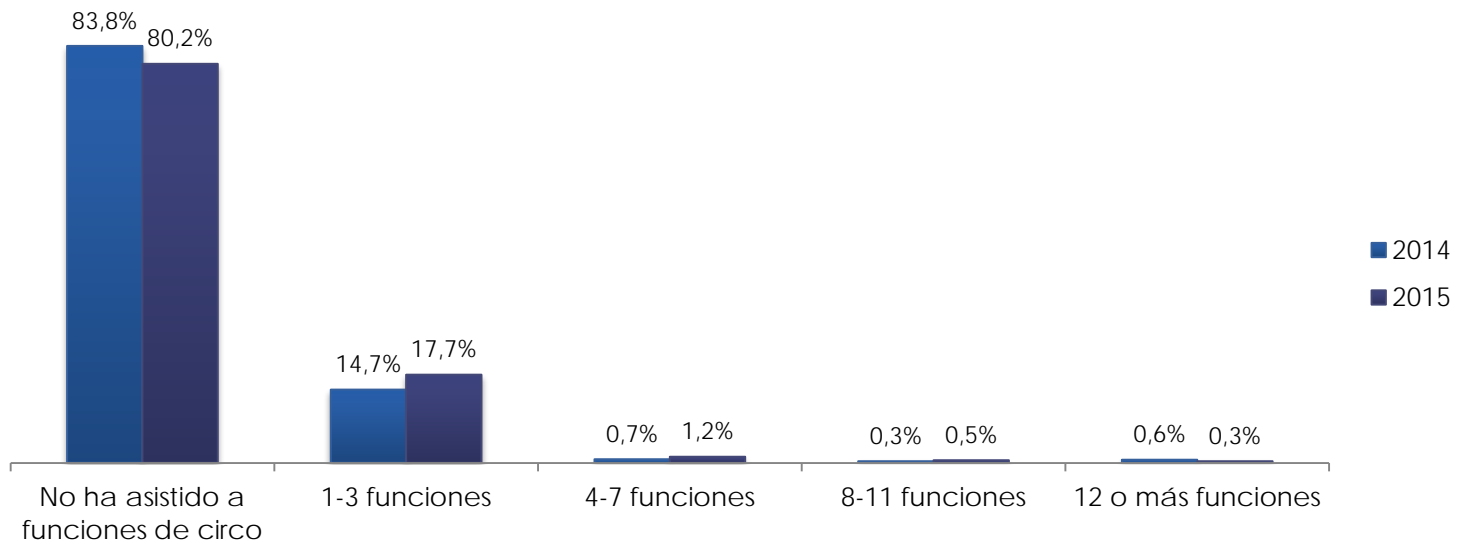
Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido	47,2%	34,0%	57,8%	60,7%	61,4%	44,1%	49,7%	55,2%	51,0%	53,6%	59,4%	54,8%
1-3 funciones	37,0%	35,8%	32,8%	31,5%	30,5%	43,1%	40,0%	34,5%	26,5%	32,1%	37,5%	34,2%
4-7 funciones	10,2%	15,1%	3,1%	5,0%	4,0%	9,8%	9,0%	8,6%	10,2%	10,7%	3,1%	7,0%
8-11 funciones	3,9%	1,9%	3,1%	0,8%	2,2%	2,0%	0,7%	1,7%	8,2%	1,8%	0,0%	1,9%
12 o más funciones	1,6%	13,2%	3,1%	1,9%	1,8%	1,0%	0,7%	0,0%	4,1%	1,8%	0,0%	2,1%



Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses

La gran mayoría de los visitantes, correspondiente al 80,2%, no ha asistido a funciones de circo en los últimos 12 meses.

Estos resultados son similares a los del año anterior.





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

- En todos los espacios el porcentaje de público que no ha asistido a espectáculos circenses en los últimos 12 meses, bordea el 80,0%; a excepción del público de las funciones de **Teatro**, donde el porcentaje se reduce al 65,4%, y de las funciones de **Música** donde se incrementa a un 95,3%.

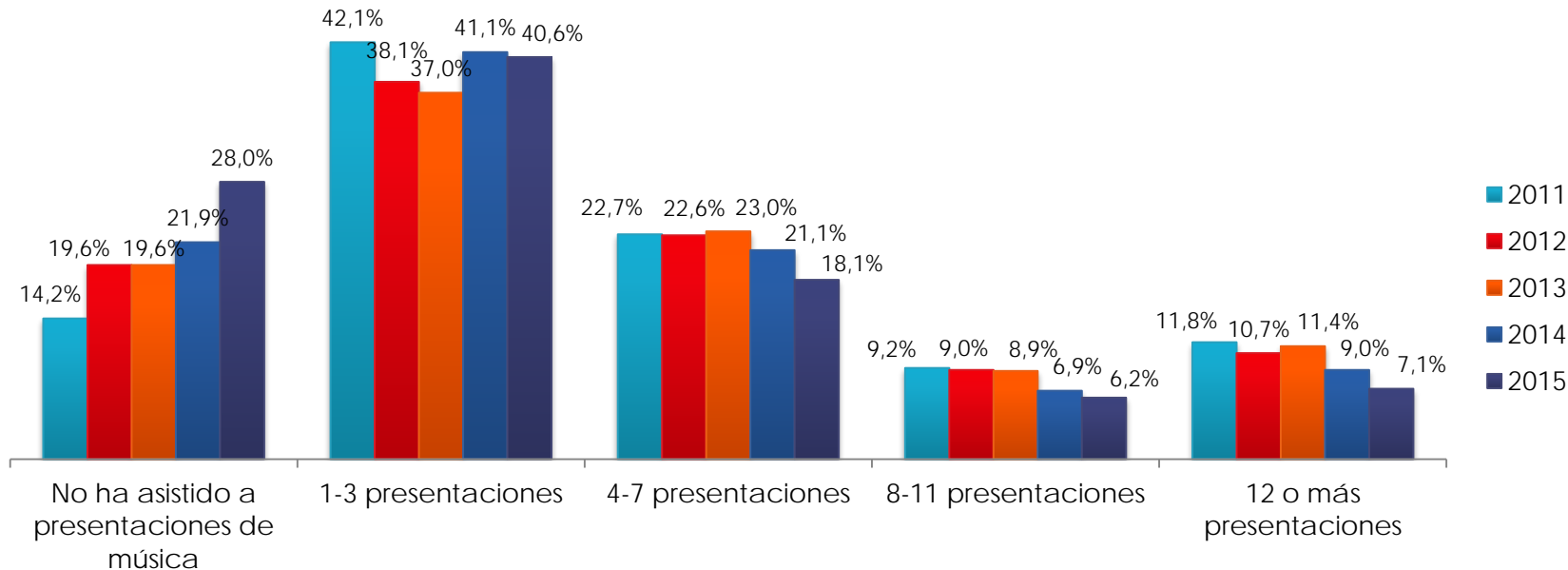
Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido	65,4%	79,2%	95,3%	83,3%	80,7%	75,5%	81,8%	87,9%	79,6%	71,4%	81,3%	80,2%
1-3 funciones	29,1%	17,0%	1,6%	15,6%	17,9%	21,6%	15,9%	10,3%	18,4%	26,8%	18,8%	17,7%
4-7 funciones	2,4%	1,9%	1,6%	0,6%	1,3%	2,0%	1,5%	0,0%	2,0%	1,8%	0,0%	1,2%
8-11 funciones	1,6%	1,9%	1,6%	0,3%	0,0%	0,0%	0,8%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
12 o más funciones	1,6%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%



Asistencia a presentaciones de música en los últimos 12 meses

Un 72,0% de los visitantes ha asistido a presentaciones de música en los últimos 12 meses, y un 28,0% no. Ahora bien, aunque la mayoría ha asistido, el porcentaje de quienes no lo han hecho se ha incrementado en el tiempo.

Entre los que han asistido a presentaciones en el último año, predomina una baja frecuencia: un 40,6% vio de 1 a 3 presentaciones y un 31,4% ha visto más de 3.





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

- Las funciones de **Danza, Música** y el **Café** se caracterizan por presentar entre un 80% y 90% de público que ha asistido a presentaciones de música en los últimos 12 meses.
- En el resto de los espacios la tendencia es similar a lo que expresan los resultados generales, con cerca de un 70% de público que ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses.

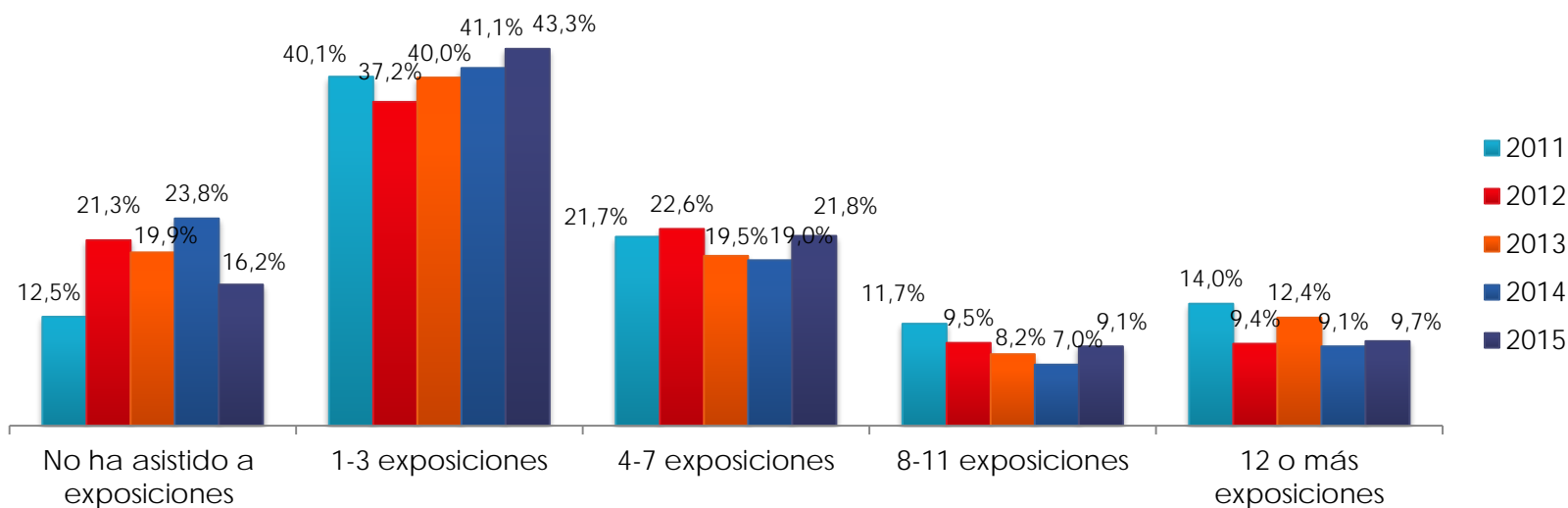
Asistencia a presentaciones de teatro en los últimos 12 meses	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido	31,5%	15,1%	10,9%	28,4%	28,3%	30,4%	34,0%	32,8%	28,6%	17,9%	32,8%	28,0%
1-3 funciones	44,1%	43,4%	26,6%	40,7%	40,4%	38,2%	41,0%	48,3%	36,7%	48,2%	39,1%	40,6%
4-7 funciones	11,0%	18,9%	29,7%	15,9%	21,1%	20,6%	17,4%	17,2%	12,2%	21,4%	21,9%	18,1%
8-11 funciones	7,9%	3,8%	15,6%	6,7%	6,3%	2,9%	4,2%	0,0%	12,2%	3,6%	4,7%	6,2%
12 o más funciones	5,5%	18,9%	17,2%	8,4%	4,0%	7,8%	3,5%	1,7%	10,2%	8,9%	1,6%	7,1%



Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses

Un 83,8% de los visitantes ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses, y sólo un 16,2% no. En comparación con los últimos tres años, el porcentaje de quienes han asistido se incrementa.

Ahora bien, aunque la mayoría ha asistido a exposiciones en los últimos 12 meses, predomina una baja frecuencia de asistencia: un 43,3% vio de 1 a 3 exposiciones y un 40,5% ha visto más de 3.





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 casi en su totalidad (sobre el 92%) a exposiciones de artes visuales (sin contar las que estaban viendo al momento de la encuesta) en los últimos 12 meses.
- Le siguen el público de las funciones de **Danza** y de **BiblioGAM**, donde alrededor del 88% ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses; el público de **Puma Lab**, el **Café** y el **Restaurante**, donde este porcentaje se disminuye a cerca del 80%; y el público de **Teatro**, **Música** y actividades de **Audiencias**, donde el porcentaje desciende a aproximadamente el 70%.
- Las **Plazas** son el único espacio donde la mayoría del público (51,7%) no ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses.

Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
No ha asistido	26,8%	11,3%	29,7%	4,7%	7,2%	12,7%	28,5%	51,7%	22,4%	17,9%	20,3%	16,2%
1-3 funciones	45,7%	45,3%	35,9%	37,9%	45,3%	44,1%	50,0%	37,9%	44,9%	41,1%	56,3%	43,3%
4-7 funciones	16,5%	22,6%	18,8%	28,4%	26,0%	26,5%	13,2%	5,2%	14,3%	25,0%	12,5%	21,8%
8-11 funciones	5,5%	11,3%	9,4%	11,1%	10,8%	8,8%	5,6%	3,4%	10,2%	7,1%	10,9%	9,1%
12 o más funciones	5,5%	9,4%	6,3%	17,8%	10,8%	7,8%	2,8%	1,7%	8,2%	8,9%	0,0%	9,7%



Espacios culturales de la RM preferidos

Los espacios culturales de la Región Metropolitana más visitados por los encuestados corresponden en primer lugar GAM (49,9%), seguido de lejos por el Museo Nacional de Bellas Artes (10,4%), el Teatro Municipal de Santiago (4,3%), el Centro Cultural Palacio de la Moneda (3,4%) y Matucana 100 (3,4%).

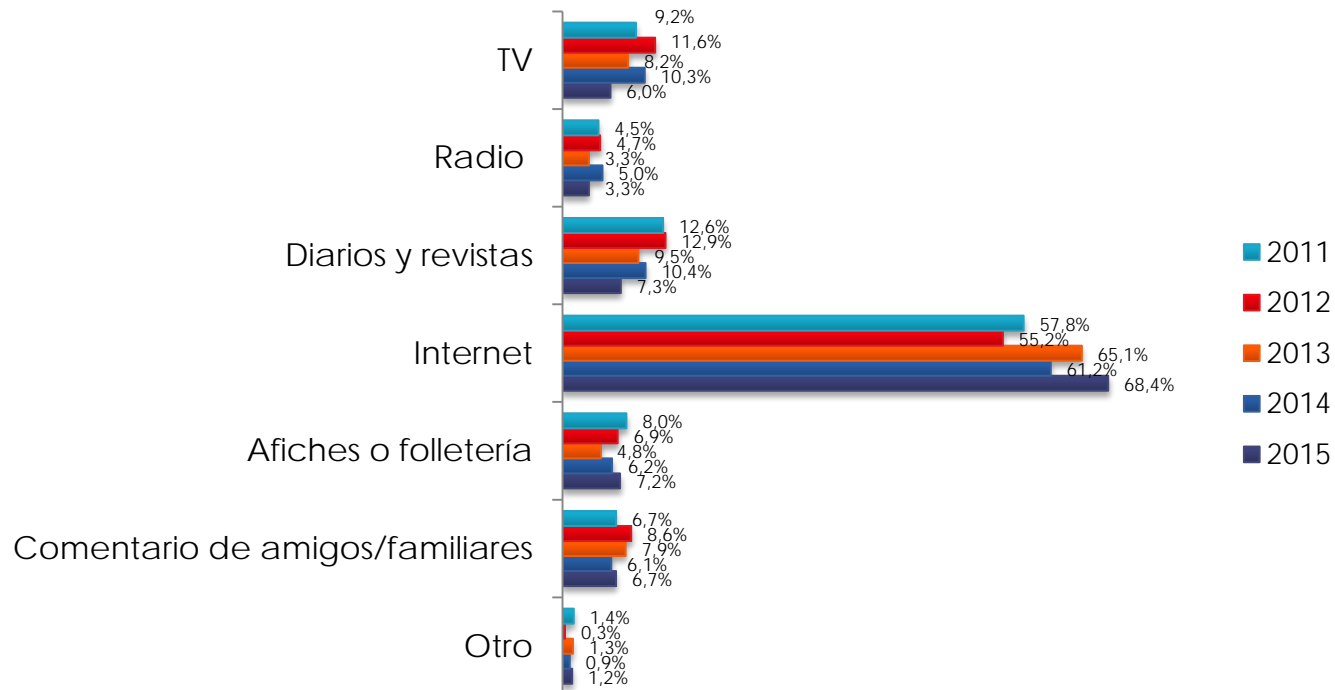




Principal medio de información sobre actividades culturales

La mayoría del público (68,4%) declara que el principal medio utilizado para informarse sobre actividades culturales en general corresponde a internet. Se observa, además, que existe un incremento de quienes se inclinan por este medio en relación a los años anteriores.

El resto de los medios concentran porcentajes muy inferiores.





Principal medio de información sobre actividades culturales según espacio

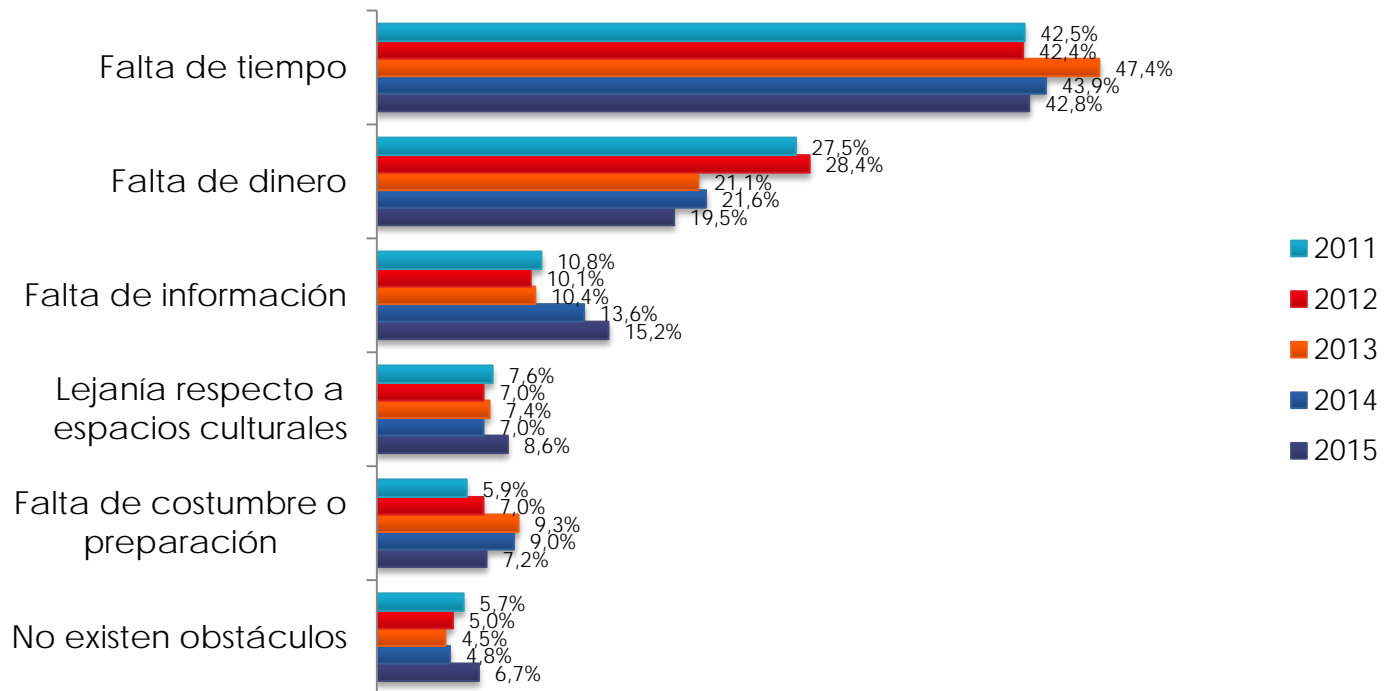
- En todos los espacios el mayor porcentaje de público es el que indica que internet es su principal medio de información sobre actividades culturales.
- Sin embargo, en las actividades de **Audiencias**, si bien internet es el medio que alcanza el primer lugar (35,6%), existen porcentajes significativos de público que declara que su principal medio es la TV (17,8%), diarios y revistas (15,8%) y los afiches y folletería (13,7%).

Medio de información sobre actividades culturales	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
TV	5,5%	0,0%	3,1%	5,0%	3,6%	4,1%	17,8%	10,5%	4,2%	5,4%	1,6%	6,0%
Radio	1,6%	5,7%	6,3%	1,1%	4,5%	6,1%	7,5%	0,0%	2,1%	1,8%	1,6%	3,3%
Diarios y revistas	6,3%	9,4%	9,4%	7,0%	2,7%	8,2%	15,8%	0,0%	2,1%	7,1%	12,5%	7,3%
Internet	65,4%	77,4%	60,9%	72,3%	75,3%	66,3%	35,6%	77,2%	81,3%	76,8%	81,3%	68,4%
Afiches y folletería	4,7%	1,9%	14,1%	7,3%	7,6%	8,2%	13,7%	3,5%	0,0%	5,4%	1,6%	7,2%
Comentarios de amigos o familiares	15,7%	3,8%	6,3%	5,6%	5,4%	6,1%	9,6%	3,5%	10,4%	1,8%	1,6%	6,7%
Otro	0,8%	1,9%	0,0%	1,7%	0,9%	1,0%	0,0%	5,3%	0,0%	1,8%	0,0%	1,2%



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 (42,8%) seguida de la falta de dinero (19,5%) y en tercer lugar, la falta de información (15,2%). Estas tendencias son similares a las obtenidas en años anteriores.





Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones según espacio

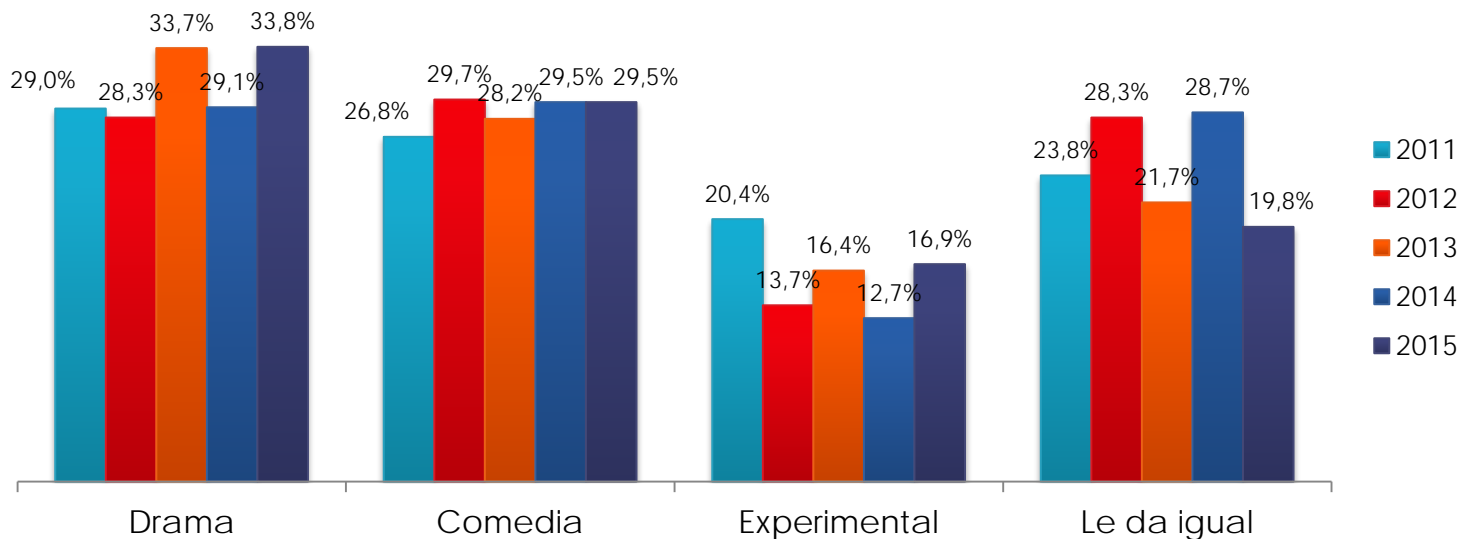
- **Teatro, Danza, Música, BiblioGAM**, comunidades en **Plazas, Puma Lab**, y **Café**, se ajustan a los resultados generales, con un mayor porcentaje de público que declara que su principal obstáculo para asistir a espectáculos y exposiciones es la falta de tiempo, seguida de la falta de dinero.
- En la Sala de **Artes Visuales** y en la Sala de **Arte Popular**, si bien la falta de tiempo es el primer obstáculo, la falta de dinero y la falta de información comparten el segundo lugar.
- En las actividades de **Audiencias**, los resultados difieren: el principal obstáculo lo constituye la falta de dinero, y luego la falta de tiempo y de información.
- Finalmente en el **Restaurante**, a falta de tiempo ocupa el primer lugar, la falta de información el segundo, y la falta de dinero alcanza un porcentaje poco relevante.

Obstáculos para la asistencia	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Falta de tiempo	48,8%	54,7%	51,6%	46,1%	39,5%	44,0%	17,0%	36,2%	54,2%	50,0%	53,1%	42,8%
Falta de dinero	19,7%	24,5%	18,8%	16,2%	18,4%	28,0%	23,1%	29,3%	16,7%	21,4%	7,8%	19,5%
Falta de información	11,0%	5,7%	10,9%	17,6%	18,8%	10,0%	15,0%	13,8%	10,4%	7,1%	29,7%	15,2%
Lejanía respecto a espacios culturales	7,1%	3,8%	6,3%	8,4%	11,2%	6,0%	14,3%	6,9%	6,3%	12,5%	1,6%	8,6%
Falta de costumbre o preparación	7,9%	1,9%	1,6%	6,7%	8,1%	4,0%	14,3%	10,3%	8,3%	1,8%	6,3%	7,2%
No existen obstáculos	5,5%	9,4%	10,9%	5,0%	4,0%	8,0%	16,3%	3,4%	4,2%	7,1%	1,6%	6,7%



Género teatral preferido

En cuanto a géneros teatrales, las principales preferencias corresponden a drama (33,8%) y comedia (29,5%), de manera similar a los años anteriores.





Género teatral preferido según espacio

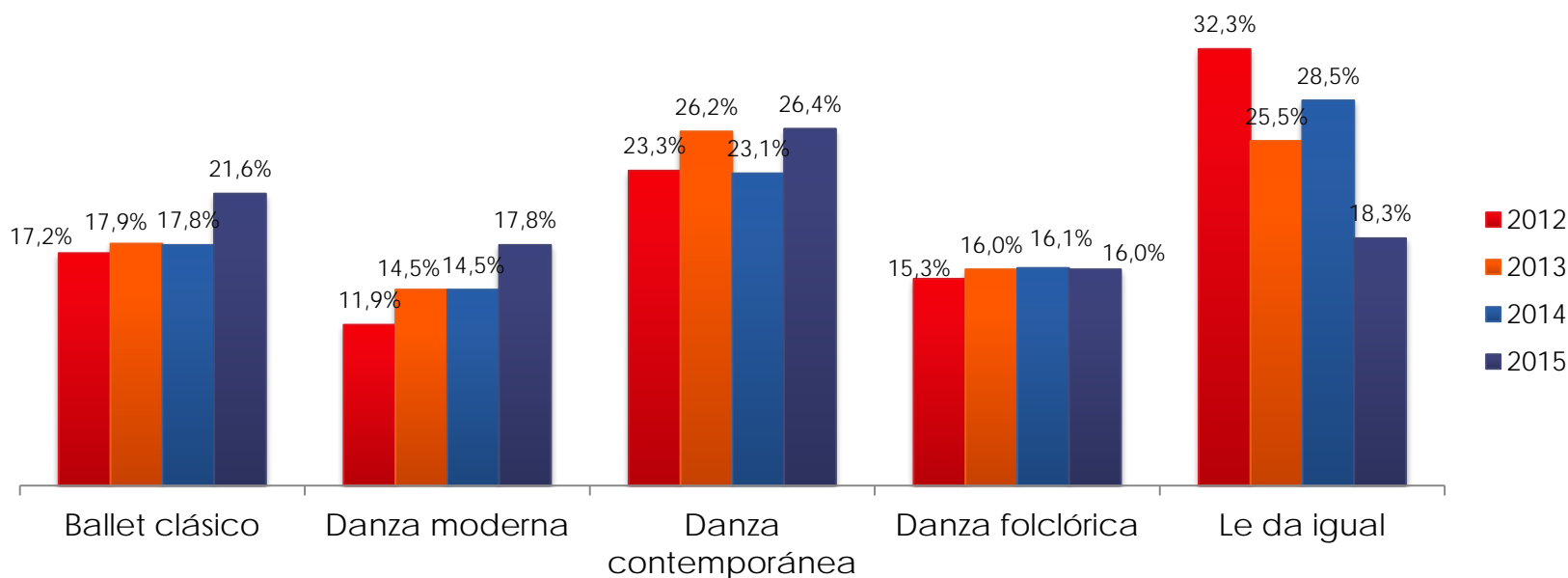
- **Teatro**, Sala de **Artes Visuales** y **Café**, la tendencia se ajusta a los resultados generales, con una mayor preferencia por el drama, seguida por la comedia.
- En el **Restaurante**, la preferencia por el drama alcanza a la mayoría.
- En Sala de **Arte Popular** y en **Puma Lab**, la preferencia por el drama y la comedia alcanzan los mismos niveles.
- En **Danza**, **Música**, y **BiblioGAM**, quienes declaran inclinarse por el drama alcanzan niveles similares que quienes declaran que les da igual el género teatral.
- Las actividades de **Audiencias** y las comunidades en **Plazas**, constituyen los casos en que la mayor preferencia es por la comedia, y luego por el drama.

Género teatral preferido	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Drama	37,8%	30,2%	33,9%	33,9%	32,3%	30,3%	29,0%	36,2%	32,7%	32,1%	50,0%	33,8%
Comedia	26,8%	11,3%	19,4%	29,7%	32,3%	29,3%	37,9%	41,4%	32,7%	28,6%	18,8%	29,5%
Experimental	16,5%	26,4%	17,7%	19,9%	21,1%	10,1%	5,5%	6,9%	20,4%	17,9%	18,8%	16,9%
Le da igual	18,9%	32,1%	29,0%	16,5%	14,3%	30,3%	27,6%	15,5%	14,3%	21,4%	12,5%	19,8%



Tipo de danza preferido

El mayor porcentaje de los encuestados declara preferir la danza contemporánea (26,4%), seguido de quienes se inclinan por el ballet clásico (21,6%), quienes además experimentan un incremento respecto a años anteriores.





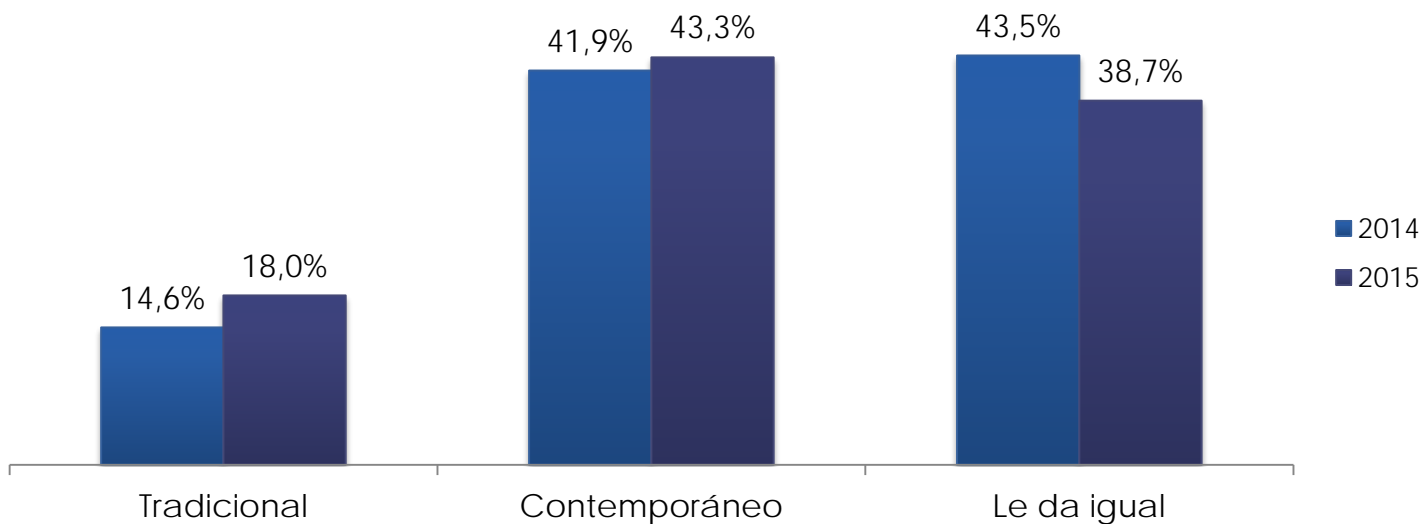
Tipo de danza preferido según espacio

- En **Teatro**, **Danza**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, **PumaLab** y el **Restaurante**, la primera preferencia la constituye la danza contemporánea.
- En **Música** y el **Café**, la primera preferencia pasa a ser el ballet clásico.
- Para el caso de las comunidades en **Plazas**, la mayor preferencia la constituye la danza moderna.
- En **BiblioGAM** y en las actividades de **Audiencias**, la mayor proporción del público declara que le da igual el tipo de danza.

Tipo de danza preferido	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Ballet clásico	25,6%	9,4%	32,8%	20,1%	22,0%	19,0%	26,0%	17,2%	10,2%	25,0%	23,4%	21,6%
Danza moderna	16,0%	20,8%	14,1%	20,1%	11,2%	8,0%	18,5%	32,8%	18,4%	23,2%	28,1%	17,8%
Danza contemporánea	29,6%	37,7%	23,4%	28,1%	30,5%	25,0%	11,0%	17,2%	40,8%	19,6%	29,7%	26,4%
Danza folclórica	12,0%	13,2%	10,9%	17,5%	22,0%	18,0%	17,1%	12,1%	12,2%	8,9%	7,8%	16,0%
Le da igual	16,8%	18,9%	18,8%	14,2%	14,3%	30,0%	27,4%	20,7%	18,4%	23,2%	10,9%	18,3%

Tipo de circo preferido

El mayor porcentaje de los encuestados declara preferencia por el circo contemporáneo (43,3%), siendo un bajo porcentaje el que prefiere el circo tradicional (18,0%). Estos resultados son similares a los del año anterior.





Tipo de circo preferido según espacio

- **Teatro, Danza, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, PumaLab, Café y el Restaurante** se ajustan a los resultados generales, con una mayor proporción de público que se inclina por el circo contemporáneo.
- En **Música**, actividades de **Audiencias, y Plazas**, el porcentaje más alto lo alcanzan quienes declaran que les da igual el tipo de circo.

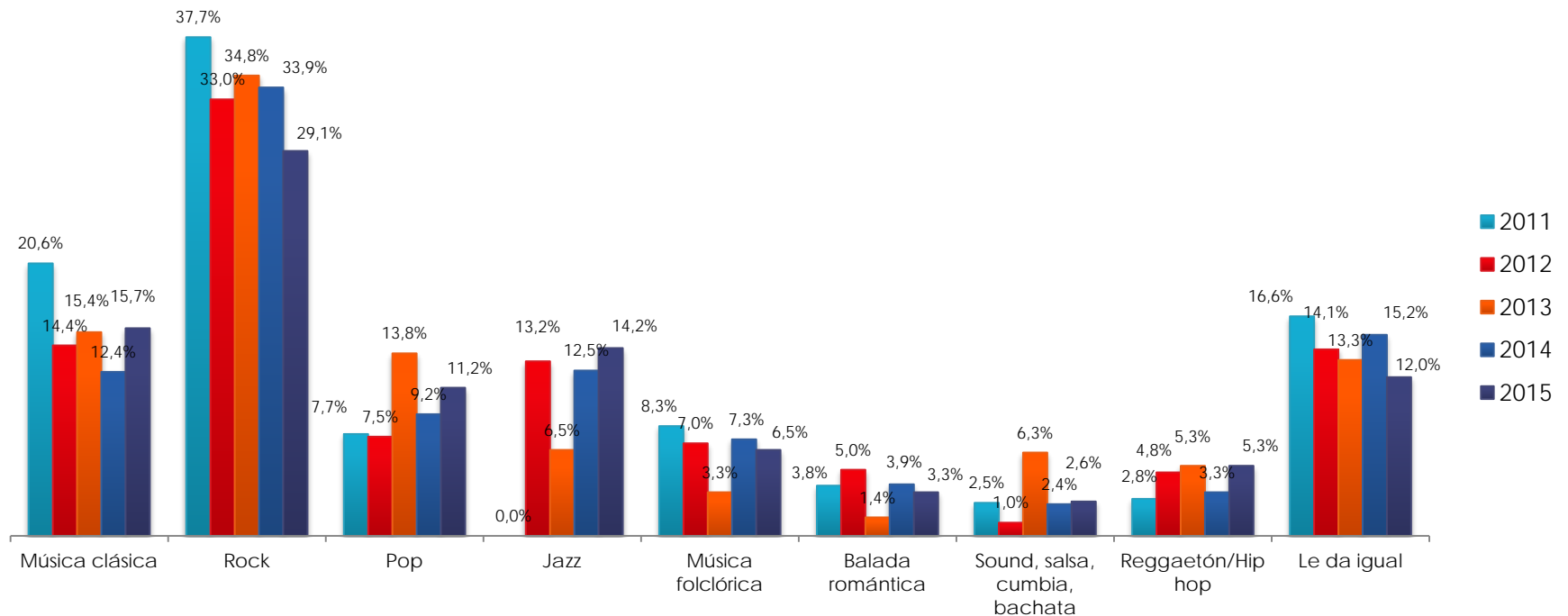
Tipo de circo preferido	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Circo tradicional	17,3%	17,6%	1,6%	17,9%	19,9%	16,0%	28,2%	25,9%	18,4%	10,9%	9,4%	18,0%
Circo contemporáneo	42,5%	51,0%	36,1%	48,3%	48,3%	43,6%	26,7%	32,8%	42,9%	49,1%	59,4%	43,3%
Le da igual	40,2%	31,4%	62,3%	33,8%	33,8%	40,4%	45,0%	41,4%	38,8%	40,0%	31,3%	38,7%



Género musical preferido

El género musical preferido por el público sigue siendo el rock (29,1%), aun cuando experimenta importantes bajas a lo largo de los años.

Continúan en orden de preferencia, aunque con porcentajes bastante menores, la música clásica (15,7%) y los que se inclinan por el jazz (14,2%).





Género musical preferido según espacio

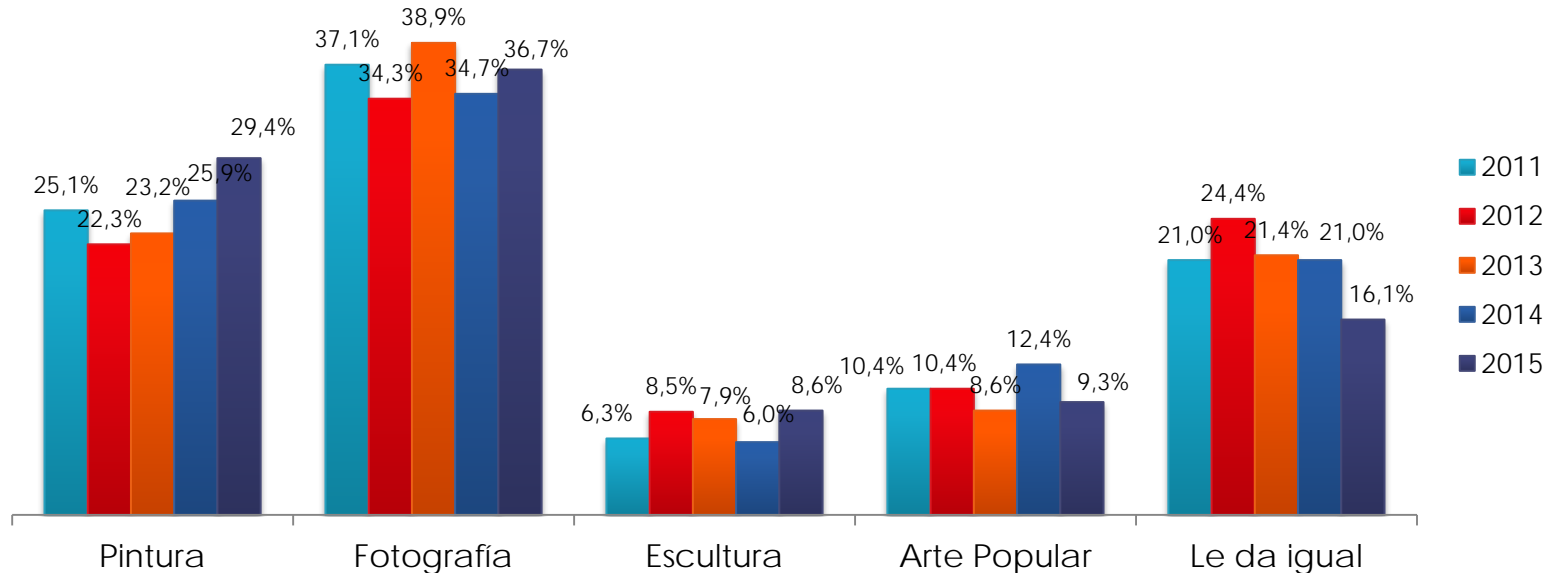
- **Teatro, Danza, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Café y Restaurante**, se ajustan a los resultados generales, con una mayor proporción de público que declara preferencia por el rock.
- El público de las funciones de **Música** y de las actividades de **Audiencias** difieren en estos resultados, ya que se inclinan en mayor medida por la música clásica.
- También se distinguen las comunidades en **Plazas** y el público de **PumaLab**, donde la primera preferencia la constituye el pop.

Género musical preferido	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Música clásica	20,6%	17,3%	50,0%	9,8%	11,3%	12,0%	29,7%	1,7%	2,1%	21,4%	10,9%	15,7%
Rock	21,4%	28,8%	18,8%	40,9%	33,5%	22,0%	11,7%	27,6%	20,8%	23,2%	37,5%	29,1%
Pop	15,1%	11,5%	11,5%	9,0%	11,8%	9,0%	4,8%	31,0%	22,9%	10,7%	15,6%	11,2%
Jazz	14,3%	19,2%	17,2%	15,7%	15,4%	12,0%	5,5%	6,9%	14,6%	16,1%	21,9%	14,2%
Música folclórica	11,1%	11,5%	6,3%	4,8%	10,0%	10,0%	5,5%	0,0%	2,1%	0,0%	3,1%	6,5%
Balada romántica	3,2%	1,9%	0,0%	2,0%	0,9%	10,0%	10,3%	0,0%	0,0%	3,6%	3,1%	3,3%
Sound, salsa, cumbia o bachata	1,6%	0,0%	0,0%	3,9%	2,7%	6,0%	2,1%	0,0%	0,0%	1,8%	3,1%	2,6%
Reggaetón o Hip hop	0,0%	0,0%	1,6%	4,2%	5,0%	4,0%	12,4%	13,8%	20,8%	3,6%	0,0%	5,3%
Le da igual	12,7%	9,6%	6,3%	9,8%	9,5%	15,0%	17,9%	19,0%	16,7%	19,6%	4,7%	12,0%



Tipo de exposición preferida

El tipo de exposición preferida por el público corresponde a la fotografía (36,7%), seguido por quienes prefieren la pintura (29,4%). Esta última preferencia se ha incrementado a lo largo de los años.





Tipo de exposición preferida según espacio

- Teatro, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Plazas, PumaLab, Café y Restaurante, se ajustan a los resultados generales, con una mayor proporción de público que declara preferencia por la fotografía.
- El público de las funciones de Danza, Música y de las actividades de Audiencias difiere de la tendencia general, ya que se inclinan en mayor medida por la pintura.

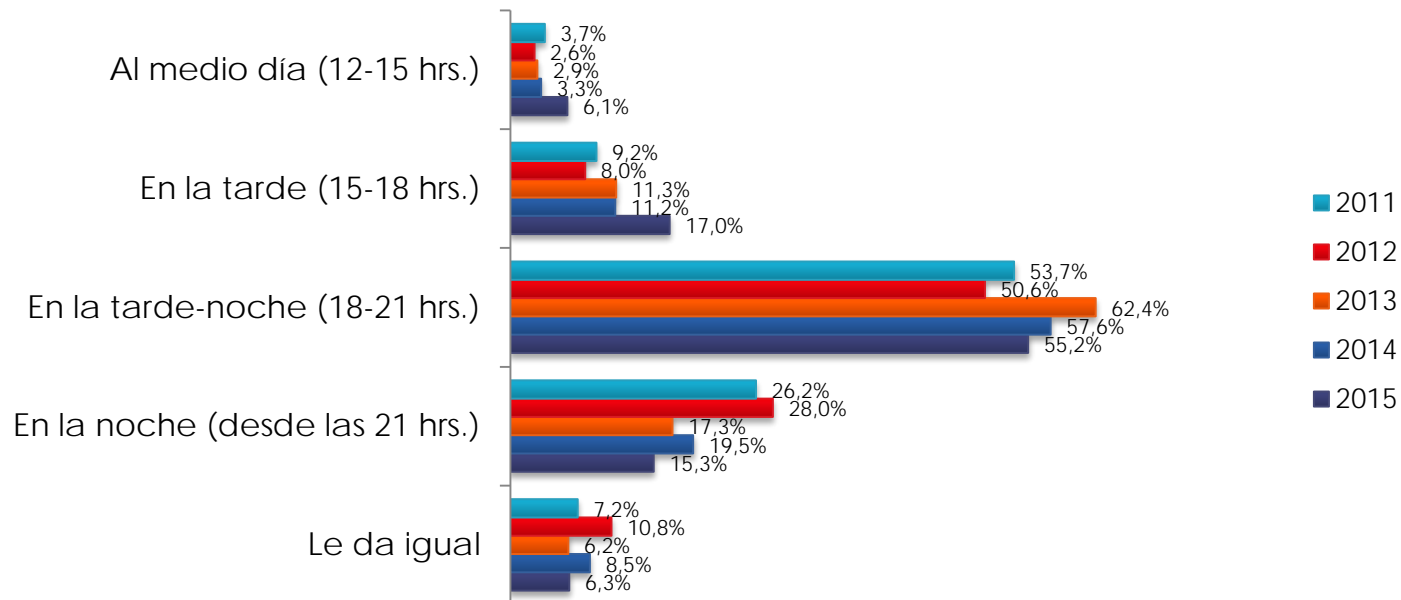
Tipo de exposición preferida	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Pintura	30,7%	34,0%	42,2%	33,9%	24,7%	26,7%	30,6%	24,1%	16,3%	29,1%	17,2%	29,4%
Fotografía	37,0%	26,4%	32,8%	38,7%	39,0%	28,7%	20,4%	36,2%	51,0%	45,5%	60,9%	36,7%
Escultura	7,9%	9,4%	7,8%	8,1%	10,3%	4,0%	10,2%	10,3%	6,1%	3,6%	14,1%	8,6%
Arte Popular	9,4%	9,4%	9,4%	7,0%	13,0%	16,8%	8,2%	17,2%	6,1%	1,8%	1,6%	9,3%
Le da igual	15,0%	20,8%	7,8%	12,3%	13,0%	23,8%	30,6%	12,1%	20,4%	20,0%	6,3%	16,1%



Horario preferido para asistir a espectáculos según espacio

El horario preferido por la mayoría del público para asistir a espectáculos es en la tarde-noche, es decir, entre 18 y 21 hrs. (55,2%).

Por otra parte, cabe mencionar que quienes declaran preferir el horario de la noche (15,3%) disminuyen respecto a años anteriores, y quienes se inclinan por el horario del medio día (6,1%) y de la tarde (17,0%), experimentan incrementos.





Horario preferido para asistir a espectáculos según espacio

- Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Puma Lab, Café y Restaurante, se ajustan a los resultados generales, donde la mayoría del público se inclina por el horario de la tarde-noche (18 a 21 hrs.) para asistir a espectáculos.
- Los beneficiarios de las actividades de Audiencias y las comunidades en Plazas, si bien declaran como primera preferencia el horario de la tarde-noche (18 a 21 hrs.), también reportan niveles significativos de inclinación por el horario de la tarde (15 a 18 hrs.) y del medio día (12 a 15 hrs.).

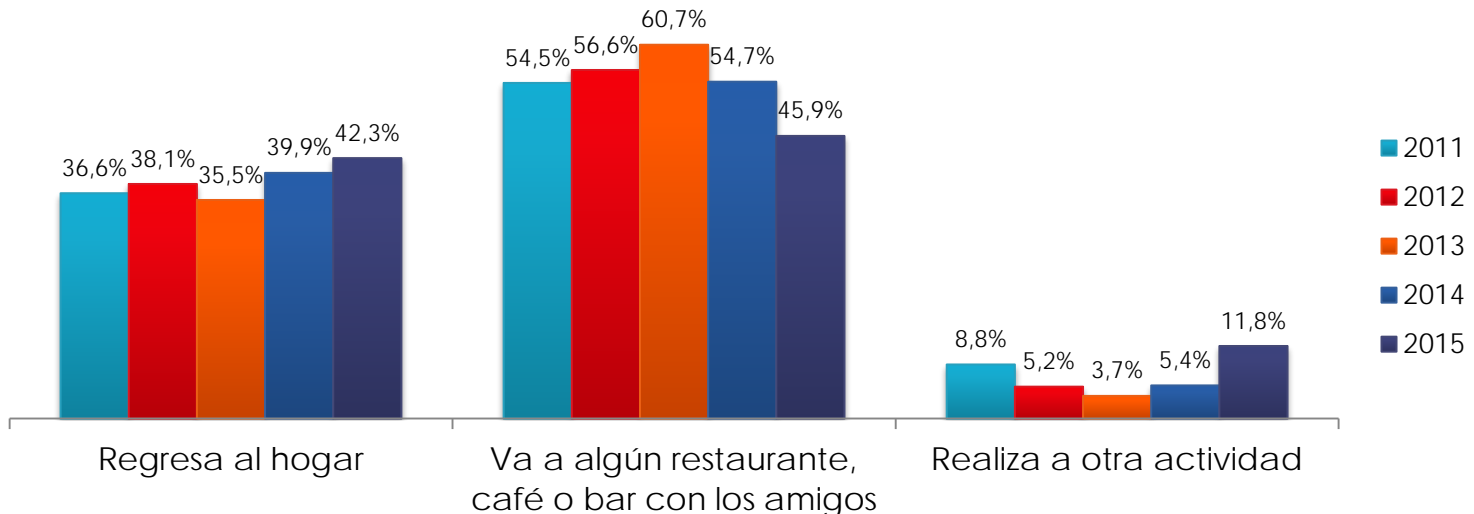
Horario preferido	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Al medio día	5,5%	0,0%	0,0%	5,8%	7,6%	0,0%	15,3%	13,8%	6,1%	0,0%	0,0%	6,1%
En la tarde	11,8%	11,3%	6,3%	18,9%	17,5%	11,9%	30,7%	24,1%	10,2%	16,1%	6,3%	17,0%
En la tarde-noche	63,0%	73,6%	81,3%	57,4%	55,2%	53,5%	33,3%	39,7%	59,2%	57,1%	50,0%	55,2%
En la noche	15,7%	9,4%	10,9%	12,5%	12,6%	25,7%	7,3%	12,1%	20,4%	23,2%	43,8%	15,3%
Le da igual	3,9%	5,7%	1,6%	5,3%	7,2%	8,9%	13,3%	10,3%	4,1%	3,6%	0,0%	6,4%



Después de la asistencia a espectáculos

Después de presenciar espectáculos de teatro, danza o música, la principal actividad que realiza el público es asistir a algún restaurante, café o bar con los amigos (45,9%), seguido de aquellos que regresan al hogar (42,3%) y finalmente, de quienes declaran realizar otro tipo de actividad (11,8%).

Es preciso señalar que aquellos que asisten a algún restaurante, café o bar disminuyen respecto a años anteriores, y que quienes declaran realizar otra actividad, se incrementan.





Después de la asistencia a espectáculos según espacio

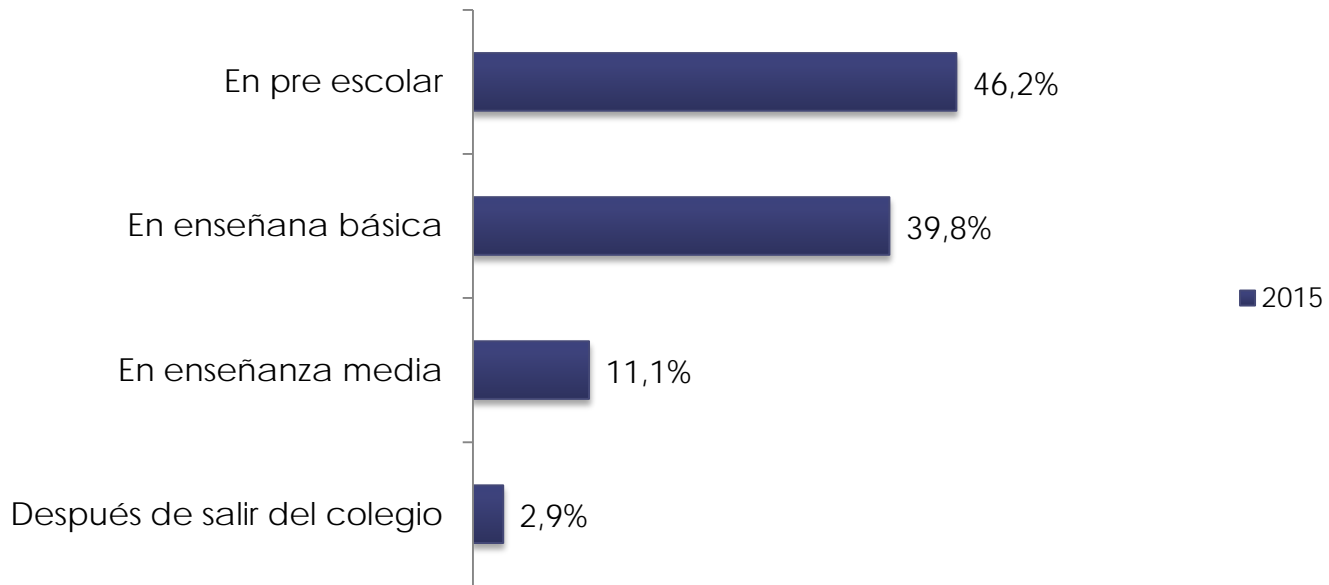
- En **Teatro, Danza, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, Puma Lab, Café y Restaurante**, se mantiene la tendencia general, donde la mayoría declara asistir a restaurantes, cafés o bares luego de asistir a un espectáculo.
- En **Música, BiblioGAM, actividades de Audiencias y Plazas**, la mayoría del público declara regresar al hogar luego de asistir a espectáculos.

Después de la asistencia	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Regresa al hogar	40,0%	37,7%	51,6%	37,5%	35,7%	51,0%	65,3%	60,3%	46,9%	32,1%	12,5%	42,3%
Va a algún restaurante, bar o café	50,4%	52,8%	34,4%	50,1%	51,6%	39,2%	23,1%	24,1%	51,0%	50,0%	75,0%	45,9%
Realiza otra actividad	9,6%	9,4%	14,1%	12,3%	12,7%	9,8%	11,6%	15,5%	2,0%	17,9%	12,5%	8,4%



Período de la primera asistencia a un evento cultural

La mayor parte del público, correspondiente a un 46,2%, asistió por primera vez a un evento cultural en etapa pre escolar. Un 39,8% lo realizó en enseñanza básica, un 11,1% en enseñanza media y sólo un 2,9% luego de egresar del colegio.





Período de la primera asistencia a un evento cultural según espacio

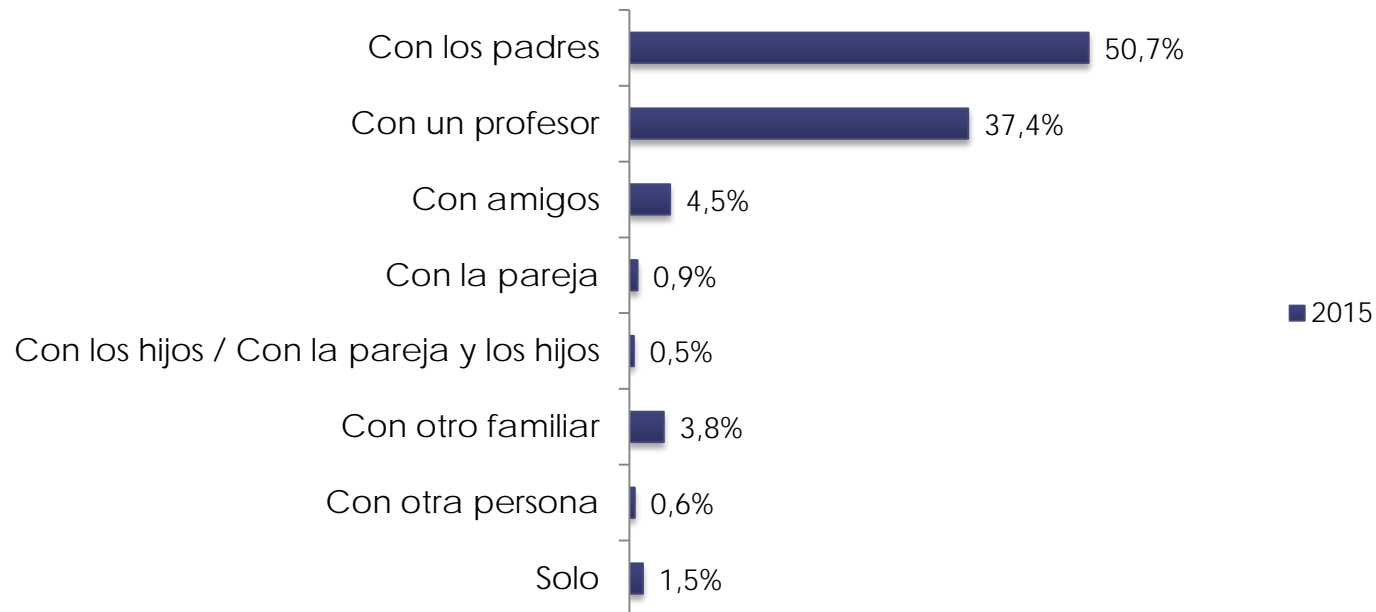
- En **Teatro, Danza, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Puma Lab, Café y Restaurante**, se mantiene la tendencia general, donde el mayor porcentaje de público declara haber asistido por primera vez a un evento cultural en etapa pre escolar.
- En las actividades de **Audiencias y Plazas**, en cambio, la tendencia indica una primera asistencia más tardía a eventos culturales, realizándose ésta principalmente en enseñanza básica.

Período de la primera asistencia a un evento cultural	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
En pre escolar	45,7%	51,9%	42,9%	48,7%	43,9%	58,4%	27,2%	39,7%	61,2%	48,2%	56,3%	46,2%
En enseñanza básica	35,4%	34,6%	39,7%	40,7%	46,2%	30,7%	46,3%	43,1%	34,7%	33,9%	31,3%	39,8%
En enseñanza media	11,8%	13,5%	17,5%	8,4%	9,9%	6,9%	17,7%	15,5%	4,1%	14,3%	10,9%	11,1%
Después de salir del colegio	7,1%	0,0%	0,0%	2,2%	0,0%	4,0%	8,8%	1,7%	0,0%	3,6%	1,6%	2,9%



Acompañante en la primera asistencia a un evento cultural

Poco más de la mitad del público, correspondiente al 50,7%, asistió por primera vez a un evento cultural con los padres. Otra figura relevante la constituye el profesor, ya que un 37,4% del público declara haber asistido por primera vez con él.





Acompañante en la primera asistencia a un evento cultural según espacio

- En **Teatro, Música, Sala de Artes Visuales, BiblioGAM, actividades de Audiencias, Plazas, Puma Lab, Café y Restaurante**, se mantiene la tendencia general, donde la mayor porcentaje del público declara haber asistido por primera vez a un evento cultural con los padres, seguido de quienes asistieron con un profesor.
- En **Danza y Sala de Arte Popular**, se invierte este resultado, y el profesor pasa a ser la principal figura, seguida por los padres.

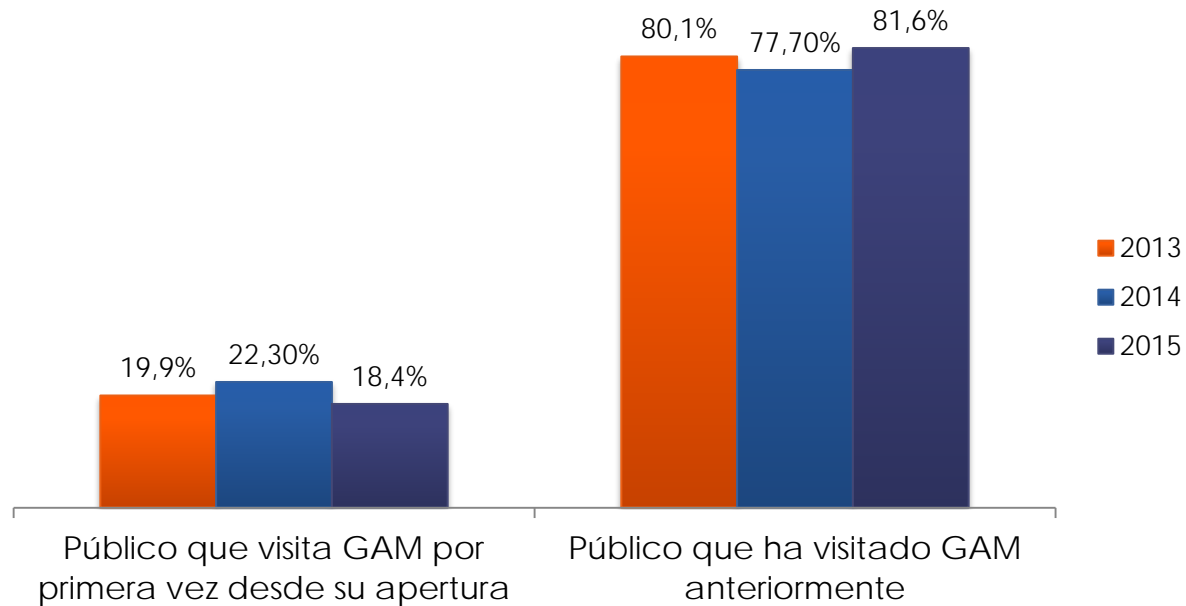
Acompañante en la primera asistencia a un evento cultural	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Con los padres	59,1%	42,3%	43,8%	53,8%	39,6%	68,3%	46,3%	43,1%	51,0%	55,4%	54,0%	50,7%
Con un profesor	32,3%	51,9%	40,6%	36,8%	50,5%	15,8%	30,9%	41,4%	49,0%	28,6%	34,9%	37,4%
Con amigos	4,7%	1,9%	1,6%	3,3%	5,0%	4,0%	5,4%	10,3%	0,0%	10,7%	4,8%	4,5%
Con la pareja	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	0,9%
Con los hijos / Con la pareja y los hijos	0,8%	0,0%	1,6%	0,3%	0,0%	1,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Con otro familiar	1,6%	1,9%	4,7%	4,7%	5,0%	4,0%	4,0%	3,4%	0,0%	3,6%	3,2%	3,8%
Con otra persona	0,8%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	1,0%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Solo	0,8%	1,9%	6,3%	1,1%	0,0%	2,0%	4,0%	1,7%	0,0%	1,8%	0,0%	1,5%

Visitas a GAM



Nuevos visitantes

Un 18,4% del público corresponde a quienes visitan GAM por primera vez desde su apertura. Esta cifra es similar a la alcanzada en los años anteriores.





Nuevos visitantes según espacio

- El espacio que concentra mayor proporción de nuevos visitantes son las actividades de **Audiencias**, con un 34,0%, lo que es coherente con el trabajo de formación que se realiza desde esta área.
- En contraste, en **Danza** y en el **Café**, casi la totalidad del público es un antiguo visitante.
- En el resto de los espacios los resultados se ajustan en mayor medida a la tendencia general.

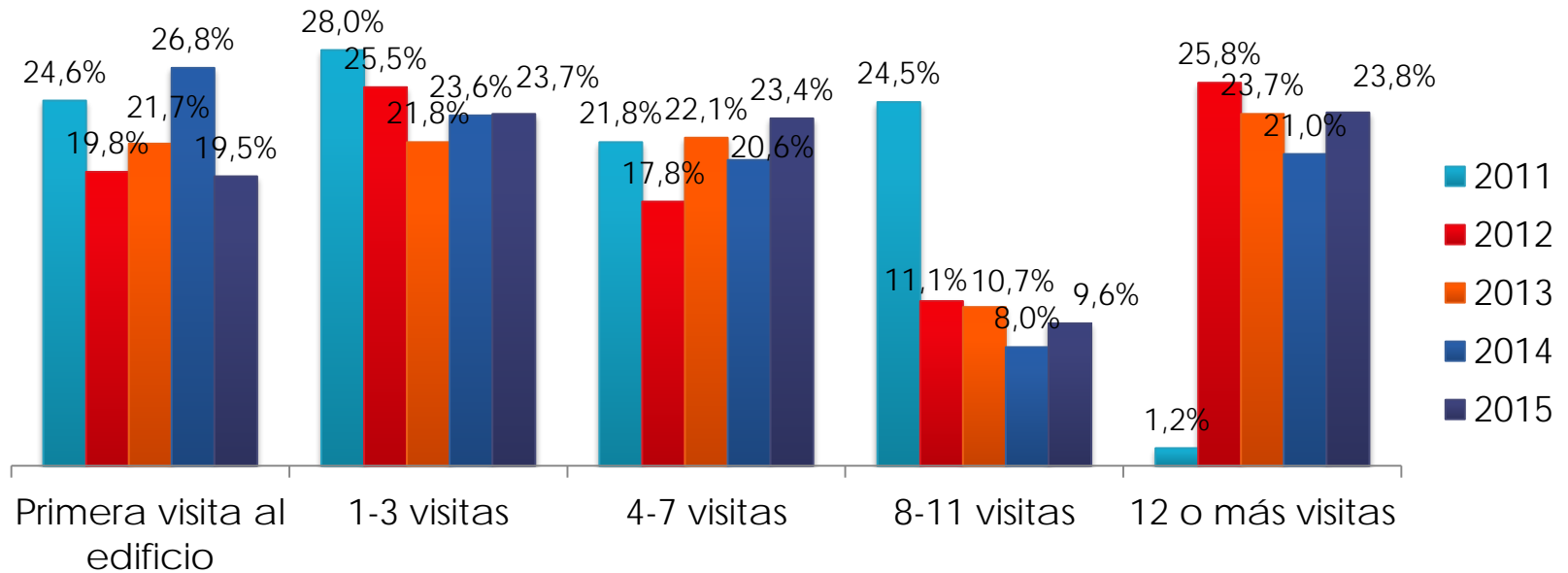
Visitas anteriores	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Visitantes nuevos	13,4%	1,9%	10,9%	20,3%	22,0%	12,9%	34,0%	8,6%	12,2%	3,6%	24,6%	18,4%
Visitantes antiguos	86,6%	98,1%	89,1%	79,7%	78,0%	87,1%	66,0%	91,4%	87,8%	96,4%	75,4%	81,6%



Frecuencia de visitas a GAM

En cuanto al grado de fidelización del público, es posible afirmar que un 80,5% ha visitado GAM más de una vez en el último año.

Además, un 23,8% lo ha hecho 12 o más veces; esto es, un promedio de al menos una vez al mes.



Frecuencia de visitas en los últimos 12 meses según espacio

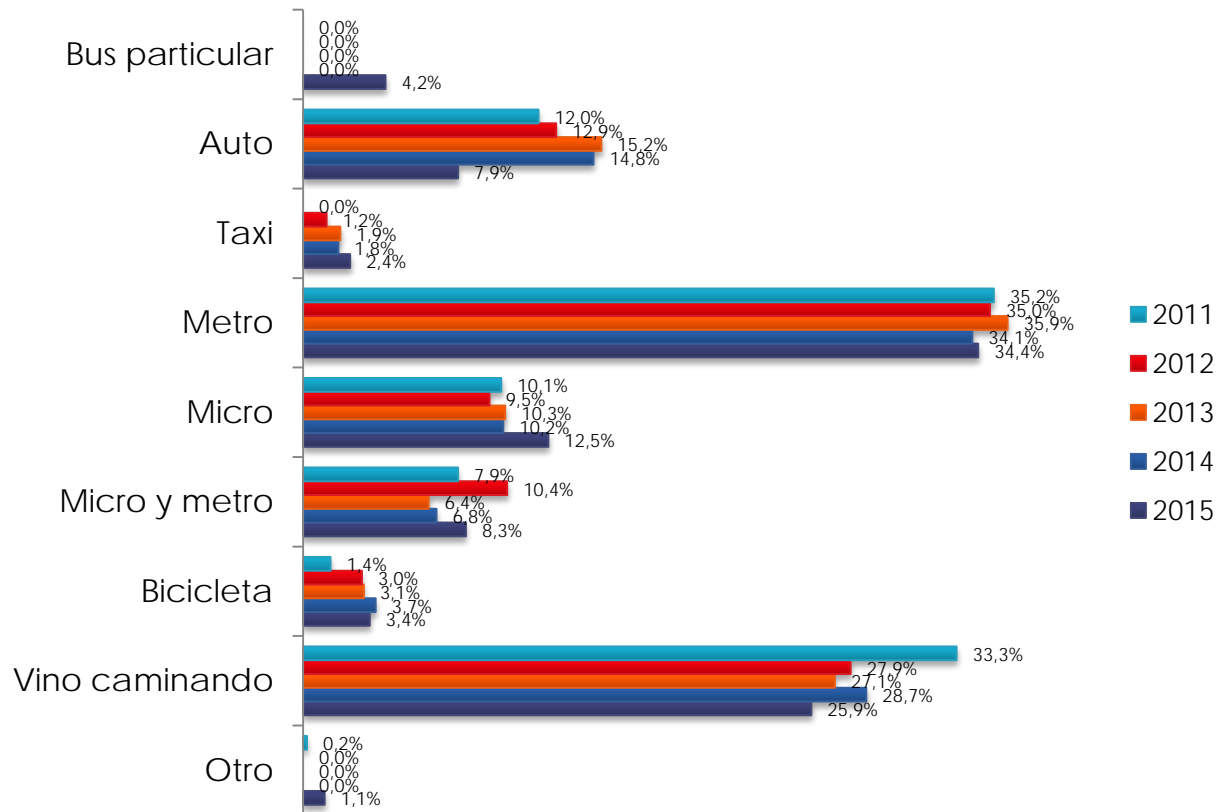
- Los espacios que concentran mayor proporción de público fidelizado corresponden a funciones de **Danza, BiblioGAM, Plazas y Café**.
- En contraste, las actividades de **Audiencias** poseen la mayor proporción de público que visita el edificio por primera vez en los últimos 12 meses, lo que es coherente con el trabajo focalizado en nuevos públicos.
- En el resto de los espacios los resultados se ajustan en mayor medida a la tendencia general.

Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Primera visita	15,9%	3,8%	12,5%	22,8%	25,2%	8,4%	30,1%	8,6%	14,3%	3,6%	28,1%	19,5%
1-3 visitas	23,8%	24,5%	34,4%	23,1%	25,7%	23,2%	25,3%	15,5%	14,3%	19,6%	23,4%	23,7%
4-7 visitas	33,3%	37,7%	21,9%	23,7%	24,3%	18,9%	14,4%	12,1%	18,4%	17,9%	34,4%	23,4%
8-11 visitas	10,3%	13,2%	15,6%	10,6%	6,8%	13,7%	10,3%	3,4%	8,2%	10,7%	1,6%	9,6%
12 o más visitas	16,7%	20,8%	15,6%	19,8%	18,0%	35,8%	19,9%	60,3%	44,9%	48,2%	12,5%	23,8%



Medio de transporte para llegar a GAM

Las tendencias indican que el público llega a GAM principalmente en metro (34,4%) y caminando (25,9%), al igual que en las mediciones anteriores.



Medio de transporte para llegar a GAM según espacio

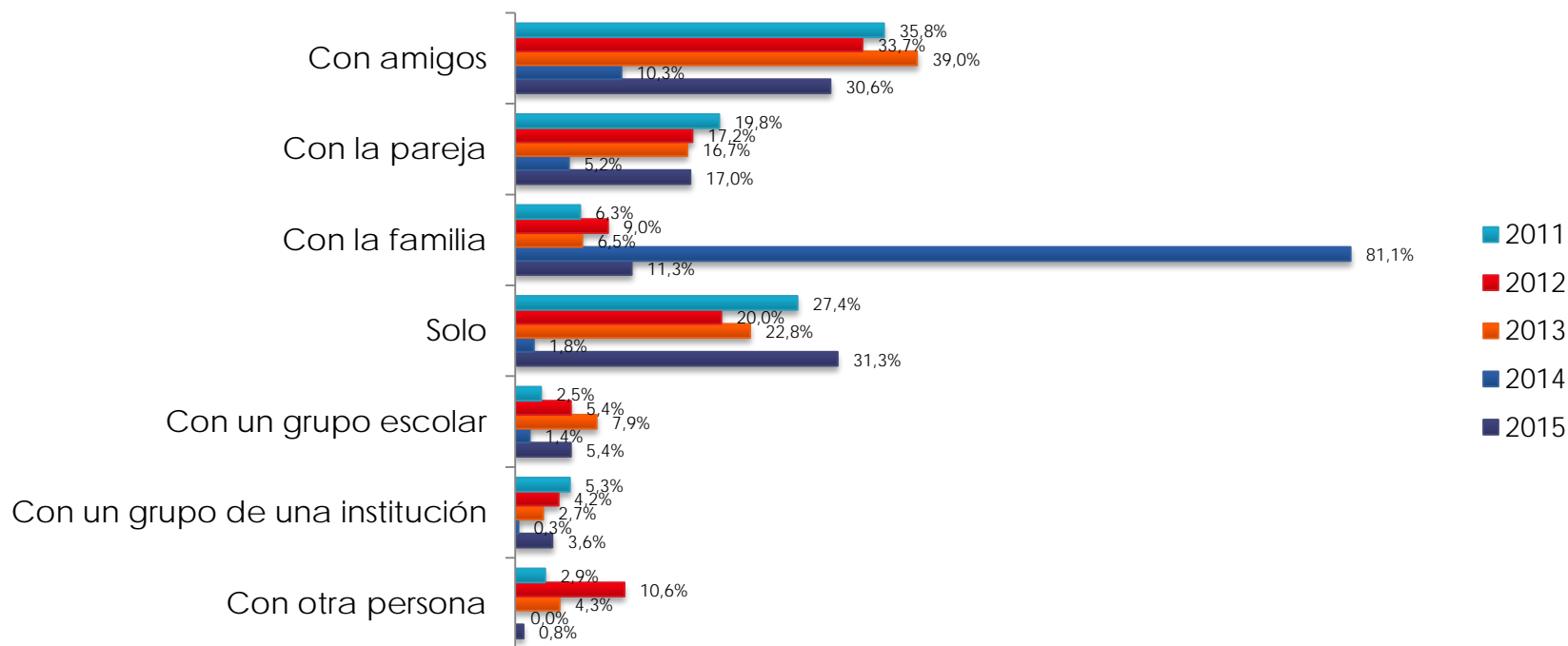
- El público de **Danza**, **Música**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, **BiblioGAM** y del **Café**, se ajusta a la tendencia general, donde priman como medio de transporte el metro y llegar caminando.
- En **Teatro**, si bien el principal medio de transporte es el metro, le sigue el auto. Algo similar ocurre con el público del **Restaurante**, donde luego del metro y de llegar caminando, el auto se ubica como un medio relevante también.
- Para los beneficiarios de las actividades de **Audiencias**, los principales medios de transporte corresponden al metro y a buses particulares (especialmente en el caso de los escolares que asisten a programación educativa).
- Finalmente, para las comunidades en **Plazas** y el público de **Puma Lab**, tanto el metro como la micro son los medios de transporte más importantes.

Medio de transporte	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Bus particular	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	1,0%	34,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%
Auto	20,5%	11,3%	6,3%	8,5%	5,4%	2,0%	2,0%	5,2%	8,2%	0,0%	20,3%	7,9%
Taxi	6,3%	0,0%	4,7%	1,7%	1,4%	1,0%	4,0%	0,0%	2,0%	1,8%	3,1%	2,4%
Metro	39,4%	28,3%	37,5%	31,5%	36,9%	34,0%	34,0%	36,2%	28,6%	37,5%	34,4%	34,4%
Micro	11,0%	11,3%	17,2%	11,8%	14,4%	15,0%	5,3%	19,0%	30,6%	5,4%	7,8%	12,5%
Micro y metro	7,1%	11,3%	6,3%	8,2%	10,4%	8,0%	5,3%	21,1%	8,2%	16,1%	1,6%	8,3%
Bicicleta	3,9%	11,3%	0,0%	3,1%	4,1%	6,0%	0,7%	0,0%	6,1%	5,4%	0,0%	3,4%
Vino caminando	11,8%	26,4%	28,1%	34,6%	27,0%	32,0%	14,0%	8,6%	16,3%	33,9%	32,8%	25,9%
Otro	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	1,0%	0,0%	19,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%



Acompañantes del visitante

En 2015, los visitantes asisten a GAM principalmente solos (31,3%) o acompañados de amigos (30,6%). Estos resultados difieren completamente respecto al 2014, donde la mayoría del público asistía, al momento de la encuesta, acompañado por familiares. Sin embargo, retoman las tendencias expresadas en años anteriores.





Acompañantes del visitante según espacio

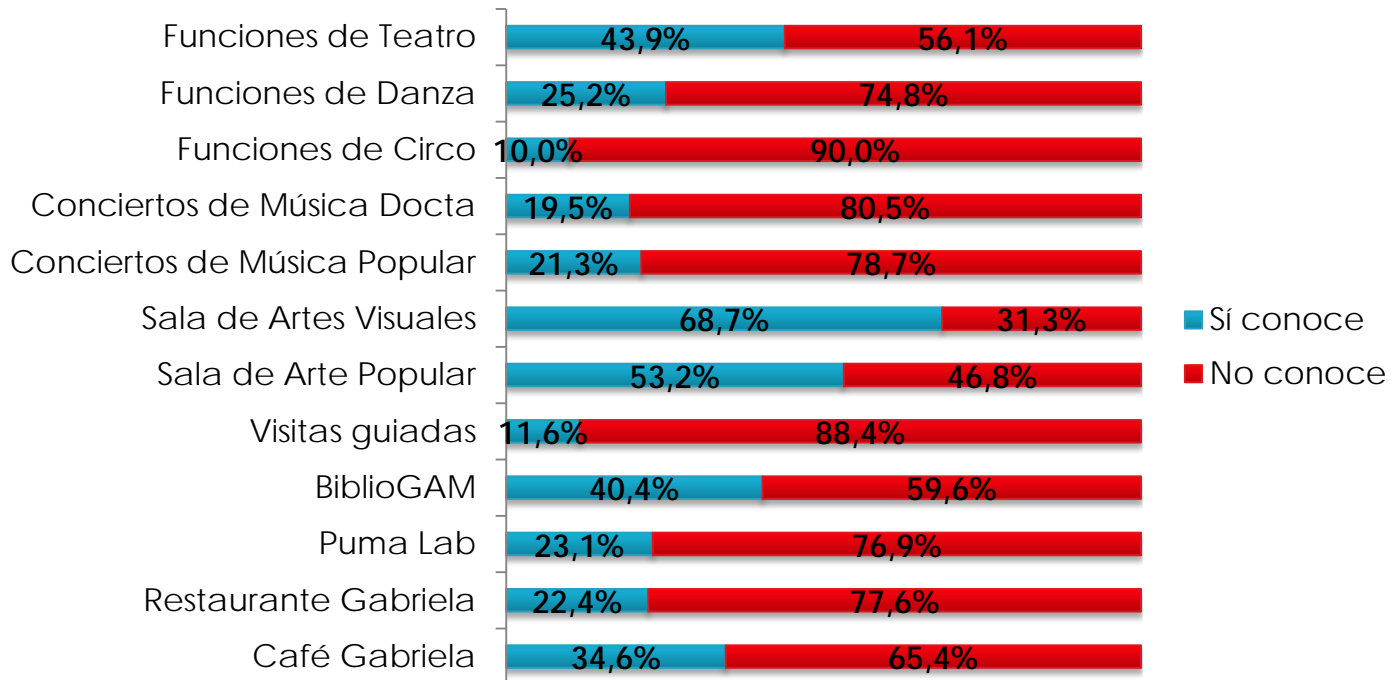
- Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, **BiblioGAM**, **Plazas** y del **Café**, se ajusta a la tendencia general, donde el público viene principalmente sólo o con amigos.
- En **Teatro**, son cuatro las categorías que presentan porcentajes relevantes: quienes vienen con amigos, con la familia, solos y con la pareja.
- En **Restaurante**, tres: con amigos, con la pareja y con la familia.
- En **Danza**, el público asiste principalmente con amigos o con la pareja.
- En **Música**, sólo o con la pareja.
- En las actividades de **Audiencias**, con un grupo escolar o solos.
- Y en **Puma Lab**, la mayoría asiste solo.

Acompañantes	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Con amigos	31,7%	41,5%	17,7%	27,9%	36,8%	37,0%	13,9%	48,3%	22,9%	27,3%	48,3%	30,6%
Con la pareja	19,8%	30,2%	32,3%	22,8%	16,4%	4,3%	1,4%	6,9%	16,7%	14,5%	20,0%	17,0%
Con la familia	22,2%	9,4%	6,5%	11,5%	13,2%	5,4%	6,3%	5,2%	2,1%	14,5%	18,3%	11,3%
Sólo	21,4%	18,9%	41,9%	33,5%	30,5%	33,7%	33,3%	22,4%	56,3%	41,8%	11,7%	31,3%
Con un grupo escolar	0,8%	0,0%	1,6%	2,0%	0,0%	4,3%	36,1%	6,9%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%
Con un grupo de otra institución	3,2%	0,0%	0,0%	1,4%	3,2%	13,0%	7,6%	10,3%	0,0%	0,0%	1,7%	3,6%
Con otra persona	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	2,2%	1,4%	0,0%	2,1%	1,8%	0,0%	0,8%



Nivel de conocimiento de infraestructura y actividades GAM

Del listado de infraestructura y actividades GAM consultado, existen dos espacios conocidos por la mayoría del público: Sala de Artes Visuales (68,7%) y Sala de Arte Popular (53,2%). Le siguen las Funciones de Teatro y BiblioGAM, que resultan conocidos por sobre el 40,0% de los visitantes.





Nivel de conocimiento de infraestructura y actividades GAM según espacios

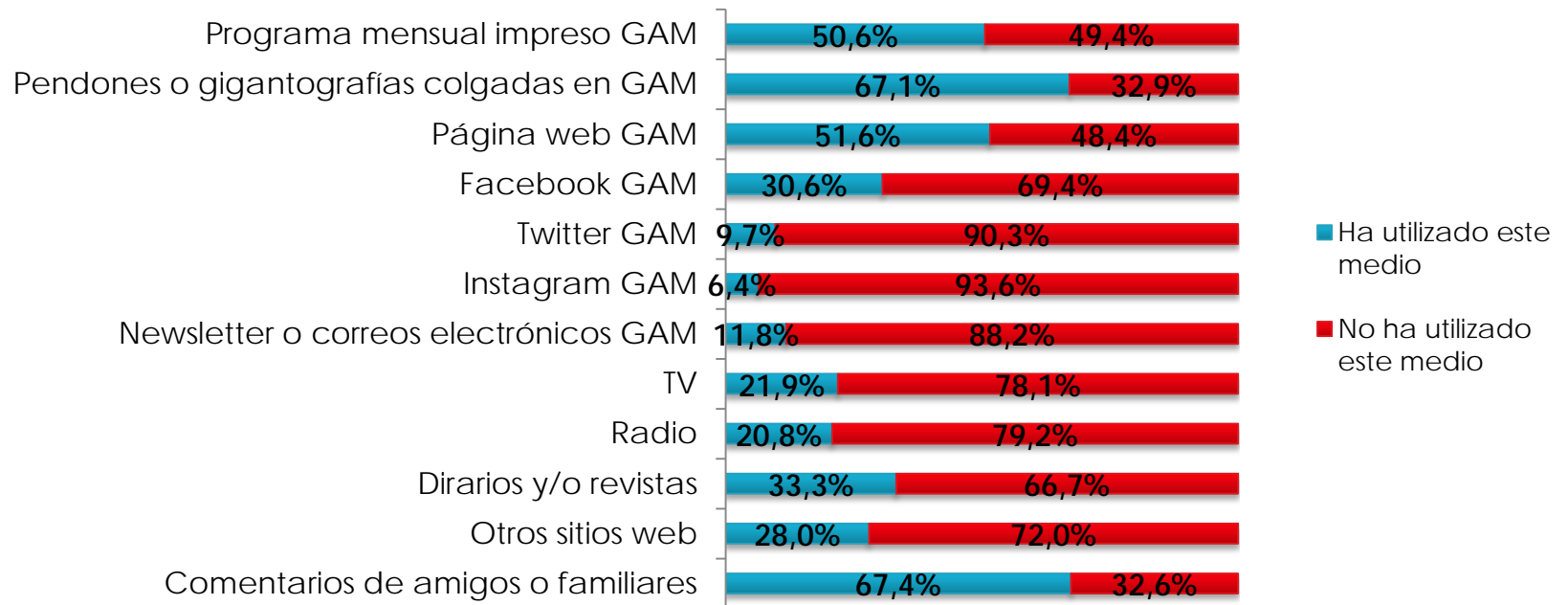
- La mayoría del público de **Teatro** conoce, además, la Sala de Artes Visuales.
- La mayoría del público de **Danza** ha asistido, además, a funciones de teatro, Sala de Artes Visuales y Sala de Arte Popular.
- La mayoría del público de **Música** conoce, además, la Sala de Artes Visuales.
- La mayoría del público de la Sala de **Artes Visuales** conoce, además, la Sala de Arte Popular.
- La mayoría del público de la Sala de **Arte Popular** conoce, además, la Sala de Artes Visuales.
- En su mayoría, el público de **BiblioGAM** no ha asistido al resto de espacios y actividades.
- La mayoría del público de las actividades de **Audiencias** ha asistido, además, a funciones de teatro.
- En su mayoría, las comunidades en **Plazas** no han asistido a l resto de espacios y actividades.
- La mayoría del público de **Puma Lab** conoce, además, la Sala de Artes Visuales.
- La mayoría del público del **Café** ha asistido, además, a funciones de Teatro, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular y BiblioGAM.
- La mayoría del público del **Restaurante** conoce, además, la Sala de Artes Visuales.

Nivel de conocimiento de infraestructura y actividades GAM conocidas	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Funciones de Teatro	-	75,5%	31,3%	34,3%	29,7%	42,0%	57,6%	15,5%	28,6%	55,6%	49,2%	43,9%
Funciones de Danza	37,0%	-	21,9%	18,7%	16,1%	24,0%	30,4%	20,7%	25,0%	38,9%	14,3%	25,2%
Funciones de Circo	15,7%	18,9%	-	9,5%	5,8%	10,0%	10,8%	6,9%	12,2%	22,2%	4,8%	10,0%
Conciertos de Música Docta	18,1%	30,2%	-	11,7%	8,1%	19,0%	38,5%	6,9%	12,2%	20,8%	9,5%	19,5%
Conciertos de Música Popular	22,8%	30,2%	35,9%	20,1%	16,1%	25,0%	20,8%	12,1%	22,4%	34,0%	14,3%	21,3%
Sala de Artes Visuales	56,7%	69,8%	51,6%	-	67,7%	49,0%	49,3%	32,8%	53,1%	64,8%	65,1%	68,7%
Sala de Arte Popular	43,3%	52,8%	42,2%	56,3%	-	36,0%	32,8%	19,0%	26,5%	57,4%	41,3%	53,2%
Visitas Guiadas	8,7%	9,4%	6,3%	11,2%	10,8%	11,0%	31,1%	1,7%	8,2%	7,5%	4,8%	11,6%
BiblioGAM	38,6%	45,3%	28,1%	34,0%	32,3%	-	43,0%	29,3%	42,9%	64,8%	20,6%	40,4%
Puma Lab	15,0%	18,9%	15,6%	24,1%	18,0%	28,0%	8,5%	17,2%	-	39,6%	19,0%	23,1%
Restaurante	27,8%	22,6%	12,5%	17,6%	12,6%	19,0%	20,9%	19,0%	14,6%	37,7%	-	22,4%
Café	44,4%	45,3%	25,0%	26,5%	27,0%	36,0%	32,1%	24,1%	42,9%	-	42,9%	34,6%



Nivel de utilización de los distintos medios de información sobre GAM

Ante la pregunta “¿se ha informado alguna vez de las actividades GAM a través de estos medios?”, destaca en primer lugar los comentarios de amigos o familiares, con un 67,4% de utilización, y los pendones o gigantografías colgadas en GAM, con un 67,1%. Luego, un 51,6% de los visitantes se ha informado alguna vez a través de la página web GAM y un 50,6% a través del programa mensual impreso. El resto de los medios han sido consultados alguna vez en menor medida, tal como se observa en el gráfico.





Nivel de utilización de los distintos medios de información sobre GAM según espacio

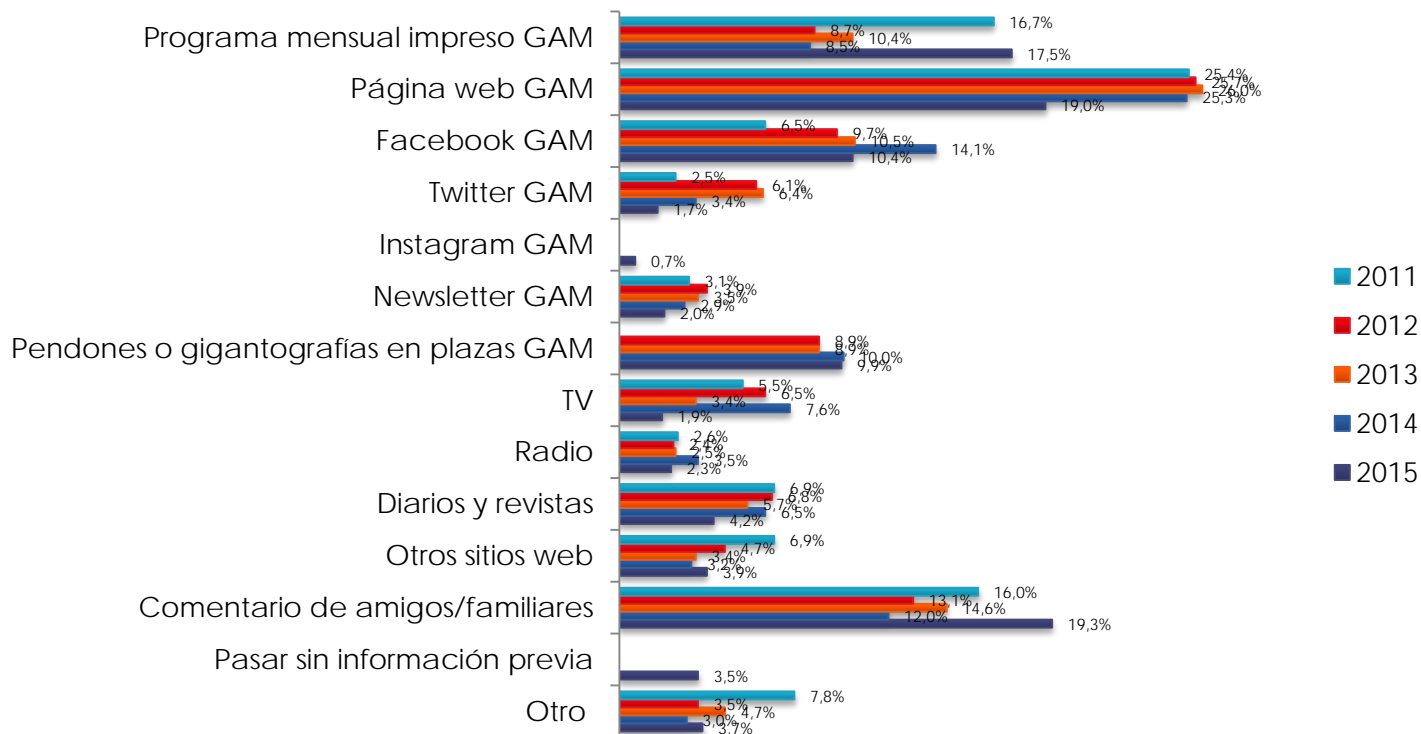
- La mayoría del público de **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Café y Restaurante** se ha informado alguna vez de a través del programa mensual GAM, Pendones GAM, Página web GAM, y comentarios de amigos o familiares.
- La mayoría del público de la Sala de **Arte Popular** y de **Plazas** se ha informado alguna vez de a través de Pendones GAM y comentarios de amigos o familiares.
- La mayoría del público de **BiblioGAM** se ha informado alguna vez de a través del programa mensual GAM, Pendones GAM y comentarios de amigos o familiares.
- La mayoría del público de **Puma Lab** se ha informado alguna vez de a través de Pendones GAM, Página web GAM, Facebook GAM y comentarios de amigos o familiares.
- Los medios que más se han utilizado alguna vez por los beneficiarios de las actividades de **Audiencias** corresponden a comentarios de amigos y familiares y el programa mensual GAM.

Medio de información utilizado alguna vez	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Programa mensual GAM	66,7%	60,4%	50,0%	52,4%	43,7%	57,1%	42,0%	15,5%	40,8%	70,4%	55,6%	50,6%
Pendones GAM	79,4%	71,7%	64,1%	71,3%	73,9%	66,3%	39,6%	56,9%	53,1%	83,3%	63,5%	67,1%
Página web GAM	67,5%	56,6%	64,1%	52,9%	43,7%	48,0%	38,2%	32,8%	57,1%	59,3%	63,5%	51,6%
Facebook GAM	26,2%	43,4%	31,7%	32,0%	29,3%	27,6%	15,6%	37,9%	57,1%	33,3%	28,6%	30,6%
Twitter GAM	9,5%	13,2%	7,8%	9,7%	9,9%	12,2%	7,1%	6,9%	12,2%	7,5%	11,1%	9,7%
Instagram GAM	7,1%	13,2%	3,1%	6,4%	5,0%	8,2%	3,9%	6,9%	10,2%	3,8%	7,9%	6,4%
Newsletter GAM	12,7%	18,9%	12,5%	9,5%	6,3%	18,4%	20,6%	3,4%	12,2%	13,0%	14,3%	11,8%
TV	19,0%	20,8%	15,6%	25,3%	24,9%	24,5%	18,9%	29,3%	10,2%	20,4%	9,5%	21,9%
Radio	23,8%	20,8%	23,4%	22,3%	18,1%	25,5%	19,5%	15,5%	16,7%	22,6%	15,9%	20,8%
Diarios y revistas	38,4%	30,2%	35,5%	37,0%	32,0%	43,9%	28,5%	10,3%	20,8%	30,2%	33,3%	33,3%
Otro sitio web	32,8%	22,6%	32,8%	29,7%	27,5%	44,3%	11,9%	24,1%	29,2%	26,4%	20,6%	28,0%
Comentarios	79,4%	67,9%	57,8%	72,4%	72,5%	59,2%	46,3%	56,9%	68,8%	77,4%	63,5%	67,4%



Principal medio de información declarado sobre las actividades GAM

Ante la instrucción "indique el principal medio que ud. utiliza para informarse de los espectáculos y actividades GAM", la categorías con mayor mención corresponden a los comentarios de amigos o familiares (19,3%), que se incrementa respecto a los años anteriores; la página web GAM (19,0%), que decrece; y el programa GAM mensual impreso (17,5%), que experimenta un incremento.



Principal medio de información declarado sobre las actividades GAM según espacio

- En **Teatro** y **Sala de Arte Popular**, el principal medio de información declarado por el público corresponde a comentarios de amigos o familiares.
- En **Música** y en el **Restaurante**, el principal medio de información corresponde a la página web GAM.
- En **Danza**, **Sala de Artes Visuales**, y en **Puma Lab** tanto la página web GAM como los comentarios de amigos o familiares, son declarados como el principal medio de información.
- En **BiblioGAM** y en las actividades de **Audiencias**, el principal medio declarado es el programa mensual impreso.
- Para las comunidades en **Plazas**, el principal medio declarado es tanto Facebook GAM como comentarios de amigos.
- En el **Café**, los principales medios corresponden a la página web GAM y al programa mensual impreso.

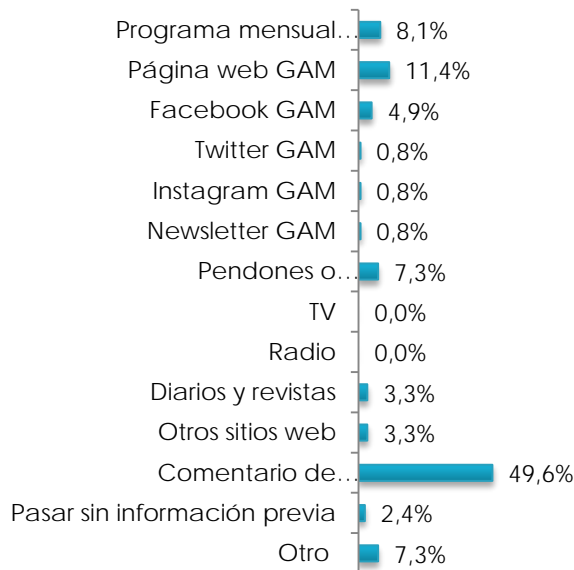
Principal medio de información sobre las actividades GAM	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Programa mensual GAM	18,3%	15,1%	15,6%	13,8%	15,8%	29,2%	29,3%	3,7%	8,9%	27,8%	11,5%	17,5%
Página web GAM	17,5%	22,6%	28,1%	20,9%	16,3%	9,4%	9,0%	13,0%	28,9%	31,5%	32,8%	19,0%
Facebook GAM	7,1%	17,0%	10,9%	11,8%	10,2%	13,5%	4,5%	22,2%	13,3%	3,7%	4,9%	10,4%
Twitter GAM	2,4%	0,0%	0,0%	2,6%	1,9%	2,1%	0,8%	1,9%	0,0%	0,0%	1,6%	1,7%
Instagram GAM	0,8%	0,0%	1,6%	0,9%	0,9%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,7%
Newsletter GAM	1,6%	5,7%	3,1%	2,4%	0,0%	3,1%	3,8%	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%	2,0%
Pendones	7,9%	5,7%	4,7%	10,9%	10,7%	13,5%	4,5%	14,8%	8,9%	16,7%	11,5%	9,9%
TV	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,9%	3,1%	6,8%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
Radio	2,4%	7,5%	3,1%	1,2%	2,8%	6,3%	1,5%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	2,3%
Diarios y revistas	5,6%	3,8%	9,4%	4,1%	1,9%	4,2%	5,3%	0,0%	0,0%	3,7%	9,8%	4,2%
Otro sitio web	4,0%	0,0%	7,8%	3,5%	3,3%	4,2%	3,8%	11,1%	6,7%	1,9%	1,6%	3,9%
Comentarios	27,8%	22,6%	15,6%	17,6%	21,9%	10,4%	15,8%	24,1%	28,9%	9,3%	21,3%	19,3%
Pasar sin información	2,4%	0,0%	0,0%	4,4%	8,4%	0,0%	0,0%	7,4%	2,2%	0,0%	3,3%	3,5%
Otro medio	2,4%	0,0%	0,0%	3,2%	5,1%	1,0%	14,3%	0,0%	0,0%	1,9%	0,0%	3,7%



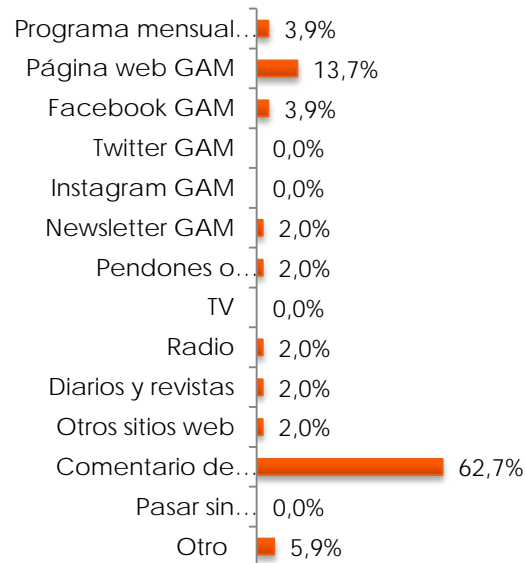
Principal medio de información sobre la función GAM a la que acaba de asistir

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 en particular fueron los comentarios de amigos y familiares, seguido, de lejos, por la página web.

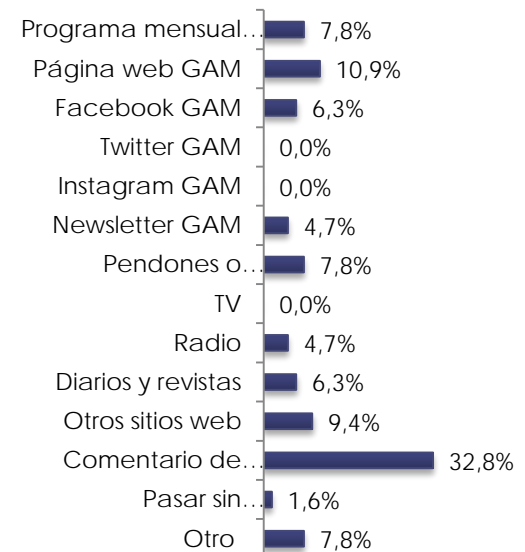
Funciones de Teatro



Funciones de Danza



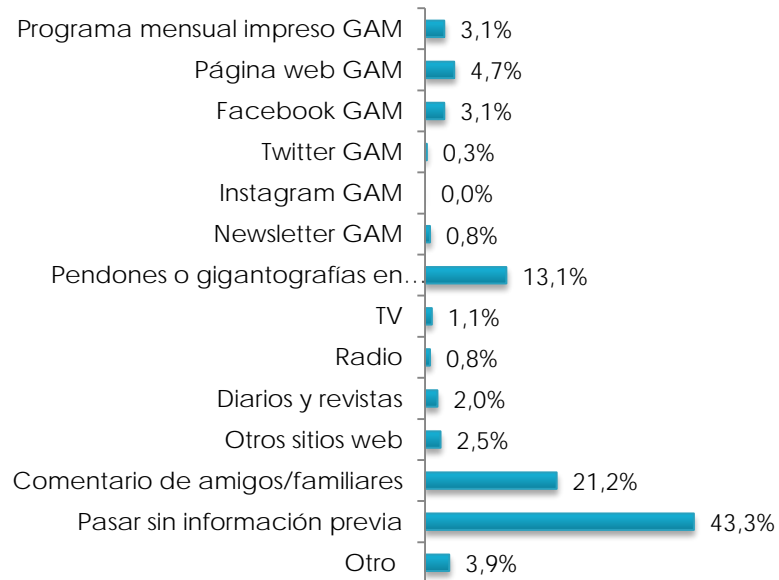
Funciones de Música



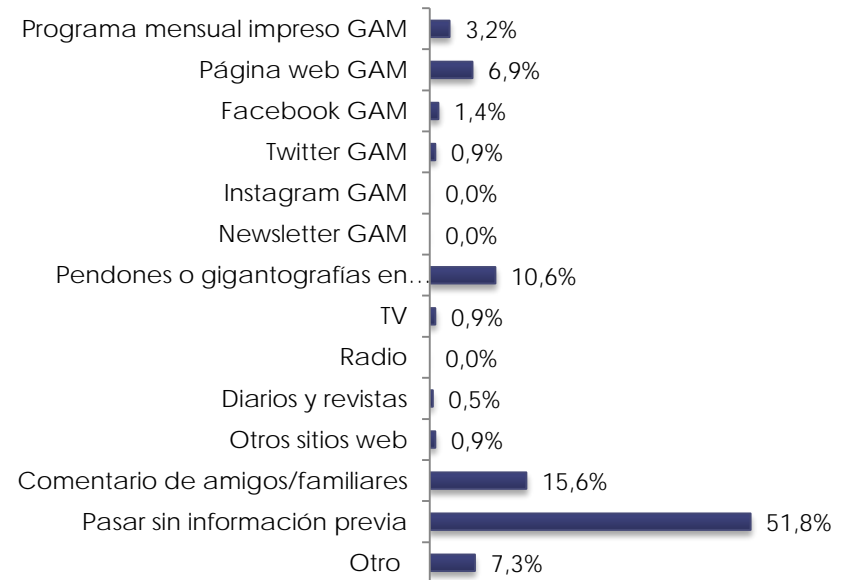
Principal medio de información sobre la exposición GAM que acaba de visitar

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, la mayor proporción de visitantes se enteró de la exposición sólo al pasar por GAM. Le siguen quienes asistieron motivados por la información de los pendones en el edificio.

Sala de Artes Visuales



Sala de Arte Popular

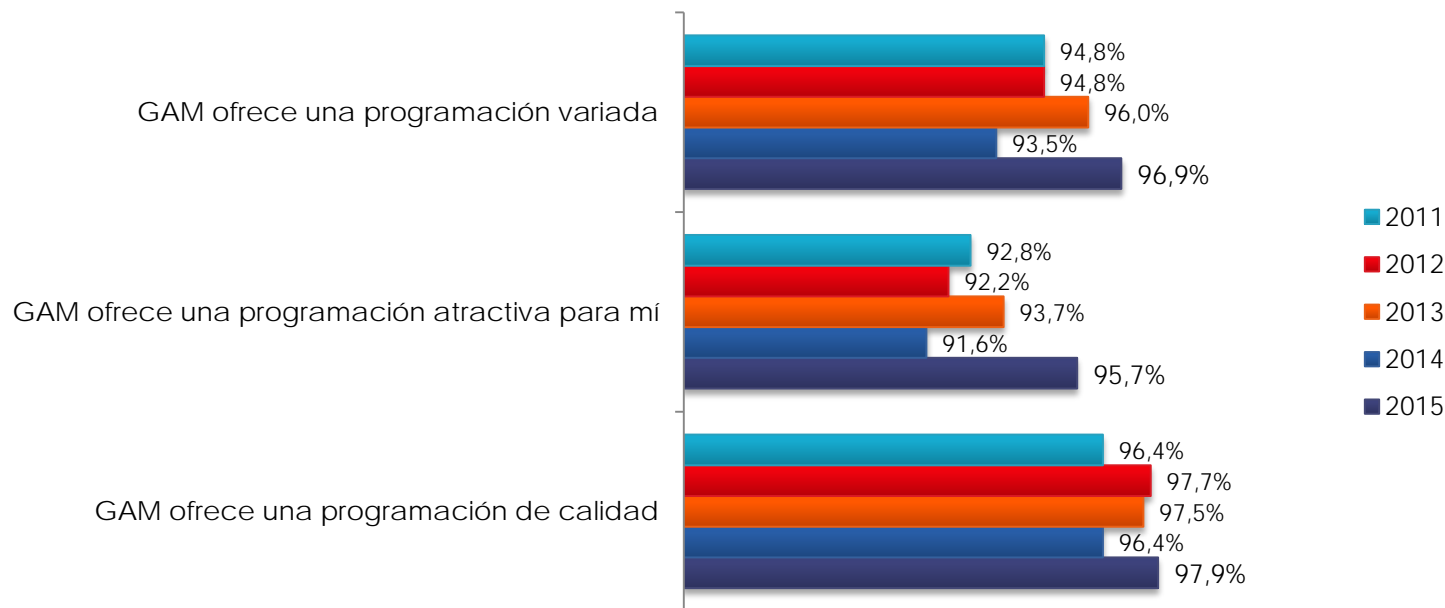


Evaluación de la programación, accesibilidad, servicios y atención del personal



Evaluación de la programación

La gran mayoría del público encuestado dice estar de acuerdo con que GAM ofrece una programación variada (96,9%), atractiva (95,7%) y de calidad (97,9%). En todos estos indicadores se observan leves incrementos respecto a las mediciones anteriores.





Evaluación de la programación según espacio

Al comparar los datos por espacio no se evidencian diferencias significativas respecto de la tendencia general.

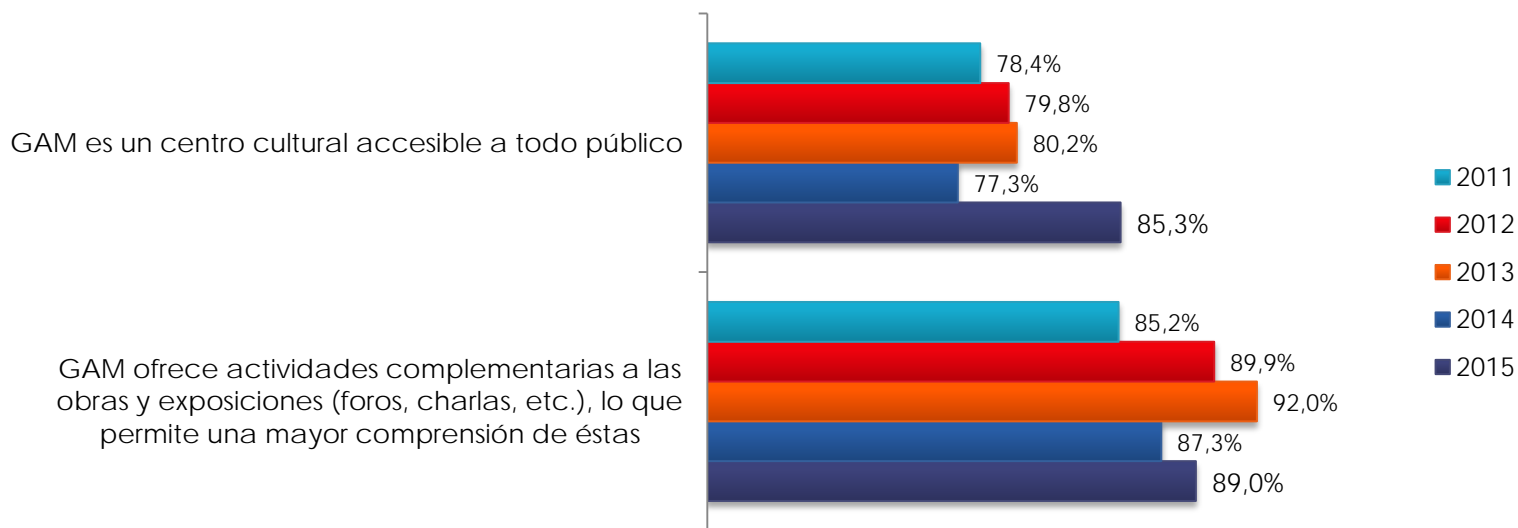
Después de la asistencia	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
GAM ofrece una programación variada	100,0%	92,2%	100,0%	98,0%	95,6%	95,6%	98,5%	91,1%	95,2%	94,2%	97,6%	96,9%
GAM ofrece una programación atractiva para mí	99,1%	96,1%	98,3%	97,2%	95,4%	89,9%	97,1%	89,4%	92,9%	92,0%	95,5%	95,7%
GAM ofrece una programación de calidad	99,1%	100,0%	98,2%	98,7%	98,4%	94,6%	97,1%	93,0%	95,2%	100,0%	97,7%	97,9%



Evaluación de la accesibilidad

Un 85,3% de los encuestados dice estar de acuerdo con que GAM es un centro cultural accesible a todo público, experimentando este indicador un incremento relevante respecto a mediciones anteriores.

Por otra parte, un 89,0% declara estar de acuerdo con que GAM ofrece instancias para una mejor comprensión de las obras o exposiciones que se presentan en el centro, resultado similar al de años anteriores.





Evaluación de la accesibilidad según espacio

- Si bien la mayoría del público de funciones de **Danza** declara estar de acuerdo con que GAM es un centro cultural accesible (59,2%), este porcentaje es algo menor a lo expresado en la tendencia general (85,3%). El público del resto de los espacios se ajusta a dicha tendencia.
- En cuanto a la existencia de actividades complementarias para una mayor comprensión de las obras y exposiciones, los resultados de cada espacio se ajustan a la tendencia general.

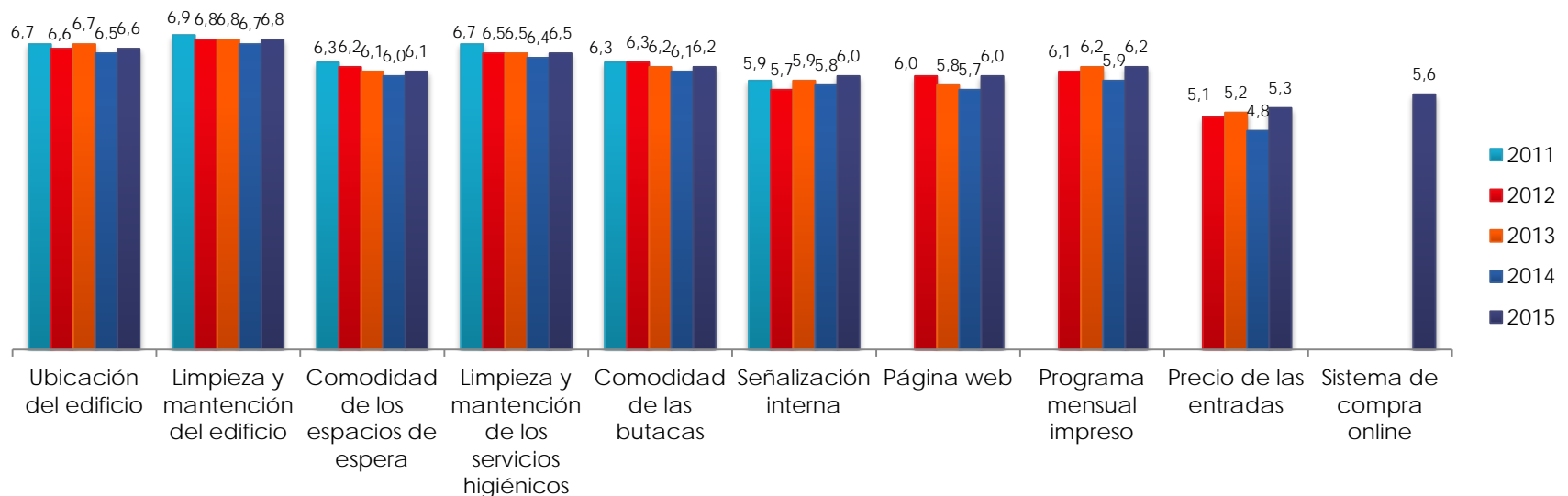
Después de la asistencia	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
GAM es un centro cultural accesible a todo público	76,7%	59,2%	86,2%	86,5%	86,5%	85,5%	85,1%	95,2%	88,6%	82,0%	88,6%	85,3%
GAM ofrece actividades complementarias a las obras y exposiciones, lo que permite una mayor comprensión de éstas	91,2%	82,8%	88,9%	88,1%	82,5%	89,7%	97,5%	92,1%	90,3%	81,6%	88,2%	89,0%



Evaluación de servicios GAM asociados

Los distintos servicios GAM evaluados promedian una calificación de 6,1, en una escala de 1 a 7, y se mantienen dentro de las tendencias vistas a lo largo de los años.

Comparativamente, el precio de las entradas (5,3) y el sistema de compra online (5,6) constituyen los aspectos peor evaluados. El resto de los servicios recibe una calificación igual o superior a 6,0, siendo el mejor evaluado la limpieza y mantenimiento del edificio (6,8).





Evaluación de servicios GAM asociados según espacio

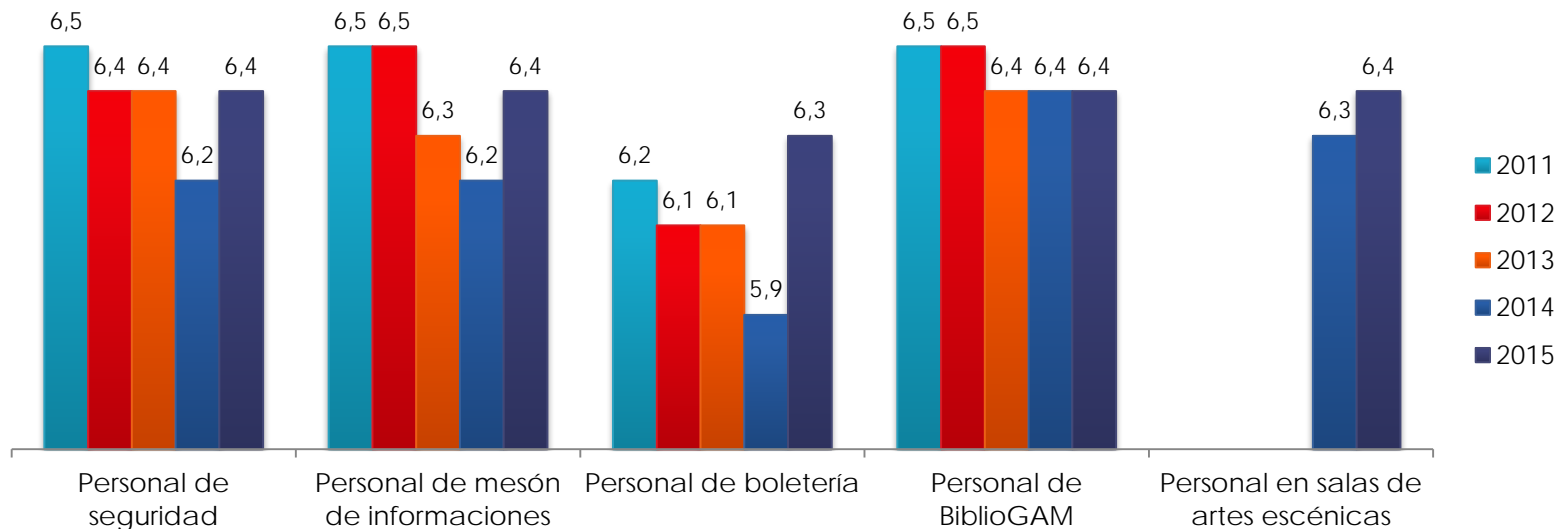
- El público más crítico respecto al precio de las entradas es el de **BiblioGAM**.
- El público más crítico respecto al sistema de compra online es el del **Música** y de **Puma Lab**.
- Para el resto de los aspectos, no existen diferencias significativas en la evaluación realizada por el público de los distintos espacios y actividades.

Medio de información utilizado alguna vez	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Ubicación	6,8	6,6	6,8	6,7	6,6	6,6	6,2	6,3	6,5	6,7	6,7	6,6
Limpieza y mantención	6,8	6,7	6,8	6,9	6,9	6,7	6,8	6,6	6,6	6,8	6,7	6,8
Comodidad de espacios de espera	6,2	6,1	6,0	6,2	6,1	5,9	6,0	6,3	6,3	6,2	6,1	6,1
Servicios higiénicos	6,4	6,3	6,5	6,6	6,6	6,6	6,6	6,6	6,4	6,5	6,6	6,5
Comodidad de butacas	6,3	6,3	6,3	6,3	6,4	6,1	6,0	6,4	6,2	6,1	6,4	6,2
Señalización interna	6,1	6,0	5,8	6,0	6,0	6,1	5,9	6,4	6,0	6,0	6,2	6,0
Página web	6,2	6,3	6,0	6,1	6,2	6,0	5,4	5,8	6,0	5,9	6,2	6,0
Programa mensual impreso	6,4	6,4	6,2	6,3	6,4	6,2	5,9	6,1	5,9	6,0	6,2	6,2
Precio de entradas	5,5	5,2	5,8	5,3	5,0	4,7	5,3	5,6	5,4	5,5	5,7	5,3
Sistema de compra online	5,8	5,7	4,7	5,8	5,8	5,5	5,3	5,5	4,5	5,5	6,3	5,6



Evaluación de la atención del personal GAM

La atención del personal de seguridad, mesón de informaciones, de boletería, de BiblioGAM y de salas, promedia una calificación de 6,4 en una escala de 1 a 7.





Evaluación de la atención del personal GAM según espacio

- Comparativamente, las comunidades en **Plazas** y el público de **Puma Lab** se muestran más crítico respecto a la atención del personal de seguridad.
- Los beneficiarios de las actividades de **Audiencias** son los que se muestran más críticos respecto a la atención del personal de boletería.
- Y el público de **Música** es el que se muestra más crítico respecto a la atención del personal de BiblioGAM.
- Para el resto de los aspectos, no existen diferencias significativas en la evaluación realizada.

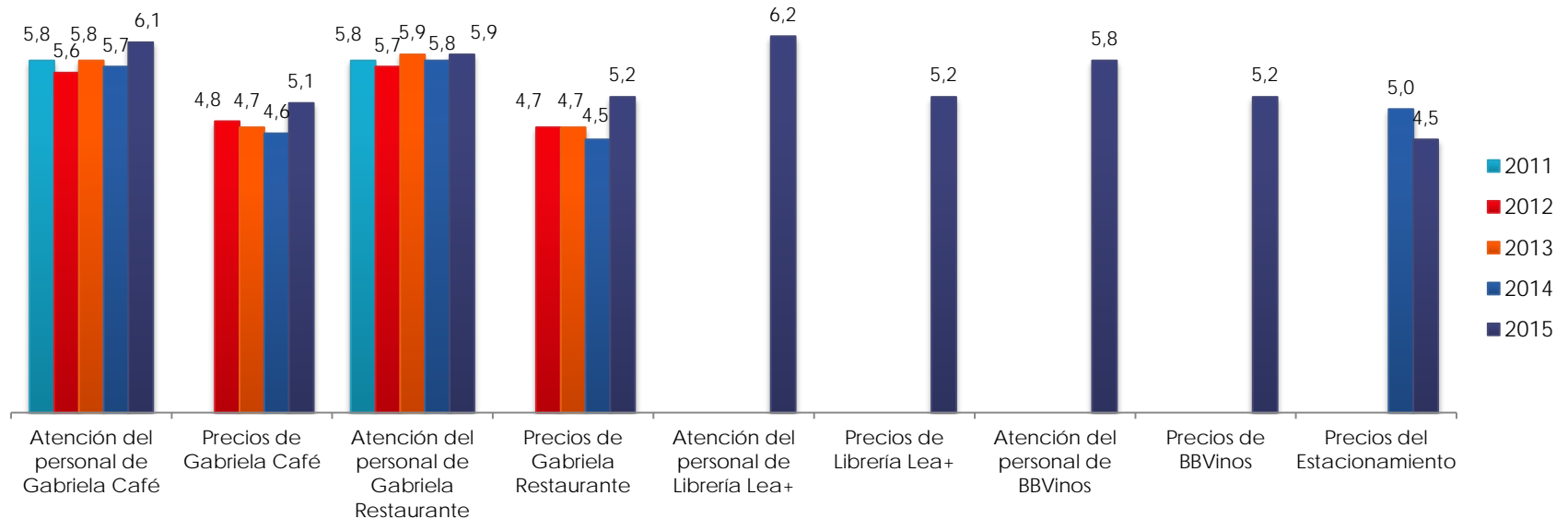
Medio de información utilizado alguna vez	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Personal de Seguridad	6,6	6,4	6,5	6,5	6,6	6,3	6,0	5,9	5,8	6,4	6,7	6,4
Personal de Mesón de Informaciones	6,6	6,3	6,6	6,5	6,4	6,5	6,3	6,5	6,2	6,4	6,6	6,4
Personal de Boletería	6,3	6,6	6,3	6,4	6,3	6,3	5,9	6,4	5,7	6,3	6,5	6,3
Personal de BiblioGAM	6,7	6,6	5,8	6,4	6,6	6,6	6,1	6,5	6,6	6,5	6,3	6,4
Personas de Salas de Artes Escénicas	6,7	6,2	6,6	6,4	6,4	6,2	6,2	6,4	6,2	6,4	6,6	6,4



Evaluación de la atención y precios en tiendas

La atención y precios en el Restaurante y en el Café, promedian una calificación de 5,5 en una escala de 1 a 7.

Comparativamente, los precios del Estacionamiento (4,5) constituye el aspecto peor evaluado, y la atención del personal de Librería Lea+ (6,2), el mejor evaluado.



Evaluación de atención y precios en tiendas según espacio

- El público de **Danza**, se muestra más crítico respecto a los precios de BBVinos.
- El público de **Música** se muestra más crítico respecto a los precios de Librería Lea+.
- El público de la Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular** y **Puma Lab**, se muestra sumamente crítico respecto a los precios del Estacionamiento.
- El público de **BiblioGAM** se muestra más crítico respecto a los precios de Gabriela Café y de Gabriela Restaurante.
- Para el resto de los aspectos, no existen diferencias significativas en la evaluación realizada.

Medio de información utilizado alguna vez	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Café	Restaurante	Total
Personal de Gabriela Café	5,9	6,1	5,5	6,2	6,2	6,1	5,9	6,3	5,7	6,3	6,0	6,1
Precios de Gabriela Café	5,0	4,8	4,8	5,3	5,3	4,5	4,8	5,0	4,7	5,5	5,6	5,1
Personal de Gabriela Restaurante	6,2	5,5	6,7	6,1	6,2	5,8	5,2	5,9	5,8	5,8	6,3	5,9
Precio de Gabriela Restaurante	5,6	5,0	5,2	5,3	5,4	4,4	4,8	5,3	5,2	5,3	6,0	5,2
Personal de Librería Lea+	6,5	6,1	6,1	6,3	6,5	5,7	5,9	6,4	6,1	6,4	6,5	6,2
Precio de Librería Lea+	5,6	4,8	4,6	5,0	5,1	5,0	5,3	4,7	5,4	5,4	5,4	5,2
Personal de BBVinos	6,6	5,4	6,2	6,3	6,2	5,5	5,4	6,3	5,7	6,0	6,4	5,8
Precios de BBVinos	5,8	4,2	5,5	5,2	5,1	4,8	5,1	5,5	5,5	5,6	5,9	5,2
Precios del Estacionamiento	4,8	3,7	4,7	3,7	3,8	4,3	5,0	4,7	3,8	4,3	5,1	4,5

ANEXO II

REPORTE 2015 DE BIBLIOTECA

Resumen

182

BIBLIOGAM

Durante 2015 BiblioGAM registró un total de 34.442 usuarios. Además de los servicios bibliográficos, este espacio ofreció una programación artística y formativa que integró: obras de teatro; escuelas de verano e invierno; el ciclo de conversaciones Encuentros Mistralianos en conmemoración del natalicio de Gabriela Mistral; talleres de lectura dirigidos a público general y a adultos mayores; y talleres de apreciación de arte para público infantil. También se realizaron presentaciones de libros y seis exposiciones, una de ellas, Ana González 100 años, en homenaje al natalicio de la actriz chilena.

34.442 visitas
261 actividades
7.118 beneficiarios



CIFRAS

183

A partir de enero 2015 se incluyen como socios a estudiantes de Educación básica.

BiblioGAM permaneció cerrada durante febrero.

A partir de 1 de abril la membresía es gratuita.

Adquisiciones.

	Títulos	Vol.	Valor aprox.
Donaciones	275	357	\$3.565.315
Compras	182	247	\$4.755.498
Total	457	604	\$8.320.813

*Material registrado, algunos pendiente de catalogar

Catálogo.

	Títulos	Vol.	A la fecha
Total	91	426	14.261

Circulación.

	Consulta en sala	Domicilio
Ene a Dic	7220	1757*

*Incluye renovaciones

Consulta en sala por temática.

Temática	Ene – Dic
Teatro	515
Danza	325
Música	689
Arte visual	565
Cine	407
Diseño	324
Arquitectura	160
Fotografía	308
Gestión cultural	317
Gabriela Mistral	116
Literatura	254
Infantil	2.920
Historia y geografía	58
Referencia	262
Total 2015	7.220
Total desde 2013	26.928

Nuevos socios por categoría.

Adulto mayor	29
Estudiantes	105
General	182
Profesor	21
GAM	1
Total	338

ANEXO III

INFORME DE COMPRAS 2015

Resumen

186

UNIDAD DE PÚBLICOS

El siguiente informe tiene como objetivo entregar información respecto al detalle de compras realizadas durante el año 2015, los medios a través de los que éstas se realizaron y los tipos de entradas adquiridas por los clientes de GAM. Para poder establecer un parámetro de comparación se han utilizado los porcentajes del año 2014 a fin de conocer si existe algún tipo de variación.

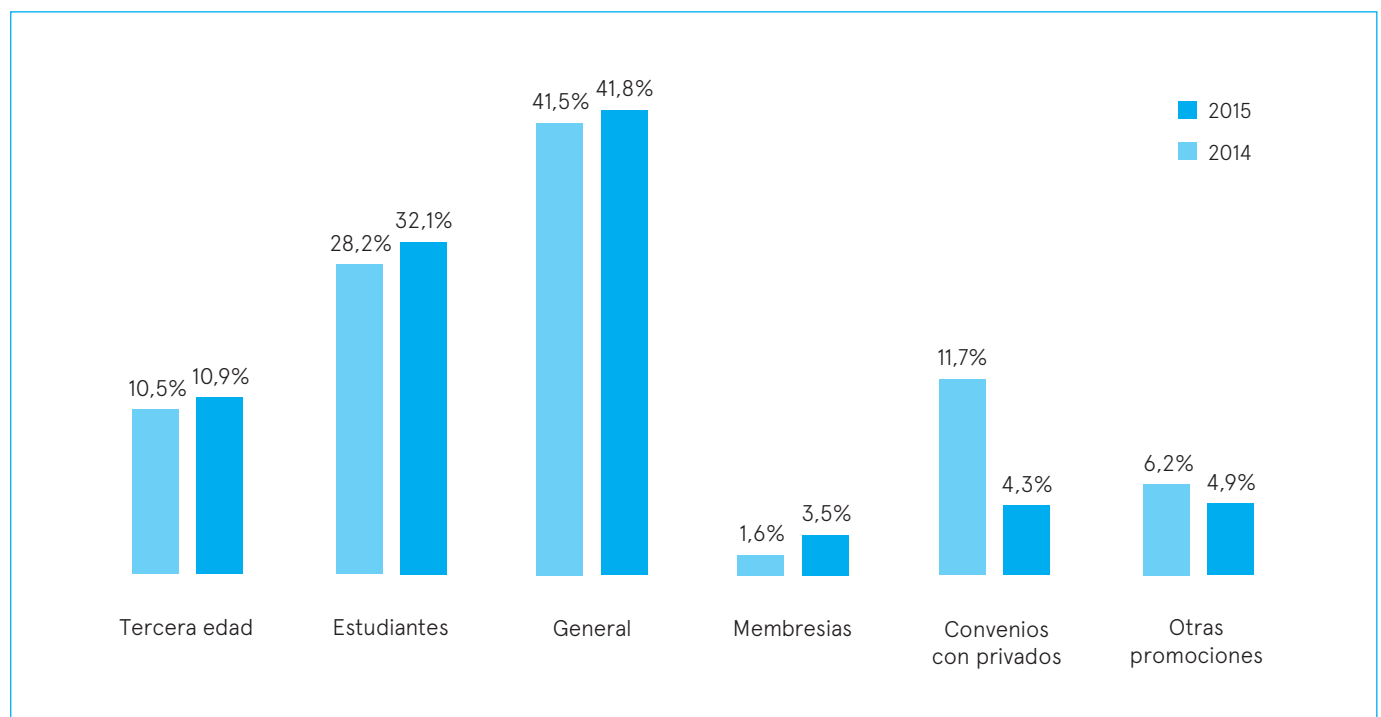
En cuanto a las cifras del año 2015, las compras realizadas equivalen a un total de 24.814 órdenes de compra¹ y 83.310 tickets, de los cuales 29.983 fueron cortesías, teniendo como resultado 53.327 tickets pagados.

El tipo de precio más vendido es el de la entrada **general**, con 22.296 tickets, seguido por la categoría **estudiante** con 17.142 y en un tercer lugar se encuentra el descuento por **tercera edad** alcanzando los 7.025 tickets vendidos. Las membresías GAM, que incluyen profesores, bibliogam y adulto mayor, equivalen a 1.913 tickets.

1. La orden de compra es el resumen que genera el comprador cada vez que adquiere entradas, tanto en internet como en boletería, para las actividades GAM. Este resumen entrega el detalle de obras y tickets adquiridos, así como el medio de pago utilizado. Cabe destacar que una misma orden de compra puede incluir múltiples tickets para distintos eventos. En el caso de órdenes realizadas a través de internet, el detalle siempre se encontrará vinculado a un cliente, mientras que en boletería esta opción es variable.

1. TIPOS DE ENTRADAS COMPRADAS DURANTE LOS AÑOS 2014 Y 2015

En relación al año 2014² los porcentajes se mantuvieron similares, no alcanzando a superar el 1% de incremento en las entradas Generales y Tercera Edad. En la venta de entradas a estudiantes esta incrementó un 3.9 %, mientras que las entradas conectadas a una membresía aumentaron un 1,9% en 2015.



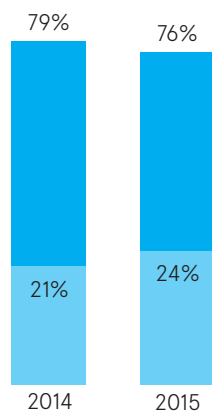
Los valores entregados corresponden a los resultados de los porcentajes del valor total sin incluir las cortesías.

2. Las compras realizadas en el año 2014 equivalen a 69.801 tickets.

2. MEDIO DE COMPRA DE TICKETS

Las compras presenciales, realizadas en las boleterías de GAM, superan ampliamente a las compras a través de Internet, sin embargo, éstas últimas tuvieron un leve aumento del 3% en el año 2015.

- compras presenciales
- compras internet



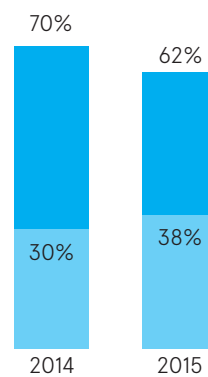
3. ÓRDENES DE COMPRA

188

Durante el año 2015 se emitieron 9.070 órdenes de compra con un cliente asociado, versus 15.744 sin cliente.

En el año 2015 existe un incremento del 8% de las compras asociadas a un cliente en relación al año 2014³.

- órdenes sin cliente asociado
- órdenes con cliente asociado

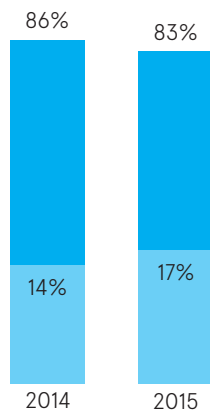


3. En el año 2014 se emitieron un total de 30.457 órdenes de compras, lo que no incluye cortesías.

4. DESCUENTO TERCERA EDAD

Las compras realizadas con el descuento de tercera edad equivalen al 11% del total de compras realizadas con un total de 7.025 tickets vendidos, los que en su gran mayoría fueron vendidos en boletería. Ahora bien, las compras por internet de la tercera edad aumentaron un 3% en el año 2015.

- tercera edad
- tercera edad internet

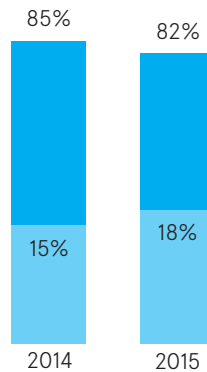


5. DESCUENTOS ESTUDIANTES

189

El descuento aplicado a estudiantes corresponde a un 32% de los tickets vendidos con un total de 17.142, comprados en su mayoría de forma presencial. En relación al año 2014 las ventas de estudiantes a través de Internet aumentaron un 3%.

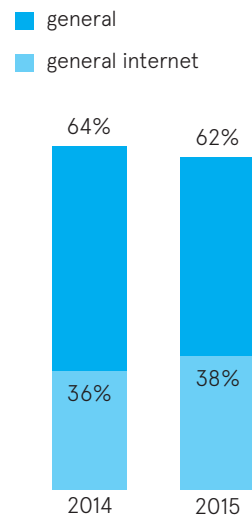
- estudiantes
- estudiantes internet



6. ENTRADAS GENERALES

Las compras de entrada general equivalen al 42% del total de tickets, con 22.296 vendidos. A pesar de que la mayoría son compradas de forma presencial, la diferencia entre las adquiridas a través de Internet no es tan amplia como en las entradas de "estudiante" y "tercera edad".

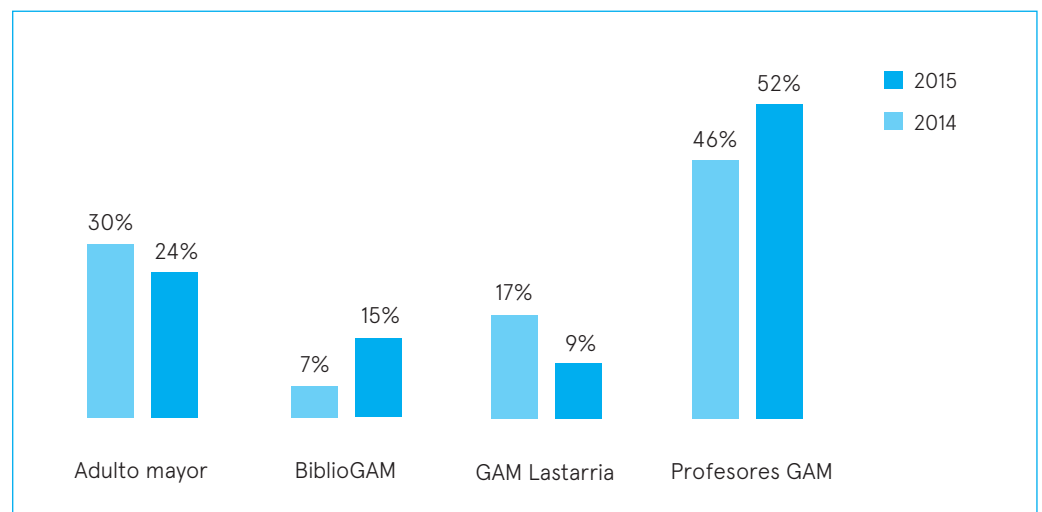
En comparación al año 2014, las compras realizadas mediante internet ascendieron un 2%.



7. MEMBRESÍAS

Las compras realizadas por clientes inscritos con membresías corresponden a 1.913 tickets, un 3,5% del total de vendidos. De éstos, 454 corresponden a Adulto Mayor; 288 a Bibliogam; 173 a GAM Lastarria y 998 a Profesores GAM

En relación al año 2014, las membresías de Bibliogam y Profesores GAM aumentaron en un 8% y en un 6% respectivamente, mientras que las de Adulto Mayor y GAM Lastarria disminuyeron en un 6% y un 8%.



ANEXO IV

REPORTE 2015 DE COMUNICACIONES Y MARKETING

Resumen

COMUNICACIONES Y MARKETING

Los datos de este informe fueron entregados por la empresa de monitoreo y análisis de medios LitoralPress:

Cifras 2015**IPE (Inversión publicitaria estimada)**

Total anual	\$3.239.965.431
Promedio mensual	\$269.997.119
Promedio semanal	\$61.131.423

El IPE 2015 disminuyó en un 27% respecto al año anterior.

La cantidad de publicaciones de prensa respecto del 2014 disminuyó un 16%

192

Número de publicaciones

Total	3.418
Promedio mensual	285
Promedio semanal	64

Medios digitales

346.511 seguidores en Twitter

↑ 84,7% más respecto a 2014

789.734 promedio del alcance total en 28 días.

122.257 seguidores en Facebook.

↑ 19,7% más respecto 2013.

80 puntos de influencia Klout en redes sociales.

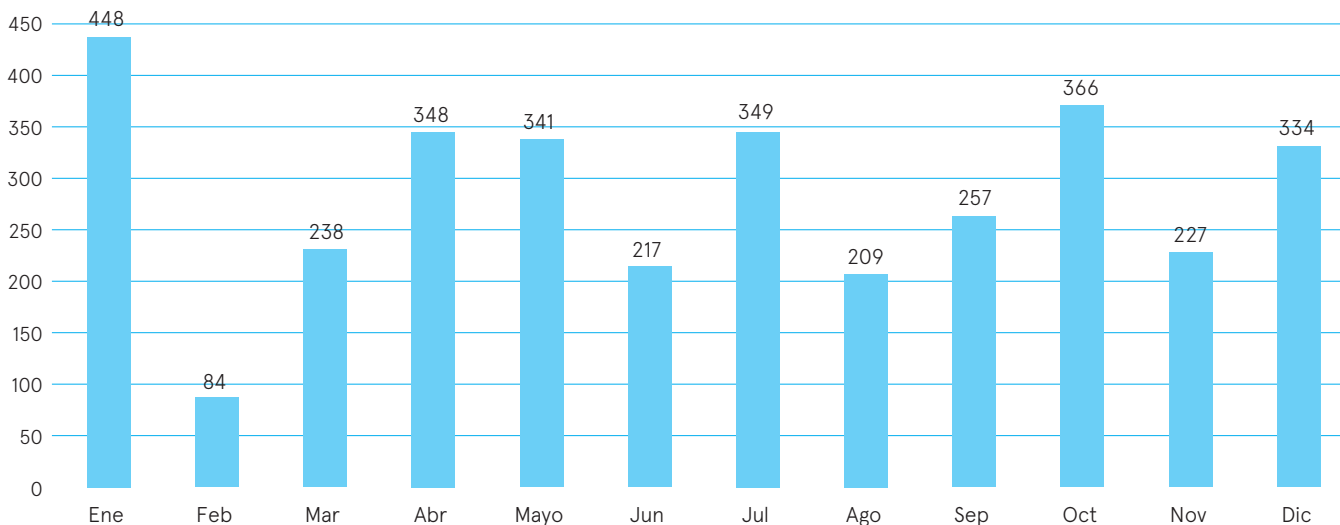
1 punto de crecimiento en relación a 2014.

* El promedio semanal es a base a las 53 semanas de 2015.

1. PRESENCIA DE GAM EN MEDIOS PERIODÍSTICOS

Radios, TV, diarios, revistas, portales web noticiosos

EVOLUCIÓN POR MES



Pese a que 2015 fue un año complejo para GAM que finalizó en la renuncia de dos altos cargos de la institución, la prensa siguió con atención la línea curatorial del año. Las "Ópticas femeninas" aparecieron en publicaciones en los diarios y secciones más importantes, con cobertura a página completa y portadas en revistas de las principales obras de la programación artística.

Asimismo, las actividades de audiencias tuvieron importante cobertura en medios de comunicación, como las jornadas de yoga, los programas de educación y públicos, y los talleres de BiblioGAM.

Se realizaron dos exitosas conferencias de prensa con los detalles de la programación 2015 (marzo) y 2016 (diciembre). Ambos eventos tuvieron excelente cobertura y asistencia de medios escritos, radiales y televisivos.

La campaña sobre Gabriela Mistral y la obra entorno a su figura, se posicionó con 108 publicaciones, destacando la red regional de El Mercurio, La Tercera, Revista Cosas, Canal 13, Diario Financiero, TheClinic, Publimetro, entre otros.

También la campaña "5 Años", logró en prensa una buena respuesta con apariciones en Radio Bio-bio, La Segunda, Canal 7 TVN, Radio Cooperativa y Canal 11 CHV.

La crisis interna que vivió GAM que finalizó con la renuncia de la Dirección Ejecutiva, Dirección de Administración y Finanzas y Dirección de Programación y Audiencias (a comienzos de 2016), se reflejó en una disminución en un 16% en la presencia de GAM en los medios de comunicación y en una caída del IPE en un 27%. Pese a ello, sólo hubo 4 publicaciones negativas más que en 2014.

Los hitos que se destacaron durante el 2015 tienen relación con programación artística y de audiencias, a diferencia del 2014, donde los peak fueron actividades más externas, como Centro de acopio, Papas Fritas, Chilemonos, Fidocs, In Edit, entre otros.

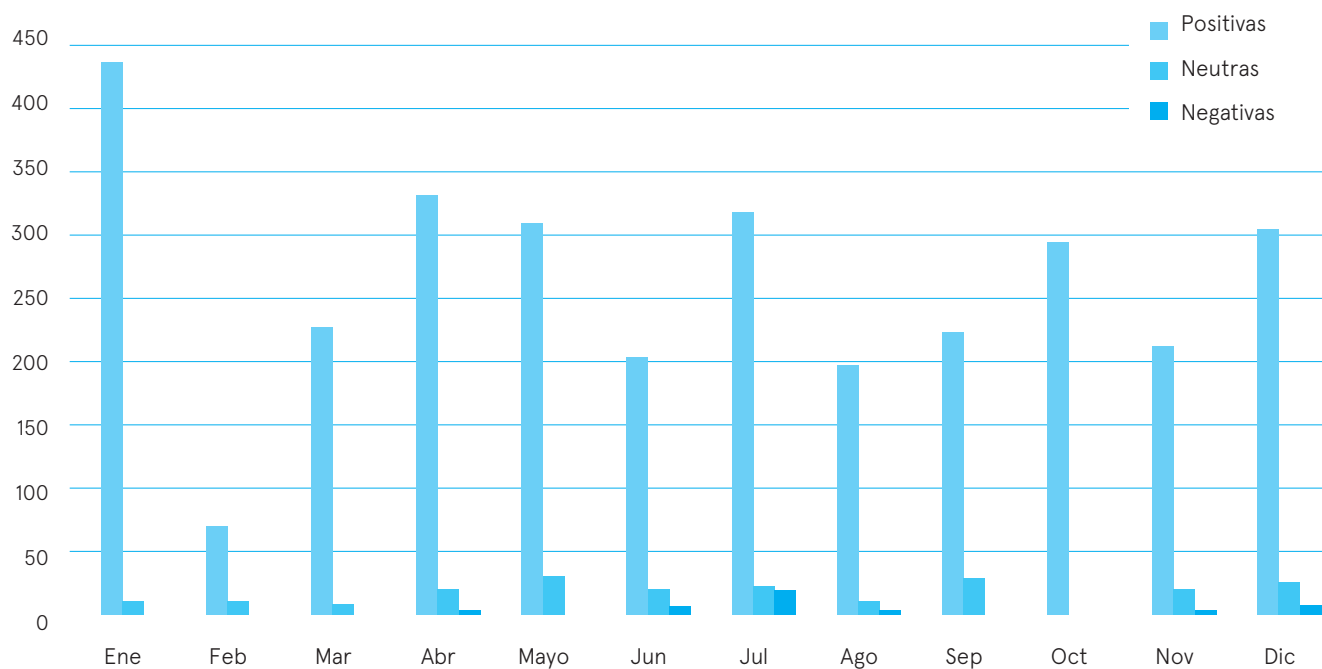
Respecto al año anterior los soportes que aumentaron el número de notas fueron radio y prensa regional. Debido a la diferida cobertura de GAM en estas áreas en 2014, se focalizó el trabajo de gestión de prensa para aumentar y nivelarlas con las demás.

Por disciplina, los hitos que tuvieron mayor cobertura de los medios nacionales fueron:

Teatro: *La Tempestad*, *El amor de Fedra* y *Xuárez*.
Danza: ciclo *Epicentro de la danza*, *La bailarina* y *La extranjera*
Artes Visuales: *Chile desde adentro*, *Graciela Iturbide* y *Tuku Iho*

Por meses, los hitos que tuvieron mayor notoriedad y atención de los medios nacionales fueron: enero, *Festival Stgo a Mil* e *Hilda Peña*. En febrero el edificio estuvo cerrado y sin programación, por tanto bajaron significativamente las notas de prensa relacionadas con GAM. Marzo, la obra de teatro *El marinero*. Abril, el estreno del documental *Escape de gas* del director Bruno Salas. Mayo, la obra de teatro *La tempestad*. Junio, *Las cosas que nunca tuve*. En julio la exposición *Chile desde adentro* en la sala de Artes Visuales. Agosto, *Perro suelto*; septiembre, *Xuárez*; octubre, el estreno de la obra de Francisco Krebs *El amor de Fedra*. Otro hito destacado de este mes fue la renuncia de Alejandra Wood, directora Ejecutiva de GAM desde su inauguración el 2010; el último mes del año tuvo mayor publicación el lanzamiento de la programación de 2016 y la ceremonia de primera piedra para la segunda etapa, en el cual participó la presidenta Michelle Bachelet.

Cabe señalar que en la **encuesta de caracterización de público 2015**, en la indicación sobre qué medio se utiliza para informarse de las actividades GAM, los medios de comunicación quedan en cuarto lugar con un 12,3%, detrás de recomendaciones de "familiares", sitio web y revista GAM.

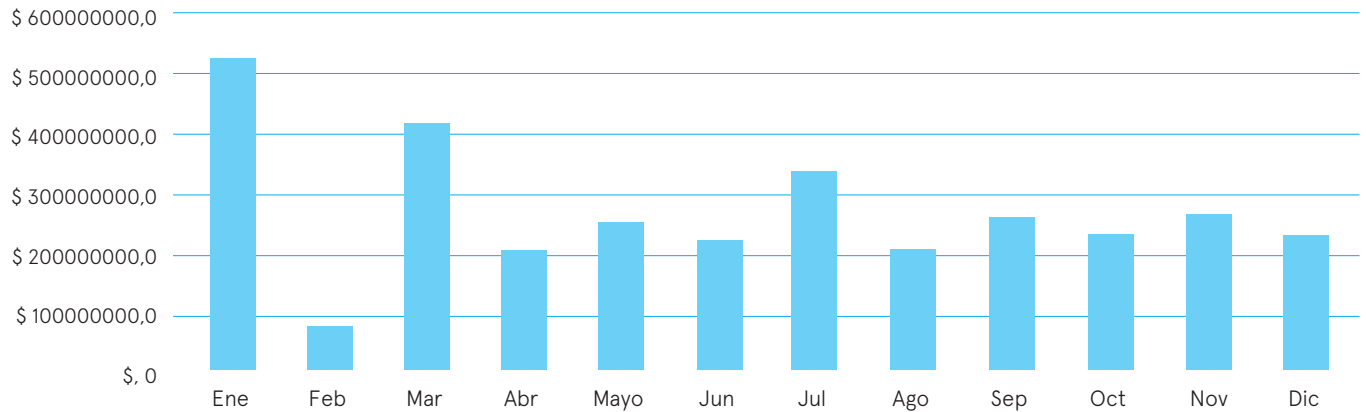


	Positivas	Neutras	Negativas
Enero	440	8	0
Febrero	76	8	0
Marzo	232	6	0
Abril	333	14	1
Mayo	308	33	0
Junio	201	13	3
Julio	318	18	13
Agosto	199	9	1
Septiembre	228	29	0
Octubre	291		0
Noviembre	214	12	1
Diciembre	306	24	4
Total	3146	249	23

ANÁLISIS CUALITATIVO

Los medios de comunicación publicaron **3.146** noticias **positivas** para la imagen corporativa de GAM, en torno a los temas de programación artística, audiencias y la gestión de la institución.

Las **13** noticias **negativas** fueron en julio y diciembre. Las primeras referidas a reclamos por el alto sueldo de la Dirección Ejecutiva de GAM, además de la solicitud de su renuncia que hizo el sindicato de trabajadores tras un accidente laboral dentro de una sala. En diciembre, las 4 notas negativas registradas responden a una publicación errónea del presupuesto de GAM.



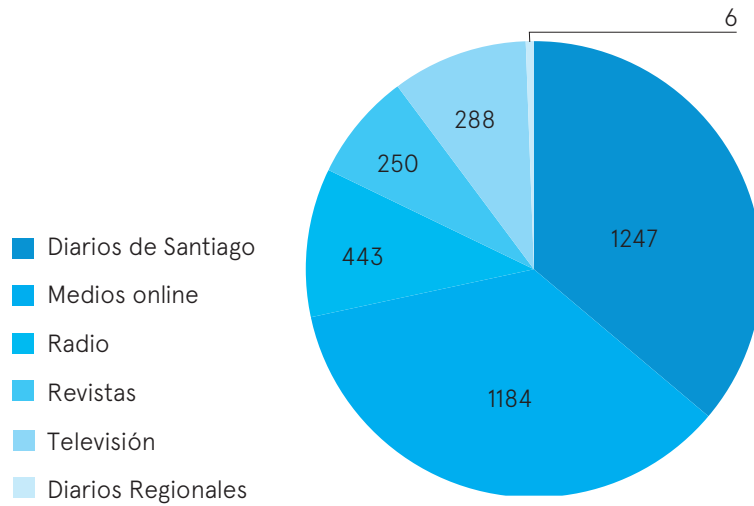
Enero	\$530.011.578
Febrero	\$88.677.663
Marzo	\$424.055.182
Abril	\$208.798.341
Mayo	\$252.003.703
Junio	\$207.109.885
Julio	\$325.735.646
Agosto	\$202.649.948
Septiembre	\$254.773.898
Octubre	\$246.385.690
Noviembre	\$254.372.107
Diciembre	\$245.391.790

ANÁLISIS DE INVERSIÓN

Inversión Publicitaria Estimada (IPE)

La Inversión Publicitaria Estimada (IPE) corresponde a valor ficticio por centímetro cuadrado en diarios impresos; por segundo en radio y televisión; y el costo que cada mil visitas en los medios de Internet. Es decir, lo que se habría pagado por aparecer. El IPE de 2015 es **\$3.239.965.431**.

2. ANÁLISIS POR TIPO DE MEDIO



La mayoría de la cobertura de temas GAM está dada por los diarios de Santiago con un promedio de **104** artículos mensuales y los medios online con **98**. Luego lo sigue radio y televisión con **24** menciones y revistas con **20** publicaciones promedio mensuales.

Prensa

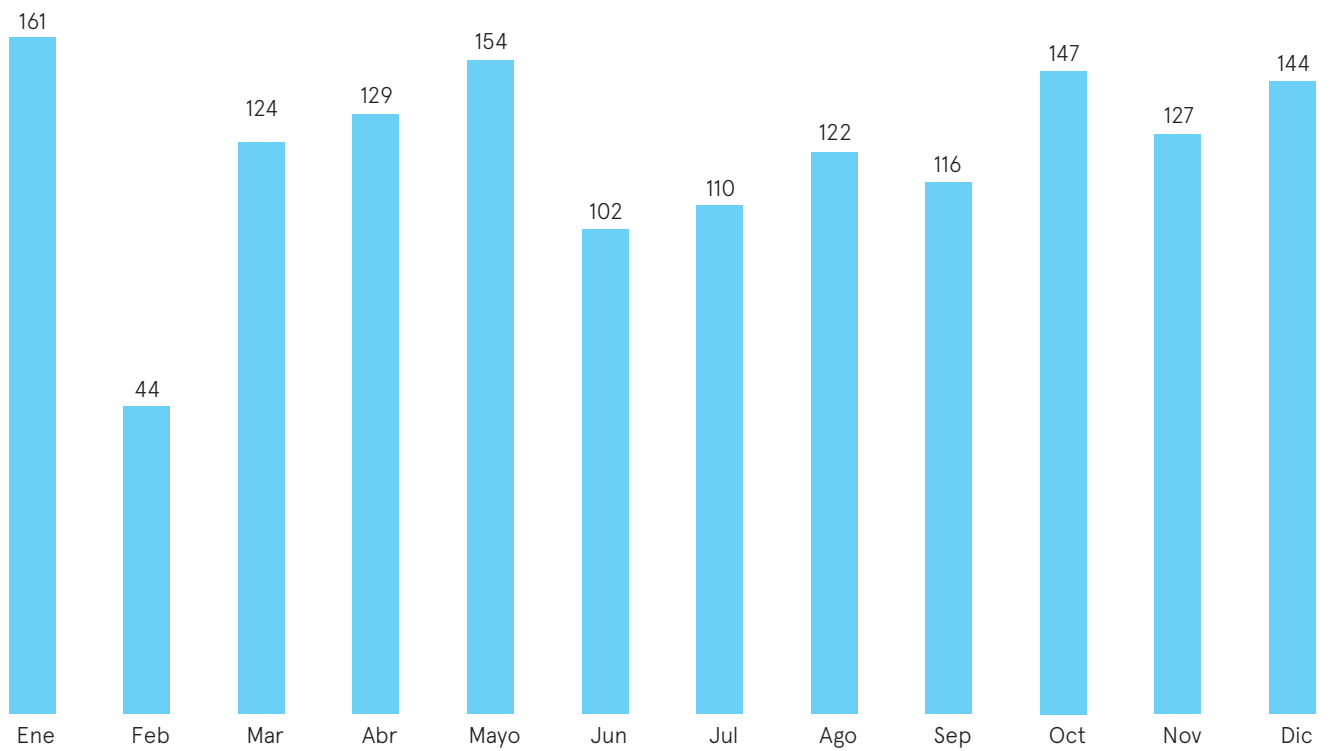
Diarios de Santiago, diarios regionales y revistas.

Total anual

1.503

Promedio mensual

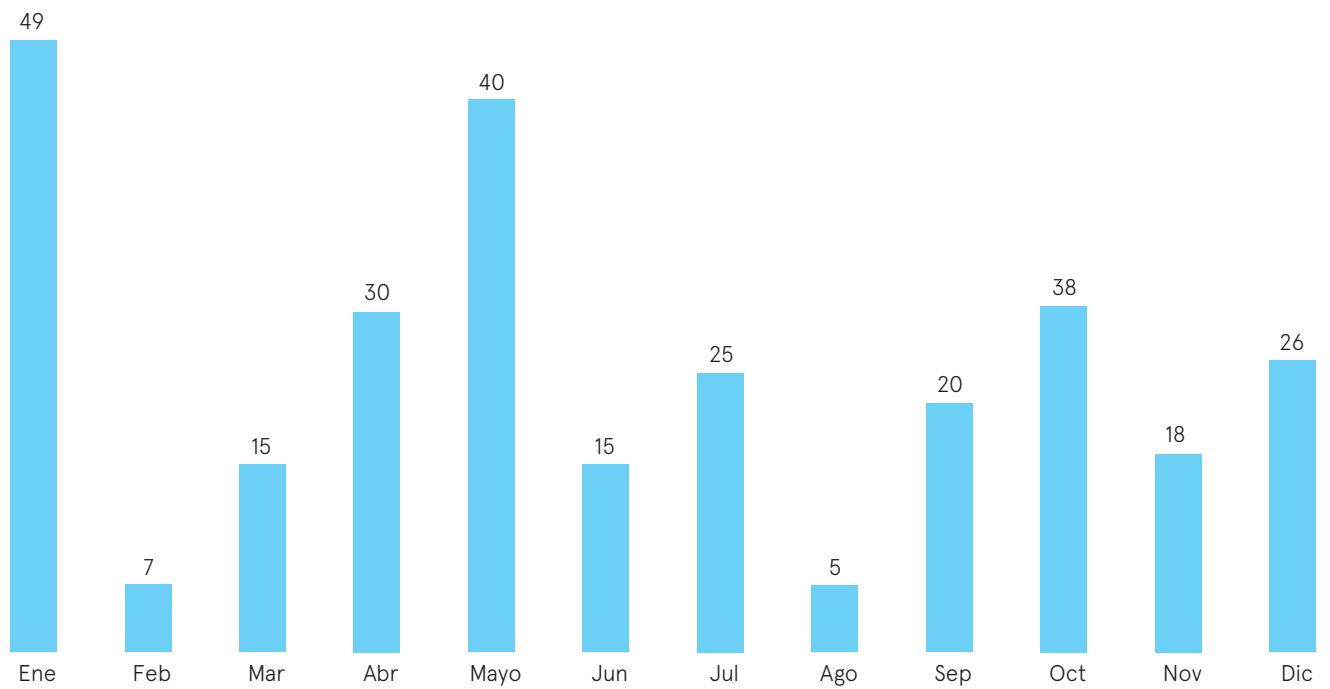
125



Televisión

Total anual
288

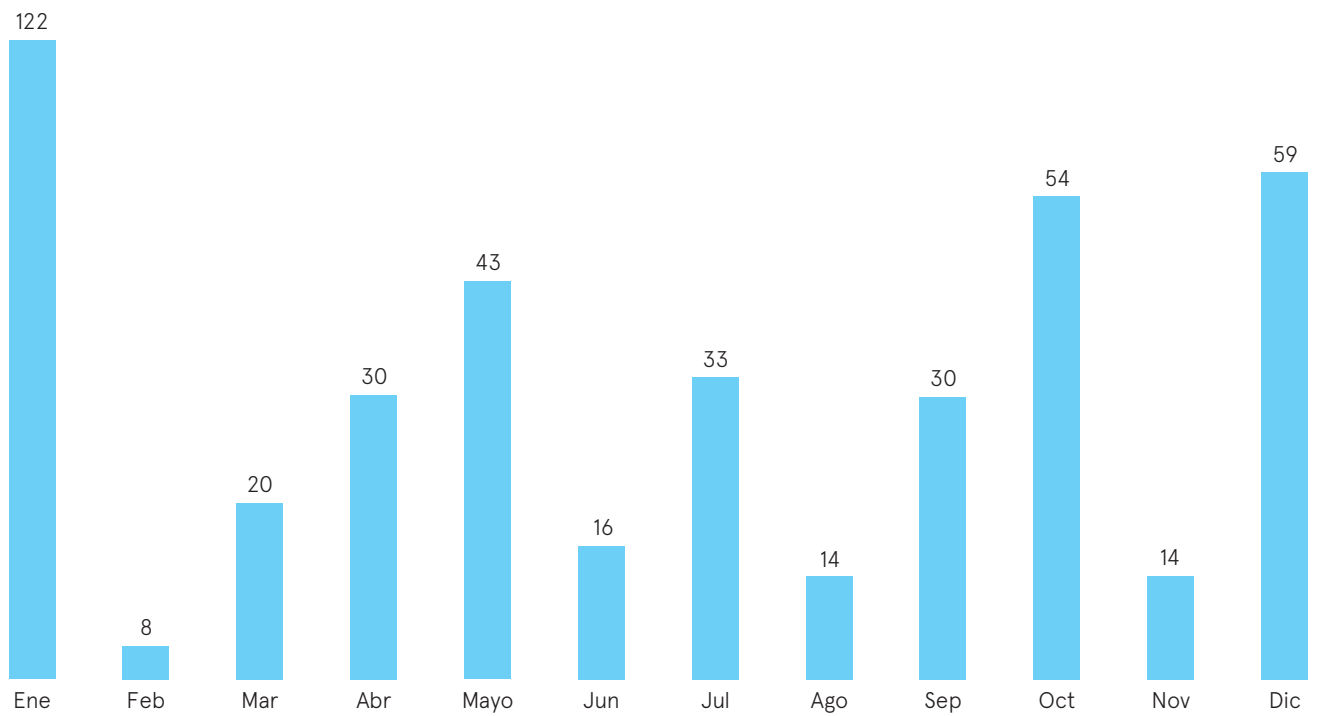
—
Promedio mensual
24



Radio

Total anual
443

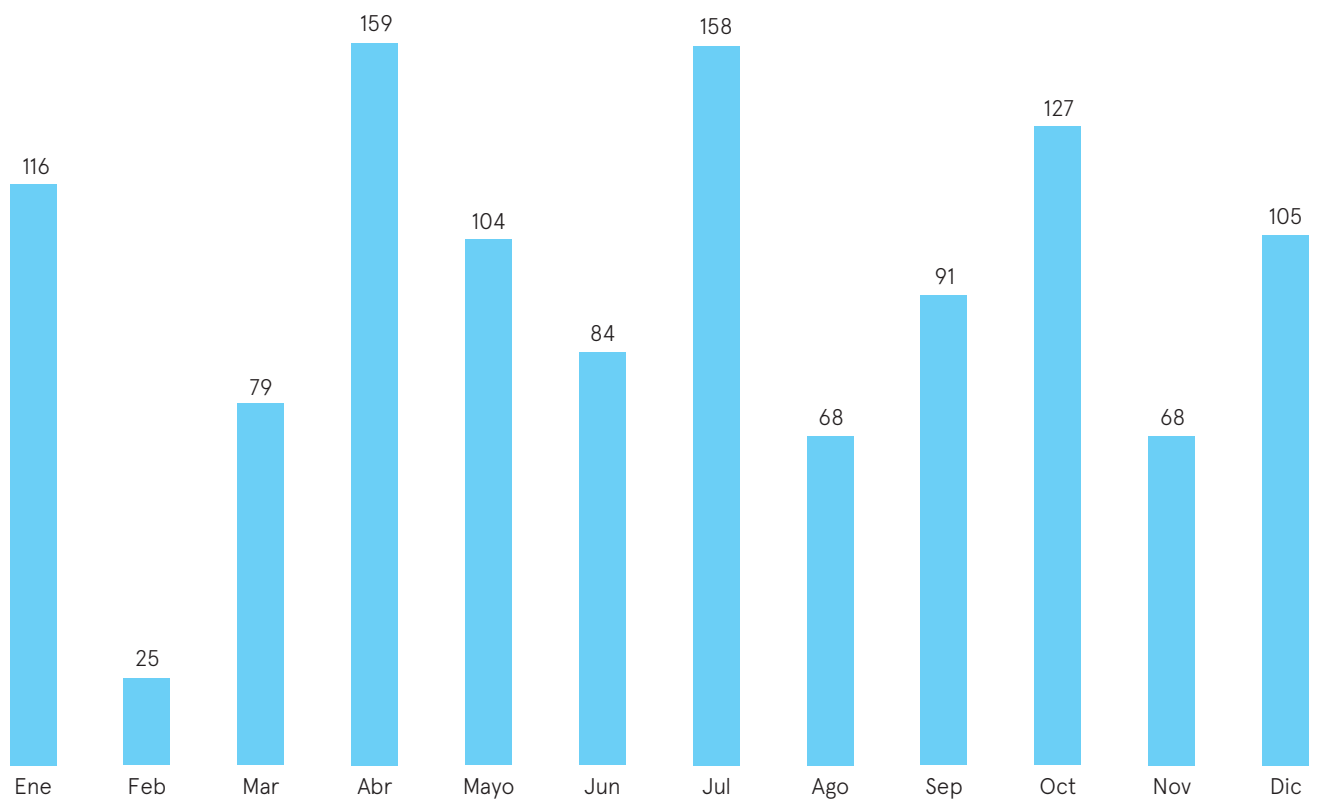
Promedio mensual
37



Diarios en internet

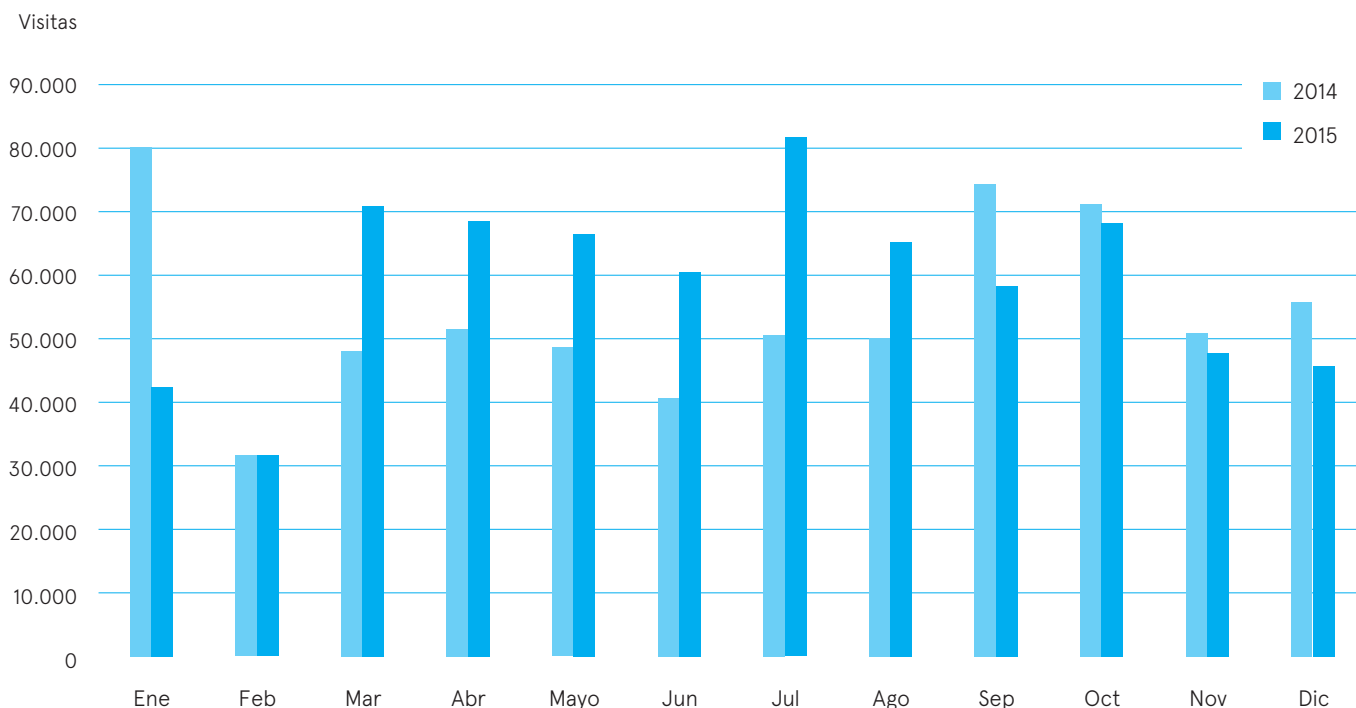
Total anual
1.184

—
Promedio mensual
99



3. PRESENCIA DE GAM EN MEDIOS DIGITALES

Gam.cl, landing page, redes sociales



Gam.cl

Durante 2015 se consolida el nuevo sitio web de GAM, que había salido al aire el 1 de septiembre de 2014. En el año, la nueva plataforma cumplió con parte de los objetivos trazados referentes al acceso a la cultura territorial, plataformas, públicos y presentando una navegación más simple y directa, un diseño responsivo y secciones exclusivas para la unidad de Audiencias y BiblioGAM.

El sitio web obtuvo las cifras más altas en lo que va la presencia de GAM en Internet, alcanzando un peak de 81.369 visitas solo en julio. Con respecto al año anterior, implicó un incremento de un 28,7% del promedio mensual, sumando **724.071 visitas anuales** y promediando mensualmente **60.339**.

Esto la sitúa como uno de los medios de difusión y de información más importantes de GAM. Según la Encuesta de caracterización de público GAM, es considerando el segundo principal medio de información de los espectáculos y actividades del centro cultural, después de los comentarios de amigos y familiares.

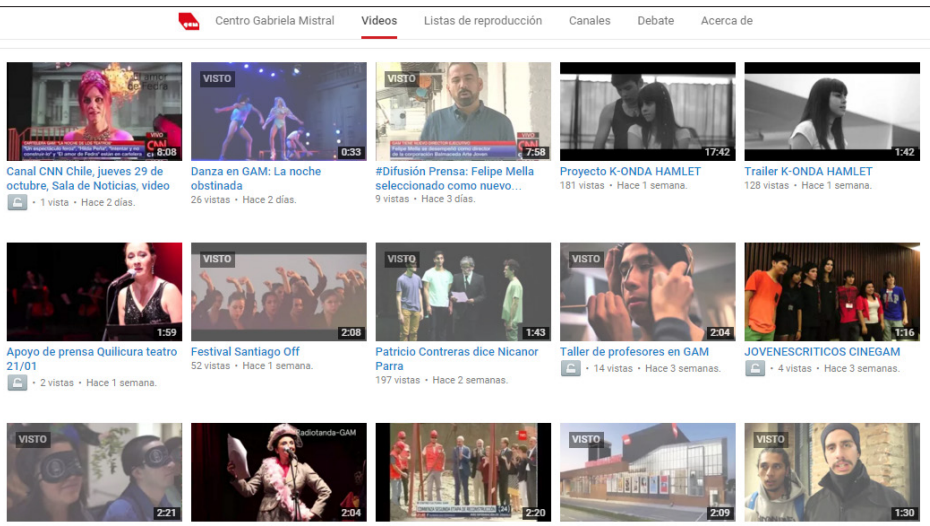
Las ventas por este medio aumentaron en 3% según el Informe de ventas de tickets (ver anexo página 188).

Landing Pages

La presencia de GAM en la web también considera contenidos específicos para audiencias específicas. Durante el segundo semestre se creó nuevamente una página de aterrizaje o Landing Page, con motivo del Quinto Seminario de Audiencias GAM, con una url única reconocible: www.seminariodeaudiencias.cl. Este sitio contiene toda la información tanto de esta entrega del seminario como de los seminarios anteriores, junto con las ponencias, el programa, las conversaciones en redes sociales y el streaming del evento, cuya estadística arrojó 542 personas conectadas a la transmisión. El minisito alcanzó un total de 1.057 visitas y 4.299 page views.

WWW.SEMINARIODEAUDIENCIAS.CL





Redes sociales

2015 es el año en que las redes sociales fortalecen su influencia. Constituyen el cuarto medio de información de las actividades de GAM según el público que asiste a espectáculos y su crecimiento no se detiene.

Mientras Facebook se convierte en el principal generador del debate, la discusión y los contenidos virales, Twitter se transforma en un canal de transmisión en vivo con la irrupción de nuevas redes asociadas como Periscope (ver página 210). Instagram se vigoriza con contenidos de belleza visual en torno al edificio y su programación artística, acogiendo también la mirada de los visitantes a través de reposteos; mientras que YouTube supera los niveles de producción de contenido propio, desde extractos de obras hasta entrevistas con artistas y público en plazas.

El crecimiento e influencia que tienen las redes sociales GAM se refleja en el índice Klout. Durante 2015 alcanza su nivel más alto de museos, bibliotecas, teatros e instituciones ligadas al ámbito de la cultura, con 80 puntos en 2015 (ver página 209).

Facebook

20.157 nuevos fans	789.734 promedio alcance total 28 días ¹	38.427 promedio usuarios que interactúan con la página 28 días
122.257 Seguidores	↑ 19,7% incremento	

La página alcanzó los 122.257 fans durante el período, aumentado un 19,7% en comparación al mismo período del año anterior. La media de crecimiento diario alcanza los 56 likes al día, con un alcance promedio de 16.733 personas que vieron las publicaciones en el fanpage. La mayor interacción de usuarios se observó en la publicación sobre destrozos que dejó en el edificio GAM las celebraciones por el fútbol, con motivo de la Copa América. El post, de junio 2015, generó gran debate, generando un alcance viral de 128.832 personas, con más de 500 compartidos y 476 comentarios. Esto convierte a esta red social en la que genera mayor interacción entre los usuarios. Los cambios que pueden apreciarse en este aspecto son un aumento en 2 puntos del rango etéreo de los hombres de 18 a 44 años, que pasaron de representar un 32% al 34% en un año. Asimismo, se aprecia un leve aumento de un punto en el rango femenino mayor a 65 años, que puede explicarse por la fuerte inclusión de contenidos tanto en videos como fotografías, de las actividades de Adulto Mayor realizado por el área de Audiencias.

¹ El alcance responde a la cantidad de personas que llegó la publicación via directa (seguidor de Fan Page) u orgánica o viralización (compartir).



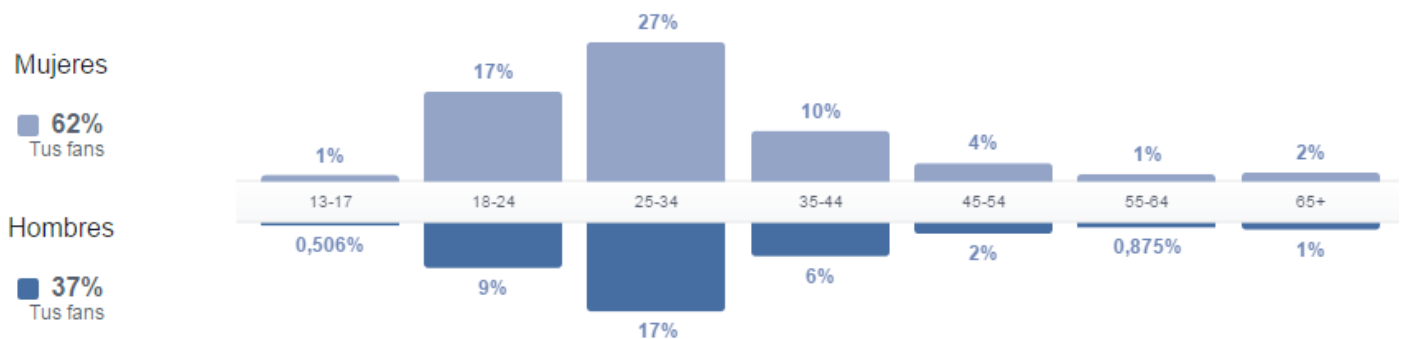
Centro Cultural Gabriela Mistral
 La vida en GAM no se cuenta en pulsaciones, sino en personas, creaciones y experiencias.
 Agradecemos a todos aquellos que, durante cinco años, han sido protagonistas de esta historia y han hecho de GAM el escenario de sus vidas.
 Publicado por Pao Riquelme [?] Foto compartida con:
 Público
 51 965 reproducciones

Durante 2015, además se realizan en Facebook las primeras campañas virales: una para el aniversario 5 años GAM “*El escenario de tu vida*” y para la obra de teatro “*El amor de Fedra*”. La campaña aniversario consistió en un video centrado en los públicos de GAM y logró 51.964 reproducciones de video, 583 me gusta y 61 veces compartidas.

Otro de los hitos importantes del año fue que el fanpage de Centro GAM logró su verificación, lo que le otorga mayor credibilidad por parte de Facebook y una aparición con mayor frecuencia en las personas “a seguir”. Además permitirá a futuro acceder a aplicaciones solo disponibles para perfiles verificados, como transmisiones en vivo.

Con respecto al perfil de los fans, se han consolidado durante estos cinco años. El fuerte de audiencia de la red social son personas entre los 18 a 34 años de edad que hablan español y residen en Chile, representando el 70% de la comunidad. Al igual que el 2014, el 62% de ellas son mujeres, mientras que el 37% son hombres.

Las mujeres del rango etéreo 35 a 54 años subieron de un 12% a un 14% durante el 2015. Esta variación se puede explicarse con actividades gratuitas para comunidades, como “Bordadoras y bordadores por la memoria” de la cual se estima que un alto porcentaje de ellos llega a través de la información, fotografías y videos que se compartieron desde el fanpage de Facebook.



Twitter

346.511
Seguidores
(+158.947)

↑ 84,7%
incremento

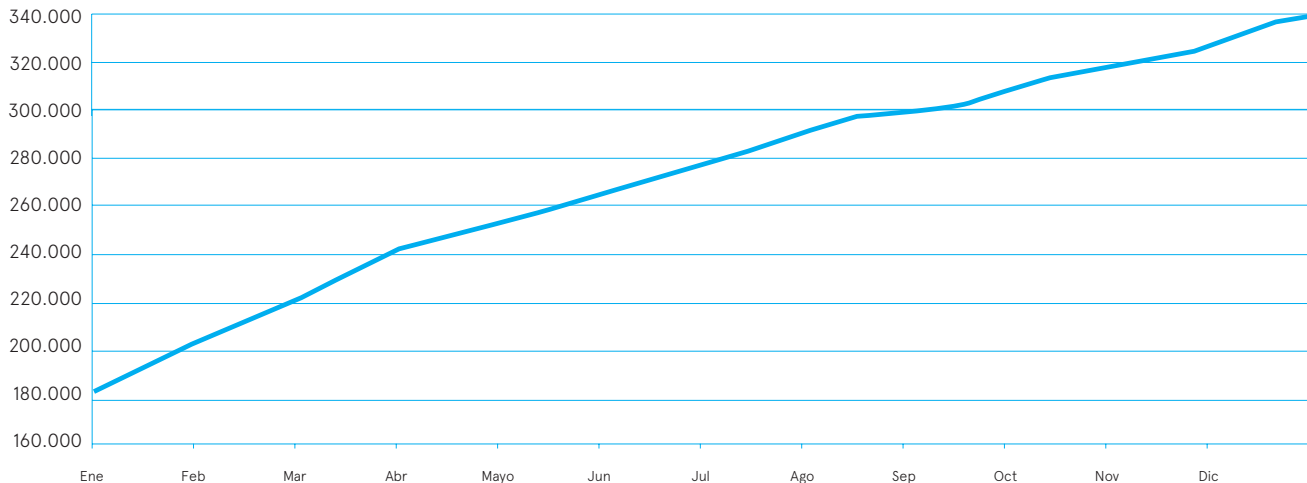
Durante 2015 Twitter contribuyó con más de 31 mil visitas a Gam.cl, siendo la cuarta fuente de tráfico hacia el sitio web.

El primer semestre proporcionó más de 17.610 visitas a la web de GAM, lo que significa un 4,65% de sus entradas mensuales. Esto constituye un cambio con respecto al mismo período del año anterior debido a la irrupción del buscador Google como principal fuente de acceso al sitio (representa el 54.73% de las visitas). Durante este período, se sumaron 92.984 seguidores nuevos (70.988 más que el mismo período del año anterior), lo que representa un alza de más del 300% en doce meses.

El segundo semestre, las visitas que proporcionó al sitio web llegaron a las 14.356, representando la sexta fuente de tráfico hacia el sitio. Durante este período, se sumaron 59.505 seguidores nuevos (17.942 menos que el mismo período del año anterior), lo que representa una baja del 23,1%. Esto puede explicarse porque el alza del período anterior fue mayor a la esperada (más del 300%), siendo un comportamiento extraordinario en esta red social. Con todo, la cuenta @centrogam sigue siendo la que conserva más seguidores en el ámbito cultural en todo Chile, cerrando el 2015 con 346.511 followers.

Nº de seguidores

Curva de crecimiento de la base de datos GAM

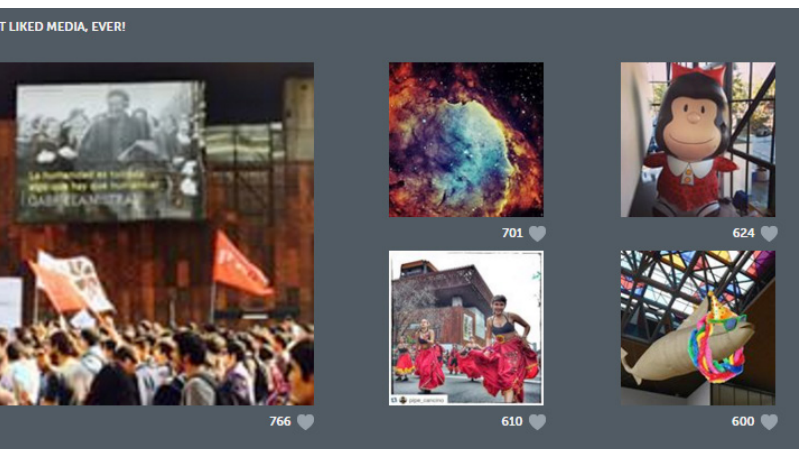


Instagram

21.100
Seguidores

↑ 11.747
nuevos fans

125,5%
incremento



Esta red continúa consolidándose como la tercera herramienta de viralización de los medios digitales GAM. Durante 2015 alcanzó los 21.100 seguidores, lo que significa un aumento de 11.747 usuarios y un crecimiento de 125,5% respecto a 2014. Las publicaciones con más likes desde la creación de la cuenta @centrogam fueron compartidas precisamente este 2015. Entre ellas, destacan la foto de Gabriela Mistral en el frontis del edificio, justo al momento en que pasa una marcha estudiantil por la Alameda, hecho que habla del perfil de la audiencia en Instagram: público que gusta de la vida en torno a GAM.

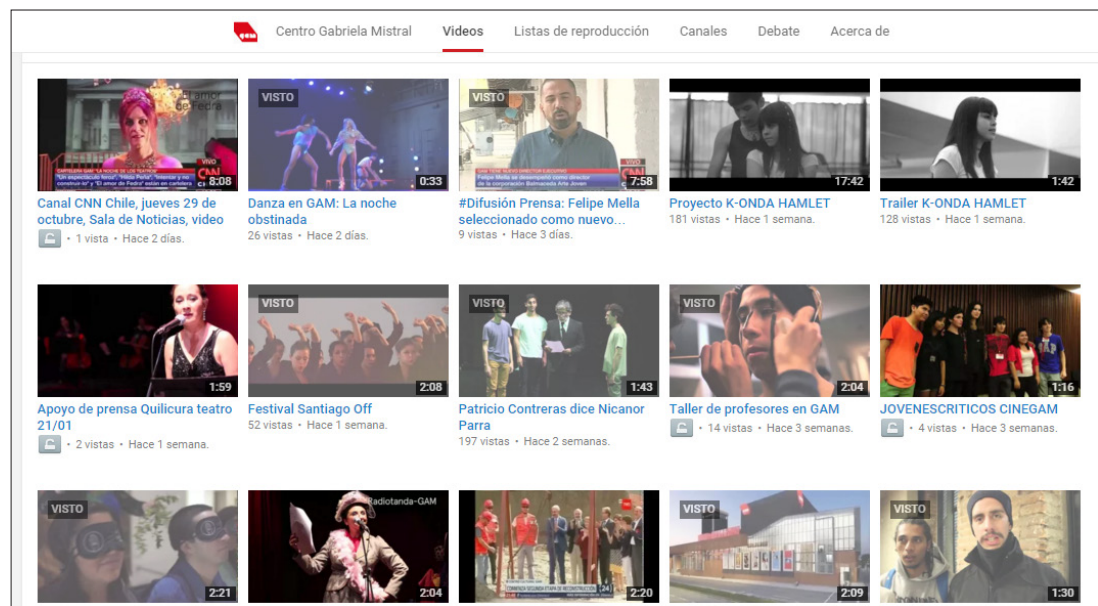
YouTube

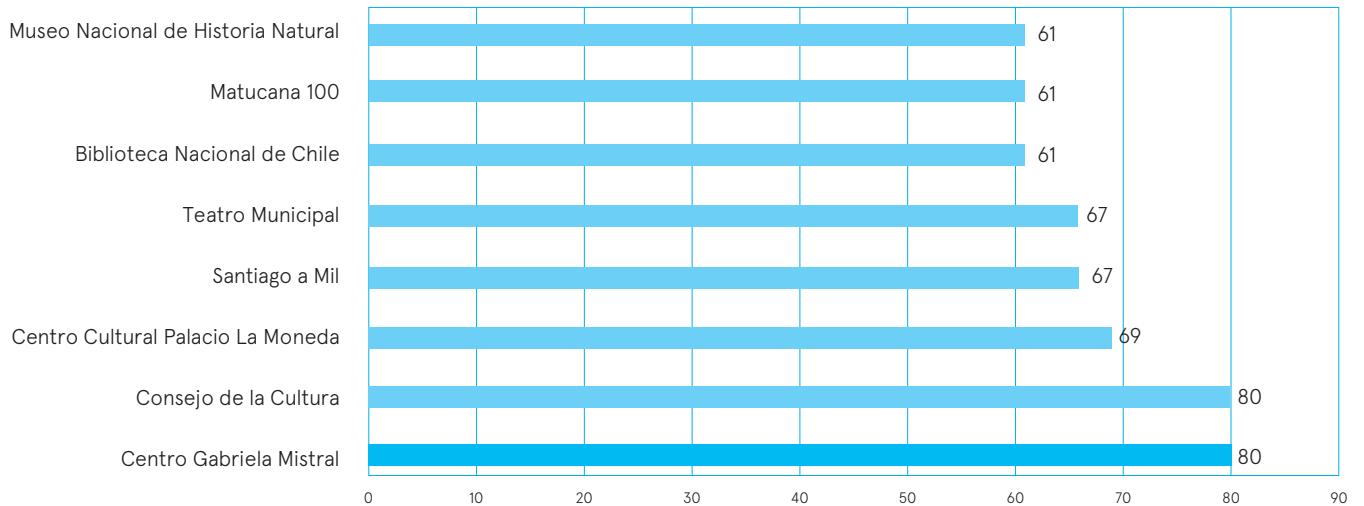
322.083
reproducciones

843
suscripciones

↑ 37,4%
incremento

El canal de Centro GAM recoge los trabajos audiovisuales generados por el centro en relación a promoción de obras y actividades. Durante 2015, se incrementa en un 159% la producción de videos realizados tanto de las obras como de todo lo que ocurre en torno a GAM. Por lo mismo, el canal alcanzó las 322.083 reproducciones y 602 suscriptores, representando un aumento de 40% de suscripciones en un año.





Klout²

Durante el 2015, se aprecia un alza en el índice de influencia con respecto a los 79 puntos que dejó el cierre del 2014. Las variaciones de este índice se dieron en junio con una leve baja de 4 puntos, fundamentado, posiblemente, por la Copa América de fútbol. En agosto, vuelve al promedio de 79 puntos; en septiembre experimenta una leve baja debido a los días de cierre del edificio por Fiestas Patrias; en octubre promedia 75 para finalizar en noviembre y diciembre con el mayor indicador de influencia en su historia: 80.42 puntos.

Esto implica que la marca GAM en redes sociales es una de las que tiene más influencia entre todas las marcas de cultura, solo igualada por el Consejo de Cultura, con el mismo indicador.

² El Klout es un índice que mide en promedio: el número de personas a las que se influye (true reach), el indicador de cuánto se influencia a los seguidores (amplification) y la influencia que tiene una red (network, si la cuenta es seguida por personas influyentes, si ellos la mencionan, etc).

Nuevas redes: Periscope

Más de 10 millones de usuarios inscritos a solo cuatro meses de su lanzamiento, puso a esta aplicación a la cabeza de las preferencias en cuanto a transmisiones vía streaming desde teléfonos móviles. Siendo propiedad de Twitter, Periscope es utilizado por GAM para estudiar el potencial de difusión en vivo en actividades que atraen a diversos públicos.

Durante 2015, se realizaron 7 transmisiones en vivo de los eventos: jornada de adopción de mascotas; Vivo Yoga; inauguración de exposición *Tejiendo a Lucila*; muestra educativa *Estrellitas de la ciencia*; ensayo general de *La belle époque*; lanzamiento de la Programación 2016 y muestra K-Pop, K-onda Hamlet.

En total, las transmisiones sumaron 438 televidentes, lo que implica un promedio de 62 espectadores por cada emisión. La de mayor audiencia fue *Estrellitas de la ciencia 2015*, evento que reúne a preescolares exponiendo sobre el universo y que gracias a esta transmisión, pudieron ser vistos por sus cercanos en casa. Esto habla del potencial que tiene esta red y las proyecciones en cuanto a las próximas estrategias digitales.



4. PIEZAS DE DIFUSIÓN

Digitales e impresas

Envíos masivos

La base de datos durante 2015 llegó a 19.534 contactos
Cartelera semanal al año 54 (18.817 contactos promedio)

Boletín BiblioGAM anual 12 (18.817 contactos promedio)

Invitaciones web para estrenos, inauguraciones y
lanzamientos al año 41 (sobre 19.000 destinatarios)

Web flyers anuales 60 (destinatarios a todas
las redes GAM (Facebook, Twitter, etc.))

La base de datos de GAM contaba a comienzos del 2015 con 19.342 registros.

A fines del 2015 llegó a 19.534. Esta variación se explica por varias razones:

- La limitante actual del proveedor de 20.000 registros
- Para mantenernos dentro de los límites necesarios se implementó un protocolo (en desarrollo) de limpieza de contactos utilizando como valores las desinscripciones y rebotes.
- En los envíos masivos se incorporó una casilla de video que direcciona a los usuarios hacia el canal de Youtube CentroGAM.

Cartelera semanal

54 envíos al año (18.817 contactos promedio)

Centro de las artes, la cultura y las personas

Teatro
Danza
Música
Exposiciones
Actividades

Jóvenes
Familiar
Adulto mayor
Acceso universal
Profesores

Celebrando a Gabriela, a 70 años del Nobel

Ocho intérpretes, hombres y mujeres, vestidos como Gabriela Mistral, con traje de dos piezas, indagan en sus rutinas sobre el cuerpo social, el marginal y el femenino de la poeta. Un montaje que cosechó éxitos en su estreno en abril vuelve para homenajearla.

Teatro
LA BAILARINA
Hasta el 13 Dic
Jú a Sá → 20 h
Do → 19 h
Edificio B, piso 2, Sala B1

[MÁS INFO >>](#) [ENTRADAS >>](#)

Teatro **Últimas funciones**
UN ESPECTÁCULO FERÓZ
29 Oct al 6 Dic
[Entradas](#)

Teatro **Últimas funciones**
PÁJARO
12 Nov — 6 Dic
[Entradas](#)

Teatro **Últimas funciones**
BANAL
19 Nov — 6 Dic
[Entradas](#)

Danza
SÓTANO
11 — 20 Dic
[Entradas](#)

Danza
LA EXTRANJERA
PRONTO
10 — 20 Dic
[Entradas](#)

Teatro **Gratis**
GABRIELA INFINITA
9 — 12 Dic
[Más info](#)

IN-EDIT
NESCAFÉ
DICIEMBRE EN GAM
DESCARGA AQUÍ

Auspiciador Institucional: EL MERCURIO, DIAL, RIOLAB, LITORALPRES
Mediapartners: EL MERCURIO, DIAL, RIOLAB, LITORALPRES

Centro de las artes, la cultura y las personas

Teatro
Danza
Música
Exposiciones
Actividades

Jóvenes
Familiar
Adulto mayor
Acceso universal
Profesores

Mujeres a la venta

Mauricio Barria (dramaturgo) expone el uso y abuso que se hace del cuerpo femenino en la publicidad, en la televisión y en la farándula, a través de las voces anónimas de mujeres que podrían estar conversando en cualquier esquina de una ciudad latinoamericana. Dirige Heidrun Breier.

Teatro
BANAL
19 Nov al 6 Dic
Jú a Sá → 20 h
Do → 19 h
Edificio B, piso 2, Sala N2
*Obra para mayores de 18 años

[MÁS INFO >>](#) [ENTRADAS >>](#)

Teatro
EL AMOR DE FEDRA
19 Oct — 28 Nov
[Entradas](#)

Danza
LA BAILARINA
Vuelve
19 Nov — 13 Dic
[Entradas](#)

Teatro
PÁJARO
12 Nov — 6 Dic
[Entradas](#)

Teatro
UN ESPECTÁCULO FERÓZ
29 Oct al 6 Dic
[Entradas](#)

Música
LA BELLE EPOQUE
19 — 22 Nov
[Entradas](#)

Danza
SÓTANO
11 — 20 Dic
[Entradas](#)

NOVIEMBRE EN GAM
DESCARGA

3ª VERSIÓN
26 AL 29 DE NOVIEMBRE
ARC FILM FEST

Boletín BiblioGAM

12 boletines anuales (18.817 contactos promedio)

BiblioGAM Entra, descubre, GAM
gam.cl

N°91
Mar 2016



TEATRO

– Destacados –



Juan Antonio Hormigón
Trabajo dramaturgico y puesta en escena

El libro aborda el origen y evolución de la profesión de director de escena, así como el concepto de dramaturgia y su sentido práctico en el teatro de nuestros días. Incluye también las razones y características que definen al director, la puesta en escena en su sentido contemporáneo y los instrumentos de significación de la teatralidad.



José Cañas Torregrosa
Didáctica de la expresión dramática: una aproximación a la dinámica teatral en el aula

Este libro de José Cañas Torregrosa, trata sobre las posibilidades didácticas de la dramatización y el teatro en las aulas, realizadas desde diversos puntos de vista, y con el propósito de sacar el máximo provecho a herramientas como la comunicación, la imaginación y la creatividad de los niños en edad escolar.



Juan Mayorga
Teatro para minutos: 28 piezas breves

Cada uno de los textos que constituyen este "Teatro para minutos" escritos a lo largo de los últimos 20 años, quiere ser juzgado no como esbozo o boceto de un texto más amplio, sino que como plantea el mismo Mayorga, "cada una de estas piezas quiere ser leída como una obra completa" porque el valor de una obra teatral no depende de su extensión sino de su intensidad.



BiblioGAM cuenta con un catálogo de libros y material audiovisual especializado en teatro, danza, música (clásica y popular), ópera, jazz y cine, además de textos sobre diseño, arquitectura y gestión cultural, dentro de una colección que ya supera los 14.000 volúmenes. Revisa nuestro catálogo online.

Más info en
bibliogam.cl
biblioteca@gam.cl
[/bibliotecagam](https://www.facebook.com/bibliotecagam)

BiblioGAM
 Edificio A, piso 3
 Ma a Vi – 9 a 19 h
 Sá – 11 a 19 h
 Acceso a Wifi


GAM
Centro de las artes,
la cultura y las personas



213


BiblioGAM Entra, descubre, GAM
gam.cl

N°93
Mar 2016




MÚSICA


– Destacados –



Francois-René Tranchefort
Guía de la música de cámara



Manuel Maira
Canciones del fin del mundo: música chilena 2.0



Valentin Trujillo y Pedro Amat Trujillo
Valentin y Pedro Amat Trujillo



Invitaciones web

41 invitaciones para estrenos, inauguraciones y lanzamientos al año (sobre 19.000 destinatarios)



Web flyers

60 flyers anuales

destinatarios a todas las redes GAM (Facebook, Twitter, etc.)

gam.cl



TE BIANCHI
Concierto—

Compositor, pianista y director de un concierto de piano acompañado en el contexto de la celebración del aniversario en GAM, el jueves 15 de octubre en sala A1 (edificio A, piso 1).

Reservar en adultomayor@gam.cl o en mesón de información los días viernes 15 a 19 h. Cupos limitados

piso 1



Invitación gam.cl



SERÉ PATRIMONIO

Centro Gabriela Mistral, GAM, invita a Ud. a la obra **Seré Patrimonio**, dirigida por Pierre Sauré, el sábado 24 de octubre a las 19 horas en la sala A1 (edificio A piso 1).

El montaje es una creación colectiva donde las protagonistas son 13 mujeres pertenecientes al Club Adulto Mayor GAM. En él recuerdan sus vivencias, sentimientos, temores y pasiones.

Sá 24 Oct
19 h
Sala A1 (edificio A, piso 1)

Gratis previo retiro de entradas en mesón de Informaciones.
Horarios: Lu a Vi - 11 a 18 h / Sá y Do - 13 a 18 h.
Todos los días cerrado de 14 a 15 h.
Cupos limitados

Más info en gam.cl

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas. Alameda 222, Santiago, Metro UC.

Exposición gam.cl



TEJIENDO A LUCILA

Centro Gabriela Mistral, GAM, le invitan a Ud., y acompañante a la inauguración de la exposición **Tejiendo a Lucila**, el jueves 05 de noviembre a las 19:30 horas en BiblioGAM.

La muestra propone una revisión de la vida de Gabriela Mistral en la recreación de seis escenas de su vida hechas como maquetas de lana, esculturas tejidas a pequeña escala de objetos, y de la protagonista. El proyecto combina plástica, artesanía y fotografía como lenguajes artísticos en cruce.

5 Nov
Ju - 19.30 h
Edificio A, piso 3, BiblioGAM

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas



Revista de programación impresa

10 programas anuales distribuidos en rutas de barrio, municipios, universidades y otros.

Ejemplares mensuales 50.000 (marzo a junio)
40.000 (julio a diciembre)

Total 440.000 ejemplares al año.

Impresiones desde gam.cl 14.678



Pendones/Gigantografías

Piezas anuales 251

Personas que acceden a esta información mensualmente 115.464

Visitantes que pudieron verlos 1.385.569

Pendones 73

Adhesivos 78

Afiches 85

Programas de mano 15



Pendones

73 anuales

Pendones impresos en PVC de 235 x 600 cm.

Exposición gam.cl



27 Mayo → 12 Jul

GRACIELA ITURBIDE

—Fotografías—

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

27 Mayo — 12 Jul
Ma a Sá — 10 a 21 h
Do — 11 a 21 h

Edificio B, piso —1
Sala de Artes Visuales

Visitas guiadas
Día del Patrimonio
31 Mayo
Do — 11 a 19 h
Inscripciones el mismo día
en mesón de informaciones

ASOCIADOS: SRE, EL MERCURIO, PAULA 100.5, Amasarte, ALLCO, SANTIAGO, EL MERCURO, PAULA 100.5, Amasarte, ALLCO, SANTIAGO

Teatro Coproducción GAM gam.cl

15 Oct → 28 Nov



EL AMOR DE PERLA

—de Sarah Kane—
Francisco Krebs
Dirección

Estreno

15 Oct — 28 Nov.
Mi a Sá — 20.50 h


GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

Edificio A, piso 1,
Sala A2

BRITISH COUNCIL, PATRIOT, EL MERCURO, PAULA 100.5, Amasarte, ALLCO, SANTIAGO

Teatro Coproducción gam.cl

4 → 26 Jul



LUCIA

—Estreno—

ÓPTICAS FEMENINAS

CONVO CATORIA 2015

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

4 al 26 Jul
Ju a Sá — 20 h
Do — 19 h

Edificio B, piso 2,
Sala B1

BBVinos.com

Adhesivos

78 anuales

Gigantografías adhesivas de 160 x 228 cm.
y 134 x 190 cm.

Danza Documental gam.cl

Un recorrido por ocho países de Sudamérica para exponer la experiencia y el trabajo de 150 creadores de danza contemporánea. Dirigido por David y Tamara González.

Gratis

2 y 3 Mayo

—Documental—
Danza Sur
escena contemporánea

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas 2 y 3 Mayo 16 a 19 y 20 h Edificio A, piso 1, Sala A2

Teatro Coproducción GAM gam.cl

XUÁREZ Estreno

3 Sep → 17 Oct

Claudia Coledón y Patricia Rivadeneira protagonizan esta obra que reconstruye desde la ficción el mito de Inés de Suárez, figura clave en la conquista de Chile.

Luis Barrales y Manuela Infante
Idea original y estructura dramática

Luis Barrales Dramaturgia
Manuela Infante Dirección

ÓPTICAS FEMENINAS

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas 3 Sep al 17 Oct Ju a Sa - 21 h Martes 19, 19 y 20 h Sala N1

219

Teatro Producción GAM gam.cl

19 Mar → 25 Abr

Alfredo Castro
Puesta en escena

Alfredo Castro
Roberto Contador
Simón Rivera
Versión y adaptación

Amparo Noguera
Marcelo Alonso
Alvaro Morales
Patricia Moreno
Mario Álvarez
Elenco

UN TRANVÍA LLAMADO DESEO
—Tennessee Williams—

El clásico de Tennessee Williams vuelve en la versión teatral de Alfredo Castro. Un viaje a la seducción, brutalidad, locura y deseo.

19 Mar al 25 Abr Ju a Sa - 20,30 h \$6.000 Presenta Gral. / \$3.000 Presenta Est. y Sed. \$8.000 Gral. \$4.000 Est. y Sed.

Edificio A, piso 1, Sala A2 -20% Club Movistar, Club El Mercurio y Membresía GAM—Lastarria 2x1 Membresía Profesores, Membresía BiotecGAM

Cartelera Entra, sorpréndete, gam gam.cl

CARTELERA NOVIEMBRE

¿QUÉ HACER HOY?

DOMINGO 1
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 4
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 6
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 11
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 13
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 18
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 20
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 25
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 27
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 3
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 5
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 10
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 12
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 17
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 19
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 24
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

DOMINGO 26
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

VIERNES 31
19:30h: El extranjero en compañía
20:30h: La casa de los espíritus
21:30h: El extranjero en compañía

Afiches instalados en boletería

85 anuales

Afiches impresos en formato A3 y 59,5 x 84 cm.

Teatro gam.cl



HILDA PEÑA
— Con Paula Zúñiga —

Aliocha de la Sotta
Dirección

Premiado unipersonal de Isidora Stevenson que retrata el dolor de una mujer que pierde a su hijo al inicio de la transición.

22 Oct → 1 Nov

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas Hasta el 1 Nov Ju a Do — 21 h \$ 4.000 Gral, \$ 3.000 Est. y Sed.
Edificio B, piso 2, Sala N1

Teatro gam.cl

LA LENGUA EN PEDAZOS
—Compañía de Teatro La Calderona—

ÓPTICAS FEMENINAS **CONVOCATORIA 2015**

Una reflexión sobre poder, palabra, misticismo y género. Estreno en Chile del texto sobre Teresa de Ávila del premiado dramaturgo español Juan Mayorga.

18 Abr → 10 Mayo

Mario Costa Dirección
Macarena Baeza Dirección Musical
Sara Pantoja Alexei Vergara Dirección Escenográfica

18 Abr — 10 Mayo Ju a Sa — 19 h Do — 18 h
\$ 8.000 Gral, \$ 5.000 Est. y Sed.
—20% Club Músical, Club de Lectores de El Mercurio y Membresía GAM—Lectores
2x1 Membresía Profesores y Membresía Búho/GAM
2x1 \$5.000 Membresía Adulto Mayor

Danza gam.cl

Paulina Mellado Dirección

Inspirada en los versos de *La Bailarina*, de Gabriela Mistral, esta obra de danza contemporánea indaga en la relación entre baile y poesía.

19 Nov → 13 Dic

LA BAILARINA,
O LAS VOCES SE ENTRECROZAN Y DIALOGAN

CONVOCATORIA 2015 **ÓPTICAS FEMENINAS**



GAM Centro de las artes, la cultura y las personas 19 Nov al 13 Dic Ju a Sa — 20 h, Do — 19 h
Edificio B, piso 2, Sala B1
\$ 5.000 Gral, \$ 3.000 Est. y Sed.

Programas de mano

15 programas anuales impresos
 1.800 ejemplares por programa
 27.000 ejemplares anuales

OPTICAS FEMENINAS
PROGRAMACIÓN 2015

Una tempestad de Radrigán

Rotulada como una de las últimas obras escritas por William Shakespeare, *La tempestad* conduce al cuestionamiento en torno al auténtico perdón a partir de una anécdota que cruza elementos heróicos que se expresan en el poder de Próspero sobre las fuerzas de la naturaleza. Luego de las lecturas que han circulado en teatro y en cine se hacía necesario contar con una versión que recogiera la mirada de un dramaturgo chileno como Juan Radrigán. Por encargo de GAM, ha escrito un texto que interpela y que profundiza en las aristas que se sugieren en el original de 1611. La dirección de Rodrigo Pérez ha potenciado la pátina en una puesta que se abre a más de un nivel simbólico, donde la interpretación del principal rol masculino a cargo de Claudio Gil Giménez enfatiza el intento por releer el texto e inscribir el montaje en la línea curatorial 2015 de GAM, enfocada en las ópticas femeninas en la creación artística.

Javier Ibacache V.
 Director de programación y audiencias
 GAM

Teatro Producción GAM gam.cl

LA TEMPESTAD
 –De William Shakespeare–
 Versión de Juan Radrigán

15 Mayo → 27 Jun

Ciclo
La tempestad en el cine
 2° – 23 Junio
 Ma – 19:30 h
 Edificio A, piso 1, Sala A2
 Gratil, cupos limitados

Conferencias
 19 y 26 Mayo
 Ma – 19:30 h
 Edificio B, piso –1, Sala CT
 Gratil, cupos limitados

LA TEMPESTAD
 De Shakespeare
 Versión de Juan Radrigán
 Dirección Rodrigo Pérez

Elenco
 Claudio Gil Giménez Próspero
 Moisés Angulo Ariel
 Francisco Ossa Calibán
 Mariana de Girólamo Miranda
 Juana Leiva Ferdinánd
 Manuel Peña Alonso, rey de Nápoles
 Rodrigo Soto Antonio, hermano de Próspero
 Guillermo Ugarte Capitán

Diseño de escenografía e iluminación Catalina Deiva
 Diseño de vestuario Pablo Nuñez
 Música original Santiago Farah
 Realización escenográfica Rodrigo Riquera
 Producción de vestuario Alexis Paradero
 Conferencia de vestuario José Vergara
 Guillerme Tomás Quabbin

Asistente de dirección Apol Gregory
 Asistente de escenario Daniela Letia
 Producción general GAM

Foto de portada Lonnie Gibert / Estudio F4
 Foto de elenco Jorge Sánchez / GAM

COLABORA **BBVinos**
Chileno, vino 2015

GAM
 Centro de las artes,
 la cultura y las personas

15 Mayo – 27 Jun
 Mi a 18 – 21 h
 Sala A2

Edificio A, piso 1
 Sala A2

A VEINTE AÑOS DE LA IRRUPCIÓN DE SARAH KANE

Sarah Kane debutó formalmente en la cartelera de teatro de Gran Bretaña en el año 1995 con *Bluebird*. Han transcurrido veinte años de aquella impetión y la manera en que puso en jaque los cánones de la dramaturgia y de crítica se mantienen intactos. Sus textos conservan la capacidad de renovar y entretener imágenes, matices y situaciones de un mundo que se demarca.

En *El amor de Fedra* retrata al narciso contemporáneo, abocato en el deseo e incapaz de establecer vínculos y presa de dinámicas de transgresión.

Aun cuando conserva los personajes y estructura del original, Kane enfoca en desplazar los iconos de los estereotipos y en enfrentar al espectador con las zonas más íntimas de la tragedia en un entorno despojado de ritos y costumbres.

El montaje que dirige Francisco Krebs subraya la resonancia que el texto tiene en la actualidad, cuando los ideologías y valores parecen en entredicho y solo resta el consumo insatisfecho de imágenes y discursos vacíos.

El proyecto será el estreno de la pieza en Chile y se suma a la temporada 2015 de Centro GAM enfocada en las ópticas femeninas en la creación artística.

Javier Ibacache V.
 Director de programación y audiencias
 GAM

FICHA ARTÍSTICA
 Dirección Francisco Krebs
 Dramaturgia Sarah Kane
 Traducción Freddy Araya
 Elenco Paola Volpato, Felipe Zepeda, Daniela Ramirez, Rodrigo Soto, Freddy Araya y Juan Pablo Miranda
 Coro Alvaro Villanueva, Manuela Opaao, Rodrigo Salazar, Francisca Beltrán, Mauricio Flores y Sebastián Noye
 Diseño gráfico y escenografía Pablo de la Fuente
 Asistente escenografía Isidora Carriguiry
 Diseño de vestuario Rocio Hernández
 Diseño de iluminación Yury Canales
 Música y diseño sonoro Alejandro Miranda y Germán Loyola
 Implementación audiovisual y videos Rodrigo Leal, Camilo Ramirez y Gabriela Letazoano

Fotografía Martin Edwards
 Fotografía y telexer Andrés Lagos
 Pintura Guillermo Lora
 Producción Alejandra Massardo
 Community manager Rodrigo Ayo
 Maquillaje y peluquería Alexander Inostroza
 Realización de vestuario Lizbeth Hattenhoff
 Sastre Kevin Kobek

AGRADECIMIENTOS
 Ricardo Oyarzún, Navarro Hái Studio, Juan Neuenchwander, Benjamín Bravo, Martín Novoa, Noelle Neuenchwander, Patricio Pinto, Cristóbal Tallman, Boris Simionov, Salvador Allende, Werner Schurmann, Subdirección de Cultura de la I, Municipalidad de Santiago y Sebastián de la Cuesta

Teatro Coproducción GAM gam.cl

de Sarah Kane
 Francisco Krebs
 Dirección

15 Oct → 28 Nov

Edificio B, piso 2
 Sala H1

Comisión Regional de la Cultura y las Artes
 Gobierno de Chile

BRITISH COUNCIL

Parrot BEBOP DRONE

VIRAY EL AROMO

SCORE ENERGY DRINK

GAM
 Centro de las artes,
 la cultura y las personas

3 Sep – 19 Oct
 Ju a 18 – 21 h

Edificio B, piso 2
 Sala H1

5.PUBLICIDAD POR CANJE

Spots en TV y Mediapartners

Avisos impresos en 2015

El Mercurio

47 avisos

Revista Paula, ED y Capital

2 avisos

Spot

CNN Chile 900

en cartelera 30 días por campaña.

Frases de radio Grupo DIAL

Frases mensuales en las radios:

Zero, Paula, Duna, Disney y Beethoven.

4.800 frases de radio anuales

Riolab

Producción y edición de spots para televisión abierta, videos corporativos y campañas especiales de programación.

Litoralpress

Entrega mensual de clipping y análisis de publicaciones de prensa.

Canal de circuito cerrado SSP

9 spots equivalentes a 100 días en pauta de exhibición

Avisos impresos

El Mercurio

47 avisos, uno semanal de cuarto y media página a color.

Revista Paula, ED y Capital

2 avisos

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

gam.cl

Estreno Teatro
EL AMOR DE FEDRA
Por primera vez se monta en Chile la reescritura contemporánea y turbulenta que la legendaria dramaturga inglesa Sarah Kane hizo del mito de Fedra. Dirige Francisco Krebs y actúa Paola Volpato.
15 Oct al 28 Nov
Mi a Sá — 20.30 h

Estreno Danza
EMOVERE: CUERPO, SONIDO Y MOVIMIENTO
¿Qué es una emoción? Danza y arte sonoro indagan en esa pregunta en una obra que cambia según lo que sienten los bailarines. Dirige Francisca Morand y Javier Jaimovich.
Hasta el 28 Oct
Ju a Sá — 20 h | Do — 19 h
Ma 27 y Mi 28 — 20 h

-20% Desc.

EL MERCURIO **CNN CHILE** **DIAL** **RIOLAB** **LITORALPRESS**

GAM Alameda 227, Metro UC, Estacionamientos.
Compra de entradas Boleterías GAM y gam.cl. Infórmate sobre nuestros descuentos.

223

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

gam.cl

ÓPTICAS FEMININAS | **PROGRAMACIÓN • 2015**
70 años Nobel a Gabriela Mistral

EL MERCURIO **CNN CHILE** **DIAL** **RIOLAB** **LITORALPRESS**

GAM Alameda 227, Metro UC, Estacionamientos.
Compra de entradas Boleterías GAM y gam.cl. Infórmate sobre nuestros descuentos.

6. CARTELERAS SEMANALES

SISTEMA Y ANÁLISIS DE ENVÍOS MASIVOS GAM 2015

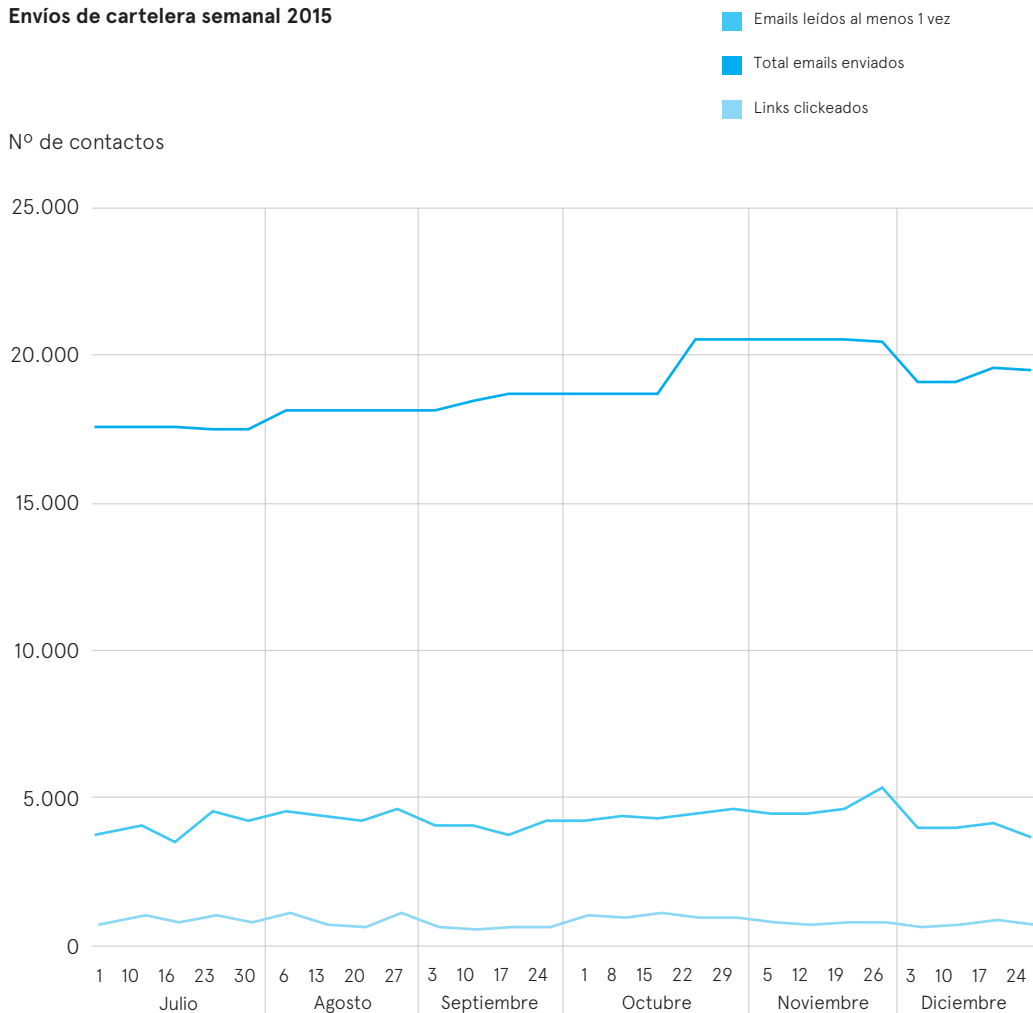
Envíos de cartelera semanal

Durante el primer semestre de 2015 la base de datos de envíos se ordenó y se comenzó el segundo semestre con aproximadamente **18.000** contactos que crecieron hasta los **20.000**.

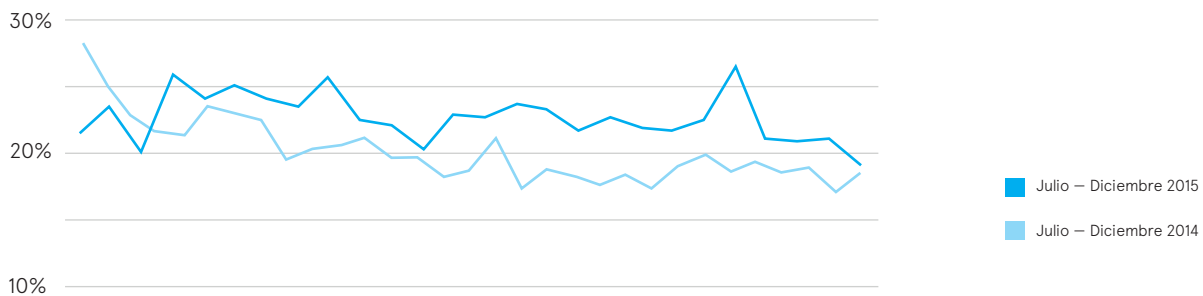
A partir de julio se cambiaron las métricas para evaluar los envíos, por lo que se da cuenta de este período (segundo semestre 2015).

Se hizo seguimiento de los envíos de cartelera semanal. Estos envíos consisten de las actividades que se pueden realizar en GAM, enfocadas en las pagadas pero complementando con eventos gratuitos y otros contenidos. Los KPI básicos que se manejan son tasa de apertura y tasa de clic.

Envíos de cartelera semanal 2015



% apertura envíos cartelera semanal
Segundo semestre 2014 – segundo semestre 2015



En promedio se envió la cartelera a **18.817** contactos, de los cuales **4.311** abrieron la cartelera al menos una vez. Esto representa un **22,9%** de tasa de apertura promedio.

Por otro lado, los clics promedio fueron **849** por envío, significando una tasa del **4,5%**, esto es aproximadamente el doble al año anterior. Cabe mencionar que se depuró la información además de ampliarse la oferta.

En este período se consolidó la apertura de correos sobre los **4.000** contactos, que considerando la variación de la base de datos significa un porcentaje de apertura consolidado sobre el **20%** (exceptuando el 24 de diciembre cayó a 19%).

Además se puede destacar 2 puntos de apertura por encima del mismo período del año anterior, entendiéndose que esto es otra consecuencia del trabajo de limpieza de la información en envíos, además de la elaboración de envíos con asuntos (subjects) más elaborados y testeados y videos más atractivos.

7.COMUNICACIONES INTERNAS

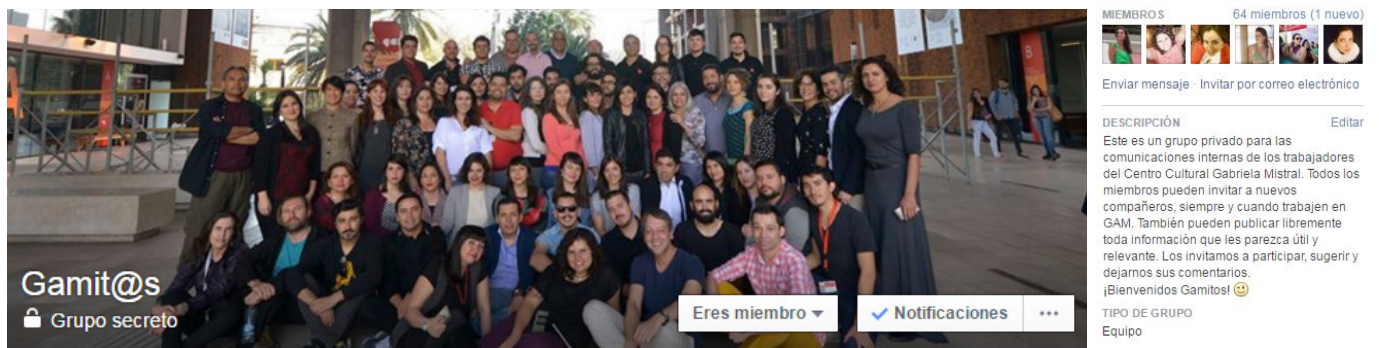
La estrategia que se viene trabajando desde 2015-2016 se centra en visibilizar a los equipos de trabajo, en cuanto a quiénes son, qué es lo que hacen y por qué son relevantes para el resto de la organización. Durante los primeros años (2011-2014), se contribuyó en mantener informados a los colaboradores sobre el acontecer del centro cultural, mediante un boletín de noticias llamado “GAM en la prensa”.

La comunicación organizacional se ejerce de modo horizontal, sin jerarquías y presencia de autoridad, lo que implica que son los mismos equipos junto al de Comunicaciones, los que crean los contenidos. Para esto, se mantienen soportes impresos en los diarios murales de la organización y se utiliza un canal digital de comunicación en Facebook llamado Gamitos. Esta comunidad es secreta, es decir, no accesible desde la búsqueda ni en los perfiles de los miembros y solo disponible para los participantes, quienes pueden acceder desde cualquier parte y dispositivo. En la actualidad, el grupo mantiene 63 miembros –de 82 trabajadores– lo que representa un 76% de presencia. De esos 63 miembros, alrededor de 37 son activos, lo que significa un 58% de participación.



Estadísticas de actividad mensual de grupo Gamitos.

Fuente: Grytics.com



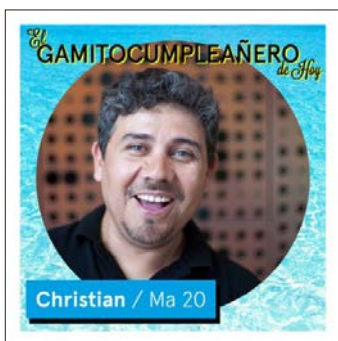
Tipos de campañas

1. MENSUAL

Boletín de cumpleaños (impreso y digital). Cada colaborador es festejado el día en su cumpleaños con un saludo en Gamitos. Además en cada panel de la organización se publica un boletín impreso que hace alusión a una temática mensual, como se hizo en 2015. Durante el año siguiente, el boletín está asociado a la programación cultural, donde cada mes recuerda a un creador nacional y su legado (ver imagen).



227



Tipos de campañas

2. ANUAL: FOTOGRAFÍAS POR EQUIPOS

El 2015, para el aniversario de GAM, se trabajó en una campaña que mostrara a todos los trabajadores, junto a sus equipos de trabajo en el lugar de su trabajo. Estas fotografías fueron publicadas como afiche en los diarios murales y en *Gamitos* para generar la conversación, explicando la labor de cada área. Además fueron entregadas impresas a cada trabajador el día del aniversario.



Tipos de campañas

3. ESTACIONAL

Sobre temas que ocurren en el momento y tienen un corte más coloquial, como una foto del recuerdo o de niñez. También se utilizan para saludar por un día determinado (día del trabajador, día de la mujer, etc). Durante 2016, se ha solicitado a los trabajadores colaborar con una fotografía inolvidable de cualquier momento de su vida.



Sección "Retrogamitos".



Saludo Día del trabajador.

8.INGRESOS NO MONETARIOS COMUNICACIONES Y MARKETING

Media Partners

El Mercurio	
CNN Chile	
Grupo Dial	
Riolab	
Litoralpress	

230

Otros avisajes

SSP Canal	
-----------	-------------------------------------------------------------------------------------

Total aportes no monetarios

\$ 826.095.440

ANEXO V

INFORME DE REGISTRO FOTOGRÁFICO PARA PRENSA

Enero

Lectura obra La Tempestad
 Teatro Hilda Peña
 Payasadas y la fantasma cosquillosa
 Jóvenes críticos José Miguel Viñuela
 Jóvenes productores
 Retratos a Claudia Di Girólamo y Mariana Di Girólamo

Marzo

Competencia Pop
 Expo Tuku Maorí
 Inauguración Expo Tuku Maorí
 Fotografías Alejandra Wood para diario Publimetro
 Guía Adultos mayores y club de GAM
 Sociales obra El Marinero
 Obra Un tranvía llamado Deseo
 Baile y Canto Maorí Plaza Central

Abril

Elenco obra La Tempestad
 Sociales documental Escape de gas
 Ensayo general La ailarina
 Teatro Helen Brown
 Fachada edificio
 Obra La lengua en pedazos
 Lectura dramatizada Finlandesa
 Obra Ithaca

Mayo

Día de la Danza
 Radio Tanda GAM
 Visitas de Monjas Carmelitas
 Ensayo obra Las tres hermanastras
 Expo Anita González, Bibliogam
 Obra La Tempestad
 Hilda Peña con personas en situación en discapacidad
 Patín urbano Plaza Zócalo

Junio

Obra Hilda Peña
 Patín urbano Plaza Zócalo
 Inauguración exposición Graciela Iturbide
 Instalación Hecho en casa
 Danza Siete ecos
 Obra Ningún pájaro por cantar
 Obra Lucía
 Obra Las cosas que nunca tuve

Julio

Expo Cosplay
 Diminuto circus
 Fotos afiche obra Lucía
 Ballet Rising
 Inauguración Juegos Diana

Danza Reality Show
 Lanzamiento libro Chile desde adentro
 Expo Chile desde adentro

Agosto

World Voice
 Ensayo general Coros femeninos
 Obra Perro suelto
 Obra El diccionario
 Retrato a Claudio Celedón
 Danza Emovere
 Directorio de GAM

Septiembre

Obra Selva
 Equipo GAM en Plaza Central
 Ensayo ópera y orquesta La isla de los peces
 Muralla Bordados GAM
 Coro GAM y UTEM
 Intervención Parlantes
 Inauguración Expo Félix Maruenda
 Mural Víctor Castillo y Circo Australiano

Octubre

Festival Teatro y Ciencias
 Jornada adopción de mascotas
 Teatro Fedra
 Preestreno Obra Fedra (sociales)
 Expo Yoga
 Teatro Belle Epoque
 Teatro No intentar construirlo
 Circo Caperucita Roja

Noviembre

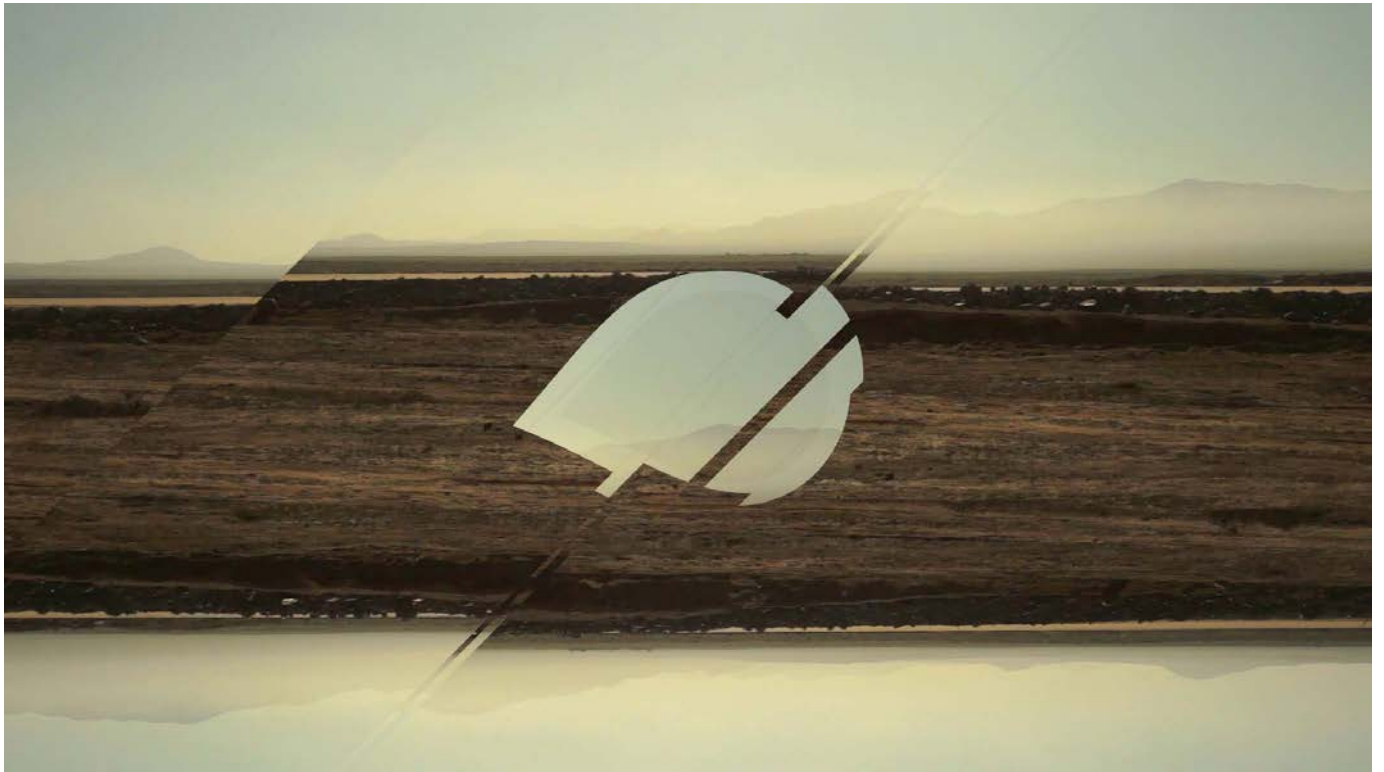
Recepción Seminario de Audiencias
 Inauguración Seminario de Audiencias Internacional
 Clausura Seminario de Audiencias Internacional
 Obra Banal
 Obra Sótano danza
 Danza Huellas
 Inauguración exposición Umbral
 Pasada general de prensa de obra Banal

Diciembre

Pasada general de prensa obra La Belle Epoque
 Danza Sótano
 Pasada general de prensa obra La Extranjera
 5 años equipo GAM

ANEXO VI

INFORME DE REGISTRO AUDIOVISUAL



RESUMEN REGISTROS Y ENTREGAS
GAM ENERO 2015 - ENERO 2016

BRANDING GAM

Durante este período, Riolab tomó como encargo propio la conceptualización y diseño de un nuevo branding para registros audiovisuales, pantallas y cartelera, cortinas de inicio y cierre. El proceso incluyó la búsqueda de referencias, exploración de soportes y dispositivos, y pruebas de animaciones hasta llegar a una propuesta final que fue aplicada en los distintos medios desarrollados durante el año.

Duración: 2 meses.

RIOLAB

235

BRANDING GAM



RIOLAB

BRANDING GAM



GAM CENTRO DE LAS ARTES,
LA CULTURA Y LAS PERSONAS.



RIOLAB

236

VIDEOS PRENSA

Registro de pasadas de obras en cartelera para medios de prensa.
Incluye selección de imágenes y armado simple.

Duración aprox: 1 mn.
Número de piezas: 15

RIOLAB

VIDEOS PRENSA

Un tranvía llamado Deseo
Marzo



Tuku Iho
Marzo



El Marinero
Marzo



La Bailarina
Abril



La lengua en pedazos
Abril



La 3 hermanastras
Mayo



RIOLAB

VIDEOS PRENSA

La tempestad
Mayo



7 Ecos
Junio



Las cosas que nunca tuve
Junio



Lucia
Junio



Chile desde adentro
Julio



La Isla de los peces
Septiembre



RIOLAB

VIDEOS PRENSA

Emovere
Octubre



Un espectáculo feroz
Noviembre



En el umbral del olvido
Noviembre



RIOLAB

238

VIRALES

A partir del registro de obra, se desarrolló un nuevo formato con un tratamiento gráfico y ritmo exclusivo para medios digitales. Incluye selección de imágenes, montaje, música, gráficas y gc, post producción.

Duración aprox: 90 seg.

Número de piezas: 4

RIOLAB

Mural Blek Le Rat

REGISTROS/ 18 MARZO



Registro audiovisual/ 1 jornada completa de grabación en Full HD.
No se solicita armado final.

Registro fotográfico/ disponible en Netshow.

RIOLAB

BRANDING

Cartelera Gam



RIOLAB

BRANDING/

Pantalla Multitaction Gam



RIOLAB

VIRALES



RIOLAB

SPOT

Armados para difusión en canales de TV sobre actividades, nuevos estrenos o temporadas especiales de GAM. Incluye selección de imágenes, montaje, música, animaciones gráficas y gc, post producción.

Duración aprox: 30 seg

Número de piezas: 5

RIOLAB

241

SPOT

Lo mejor de GAM 2014
Enero

LO MEJOR DE GAM
2014



PROMETEO EL ORIGEN



RADICALES LIBRES



LA NOCHE



URSARIS



HILDA PEÑA
MATÍAS OVIEDO
BERTANGO
VALENTÍN RUJILLO
CUARTETO



RIOLAB

SPOT

Un Tranvía llamado deseo / El Marinero
Marzo



DRAMATURGIA: FERNANDO PESSOA
DIRECCIÓN: ALEJANDRO GOIC
20 MAR - 26 ABR

EL MARINERO



RIOLAB

SPOT

La Bailarina
Marzo



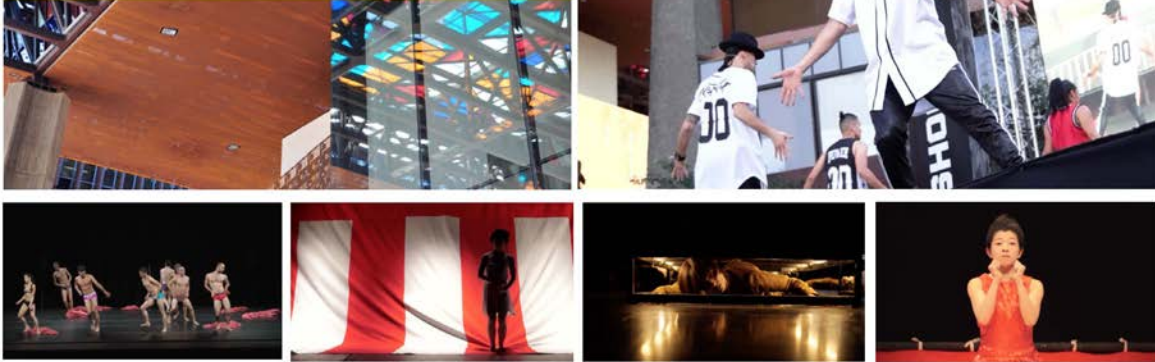
RIOLAB

SPOT

Gam Epicentro de la Danza

Marzo

GAM, EPICENTRO DE LA DANZA



RIOLAB

243

SPOT

La Tempestad

Marzo



RODRIGO PÉREZ Dirección/

CLAUDIA DI GIROLAMO EN EL ROL DE PROSPERO

GAM Producción general/



RIOLAB

ARMADOS ESPECIALES

Programa

Exploración de formato experimental de estrenos teatrales y danza GAM. Se desarrollaron 4 pilotos con fragmentos destacados de la obra, entrevistas a sus directores y actores en un formato de conversación que destaca reflexiones, puesta en escena y proceso creativo.

Los programas respetan y potencian los contenidos de cada obra, haciéndolos atractivos para una audiencia transversal. Existe un acuerdo en conjunto con GAM para venta a canales (modelo de venta).

Pilotos: Un tranvía llamado deseo, Santiago High Tech, La Bailarina, La Tempestad, Prometeo.

Duración aprox: 20 minutos.

Número de piezas: 4

RIOLAB

244

PROGRAMAS

La Bailarina
Marzo



RIOLAB

PROGRAMAS

La Tempestad
Mayo



RIOLAB

ARMADOS ESPECIALES

Sinopsis

Exploración de formato de obras destacadas de GAM para redes sociales y web. Incluye selección de imágenes, grabación de entrevistas, montaje, animaciones gráficas y gc, música, post producción.

Duración aprox: 3 minutos.

Número de piezas: 2

RIOLAB

SINOPSIS

Armado Mediación
Septiembre



RIOLAB

SINOPSIS

Armado Mediación
Octubre



RIOLAB

REGISTROS HISTÓRICOS

Además de los registros de obras, durante el año se realizaron seguimientos de actividades del área de Audiencias y Públicos. Este material forma parte del archivo histórico (Memoria) de GAM. Incluye selección de imágenes, grabación de entrevistas, montaje, animaciones gráficas y gc, música, post producción.

RIOLAB

247

REGISTROS HISTORICOS

Armado Mediación
Enero

FOMENTAMOS LA INCLUSIÓN Y PARTICIPACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LAS ARTES.

MEDIACIÓN GAM



RIOLAB

REGISTROS HISTORICOS

Armado Educación
marzo

LA UNIDAD DE EDUCACIÓN GAM DESARROLLÓ 307 ACTIVIDADES EN 2014 CON 9.962 ASISTENTES DE NIVEL ESCOLAR, PROFESORES Y JÓVENES.

EDUCACIÓN GAM



RIOLAB

REGISTROS HISTORICOS

K POP
Marzo



RIOLAB

REGISTROS HISTORICOS

Voces Gam
marzo



RIOLAB

REGISTROS HISTORICOS

Bonati
Diciembre



RIOLAB

ARMADOS ESPECIALES

Armado adulto mayor
Diciembre



RIOLAB

250

REGISTROS

Este material forma parte del archivo histórico de GAM y es fuente para armados genéricos que luego son utilizados en productos especiales para comerciales y difusión, entre ellos talleres de profesores, niños y adulto mayor, etc.

Número de piezas: 6

RIOLAB

REGISTROS

Lecturas y manualidades infantiles

Julio



RIOLAB

REGISTROS

La isla de los peces

Septiembre



RIOLAB

REGISTROS

Coro de profesores
Septiembre



RIOLAB

REGISTROS

Escuela Enrique Soro
Septiembre



RIOLAB

REGISTROS

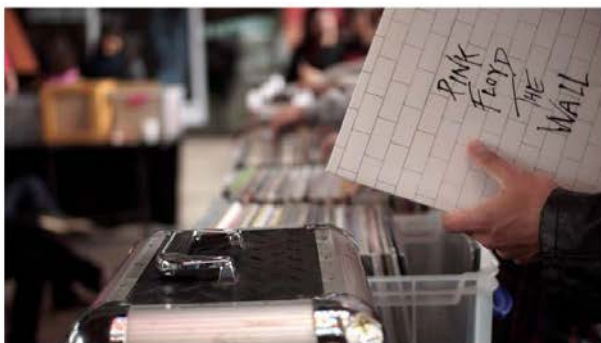
Vivo Yoga
Octubre



RIOLAB

REGISTROS

Feria Vinilo Libre
Octubre



RIOLAB

APOYO PARA EVENTOS

Durante el 2015, para el evento de Seminario de Audiencias se realizaron 7 cortinas audiovisuales para: Jóvenes Críticos, Adulto Mayor, Profesores, Key pop, Quilicura, Hapto, Vecinos Lastarria. Incluye selección de imágenes, montaje, animaciones gráficas y gc, música, post producción.

Duración aprox: 30 segundos cada una.

Número de piezas: 15

RIOLAB

254

APOYO PARA EVENTO

Incluye
Marzo



RIOLAB

APOYO PARA EVENTO

Seminario de audiencias
Junio



GAM, 5 AÑOS
FORMANDO AUDIENCIAS



RIOLAB

APOYO PARA EVENTO

Lanzamiento programación 2016
Diciembre

ARTES VISUALES
EN GAM



RIOLAB

APOYO PARA EVENTOS

Durante el 2015, como apoyo al evento de Programación GAM 2016 se realizó una actualización del branding de la pantalla multitouch. Además del montaje de la pantalla en el hall de acceso con el fin de posicionar las actividades y obras más destacadas de la cartelera. Incluye adaptación de branding, nueva interfaz gráfica y programación mediante Netshow Composer.

RIOLAB

256

FOTOS

Registro fotográfico de actividades.
Fotos disponibles en Netshow.

RIOLAB

FOTOS

Paisaje Sonoro
Enero



RIOLAB

FOTOS

Taller World voice
Enero



RIOLAB

FOTOS

Taller herramientas escénicas
Enero



RIOLAB

FOTOS

Taller herramientas escénicas
Enero



RIOLAB

FOTOS

Jóvenes críticos
Enero



FOTOS

Taller adulto mayor
Enero



FOTOS

El marinero
Marzo



RIOLAB

FOTOS

Festival dramaturgia Finlandesa
Marzo



RIOLAB

Cartelería

Diseño gráfico, animación y arquitectura de comportamiento de pantallas, con la cartelera mensual de actividades GAM. Integra recursos editoriales y comerciales con una identidad propia (visual y narrativa) en una una interfaz exclusiva para este formato.

Número de actualizaciones: 11

RIOLAB

261

CARTELERÍA



RIOLAB

Pantalla MT

Durante el 2015 se realizó una actualización gráfica y de arquitectura de la pantalla multitouch. Incluye nuevo diseño, utilizando los criterios del nuevo branding. Incluye la actualización mensual de contenidos.

Número de cargas: 6

RIOLAB

262

PANTALLA MT GAM



RIOLAB

ANEXO VII

AUDITORÍA CONTABLE Y ESTADOS FINANCIEROS
Serrano Pérez & Cia. Consultores

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estados Financieros por los periodos terminados

Al 31 de diciembre de 2015 y 2014

ESTADOS FINANCIEROS

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

CONTENIDO

Estado de Situación Financiera

Estado de Resultados Integrales

Estado de Flujos de Efectivo, Método Indirecto

Notas a los Estados Financieros

CLP : Cifras expresadas en pesos chilenos

M\$: Cifras expresadas en miles de pesos chilenos

UF : Cifras expresadas en unidades de fomento

Contenidos

(1) Entidad que Reporta	5
(2) Bases de Preparación	5
(a) Declaración de Cumplimiento.....	5
(b) Bases de Medición.....	6
(c) Moneda funcional y de presentación.....	6
(d) Uso de estimaciones y juicios.....	6
(3) Políticas Contables Significativas.....	7
(a) Periodo contable.....	7
(b) Moneda extranjera.....	7
(c) Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes.....	7
(d) Efectivo y equivalentes al efectivo.....	7
(e) Instrumentos financieros.....	8
(f) Propiedades, planta y equipos.....	8
(g) Intangibles.....	9
(h) Deterioro.....	9
(i) Provisiones.....	10
(j) Beneficios a los empleados.....	10
(k) Ingresos ordinarios.....	11
(l) Arrendamientos.....	11
(m) Patrimonio.....	11
(n) Estado de flujo de efectivo.....	12
(4) Efectivo y equivalente al efectivo.....	12
(5) Otros activos no financieros corrientes y no corrientes.....	13
(6) Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes.....	13
(7) Activos intangibles distintos de plusvalía.....	13
(8) Propiedad, planta y equipo.....	14
(9) Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes.....	15
(10) Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar.....	16
(11) Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes.....	16
(12) Ingresos.....	16
(13) Contingencias y compromisos.....	17
(14) Hechos posteriores.....	17

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
 Al 31 de Diciembre de 2015 y 2014

Activos	Notas	31-12-2015	31-12-2014
		M\$	M\$
Activos corrientes			
Efectivo y equivalente al efectivo	4	180.285	80.477
Otros activos no financieros, corrientes	5	45.551	34.709
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	6	124.768	72.933
Total de activos corrientes		350.604	188.119
Activos no corrientes			
Otros activos no financieros, no corrientes	5	189.786	201.068
Activos intangibles distintos de plusvalía	7	11.046	13.512
Propiedades, plantas y equipos (neto)	8	35.745	147.835
Total activos no corrientes		236.577	362.415
Total activos		587.181	550.534
Pasivos y patrimonio			
Pasivos corrientes			
Otros pasivos financieros, corrientes	9	346.109	34.708
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	10	134.385	361.956
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	11	63.794	70.196
Total pasivos corrientes		544.288	466.860
Pasivos no corriente			
Otros pasivos financieros, no corrientes	9	189.786	201.068
Total pasivos no corrientes		189.786	201.068
Total pasivos		734.074	667.928
Patrimonio			
Excedente (Déficit) acumulado		(117.394)	47.914
Déficit del ejercicio		(29.499)	(165.308)
Total patrimonio		(146.893)	(117.394)
Total pasivo y patrimonio		587.181	550.534

Las notas adjuntas N° 1 a 14 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estado Integral de Resultados y de Excedentes acumulados
Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014

	<u>Notas</u>	<u>2015</u> <u>MS</u>	<u>2014</u> <u>MS</u>
Ingresos			
Ingresos por aportes del CNCA	12	2.522.931	2.289.448
Otros ingresos operacionales	12	1.089.694	1.154.421
Total Ingresos Operacionales		<u>3.612.625</u>	<u>3.443.869</u>
Egresos			
Sueldos y Beneficios		(1.297.327)	(1.350.400)
Gastos de Programación y Producción		(424.724)	(445.580)
Gastos de Administración y Finanzas		(286.616)	(361.194)
Gastos de Marketing y Difusión		(69.461)	(135.231)
Gastos de Tecnología		(117.143)	(106.771)
Mantenimiento y Reparaciones		(865.737)	(775.464)
Otros Gastos		(431.285)	(316.955)
Total Egresos Operacionales		<u>(3.492.293)</u>	<u>(3.491.595)</u>
Resultado antes del (costo) ingreso de financiamiento y depreciación y amortización		120.332	(47.726)
Gasto por depreciación y amortización		(131.767)	(158.811)
Resultado antes del costo de financiamiento		<u>(11.435)</u>	<u>(206.537)</u>
Otros Ingresos y Gastos no operacionales			
Otros ingresos		32.504	59.263
Ingresos financieros		9.737	11.800
Gastos financieros		(60.328)	(29.840)
Diferencia de cambio		23	6
Total Otros Ingresos y Gastos No Operacionales		<u>(18.064)</u>	<u>41.229</u>
Déficit del ejercicio		(29.499)	(165.308)
Excedente (Déficit) acumulado al inicio del año		(117.394)	47.914
Patrimonio al final del año		<u><u>(146.893)</u></u>	<u><u>(117.394)</u></u>

Las notas adjuntas N° 1 a 14 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estado de Flujos de Efectivo, Método Indirecto
Por los años terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014

	2015	2014
	<u>M\$</u>	<u>M\$</u>
Flujo de efectivo de actividades operacionales		
Déficit del ejercicio	(29.499)	(165.308)
Ajustes por ingresos y gastos distintos a efectivo		
Depreciación y amortización	131.767	158.809
Otras partidas que no representan flujos	(5.843)	31.275
Cambios en activos y pasivos operacionales		
Cuentas por cobrar comerciales y otras	(51.835)	328
Cuentas por pagar comerciales y otras	(227.571)	105.801
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de operación	<u>(182.981)</u>	<u>130.905</u>
Flujo de efectivo de actividades de inversión		
Compras de activo fijo	(15.732)	(25.804)
Compras de activo intangible	(1.479)	(4.229)
Flujo de efectivo netos utilizados en actividades de inversión	<u>(17.211)</u>	<u>(30.033)</u>
Flujo de efectivo de actividades de financiamiento		
Pago de pasivos por arrendamientos financieros	-	(85.809)
Obtención de préstamo bancario	300.000	-
Flujo de efectivo netos utilizados en actividades de financiamiento	<u>300.000</u>	<u>(85.809)</u>
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalente al efectivo	99.808	15.063
Efectivo y equivalente de efectivo al principio del período	<u>80.477</u>	<u>65.414</u>
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	<u><u>180.285</u></u>	<u><u>80.477</u></u>

Las notas adjuntas N° 1 a 14 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(1) Entidad que Reporta

La Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral (“la Corporación”) se constituyó por escritura pública de fecha 29 de enero de 2009, otorgada ante el Notario Público de Santiago Oscar Ernesto Navarrete Villalobos, suplente del titular don Juan Ricardo San Martín Urrejola, rectificadora posteriormente por escritura pública de fecha 30 de abril de 2009, otorgada ante el Notario Público de Santiago Juan Ricardo San Martín Urrejola, en donde se acogieron los reparos formulados por el Consejo de Defensa del Estado. Asimismo, el Presidente de la República a través del Ministerio de Justicia concedió la personalidad jurídica a la Corporación mediante Decreto Exento N°2014, de fecha 28 de mayo de 2009, el que fue publicado en el Diario Oficial de fecha 4 de junio de 2009.

Conforme a sus estatutos, esta Corporación no tendrá fines de lucro, y tendrá los siguientes objetivos: a) desarrollar acciones y manifestaciones culturales, artísticas, científicas, tecnológicas y sociales de perfeccionamiento, promocionando actividades del saber humano, permitiendo el acceso de las personas de todas las condiciones, b) administrar y operar los establecimientos que contribuyan a sus operaciones y financiamiento, en especial teatros, cines, museos, bibliotecas, salas de conferencias, recintos, y lugares para exposiciones y espectáculos artísticos y culturales, de propiedad de otras entidades del sector público siempre que exista disposición legal que lo permita o de la propia Corporación, c) en general, promover y participar activamente en el desarrollo y perfeccionamiento de las aptitudes y aficiones culturales y artísticas de los habitantes del país, d) la elaboración de programas y proyectos que den curso a la realización de actos y actividades de carácter artístico, científico y cultural, como asimismo a establecer relaciones y convenios con instituciones públicas o privadas, dirigidos a la consecución de los objetivos contenidos en esta letra y en las letras precedentes.

No obstante ser una entidad sin fines de lucro, la Corporación desarrolla actividades que constituyen un hecho gravado con el impuesto a la renta de 1ª categoría, lo cual la obliga a someterse al régimen tributario general, dado que la Corporación no se encuentra entre las personas exentas señaladas en el artículo 40 de la Ley de Impuesto a la renta.

(2) Bases de Preparación

(a) *Declaración de Cumplimiento*

Estos estados financieros han sido preparados de acuerdo con la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB).

Estos estados financieros al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2014, preparados de acuerdo a NIIF para las Pymes, han sido autorizados para su emisión por el directorio de la Corporación con fecha 28 de abril de 2016.

(b) *Bases de Medición*

Los presentes estados financieros han sido preparados bajo la base del costo histórico.

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(2) Bases de Preparación, Continuación

(c) *Moneda funcional y de presentación*

Estos estados financieros son presentados en pesos chilenos, que es la moneda funcional de la Corporación. Toda información es presentada en miles de pesos y ha sido redondeada a la unidad más cercana (M\$).

(d) *Uso de estimaciones y juicios*

La preparación de los estados financieros de acuerdo con las NIIF para las Pymes requiere que la Administración realice juicios, estimaciones y supuestos que afectan la aplicación de las políticas contables y los montos de activos, pasivos, ingresos y gastos informados. Los resultados reales pueden diferir de estas estimaciones.

Las estimaciones y supuestos relevantes son revisados regularmente. Las revisiones de las estimaciones contables son reconocidas en el período en que la estimación es revisada y en cualquier período futuro afectado.

Vidas útiles y test de deterioro de activos

La depreciación de propiedades, plantas y equipos se efectúa en función de la vida útil que ha estimado la Administración para cada uno de estos activos.

Esta estimación podría cambiar significativamente como consecuencia de innovaciones tecnológicas y acciones de la competencia en respuesta a cambios significativos en las variables del sector industrial. La administración incrementará el cargo por depreciación cuando la vida útil actual sea inferior a la vida útil estimada anteriormente o depreciará o eliminará activos obsoletos técnicamente o no estratégicos que se hayan abandonado o vendido.

La administración considera que los valores y vida útil asignados, así como los supuestos empleados, son razonables, aunque diferentes supuestos y vida útil utilizados podrían tener un impacto significativo en los montos reportados.

Provisiones

En el caso de las obligaciones, la Administración de la Corporación registra un pasivo cuando la pérdida es probable, la cantidad es estimable y existan expectativas razonables de que se realice un pago. Basados en información disponible, la Corporación utiliza los conocimientos, experiencia y juicio profesional a las características específicas de los riesgos conocidos. Este proceso facilita la evaluación temprana y la cuantificación de los riesgos potenciales en los casos individuales o en el desarrollo de asuntos contingentes.

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

3) Políticas Contables Significativas

Las políticas contables establecidas más adelante han sido aplicadas consistentemente a todos los periodos presentados en estos estados financieros, a menos que se indique lo contrario.

(a) *Periodo contable*

Los estados financieros muestran el estado de situación financiera, estado integral de resultados y de excedentes acumulados y de flujos de efectivo por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014.

(b) *Moneda extranjera*

La Corporación registra sus transacciones en moneda extranjera a la moneda funcional respectiva en la fecha en que se realiza la transacción. Al final de cada período sobre el que se informa, la Corporación convertirá las partidas monetarias en moneda extranjera utilizando tasa de cambio de cierre; convertirá las partidas no monetarias que se midan en términos de costo histórico en una moneda extranjera, utilizando la tasa de cambio en la fecha de transición; y convertirá las partidas no monetarias que se midan al valor razonable en una moneda extranjera, utilizando las tasas de cambio en la fecha en que se determinó dicho valor razonable.

La Corporación reconocerá, en los resultados del período en que aparezcan, las diferencias de cambio que surjan al liquidar las partidas monetarias o al convertir las partidas monetarias a tasas diferentes de las que se utilizaron para su conversión en el reconocimiento inicial durante el período o en períodos anteriores.

Al cierre de cada ejercicio, los activos y pasivos en moneda extranjera y en unidades de fomento, han sido expresados en moneda corriente de acuerdo a las siguientes paridades:

	31-12-2015	31-12-2014
Dólar	710,16	606,75
Unidad de fomento (pesos)	25.629,09	24.627,10

(c) *Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes*

En el estado de situación financiera, por clasificación, los saldos se clasifican en función de sus vencimientos, es decir, como corrientes aquellos con vencimiento igual o inferior a doce meses y como no corrientes, los de vencimiento superior a dicho período.

En el caso que existan obligaciones cuyo vencimiento es inferior a doce meses, pero cuyo refinanciamiento a largo plazo esté asegurado a discreción de la Corporación, mediante contratos de crédito disponibles de forma incondicional con vencimiento a largo plazo, podrían clasificarse como pasivos no corrientes.

(d) *Efectivo y equivalentes al efectivo*

El efectivo y equivalentes al efectivo incluyen el efectivo en caja, los saldos bancarios, otras inversiones a corto plazo de gran liquidez con un vencimiento original de tres meses o menos, desde la fecha de su adquisición y que tengan un mínimo riesgo de pérdida de valor.

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

3) Políticas Contables Significativas, Continuación

(e) *Instrumentos financieros*

Instrumentos Financieros Básicos

Los instrumentos financieros básicos están compuestos de efectivo y equivalentes al efectivo, deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, otros pasivos financieros y otras cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar.

La entidad reconoce un activo o un pasivo financiero cuando se obliga o compromete con las cláusulas contractuales del mismo.

La Corporación reconoce inicialmente sus activos y pasivos financieros al precio de la transacción (incluyendo los costos de transacción excepto en la medición inicial de los activos y pasivos financieros que se miden al valor razonable con cambios en resultados).

Al final de cada período sobre el que se informa, la Corporación mide sus principales instrumentos financieros al costo amortizado utilizando el método del interés efectivo. El método del interés efectivo es un método de cálculo del costo amortizado de un activo o un pasivo financiero y de distribución del ingreso por intereses o gastos por intereses a lo largo del período correspondiente.

(f) *Propiedades, plantas y equipos*

Las partidas de propiedades, plantas y equipos son valorizados al costo de adquisición menos depreciación acumulada y cualquier pérdida por deterioro de valor acumulada.

Los desembolsos posteriores a la adquisición son capitalizados sólo cuando es probable que beneficios futuros fluyan a la Sociedad y los costos puedan ser medidos en forma razonable. Los desembolsos posteriores correspondientes a reparaciones o mantenimientos son registrados en el resultado del período en el cual se incurren.

La depreciación se carga para distribuir el costo de los activos menos sus valores residuales a lo largo de su vida útil estimada, aplicando el método de depreciación lineal.

En la depreciación de las propiedades, plantas y equipos se utilizan las siguientes tasas:

<u>Concepto</u>	<u>Vida útil</u> <u>(años)</u>
Equipos de oficina	3 a 9
Equipos Audiovisuales	4

Si existe algún indicio de que se ha producido un cambio significativo en la tasa de depreciación, vida útil o valor residual de un activo, se revisa la depreciación de ese activo de forma prospectiva para reflejar las nuevas expectativas.

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(3) Políticas Contables Significativas, Continuación

(g) Intangibles

Los intangibles son software computacional que están presentados al costo menos la amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro de valor. Si existe un indicio que ha habido un cambio significativo en la tasa de amortización, vida útil o valor residual de un activo intangible, la amortización es modificada en forma prospectiva para reflejar las nuevas expectativas.

En la amortización de activos intangibles se utilizan las siguientes tasas:

<u>Concepto</u>	<u>Vida útil</u> <u>(años)</u>
Software computacional	6

(h) Deterioro

Activos financieros

Al final de cada período sobre el cual se informa, la Corporación evalúa si existe evidencia objetiva de deterioro de cualquier activo financiero que está valorizado al costo o al costo amortizado.

Un activo financiero está deteriorado si existe evidencia objetiva de deterioro como consecuencia de uno o más eventos de pérdida ocurridos después del reconocimiento inicial del activo, y ese o esos eventos de pérdida han tenido un efecto negativo en los flujos de efectivo futuros del activo que puede estimarse de manera fiable.

Si existe evidencia objetiva de deterioro, la Corporación reconoce inmediatamente una pérdida por deterioro. Para un instrumento medido al costo, la pérdida por deterioro es la diferencia entre el importe en libros del activo y la mejor estimación del importe que la entidad recibiría por el activo en la fecha sobre la que se informa. Si en un período posterior, el monto de una pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser relacionada objetivamente con un hecho posterior al reconocimiento del deterioro, se procede a revertir la pérdida por deterioro reconocida previamente.

Activos no financieros

La Corporación en cada fecha sobre la que se informa, revisa las propiedades, planta y equipos e intangibles para determinar si existen indicios de que esos activos han sufrido una pérdida por deterioro de valor.

Si existen indicios de un posible deterioro de valor, se estima y compara el monto recuperable de cualquier activo afectado (o unidad generadora de efectivo a la que el activo pertenece) con su valor libro. El importe recuperable de un activo o de una unidad generadora de efectivo es el mayor entre su valor razonable menos los costos de venta y su valor en uso. Si el monto recuperable estimado es inferior al valor libro, se reduce el valor libro del activo al valor recuperable estimado, y se reconoce una pérdida.

(3) Políticas Contables Significativas, Continuación

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(h) Deterioro, Continuación

Si en un período posterior, el monto de una pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser relacionada objetivamente con un hecho posterior al reconocimiento del deterioro, se procede a revertir la pérdida por deterioro reconocida previamente.

Al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2014, la Corporación considera que no existen indicadores de deterioro de sus activos no financieros.

(i) Provisiones

La Corporación reconoce una provisión si: es resultado de un suceso pasado, posee una obligación legal o implícita que puede ser estimada de forma fiable y es probable que sea necesario un flujo de salida de beneficios económicos para resolver la obligación. Las provisiones se determinan descontando el flujo de efectivo que se espera a futuro a la tasa antes de impuestos que refleja la evaluación actual del mercado del valor del dinero en el tiempo y de los riesgos específicos de la obligación. El saneamiento del descuento se reconoce como costo financiero.

La Corporación sólo deberá cargar contra una provisión aquellos desembolsos para los cuales originalmente fue reconocida la provisión.

La Corporación deberá revisar las provisiones en cada fecha sobre la cual se informa y ajustarlas para reflejar la mejor estimación actual del monto que sería requerido para liquidar la obligación en esa fecha a la cual se informa. Cualquier ajuste a los montos previamente reconocidos deberá ser reconocido como parte del costo de un activo. Cuando una provisión se mide al valor actual del monto que se espera sea requerido para liquidar la obligación, la realización del descuento deberá ser reconocido como un costo financiero en el período en que surge.

(j) Beneficios a los empleados

Beneficios a Corto Plazo

Las obligaciones por beneficios a los empleados a corto plazo son medidas en base no descontada y son reconocidas como gastos a medida que el servicio relacionado se provee. Se reconoce una obligación por el monto que se espera pagar si la Corporación posee una obligación legal o implícita actual de pagar este monto como resultado de un servicio ya prestado por el empleado y la obligación puede ser estimada con fiabilidad.

Los beneficios corresponden a:

- Vacaciones del personal: La Corporación registra el costo asociado a las vacaciones sobre base devengada.

Beneficios a Largo Plazo

La Corporación no ha pactado ningún tipo de beneficio de largo plazo para sus empleados.

(3) Políticas Contables Significativas, Continuación

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(k) Ingresos ordinarios

Los ingresos son reconocidos en la medida en que es posible que los beneficios económicos fluyan hacia la Corporación y pueden ser medidos con fiabilidad. Los ingresos son medidos al valor justo de los beneficios económicos recibidos o por recibir y se presentan netos del impuesto al valor agregado, devoluciones y descuentos.

(l) Arrendamientos

Los arrendamientos se clasifican como arrendamientos financieros siempre que los términos del arrendamiento transfieran sustancialmente todos los riesgos y las ventajas inherentes a la propiedad del activo arrendado. Todos los demás arrendamientos se clasifican como operativos.

Las series de transacciones que sean vinculadas y que tengan la forma legal de un arrendamiento se deberán contabilizar como una sola transacción cuando el efecto económico global no pueda ser entendido sin hacer referencia a las series de transacciones.

Arrendamiento Financiero

Los derechos sobre los activos mantenidos en arrendamiento financiero se reconocen como activos de la Corporación al valor razonable de la propiedad arrendada (o, si son inferiores, por el valor presente de los pagos mínimos por arrendamiento) al inicio del arrendamiento. El correspondiente pasivo con el arrendador se incluye en el estado de situación financiera como una obligación por el arrendamiento financiero. Los pagos del arrendamiento se reparten entre cargas financieras y reducción de la obligación del arrendamiento, para así conseguir una tasa de interés constante sobre el saldo restante del pasivo. Los cargos financieros se deducen en la medición de resultados. Los activos mantenidos en arrendamiento financiero se incluyen en propiedad, planta y equipo, y la depreciación y evaluación de las pérdidas por deterioro de valor se realiza de la misma forma que para los activos que son de propiedad de la Corporación.

Arrendamiento Operativo

Los pagos realizados bajo arrendamientos operativos se reconocen en resultados bajo el método lineal durante el periodo de arrendamiento. Los incentivos por arrendamiento recibidos son reconocidos como parte integral del gasto total de arrendamiento durante el periodo de este.

(m) Patrimonio

Debido a que los únicos cambios en el patrimonio de la Corporación corresponden al resultado del ejercicio, esta ha elegido presentar un único estado integral de resultados y de excedentes acumulados, en vez de un estado integral de resultado y un estado de cambios en el patrimonio, en forma separada.

(3) Políticas Contables Significativas, Continuación

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(n) Estado de flujos de efectivo

El estado de flujos de efectivo recoge los movimientos de caja realizados durante el ejercicio, determinados por el método indirecto. En estos estados de flujos de efectivo se utilizan las siguientes expresiones en el sentido que figura a continuación:

Actividades de operación: son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la Corporación y sus costos asociados, así como las actividades que no puedan ser calificadas como de inversión o financiamiento.

Los movimientos de las actividades de operación son determinados por el método indirecto.

Actividades de inversión: las actividades de adquisición, enajenación o disposición por otros medios de activos no corrientes y otras inversiones no incluidas en el efectivo y sus equivalentes.

Actividades de financiamiento: actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio total y de los pasivos de carácter financiero.

La Corporación considera efectivo y efectivo equivalente los saldos de efectivo mantenidos en la caja y en cuentas corrientes bancarias, los depósitos a plazo y otras operaciones financieras que se estipula liquidar a menos de 90 días desde su fecha de vencimiento y que presentan un mínimo riesgo de pérdida de valor.

(4) Efectivo y equivalentes al efectivo

La composición del efectivo y equivalentes al efectivo se compone como sigue:

	31-12-2015	31-12-2014
	MS	MS
Fondos fijos	744	1.647
Bancos	29.498	78.830
Fondos Mutuos	150.043	-
Total efectivo y equivalente al efectivo	<u>180.285</u>	<u>80.477</u>

Los valores mostrados como efectivo y equivalente de efectivo no tienen restricciones para su utilización inmediata.

(5) Otros activos no financieros corrientes y no corrientes

La composición de estos rubros al 31 de diciembre de 2015 y 2014, se detalla a continuación:

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

	Corriente		No Corriente	
	31-12-2015	31-12-2014	31-12-2015	31-12-2014
	M\$	M\$	M\$	M\$
Gastos anticipados	45.551	34.709	189.786	201.068
Totales	45.551	34.709	189.786	201.068

Estos gastos corresponden a servicios de infraestructura tecnológica contratados con IBM desde Abril de 2014 y hasta Marzo de 2020.

(6) Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes

El detalle de los deudores comerciales y otras cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2015 y 2014, es el siguiente:

	31-12-2015	31-12-2014
	M\$	M\$
Cuentas por cobrar a clientes	93.103	41.911
Otras cuentas por cobrar	31.665	31.022
Total deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	124.768	72.933

Las cuentas por cobrar comerciales y otras se encuentran en pesos chilenos. Al 31 de diciembre de 2015 y 2014 las cuentas por cobrar a clientes y otras tienen vencimiento menor a un año, por lo que la Administración considera que estos saldos se encuentran presentados a su valor razonable.

(7) Activos intangibles distintos de plusvalía

a) Los movimientos de activos intangibles, efectuados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2015, se detalla a continuación:

	Software y licencias M\$	Total M\$
Saldo inicial al 01-01-2015	49.156	49.156
Adiciones	1.479	1.479
Total Intangibles brutos al 31-12-2015	50.635	50.635
<u>Amortización acumulada</u>		
Saldo inicial al 01-01-2015	(35.644)	(35.644)
Gasto de amortización	(3.945)	(3.945)
Total amortización acumulada al 31-12-2015	(39.589)	(39.589)
Total Intangibles netos al 31-12-2015	11.046	11.046

(7) Activos intangibles distintos de plusvalía, Continuación

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

- b) Los movimientos de activos intangibles, efectuados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2014, se detalla a continuación:

	Software y licencias M\$	Total M\$
Saldo inicial al 01-01-2014	76.202	76.202
Adiciones	4.229	4.229
Bajas	(31.275)	(31.275)
Total Intangibles brutos al 31-12-2014	<u>49.156</u>	<u>49.156</u>
<u>Amortización acumulada</u>		
Saldo inicial al 01-01-2014	(26.763)	(26.763)
Gasto de amortización	(8.881)	(8.881)
Total amortización acumulada al 31-12-2014	<u>(35.644)</u>	<u>(35.644)</u>
Total Intangibles netos al 31-12-2014	<u>13.512</u>	<u>13.512</u>

(8) Propiedad, planta y equipo

- a) Los movimientos de bienes de propiedad, planta y equipos, realizados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2015, se detalla a continuación:

	Equipos de oficina M\$	Equipos audiovisuales M\$	Activos en leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 01-01-2015	372.968	100.205	-	473.173
Adiciones	8.145	7.587	-	15.732
Total propiedades, plantas y equipos brutos al 31-12-2015	<u>381.113</u>	<u>107.792</u>	<u>-</u>	<u>488.905</u>
<u>Depreciación acumulada</u>				
Saldo inicial al 01-01-2015	(251.769)	(73.569)	-	(325.338)
Gasto de depreciación	(111.670)	(16.152)	-	(127.822)
Total depreciación acumulada al 31-12-2015	<u>(363.439)</u>	<u>(89.721)</u>	<u>-</u>	<u>(453.160)</u>
Total propiedades, plantas y equipos netos al 31-12-2015	<u>17.674</u>	<u>18.071</u>	<u>-</u>	<u>35.745</u>

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(8) Propiedad, planta y equipo, Continuación

- b) Los movimientos de bienes de propiedad, planta y equipos, realizados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2014, se detallan a continuación:

	Equipos de oficina M\$	Equipos audiovisuales M\$	Activos en leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 01-01-2014	365.230	82.139	257.696	705.065
Adiciones	7.738	18.066	-	25.804
Total propiedades, plantas y equipos brutos al 31-12-2014	372.968	100.205	257.696	730.869
<u>Depreciación acumulada</u>				
Saldo inicial al 01-01-2014	(181.404)	(43.590)	(208.112)	(433.106)
Gasto de depreciación	(70.365)	(29.979)	(49.584)	(149.928)
Total depreciación acumulada al 31-12-2014	(251.769)	(73.569)	(257.696)	(583.034)
Total propiedades, plantas y equipos netos al 31-12-2014	121.199	26.636	-	147.835

Al cierre de cada ejercicio, la Corporación ha efectuado una revisión de los indicadores internos y externos de deterioro, determinando que no existen indicios de que los bienes de propiedad, planta y equipo se encuentren deteriorados.

Al 31 de diciembre de 2015 y 2014, la Corporación no tiene restricción de titularidad ni garantías para el cumplimiento de obligaciones que afecten a los bienes de propiedad, planta y equipo.

(9) Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes

La composición de estos rubros al 31 de diciembre de 2015 y 2014, se detalla a continuación:

Tipo de obligación	Corriente		No Corriente	
	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Financiamiento IBM	45.551	34.708	189.786	201.068
Préstamo Bancario	300.558	-	-	-
Totales	346.109	34.708	189.786	201.068

Los préstamos están pactados en pesos chilenos e incluyen los intereses devengados al cierre de cada ejercicio. La tasa de interés para el préstamo es de 0,62% mensual.

La obligación con IBM corresponde al financiamiento del contrato de infraestructura tecnológica firmado en abril de 2014, esta pactado en dólares y se muestra neto de intereses no devengados. La tasa de interés para este financiamiento es de 0,96% mensual. Este Contrato puede ser sujeto de término anticipado y estará sujeto a un cargo por terminación anticipada que es decreciente en el tiempo. Al 31 de Diciembre de 2015 y 2014 el cargo por terminación anticipada equivale a USD353.395,71 y USD443.476,97 respectivamente.

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(10) Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar

Las cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar en cada ejercicio, se presenta a continuación:

	31-12-2015	31-12-2014
	M\$	M\$
Proveedores	31.081	27.404
Provisión gastos II Etapa	-	186.906
Otras provisiones	77.445	119.338
Retenciones	25.859	28.308
Total cuentas por pagar	134.385	361.956

(11) Provisiones por beneficios a los empleados, corriente

Los beneficios a los empleados en cada ejercicio, se presenta a continuación:

	31-12-2015	31-12-2014
	M\$	M\$
Provisión de vacaciones	63.794	70.196
Totales	63.794	70.196

(12) Ingresos

	31-12-2015	31-12-2014
	M\$	M\$
Aportes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes	2.522.931	2.289.448
Eventos y Auspicios	552.084	479.498
Arriendos	274.052	269.717
Ingreso por Entradas	263.558	341.456
Donaciones	-	63.750
Total	3.612.625	3.443.869

Aportes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Estos aportes están destinados a financiar actividades de artes escénicas nacionales e internacionales como teatro y danza; programación musical y audiovisual, artes visuales y museo de arte popular, eventos especiales y formación de audiencias, entre otras.

Ingresos por Eventos y Auspicios

Corresponden principalmente a ingresos percibidos por conceptos de arriendo de salas y espacios para eventos de terceros y auspicios de privados.

Arriendos

Corresponden a ingresos asociados a contratos de arrendamiento con las tiendas Puma, BBVinos, Librería Lea+, Restorán y Cafetería Gabriela, Agrupación Cultural Lastarria y el estacionamiento.

CORPORACIÓN CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros
al 31 de diciembre de 2015 y 2014

(12) Ingresos, Continuación

Ingresos por Entradas

Corresponden a ingresos percibidos por conceptos de ventas de entradas.

Donaciones

Corresponden a donaciones percibidas, las cuales son recursos con límites o restricciones, y sobre la base de aquellas partidas que de acuerdo a lo establecido en el Decreto Ley N°824, sobre Impuesto a la Renta, se encuentran gravadas con dicho impuesto.

(13) Contingencias y compromisos

Al 31 de diciembre de 2015 y 2014, la Sociedad no presenta compromisos ni contingencias que deban ser reveladas en los presentes estados financieros.

(14) Hechos posteriores

Entre el 31 de diciembre de 2015 y la fecha de aprobación de estos estados financieros, no han existido hechos posteriores que pudieran tener efecto significativo en las cifras en ellos presentados, ni en la situación económica y/o financiera de la Corporación, que requieran ser revelados en notas explicativas.
