



MEMORIA 2016



gen

4	Mensaje de Dirección Ejecutiva	
6	Administración, visión, misión	
7	Organigrama	2
8	Programación y Audiencias	
26	Comunicaciones y Marketing	
37	Administración y Finanzas	
39	Nos apoyan	
	—	
42	Anexo I: Reporte 2016 de actividades y público	
80	Anexo II: Encuesta de caracterización de público	
176	Anexo III: Reporte 2016 de biblioteca	
182	Anexo IV: Reporte 2016 de comunicaciones y marketing	
215	Anexo V: Informe de registro fotográfico para prensa	
217	Anexo VI: Informe de registro audiovisual	
242	Anexo VII: Auditoría contable y estados financieros	

INTRODUCCIÓN

MENSAJE DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA

Dos mil dieciséis fue un año de cambios en el equipo de gestión de GAM, de los cuales me tocó ser la cabeza y responsable. Un liderazgo que plantea un gran desafío en el contexto de la construcción de la Segunda Etapa de uno de los centros culturales más emblemáticos de nuestro país y que contempla una sala de espectáculos para cerca de dos mil personas. Además, el hacerse parte de un equipo de trabajadores del mundo de las artes escénicas y la gestión, de gran nivel profesional. Esto no sólo exige un liderazgo profesional sino también humano para poder responder a las necesidades y exigencias del mundo de la cultura. Un campo que tiene que lidiar con problemas de financiamiento constantes pero que cada día se profesionaliza más.

La asociatividad fue uno de los objetivos que trabajamos durante 2016 con especial énfasis en regiones. Más aún si como institución con vocación nacional que se plantea la salida y circulación de las producciones y coproducciones que genera año a año. Esto nos ha impulsado a firmar una serie de convenios con espacios culturales tanto en regiones como en el extranjero que permitan que otros públicos puedan acceder a la oferta programática de GAM. Se establecieron importantes alianzas que fomentarán el intercambio de obras e itinerancias junto al Teatro Municipal de Chillán, Teatro Regional de Rancagua, Teatro del Lago, Municipal de Temuco, Municipal de Santiago, entre otros. También se programaron dos obras provenientes de Concepción que ofrecerán la posibilidad de ser disfrutadas por el público capitalino. Además hicimos las gestiones que el taller de coros World Voice y el programa inclusivo HAPTO, viajen a diversas ciudades del sur de Chile durante 2017.

Junto con esa mirada regional, también estamos desarrollando un plan de internacionalización que pretende generar una mayor coordinación con instituciones públicas y privadas que estén a cargo de la imagen de Chile en el extranjero. Del mismo modo se han logrado generar puentes con instituciones internacionales como el Museo del Barrio en Nueva York, The Albany en Reino Unido y el Instituto Nacional del Teatro de Argentina.

Por otro lado, hemos trabajado fuertemente en procesos participativos para desarrollar un plan de gestión que involucre a todos quienes somos parte de GAM. Durante el primer semestre de 2016 abrimos diálogos con representantes de las distintas disciplinas artísticas con las que trabajamos, con instituciones privadas y públicas y particularmente con nuestros trabajadores y trabajadoras.

En este último punto, como nueva administración, hemos hecho importantes esfuerzos por fortalecer la gestión de personas, preocupándonos por ofrecer condiciones justas de trabajo y beneficios para quienes laboran en GAM. Apostamos a una cultura de trabajo colaborativa con un profundo compromiso en la misión que tenemos como centro cultural y que es “promover el encuentro de las personas con el arte y la cultura, a través de experiencias diversas, inclusivas y de calidad, relevando la identidad y significación histórica de GAM”.

Estamos conscientes que somos un centro que se caracteriza por ser un multiespacio que ofrece diferentes servicios, entre ellos los locales comerciales que no sólo le ayudan a nuestra

gestión a dar viabilidad al proyecto sino que además complementan la oferta interna.

Por ello nos hemos preocupado también de generar una nueva relación con ellos, habilitando los espacios que estaban cerrados como el restaurante Lucila y el Café Público. De la misma manera nos preocupamos de abrirnos a otras disciplinas integrando el diseño a través del Espacio Nacional de Diseño, END.

GAM recibe un importante porcentaje de sus recursos del Estado, por esa razón hemos hecho una profunda revisión y modernización de nuestra área de administración y finanzas que permita llevar un manejo eficiente de los recursos. Gracias a ello pudimos cerrar el 2016 con un superávit de \$ 92.360 millones, mejorando el resultado respecto del ejercicio precedente en \$164.229 millones y cambiando el signo de resultados deficitarios de los años anteriores.

Lo anterior es producto de una serie de acciones del 2016 que, tanto del lado de los ingresos como del control de gastos redundaron en la mejor performance financiera del periodo. Por el lado de los ingresos se redefinieron las condiciones de arriendos de espacios comerciales. En gastos y costos se revisaron y ajustaron condiciones de contratos vigentes (principalmente en lo asociado a las tecnologías de la información), con importantes ajustes a la baja.

Hay que considerar que la mejora del resultado se produce aun cuando se incorporan tempranamente con esta gestión, beneficios largamente esperados por los trabajadores, como por ejemplo, el seguro de salud complementario para todos y todas los trabajadores y trabajadoras de GAM.

Estamos convencidos que el desarrollo cultural de nuestro país requiere del compromiso no sólo del mundo público a través de las instituciones que tradicionalmente apoyan la cultura, sino también del mundo privado que puede ver en la cultura una forma de aportar al desarrollo de la sociedad y el bienestar de las personas. Con este objetivo hemos impulsado una política de alianzas con el mundo privado que han permitido ofrecer espectáculos masivos como el concierto en la Alameda "Cámara a toda orquesta", realizado junto a la Cámara Chilena de la Construcción, la Fundación Beethoven y el apoyo de la Ilustre Municipalidad de Santiago en noviembre de 2016 y que congregó a más de 6 mil personas en la Alameda frente a GAM.

Por último, lo que encontrarán en esta memoria no sólo habla de los índices de nuestra gestión, sino también muestra el compromiso de todos quienes trabajamos en Centro GAM con la misión que tenemos y la responsabilidad de ofrecer experiencias transformadoras.

5

Felipe Mella Morales
Director ejecutivo

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 2016 el Directorio de GAM estuvo compuesto por:

Presidente: Ramón López Cauly.

Secretario: Mario Rodríguez Fernández.

Tesorerera: Nury González Andreu.

Directores: Macarena Murúa Rawlins, representante de Centro Cultural Palacio La Moneda; María Gracia Valdés, representante de Centro Cultural Estación Mapocho; Haydee Domic Tomicic, Directora Ejecutiva Fundación Orquestas Juveniles; Carmen Romero Quero, Directora Ejecutiva FITAM; René Naranjo, representante de Teatro Municipal de Santiago; Juan José Valdés, Secretario Ejecutivo Corporación de Amigos del Teatro Regional del Maule; Claudia Pérez Hernández, Representante de SIDARTE; Miguel Pizarro Muñoz, Representante de Prodanza.

6

El organigrama del GAM estuvo definido por las siguientes áreas:

Dirección Ejecutiva: Felipe Mella Morales.

Dirección de Programación y Audiencias: Pamela López Rodríguez.

Dirección de Comunicaciones y Marketing: Ximena Villanueva Garin.

Dirección de Administración y Finanzas: Patricio Soto Caramori.

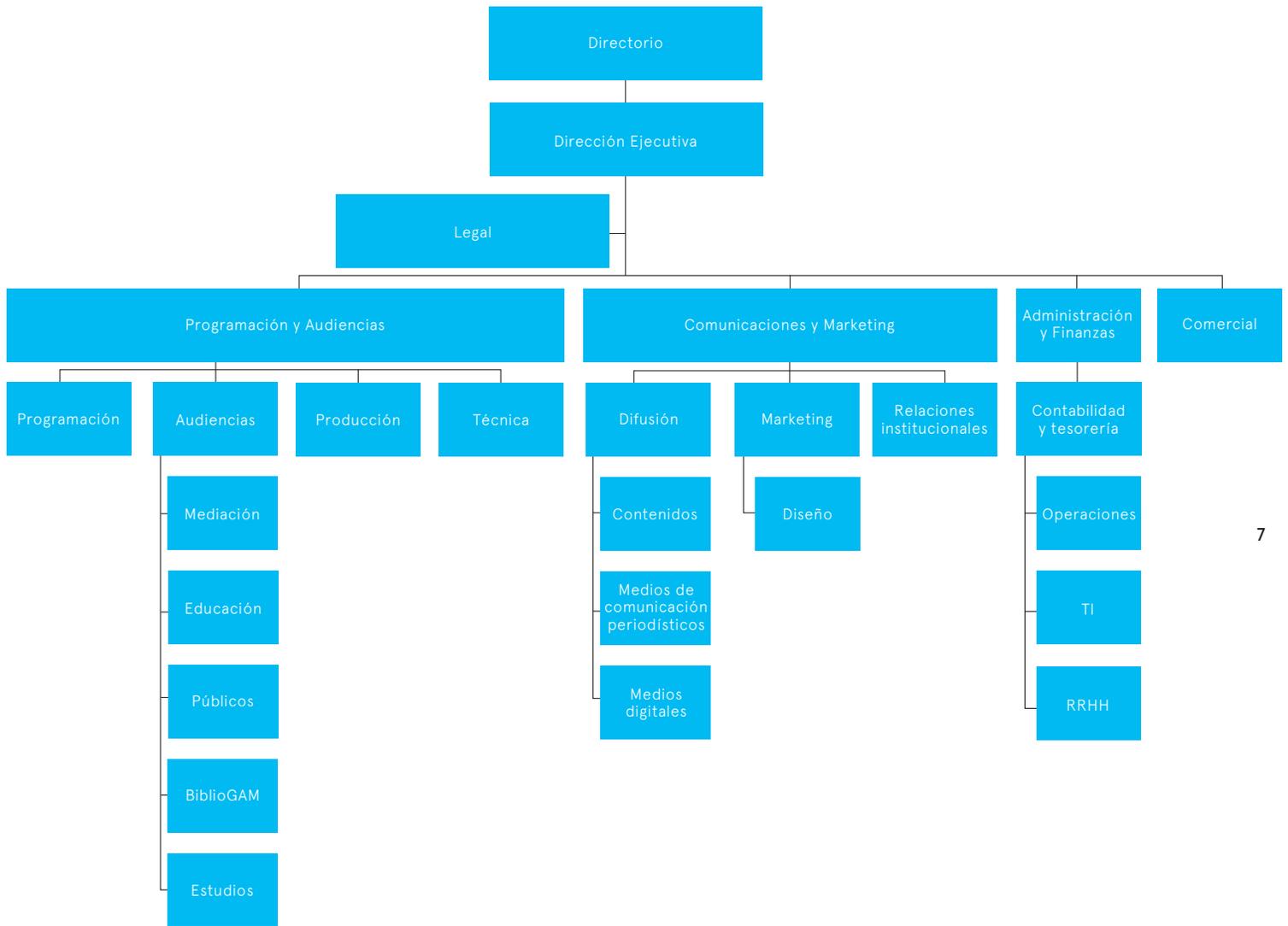
Asesor Legal: Cristián Uribe Concha.

MISIÓN

Promover el encuentro de las personas con el arte y la cultura, a través de experiencias diversas, inclusivas y de calidad, relevando la identidad y significación histórica de GAM.

VISIÓN

Ser el principal centro cultural nacional y referente internacional en el intercambio de artes escénicas y bienes culturales.



PROGRAMACIÓN Y AUDIENCIAS

A los seis años los niños experimentan una etapa de transición: el paso a la escolaridad. Así también, los seis años de GAM significan un crecimiento exponencial en su desarrollo tanto organizacional como programático. En 2016 hubo cambios en el equipo de gestión y con ello el compromiso hacia la consolidación de GAM, sin desmerecer el trabajo previo, cogió nuevos bríos para los años venideros. GAM crece y, literalmente, se construye. Es el camino hacia su nueva etapa.

Durante 2016 los públicos apoyaron esta mirada, respondiendo activamente a la labor que GAM realizó gracias al esfuerzo de todos sus trabajadores y trabajadoras. En este sentido, cabe destacar el porcentaje de ocupación de sala en artes escénicas desde la apertura de GAM (70,3%) y el alto nivel de participación en los programas de Educación y Mediación que lograron números históricos con más de 49 mil beneficiarios en 2016. Reafirmando un trabajo sostenido en el tiempo para el desarrollo cuantitativo y cualitativo de los participantes del Centro Cultural.

En su sexto año GAM incentivó cambios importantes en sus ejes de programación. Estas transformaciones comenzaron con el proceso de convocatoria que resultó ser un éxito en cuanto a su alcance y diversidad temática. Por primera vez se abrió la postulación a proyectos de artes visuales que nutrieron nuevas miradas en la fotografía, el diseño y la arquitectura. Dentro de las artes escénicas se posibilitó presentar proyectos no enmarcados en líneas preestablecidas de programación. El resultado implicó recibir más de 176 proyectos de artes escénicas y artes visuales de los cuales en 2017 podremos apreciar una renovada selección que tuvo como prioridad la calidad y la variedad.

Este fue un año en que la programación artística –en sintonía con el acontecer mundial– estuvo dedicada a celebrar a dos grandes de la dramaturgia universal: Miguel de Cervantes Saavedra y William Shakespeare. Contamos con diversos proyectos que se destacaron creativamente a través de muestras, textos y co-creaciones inspiradas en ambos maestros. No podemos dejar de nombrar dos montajes que relevan el formato de creación participativa y que vinculan lo profesional con el desarrollo comunitario: *Numancia* de los hermanos Visnu y Gopal Ibarra con su característico formato de coros ciudadanos y *Ricardo III*, una propuesta de la directora Jacqueline Roumeau que llegó a los escenarios de GAM con un elenco de personas ligadas a situación carcelaria junto a actores profesionales.

En el ámbito de las producciones y co-producciones GAM, se fortalecieron los trabajos artísticos de excelencia. Estos fueron los casos de *Happy End*, el musical del dramaturgo alemán Bertold Brecht bajo la dirección de Álvaro Viguera y *La viuda de Apablaza*, la clásica tragedia chilena de Germán Luco Cruchaga en la versión de Rodrigo Pérez. La primera, fue una de las obras más vistas de GAM con un total de 8.918 espectadores en 36 funciones y la segunda, recibió el premio a la mejor obra del año por el Círculo de Críticos de Arte.

Adicionalmente a estos dos estrenos, GAM renueva su compromiso con los cruces internacionales en formatos de residencias artísticas con *Un minuto feliz*, texto especialmente creado por el argentino Santiago Loza que establece una mirada de crónica y poesía sobre la realidad de los cafés con piernas de nuestra capital. Bajo la dirección de Aliocha de la Sotta esta obra genera dos temporadas en 2016 y resulta ser una de las más importantes apuestas de la temporada teatral.

La mirada estratégica de GAM luego de seis años de producciones y co-producciones giró hacia la problemática de tener obras en repertorio y alargar la vida de cada proyecto. Es así como 2016 fue el año donde encontramos el espacio para diversas reposiciones dentro y fuera de GAM: *La noche obstinada*, *Coronación*, *La tempestad* y *Radiotanda-GAM*. Esta última, por primera vez en convenio de colaboración programática para una temporada en otro teatro de la capital. Estos son los primeros pasos, de un proyecto que mira hacia el desafío de la internacionalización.

La memoria y el resguardo de la historia en los hitos de creación son siempre para GAM un eje en sus contenidos. Es así, como en la danza se celebran los más de 50 años de vida de la danza independiente en Chile a través del montaje de *Prácticas de vuelo*, espectáculo que propone un recorrido por la danza desde su origen hasta el presente. Del mismo modo, en el campo de las artes de la visualidad, anticipamos un hito de conmemoración del Jazz en nuestro país con la exposición *Historia del jazz en Chile*. Otra exposición que destacó en la línea de la memoria fue la muestra *Isidora Aguirre, composición de una memoria*, la que exhibió parte del archivo de la dramaturga a cinco años de su muerte. Por último, en el ámbito de las residencias artísticas de GAM el Colectivo y Cooperativa de oficios Nido Textil invitó a las comunidades a diseñar y construir colaborativamente una pieza textil de gran formato, inspirada en el trabajo que las Bordadoras de Isla Negra hicieron para el edificio de la UNCTAD III.

Especial énfasis hubo para el segmento de niños y familias. Fruto de esto, 2016 fue el año donde el número de públicos

se incrementó notablemente en los meses de julio y agosto en segmentos programáticos familiares. *El corazón del gigante egoísta* destacó como una de las co-producciones del año, donde a través de un texto de Manuela Infante se revisita el clásico cuento de Oscar Wilde. En este mismo contexto, demostraron su éxito las obras para primera infancia que tuvieron gran acogida de públicos. Montajes como *Tum*, fruto de la residencia de la compañía Teatro de Ocasión o la "luminosa" obra de danza *Luciérnagas*.

La programación musical continuó consolidando una oferta gratuita mediante la temporada anual de conciertos a cargo de distintas agrupaciones y universidades de la Región Metropolitana que trabajan de manera conjunta con GAM. Pero cabe destacar que se desarrollaron diversas instancias de colaboración que tomaron fuerza en el contexto de festivales y encuentros como FIDOCS que celebró sus 20 años de trayectoria, FAMFEST, Santiago a Mil, La rebelión de las voces, Interdram, FETYC, Chilemonos, Prismas y tantos otros a quienes agradecemos haber elegido GAM como plataforma de vínculo con sus audiencias. 10

Lamentablemente estuvimos de luto en 2016. Fallecieron dos de nuestros mejores dramaturgos nacionales: Egon Wolff y Juan Radrián, ambos ligados fuertemente a GAM. A través de sus obras nos hicieron mirarnos a nosotros mismos y a cuestionarnos a nivel social.

Esperamos que esta memoria sirva para recordarlos, nombrar, agradecer y visibilizar a cada uno de los proyectos, artistas, técnicos, productores, gestores, coreógrafos, directores, dramaturgos, diseñadores, músicos y trabajadores del mundo de la cultura.

PROGRAMACIÓN

424 funciones en salas
56.360 espectadores en salas
70,2% de ocupación de salas

692 presentaciones en espacios abiertos
 3.195 espectadores en espacios abiertos



TEATRO

El teatro consigna la mayor cantidad de funciones artísticas en GAM y 2016 no es la excepción con 424 funciones en sala. Existen dos datos que nuestro informe anual revela y que, dentro del análisis, responden a la consolidación de GAM en relación a sus públicos y a su oferta programática. El primero de ellos es el 73,7% de ocupación de sala, un dato que contribuye al total histórico de ocupación de sala en artes escénicas y musicales en el Centro Cultural (70,3%). El segundo, tiene relación con la continuidad que la línea programática familiar logra este año. Debido a esto, julio –un mes de vacaciones de invierno– se muestra como uno de los meses del año que lidera dos cifras significativas: la cantidad de públicos (10.118) y el número de funciones promedio (81).

Entre las obras más vistas del año se encuentran *Happy End* (8.918 espectadores) un musical de Bertolt Brecht dirigido por Álvaro Viguera y *La viuda de Apablaza* (5.239) tragedia costumbrista chilena de Germán Luco Cruchaga que contó con la dirección de Rodrigo Pérez y las actuaciones de Catalina Saavedra y Francisco Ossa.

Sin embargo, y en línea con el impulso programático que se consolida en 2016 con la incorporación estable del teatro para los más pequeños, cuando visualizamos aquellas producciones con mayor ocupación de sala, aparecen liderando el listado obras para la primera infancia como *Yene: capítulo mapu* (92,9%) y *Tum* (92,3%), esta última, una producción que nace de la residencia de la compañía Teatro de Ocasión. También GAM incursionó en una programación propia que se concentró en ampliar la diversidad de públicos hacia las producciones para niños con el estreno de la obra *El corazón del gigante egoísta*, versión del clásico de Oscar Wilde que fue reinterpretado por la dramaturgia de Manuela Infante y que contó con las actuaciones de Marcelo Alonso y Amparo

Noguera, entre otros. Esta puesta en escena tuvo un total de 17 funciones acogiendo a 3.585 espectadores en su temporada.

Entre otras experiencias que son parte de residencias artísticas de GAM, podemos destacar el ejercicio dramático en conjunto con el argentino Santiago Loza que comenzó en 2015 para dar vida este año a *Un minuto feliz* (2.581 espectadores), obra dirigida por Aliocha de la Sotta que nos transportó a los cafés con piernas del centro de Santiago y la nostalgia de los años 80.

Los remontajes también captaron el interés del público con una alta demanda de asistencia. Estos son los casos de *Xúarez* (3.695) y *Coronación* (3.136) ambas obras siguen dando cuenta de su éxito más allá de las temporadas que acumulan en su trayectoria escénica.

En cuanto a la línea de Shakespeare y Cervantes, columna vertebral de la programación GAM 2016, hay dos obras en sala que lideraron el interés de la prensa y los públicos. Una de ellas es *Numancia*, la última producción de los hermanos Visnu y Gopal Ibarra en su formato de coros ciudadanos que contó con 3.459 espectadores en un total de 16 funciones y la otra *Ricardo III*, de Jacqueline Roumeau la cual convocó a 1.154 espectadores.

Es destacable la cantidad de funciones que en 2016 se abordaron en espacios abiertos, 709 actividades de las cuales 692 corresponden a la disciplina del teatro. Esto se explica con la participación de la Compañía Teatral La Raíz que con sus dispositivos Lambe-Lambe aumentan la participación de las artes escénicas en este formato. Otra actividad destacable es *Lear o el origen de nuestra tragedia* que se desarrolló en plaza Zócalo a cargo de la longeva compañía nacional TeatroPan que celebró con este montaje 15 años de trabajo continuo.





167 funciones en salas
10.944 espectadores en salas
60,3% de ocupación de salas

6 presentaciones en espacios abiertos
 532 espectadores en espacios abiertos



DANZA

14

La danza es uno de los géneros que viven –y dan vida– en GAM tanto en sus salas, como en sus espacios abiertos a través de nuestras actividades de programación y de las comunidades que día a día amplían el concepto de participación. En cuanto a las funciones en sala llama la atención visualizar que nuevamente es el género familiar –y con mayor especificidad la primera infancia– el que acumula el mayor porcentaje de ocupación de sala. Este es el caso de *Luciérnagas* (86,6%) una puesta que literalmente llenó la sala de luces y colores para grandes y chicos a través del movimiento, la magia de los cuerpos y las proyecciones participativas. Esta puesta creativa a cargo de Francisco Medina convocó a 1.247 espectadores desde los cero años de edad.

En el ámbito de las creaciones internacionales, *La wagner*, de Pablo Rottenberg y bajo la curaduría del Festival Internacional Santiago a Mil, logró ser la segunda producción con mayor ocupación de sala (83,3%). En términos de nuestra convocatoria 2016, destacaron en su ocupación las producciones: *Hay que caminar soñando* (69%), el último estreno de la Compañía de Danza Experimental I.D.E.a que contó con un elenco de 20 bailarinas, dirigidas por Beatriz Alcalde; La reposición de *La noche obstinada* (65,2%); la nueva apuesta de la bailarina Carla Lobos con *La crueldad del corazón* (59,3%) y lo nuevo de la destacada Compañía Danza La Vitrina que celebró un hito de su conformación con el montaje de *100% Político* (58,6%).



8 funciones en salas
611 espectadores en salas
77,9% de ocupación de salas

1 presentación en espacios abiertos
 100 espectadores en espacios abiertos

CIRCO

En el área de las artes circenses, GAM reafirmó su compromiso como sede de celebración del Día del Circo Tradicional, que año a año se lleva a cabo en Plaza Central. En su doceava celebración, el mes de septiembre se inundó de colores para conmemorar la tradición y ahínco de esta actividad. La Plaza Central de GAM se llenó y sus galerías recibieron a más de 100 espectadores que disfrutaron de una muestra de esta disciplina en homenaje a las grandes figuras de la actividad circense. Acoger esta propuesta tuvo una importancia especial, ya que 2016 fue el año donde se consolidó la firma del "Reglamento para la acreditación del funcionamiento de los circos nacionales y extranjeros" potenciando el apoyo público al sector.

15



55 conciertos en salas
9.879 espectadores en salas
69,4% de ocupación de salas

1 presentación de música clásica en espacios abiertos
6.300 espectadores de música clásica en espacios abiertos

MÚSICA CLÁSICA

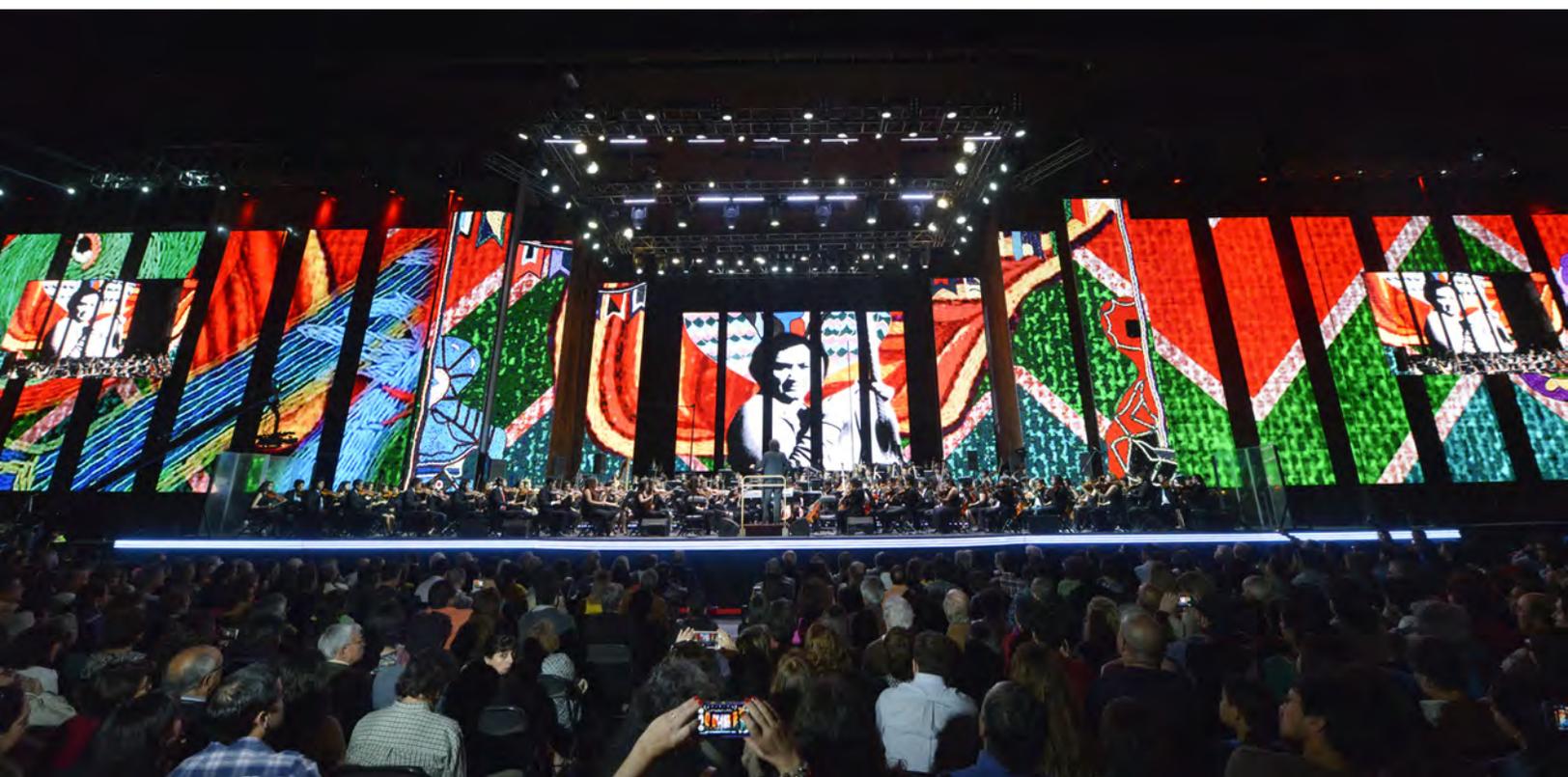
La música docta es una de las instancias gratuitas más importantes en GAM, esfuerzo que sólo es posible gracias a la colaboración de relevantes organizaciones como el Goethe Institut, el Instituto de Música UC, la FOJI, el Departamento de Música y Sonología de la Universidad de Chile, la Universidad Alberto Hurtado y tantos otros. Cada semana vemos interminables filas que dan cuenta de los casi 10 mil espectadores fieles a este género musical.

Pero 2016 fue un año particular en la gestión programática de la música clásica. Esto, gracias a la oportunidad de colaborar con el concierto *Cámara a toda Orquesta*, iniciativa que se enmarca dentro de la celebración de los 65 años de la Cámara Chilena

de la Construcción y que contó con la participación de más de 300 músicos pertenecientes a tres orquestas sinfónicas y un gran coro. El concierto, iluminado con quinientos metros cuadrados de tecnología LED en plena Alameda, incluyó la presentación de la Orquesta y Coro USACH y las orquestas Sinfónica Nacional Juvenil y Sinfónica Estudiantil Metropolitana, quienes se reunieron para deleitar a los asistentes con un homenaje a los 100 años del natalicio de Violeta Parra.

Cabe destacar que una iniciativa como esta, no se realizaba al alero del Centro GAM desde la fecha de su inauguración en el año 2010. Sin embargo, hoy queda reafirmado el compromiso con la ciudadanía y el interés por servir como plataforma de actividades que difundan el uso de los espacios convencionales de GAM. En 2016, este logro estuvo acompañado de la música docta.

16



42 conciertos de música popular en salas
7.390 espectadores de música popular en salas
67,9% de ocupación de salas

3 presentaciones de música popular en espacios abiertos
 275 espectadores de música popular en espacios abiertos

MÚSICA POPULAR

Los conciertos de música popular responden en su mayoría a instancias de colaboración en cuanto a gestión y al cruce de miradas curatoriales. El aporte que realizó Sesiones Zero significó tener en sala a grandes artistas nacionales tales como Alex Anwandter, Pedro Piedra o Denver, entre otros. Así mismo, el ciclo de Tocatas Mil, parte del Festival Internacional de Santiago a Mil, nutrió la cartelera en el mes de enero, propiciando espacios de apertura para artistas nacionales e internacionales.

Destacó durante el año 2016 la colaboración con la agrupación de Peces Sexteto, quienes culminaron su proyecto de grabación en nuestros estudios GAM y fueron parte de la programación tanto de espacios abiertos como funciones educativas.

17



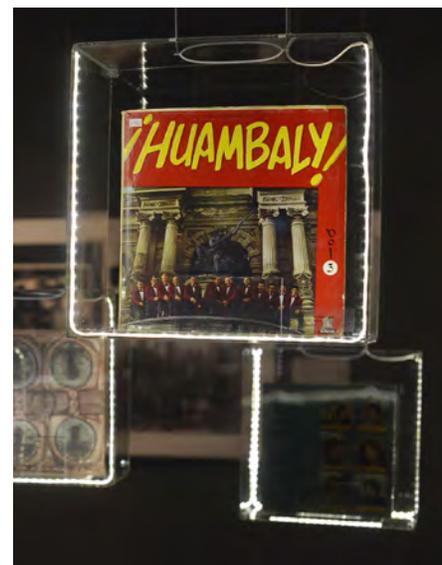
5 exposiciones
73.342 visitas



ARTES VISUALES

Durante el 2016 la sala de artes visuales contó con un total de 5 exposiciones las cuales se configuraron como una alternativa de ingreso gratuito para los públicos del Centro Cultural. Destacamos el trabajo generado en la exposición *Historia del Jazz en Chile*, que revisó el desarrollo del género en el país a partir del libro homónimo de Álvaro Menanteau, musicólogo que realizó la investigación y creó los textos de la muestra, la que resultó tener el mayor promedio de visitantes con un total de 20.450 visitas.

18





ARTE POPULAR

La sala de exhibiciones del Museo de Arte Popular de la Universidad de Chile (Sala MAPA) es uno de los espacios permanentes en el Centro Cultural logrando una continuidad de oferta programática de martes a domingo de manera gratuita para nuestros visitantes.

Para 2016, se mantuvo el mismo número de exposiciones llegando a un total de 48.991 visitantes totales.

Las muestras fueron: *Motivos de barro* la cual exhibió más de 200 objetos utilitarios que tenían al barro como componente básico en su creación. *Encuentros objetuales* la que se convirtió en la más visitada con 21.441 personas que disfrutaron de piezas caracterizadas por la innovación, tanto en el uso de la materialidad como en sus propuestas conceptuales, destacando una muestra de tapicería contemporánea que permaneció en la exhibición de sus vitrinas. Por último, la exposición *Siete premios maestro artesano* logró visibilizar a los mejores exponentes de la artesanía, todos ganadores del premio Maestros Artesanos del CNCA.

3 exposiciones
48.991 visitas

39 funciones
2.233 espectadores

AUDIOVISUAL

El 28% de la oferta audiovisual de GAM se genera de forma gratuita a través de convenios de colaboración estables con relevantes festivales e iniciativas. Algunas de estas son el Festival de Animación Chilemonos y FIDOCs, quienes cumplieron 20 años de existencia como Festival en 2016.

En el marco de la conmemoración de los 400 años de William Shakespeare, la colaboración con British Council permitió tener en GAM una serie de tres proyecciones dedicadas a la obra del dramaturgo. Así, contamos con la exhibición de películas emblemáticas como *Macbeth*, *Hamlet* y *Romeo y Julieta*.

OTRAS ACTIVIDADES DE PROGRAMACIÓN

Entre otras actividades de programación que genera el Centro Cultural GAM están los lanzamientos de libros, exposiciones en espacios abiertos, charlas y un sinnúmero de acciones que logran vincular a GAM con la ciudadanía, posicionándolo como un espacio de participación y cohesión social. Recibimos a colaboradores como City Lab, que realiza año a año encuentros para celebrar la creatividad. Además, recibimos algunas de las actividades del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Por ejemplo, en 2016 destacó el rol de la extensión de sus programas con la iniciativa de *Santiago es mío* que, en una acción comunitaria como *La gran Cosecha*, vinculó el territorio de diversas comunas en una gran puesta en escena participativa en Plaza Zócalo.

Recibimos también con éxito de públicos instancias de colaboración que promueven el debate y la discusión en torno a la gestión. Así en 2016 GAM fue sede del *V Seminario Internacional de Políticas Culturales*, organizado en conjunto con el Observatorio de Políticas Culturales. En espacios abiertos, acogimos nuevamente a *Art Santiago* con más de 18 mil espectadores que colmaron nuestras plazas en el mes de agosto.

443 actividades
45.279 asistentes

AUDIENCIAS

BIBLIOGAM

34.160 usuarios
304 actividades
10.425 beneficiarios



Durante 2016 BiblioGAM registró un total de 34.160 usuarios. Además de los servicios bibliográficos, este espacio ofreció una programación artística y formativa que integró: escuelas de verano e invierno; talleres de lectura dirigidos a público general y a adultos mayores; en sintonía con la programación artística sumó talleres de apreciación artística dedicados a William Shakespeare y Miguel de Cervantes para público familiar. También se realizaron presentaciones de libros, páginas web, conversatorios y cuatro exposiciones, una de ellas, *Isidora Aguirre, composición de una memoria*, en homenaje a la dramaturga chilena.



233 actividades 9.178 beneficiarios



EDUCACIÓN

La unidad de Educación desarrolla programas de formación artística que buscan promover el acceso de estudiantes y docentes de nivel escolar a una programación de artes escénicas y musicales de calidad. Esta es complementada con actividades de formación enfocadas en entregar herramientas de apreciación y enseñanza artística impartidas por el equipo de Educación, artistas en residencia en centro GAM y organizaciones colaboradoras vinculadas a las artes y la educación.

La programación educativa 2016 constó de diecisiete conciertos y trece funciones de teatro para estudiantes de educación parvularia, básica y media de colegios de la Región Metropolitana. Los Conciertos Educativos 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 Pro Jazz. Gracias a la adjudicación de un Fondo de Desarrollo Regional (FNDR), en alianza con la unidad de Mediación, se efectuaron funciones de las obras *Lamedero*, *Cuenta cuentos inclusivos*, *Jemmy Button*, *La araucana* y *Tum*.

Para asegurar el acceso de estudiantes que provienen de sectores vulnerables a la programación educativa, se trabajó en alianza con las Municipalidades de Quilicura y Estación Central, la Fundación Belén Educa, la Vicaría de la Educación y la Corporación Educacional Emprender.

En el caso del programa de Profesores, se continuó con la línea de capacitación docente en temas de artes escénicas, musicales y metodologías de educación artística innovadoras. Asimismo, se consolidó Voces GAM, en su segundo año, coro conformado por profesores de distintas áreas reunidos por el interés común de desarrollar un proyecto musical que se centra en el canto grupal como herramienta de enseñanza en el aula. Durante este año el conjunto fue capacitado en herramientas escénicas por la compañía Teatro de Ocasión, mostrando el resultado de este trabajo en los conciertos *Gabriela Mistral en cuento y música* (para conmemorar el natalicio de la poetisa), y *Cantando fiestas y carnavales latinoamericanos* en su concierto de cierre anual.

También se llevó a cabo por tercer año el *Festival de Ciencia y Teatro* (FETyC), en alianza con los Proyectos Asociativos Regionales del Programa EXPLORA CONICYT de la Región Metropolitana. Este proyecto busca difundir el aprendizaje de las ciencias a través del lenguaje de las artes escénicas en los estudiantes de enseñanza media. El 2016 participaron colegios de las comunas de La Pintana, Recoleta, Maipú y Vitacura.

Por último, 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.

MEDIACIÓN

360 actividades
26.286 beneficiarios

La unidad de Mediación focaliza sus programas en segmentos de la población que presentan mayores dificultades de acceso a la cultura, con el fin de fomentar la inclusión y participación social a través de las artes. Gracias a su relación sostenida en el tiempo con organismos del estado como SENAMA y SENADIS, y a una completa red de colaboradores privados, ONGS y fundaciones que atienden las necesidades de públicos afines, ha logrado garantizar acceso a los sectores más vulnerables de la población. Entre las actividades más destacadas del 2016, se encuentran la consolidación de la línea de Inclusión de Personas en Situación de Discapacidad (PeSD) a través de la realización del *II Encuentro Incluye*, financiado por el Fondo FONAPI de SENADIS, que este año sumó invitados internacionales (MAM Sao Paulo y España), Regionales (Valparaíso y Punta Arenas), la realización de 5 workshops inclusivos, 1 concierto inclusivo para estudiantes de educación básica, y la presentación de un coro en lengua de señas chilena. Además, se mantuvo el programa de inclusión social y laboral de personas ciegas y de baja visión como mediadores GAM: *Hapto ver sin ver*, realizado en conjunto con los equipos de mediación y educación aprestos del Proyecto *Teatro e Inclusión, jornadas culturales para estudiantes de RM*, realizado gracias a la adjudicación del Fondo FNDR, Gobierno Regional, sumando recorridos por el edificio. El Programa para Adultos Mayores, estableció una oferta anual de talleres y actividades que vinculó a los más grandes con actividades de sociabilización, formación en artes escénicas y acceso a la programación. Destacaron el Taller de Danza, Taller de Radio Teatro, y el Taller de Coro para A.M, este último se realizó gracias a la obtención del Fondo para proyectos comunitarios de la Municipalidad de Santiago. El programa de jóvenes a través de su actividad Taller de Jóvenes Productores que entrega formación en producción artística a 20 jóvenes anualmente desde el 2014, realizó su primera producción en gran formato: *Feria SED*, que congregó a más de seis mil personas en espacios abiertos de GAM.

Este año, dentro del Programa de Acción Comunitaria, se incluyeron actividades que promovieran la participación de diversas comunidades, incorporando temáticas innovadoras a nuestra oferta gratuita, contemplando actividades como *Expoyoga* y la *Feria de inclusión laboral*. Además, se sumaron las Residencias: espacios de acogida de colectivos artísticos, artistas y cultores, que contarán con proyectos, prácticas o producciones para establecerse en GAM por un periodo de tiempo, generando en conjunto con la unidad instancias de formación. Destacaron *Residencia Nido Textil* y *Proyecto Tarabust*, quienes trabajan con docentes y niños con TEA.



49 actividades 3.257 beneficiarios

PÚBLICOS

En 2016 la Unidad de Públicos se concentró en la optimización de sus lineamientos de trabajo, perfilándose mayormente a los servicios de atención al público del centro cultural. Para ello, se elaboró y consolidó un sistema de funcionamiento interno con el Equipo de Asistentes de Sala, desarrollando un modelo de trabajo basado en la imagen de anfitriones.

También se vinculó el servicio de atención en Informaciones con la coordinación de actividades, donde los Asistentes de Informaciones, además de cumplir esta labor, adquirieron la tarea de responsables de público frente a los distintos eventos que cubre el equipo. Además, se fortaleció el servicio de boletería, con una línea de atención al cliente que busca la efectividad en el proceso de compra y post compra a los eventos.

De todas formas, se mantuvo la labor de gestión y producción de eventos, entre los que destacan: la *Jornada de adopción de mascotas*, que este año se efectuó por primera vez, dos veces en el mismo año, generando 93 adopciones efectivas; *Museos de Medianoche*, que reactivó por ese día las visitas guiadas patrimoniales y congregó a más de 2750 personas, entre las 18:00 y 00:00 h. Además, GAM se sumó como uno de los espacios culturales organizadores de la actividad; el *Día del Patrimonio*, en conjunto con la Unidad de Mediación.

Cabe destacar que en 2016 se creó el primer Club de Espectadores de GAM, que reúne a personas aficionadas al teatro, la danza y la música, que fueron convocadas por ser usuarios frecuentes de espectáculos pagados del centro cultural. Además son representantes de distintos perfiles: jóvenes, adultos y adultos mayores. Algunos son integrantes de las Membresías GAM, otros participan de los programas de Audiencias y otros simplemente son clientes de los espectáculos pagados. Este grupo, conformado por 10 personas durante 2016, es una imagen transversal del público usuario de nuestros servicios y productos.

Durante el año, se mantuvo la gestión del desarrollo armónico con las comunidades que utilizan los espacios públicos de GAM y se reforzó el funcionamiento del edificio con estas. Desde este año, Plaza Central se encuentra habilitada exclusivamente para manifestaciones artístico-culturales sin amplificación, mientras que Plaza Oriente permite la amplificación con volumen bajo y Plaza Zócalo con volumen medio. Entre las comunidades que tienen una relación periódica con la Unidad destacan: LEC -Latido en Clave, una agrupación de sala rueda de casino, que efectúa clases de salsa y bachata todos los viernes a las 19 h en Plaza Zócalo. En 2016 reunieron a más de 70 alumnos en cada una de las jornadas; y Guitarras y sonrisas, clases de guitarra para principiantes, que buscan entregar conocimientos básicos sobre este popular instrumento mediante una clase semanal que recibe a aproximadamente 10 alumnos, que rotan de manera constante.

24

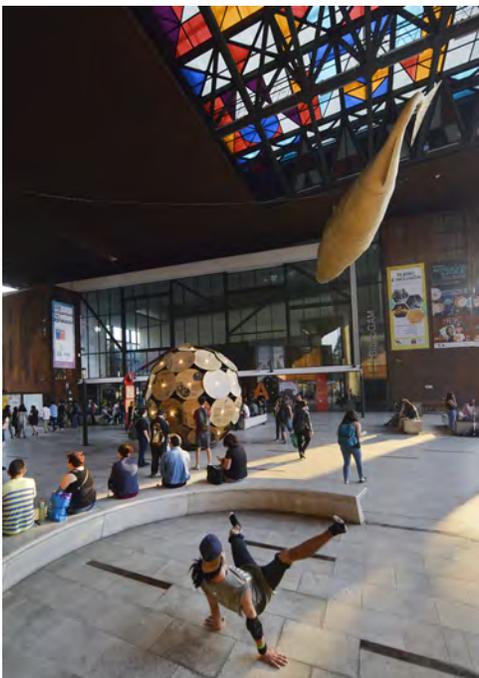


ESTUDIOS

La unidad de Estudios continuó en la línea de analizar información relevante sobre flujos y caracterización de los públicos de GAM a partir de la generación y sistematización de datos, como también de investigaciones cualitativas. 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 2016. También se coordinaron prácticas profesionales de estudiantes del campo de la sociología y la antropología, las cuales tuvieron como objetivo evaluar distintos programas y actividades del área de Audiencias, tales como el Programa de programación educativa, los talleres inclusivos del Encuentro *INCLUYE*, y las *Escuelas de Verano*.



25



COMUNICACIONES Y MARKETING

El 2016 fue un año de transición a una nueva etapa de gestión que incluyó un cambio en la dirección ejecutiva y el inicio de la construcción de la Gran Sala de GAM. Mientras se cavaba en la Alameda, se repensó GAM para proyectarse a los nuevos públicos que debíamos atraer.

Los objetivos para 2016 entonces debían centrarse en mantener el interés de nuestros públicos objetivos y en atraer nuevos aliados para la segunda etapa de GAM. De esta forma, nos enfocamos en fortalecer el GAM digital, ya que el físico estaba en construcción; a crear el área de asuntos corporativos para lograr mejores alianzas externas; a mantener el interés de la prensa y a cuidar la marca GAM en torno a la segunda etapa.

El primer desafío era superar que las plazas del centro cultural fueron intervenidas por la construcción de la Gran Sala provocando dificultades en el acceso y permanencia de las comunidades en ellas. Por otra parte, los lugares de encuentro se hicieron más incómodos. Consecuentemente temimos que disminuyera la participación del público GAM en nuestras redes sociales, conversación que ha sido parte de nuestra estrategia y planificación que no queríamos perder.

Para contrarrestar las dificultades, fortalecimos las comunicaciones presenciales en los espacios posibles aumentando la producción de videos que tuvieron un promedio de alcance de 5 mil personas por publicación en Facebook. Esto permitió mantener el *klout* o índice de influencia en nuestras redes sociales en el *ranking* 80, la posición más alta en el rubro cultural chileno, sólo compartida con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Por otra parte, realizamos una instalación de marca en alianza con El Mercurio en la plaza central para atraer al público desde la Alameda, generando gran tráfico en redes sociales y prensa.

En gestión de prensa nos enfocamos en publicar reportajes más grandes e influyentes, logrando casi duplicar el IPE respecto a años anteriores.

Con el fin de fortalecer la marca GAM, se crearon campañas propias asociadas a las líneas curatoriales de programación GAM, pero también creando temáticas que trascendieron a la cartelera del centro, logrando mayor identidad de nuestros usuarios con la marca.

Fue un período importante para fortalecer las comunicaciones internas y contribuir a refrescar la cultura laboral. Se estableció un nuevo protocolo que demandó crear más productos, medida que contribuyó a mejorar el clima organizacional. La planificación incluyó realizar reuniones internas una vez a la semana durante dos meses para compartir las nuevas miradas e inquietudes. De dichas reuniones, obtuvimos material relevante que se incorporó en la estrategia general de GAM 2017-2020.

Hicimos también una pausa para escuchar a nuestras contrapartes externas, realizando reuniones por disciplina (teatro, danza, música, artes visuales, producción, etc) todos los miércoles durante 6 semanas. Las conclusiones también fueron incorporadas en la estrategia de 4 años. Esa fue una de las primeras tareas de una incipiente área de relaciones institucionales a la que sumamos dar un mayor énfasis en las relaciones con otras instituciones para integrar de mejor manera el quehacer de la corporación en el mundo privado y público; nacional e internacional.

Con ese propósito se realizó un gran lanzamiento de programación 2017 con un contenido y puesta en escena pensada desde las comunicaciones para enfatizar en una marca contemporánea, urbana y renovada. Fue el primer acto corporativo de GAM que no se centró sólo en atraer a la prensa, sino que a nuestros aliados y posibles partners. El evento llenó la sala y fue replicado ampliamente en prensa y redes sociales, generando una expectativa positiva para este nuevo período.

PUBLICACIONES PERIODÍSTICAS

Análisis cuantitativo

Publicaciones 3.354 (3.418 el 2015)
Promedio mensual: 280 (285 el 2015)

Análisis cualitativo

Publicaciones positivas 2.717 (81%)
Noticias negativas 28 (0,8%)
Noticias neutras 609 (18%)

Inversión Publicitaria Estimada

Análisis de Inversión Publicitaria Estimada: \$3.239.965.431
Disminuyó en un 27% respecto al año anterior*

28

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

ACCIÓN DE MARCA

El mundo de Shakespeare

GAM junto a El Mercurio, realizó una instalación pública de gran escala en homenaje a William Shakespeare, en conmemoración a los 400 años de su muerte.

La intervención tuvo como objetivo acercar al público la vida, obra y legado del dramaturgo inglés, a través de un recorrido educativo.

El mundo de Shakespeare, obra iluminada de cartón y fierro, con 3 metros de ancho x 4 de alto, fue vista y disfrutada por más de 450.000 personas durante cuatro meses.

Link video: <https://www.youtube.com/watch?v=2prKS9c7PHY>

29

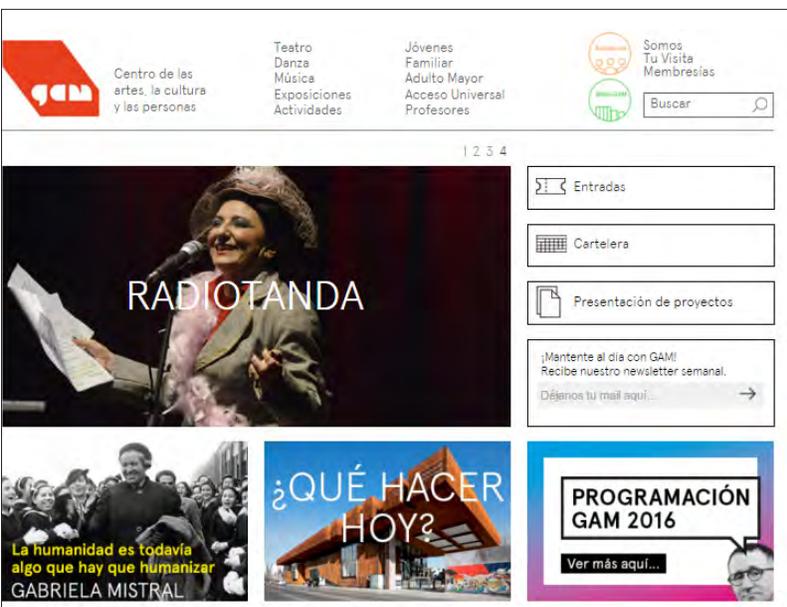


Gam.cl

628.788 visitas anuales

Promedio mensual 52.399

↓ Disminución en 15,3% el promedio de visitas



MEDIOS DIGITALES

Durante 2016 el sitio web de GAM continúa su propuesta nueva, planteada en 2014, pero se somete a una reingeniería interna. Se reemplazó el CMS (administrador de contenidos), implicando un cambio en el html y estructura de cada página para transformarlo en un sitio totalmente responsivo, disponible en todas las plataformas y tipos de pantalla. Este cambio, que ocurrió en el mes de julio, es parte de la estrategia de GAM Digital, que comenzó a desarrollarse desde el año 2013 en adelante.



Redes sociales

725.027 seguidores en Twitter

↑ 109,2% más respecto a 2015

138.851 seguidores en Facebook

↑ 13,5% más respecto 2015

346.642 promedio del alcance total en 28 días

49.604 seguidores en Instagram

↑ 135% más respecto a 2015

471.431 reproducciones en YouTube

1.125 suscripciones al canal

↑ 33,4% más respecto a 2015

81 puntos de influencia Klout en redes sociales

↑ 1 punto de crecimiento en relación a 2015

Durante 2016, las redes sociales de GAM marcaron una pauta propia, proponiendo contenidos relacionados con campañas de difusión alineadas con lo que Comunicaciones plantea como estrategia anual. En ese sentido, las redes sociales continúan con su rol clave en el desarrollo del marketing de contenidos digitales (inbound marketing), que se viene realizando con fuerza desde 2013.

Las campañas de 2016 nacen de las líneas curatoriales bimensuales que tiene GAM como parte de la programación artística, con uso de múltiples piezas multimediales para llegar a cada tipo de público con una propuesta distinta. Este trabajo significa la unión en la mirada del marketing y las comunicaciones digitales y también un trabajo mancomunado de equipo. En concreto, se realizan piezas digitales para los 400 años de Shakespeare y Cervantes (video Ser o no ser); para potenciar los conciertos de música de cámara

(gifs animados con frases célebres); para la programación de vacaciones de invierno enfocada en un público familiar (video animación de juguetes entrando al edificio); para celebrar el nacimiento de la danza independiente en Chile (video Es danza y tu cuerpo lo sabe); para el lanzamiento de la programación 2017 (video Sagradamente estamos todos) y campañas específicas enfocadas en lenguajes actuales (fotografías Selfie GAM). Ver el desempeño de estas piezas en Facebook, más adelante.

Este mayor énfasis en la generación de contenido tiene repercusión en el crecimiento e influencia que tienen las redes sociales GAM, medido por el índice Klout. Durante 2016 se mantiene en el nivel más alto en cultura (80 puntos), alcanzando un peak en el hito de apertura de la Alameda para el concierto Cámara a toda orquesta (ver más adelante).

Envíos masivos

Cartelera semanal al año: 46

Destinatarios: 21.185 contactos promedio

Web flyers anuales: 66 (destinatarios a todas las redes GAM (Facebook, Twitter, etc))

Boletín Membresía Adulto Mayor

Cantidad anual: 12, uno mensual

Destinatarios: 900 adultos mayores

Boletín GAM Centro de las artes, la cultura y las personas **Marzo 2016**

HAPPY END
Un musical que se ríe de los musicales de Broadway y sus finales felices...
18 Mar al 15 May
Jue a Sáb — 20 h. Do — 19.30 h.
Edificio A, piso 1, Sala A2
Mayores de 14 años
Duración de la obra: 2 horas 30 min (con intermedio de 15 minutos)

RICARDO III
Actores profesionales junto a un elenco ciudadano interpretan la historia de ambición, crimen y crueldad de un hombre capaz de hacerlo todo para conseguir y mantener el poder.
31 Mar al 23 Abr
Mié a Sáb — 20.30 h.
Edificio B, piso 2, Sala N1

ALGERNÓN
Un ratón de laboratorio, un hombre con discapacidad mental y un experimento.
1 Mar al 3 Abr
Jue a Do (11 al 27 Mar) — 20.30 h.
Jue a Do (31 Mar al 3 Abr) — 19.30 h.
Para mayores de 14 años

RADIOTANDA
La gran Ana González revive con Ximena Rivas ¡sí señor!
10 al 19 Mar
Jue a Sáb — 19.30 h.
Edificio A, piso 1, Sala A1
Preventa disponible hasta el 9 de marzo

Asociador Institucional: **Melipones**
EL MUSEO, ON, DIAL, RIOLAB, GlobalNews

FIDOCs
VER Y ESCUCHAR

El cineasta José Luis Torres Leiva retrata en este documental tres encuentros entre personas en situación de discapacidad visual y auditiva que comparten sus distintas formas de percibir luz y sonido, junto con sus recuerdos y vivencias. Ganadora del premio a Mejor Director de Cine Chileno en Sanfic 2013.

Gratis

8 Nov
Ma — 11 h
Edificio A, piso 1, Sala A1

INSCRIBETE AQUÍ

IMPRESOS

Revista de programación impresa

5 programas bimensuales al año
Tiraje anual 300.000 ejemplares
Descargas desde Gam.cl: 32.826



Piezas gráficas

Piezas anuales 176

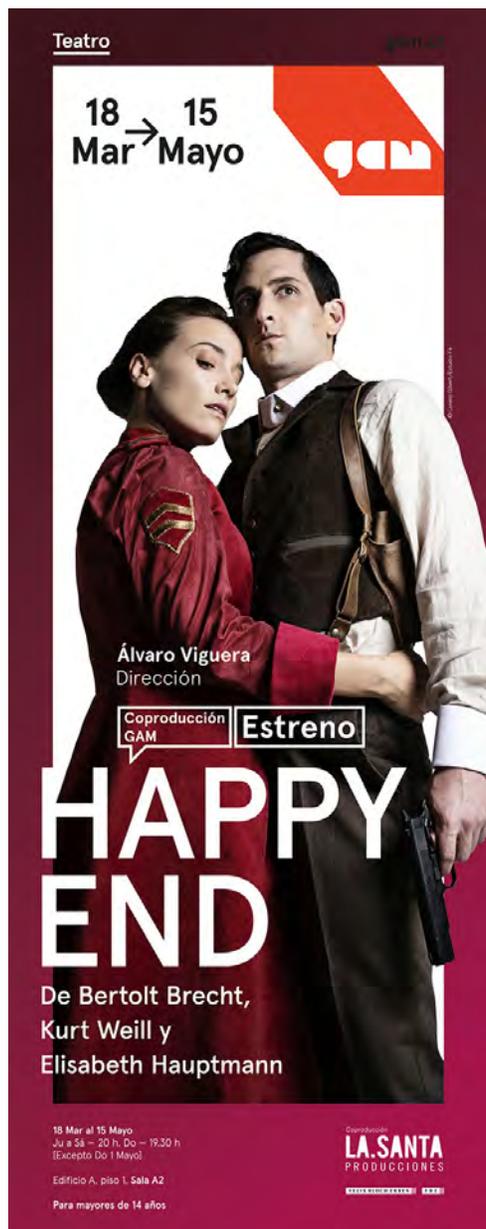
Visitantes que pudieron verlos 1.352.968

Pendones 31

Adhesivos 76

Afiches 58

Programas de mano 11



PUBLICIDAD POR CANJE

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

gam.cl

Teatro

LUCÍA

Vuelve la obra de Ximena Carrera que se inspira en el imaginario de la esposa de dictador, para ficcionar el delirio de una mujer que tuvo un poder ilimitado por 17 años.

26 Oct al 4 Nov
Mi a Sá – 20 h

Hasta ~30% Desc.

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB® GlobalNews
Intelligent Media Search & Analytics

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

Avisos impresos en 2016

El Mercurio

68 avisos

El Financiero

3 avisos

Revista ED y Capital

4 avisos

35

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

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

gam.cl

Teatro

HAPPY END

Crímen, romance y grandes canciones en una comedia musical de Bertolt Brecht, Kurt Weill y Elisabeth Hauptmann. Una obra que llega por primera vez a Chile, dirigida por Álvaro Viguera y con la actuación, entre otros, de Geraldine Neary, Gabriel Urzúa, Gloria Münchmeyer y Bastián Bodenhöfer.

18 Mar al 15 Mayo
Ju a Sá – 20 h
Do – 19.30 h (excepto Do 1 Mayo)

Hasta ~20% Desc.

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB® GlobalNews
Intelligent Media Search & Analytics

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

COMUNICACIONES INTERNAS

Piezas impresas

12 afiches instalados en diarios murales

Comunidad virtual

64 miembros de un total de 82 trabajadores

37 miembros activos

58% de participación

Segunda campaña anual de fotografías

6 afiches impresos

82 postales por cada trabajador



ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

El desarrollo de GAM ha redundado en la necesidad de fortalecer el área de Administración y Finanzas. El énfasis ha estado en la mejora de procesos e incorporación de políticas que faciliten la administración de los recursos y optimicen su uso. Durante el ejercicio 2016 se creó el área de Gestión de Personas (continuadora del área de Recursos Humanos), potenciado dentro de ella una sub-área de Desarrollo Organizacional, orientada a cambiar el paradigma de los seres humanos vistos como recursos y reemplazarlo por una mirada integradora donde trabajadores y trabajadoras se trasformen en un hecho esencial de la acción corporativa.

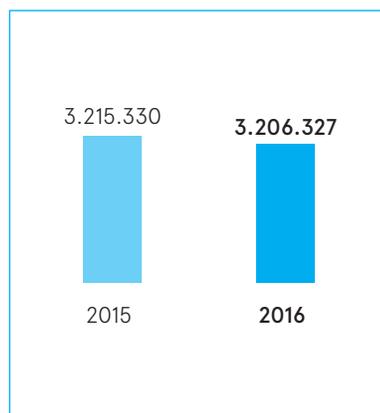
En lo Tecnológico, el foco ha sido incorporar las TI como apoyo a las unidades productivas de GAM, generando un cambio en la forma de trabajo del equipo informático, profesionalizando los servicios que esta unidad presta a la Corporación, estabilizando el acceso a internet, actualizando el equipamiento computacional, optimizando los contratos de servicios e implementando en conjunto con Finanzas un sistema de presupuesto que permita a cada unidad administrar su presupuesto anual.

En lo Financiero GAM ha tenido un buen desempeño 2016 (superavitario), principalmente explicado por la gestión de contratos, control del gasto y recuperación de arriendos de espacios comerciales. En lo sucesivo enfrentará un periodo donde el principal estrés será su condición de crecimiento en infraestructura. Al prácticamente duplicarse, la demanda de recursos operacionales crecerá más que proporcionalmente, en gran medida debido a la complejidad del nuevo edificio, a la dimensión de la gran sala, a los flujos de público que proyecta y a la tecnología que requiere.

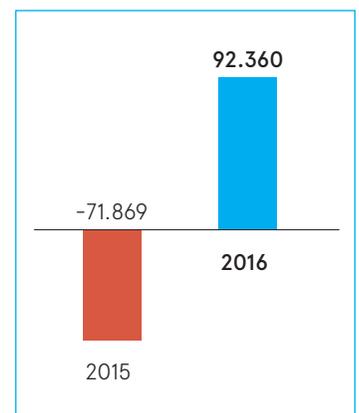
En cuanto al resultado económico de 2016 se puede observar que aun cuando los ingresos no tienen una variación nominal relevante respecto del ejercicio 2015 (M\$ 3.206.327 y M\$ 3.215.330 respectivamente)¹, el resultado del ejercicio pasó de un déficit de M\$ -71.869 el 2015 a un superávit de M\$ 92.360 el 2016, lo que hace evidente la importancia de la gestión de control del gasto.

Patricio Soto Caramori
 Director de administración y finanzas

Ingresos (M\$)



Resultado del ejercicio (M\$)



1. Del ingreso 2015 han sido descontados M\$ 397 por tratarse de ingresos destinados a honorarios de arquitectura no operacionales.

NOS APOYAN

AUSPICIADOR INSTITUCIONAL



MEDIA PARTNERS



COLABORADORES



ANEXOS

ANEXO I

REPORTE 2016 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICO

UNIDAD DE ESTUDIOS

43

El presente reporte sistematiza el total de actividades realizadas en GAM durante el año 2016 y la cantidad de público asistente a cada una de ellas.

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

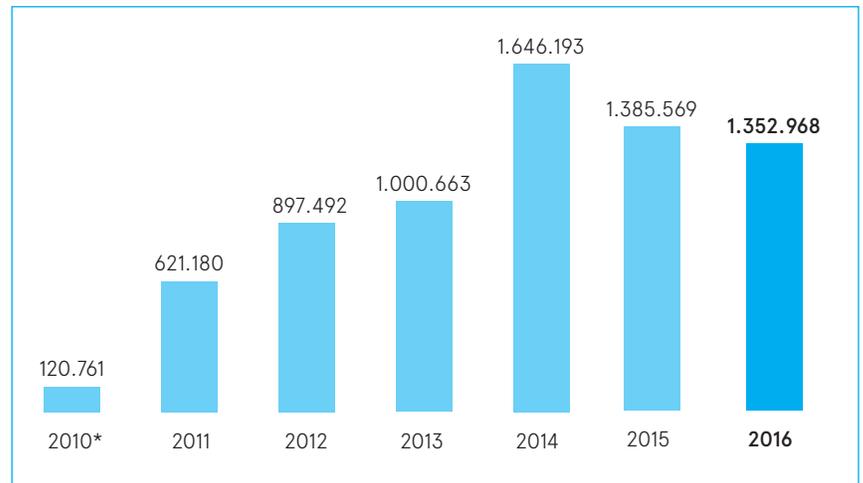
- 1) Visitas al edificio
- 2) Programación de artes escénicas y musicales en salas
- 3) Programación de artes escénicas en espacios abiertos
- 4) Programación audiovisual
- 5) Sala de Artes Visuales
- 6) Sala de Arte Popular
- 7) Exposiciones en espacios abiertos
- 8) BiblioGAM
- 9) Otras actividades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

Cada una de estas categorías se define al final del reporte, junto a la descripción de su sistema específico de conteo de público.

1. VISITAS AL EDIFICIO

Durante el año 2016 las visitas al edificio suman un total de 1.352.968, siendo el promedio mensual igual a 112.747. Así, el número de visitas al edificio de este año es levemente inferior en un 2,3% a la registrada en el año 2015, lo cual muestra una cifra constante respecto al año anterior.¹

Gráfico 1. Visitas al edificio según año. Período 2010 – 2016

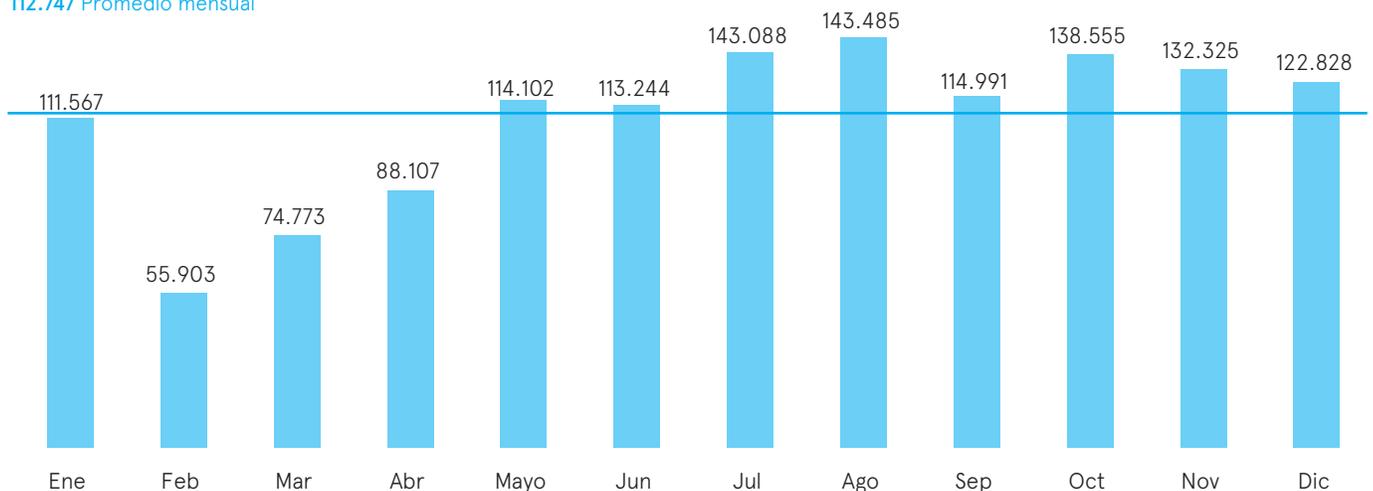


44

Al observar los datos mes a mes para el 2016, febrero registra el menor número de visitas (55.903 visitas), y agosto el mes con mayor número de visitas (143.555 visitas), a diferencia del año anterior en donde la cifra más elevada fue la del mes de enero. Cabe destacar que los meses de mayor flujo de visitas responden a aquellos de mayor concentración de programación artística.

Gráfico 2. Visitas al edificio según mes – 2016

112.747 Promedio mensual



1. El 2014 fue el año que ha registrado mayor número de visitas al edificio, este incremento se explica por la activación del sector oriente del edificio (ahora construcción de la segunda etapa GAM) en el cual se instaló una carpa para la realización de funciones.

2. PROGRAMACIÓN DE ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES EN SALAS

Durante el año 2016 se realizaron en GAM 700 funciones de artes escénicas y musicales en salas, cifra que representa una baja del 14,8% respecto del año 2015. Se observa, que el número de funciones de artes escénicas y musicales en salas es el más bajo registrado en los últimos 5 años, no obstante el número de público se mantiene constante.

Gráfico 3. Funciones de artes escénicas y musicales en salas. Período 2010 – 2016

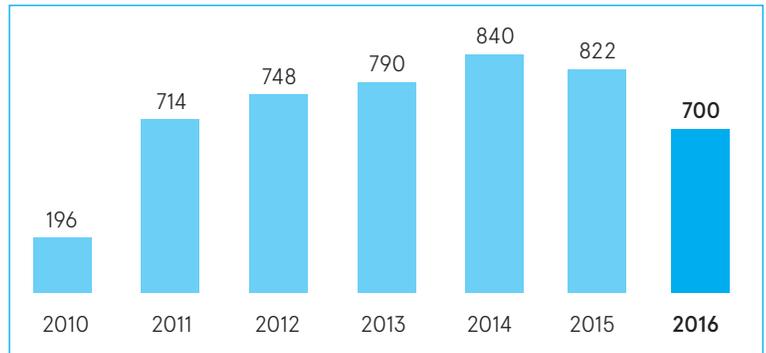
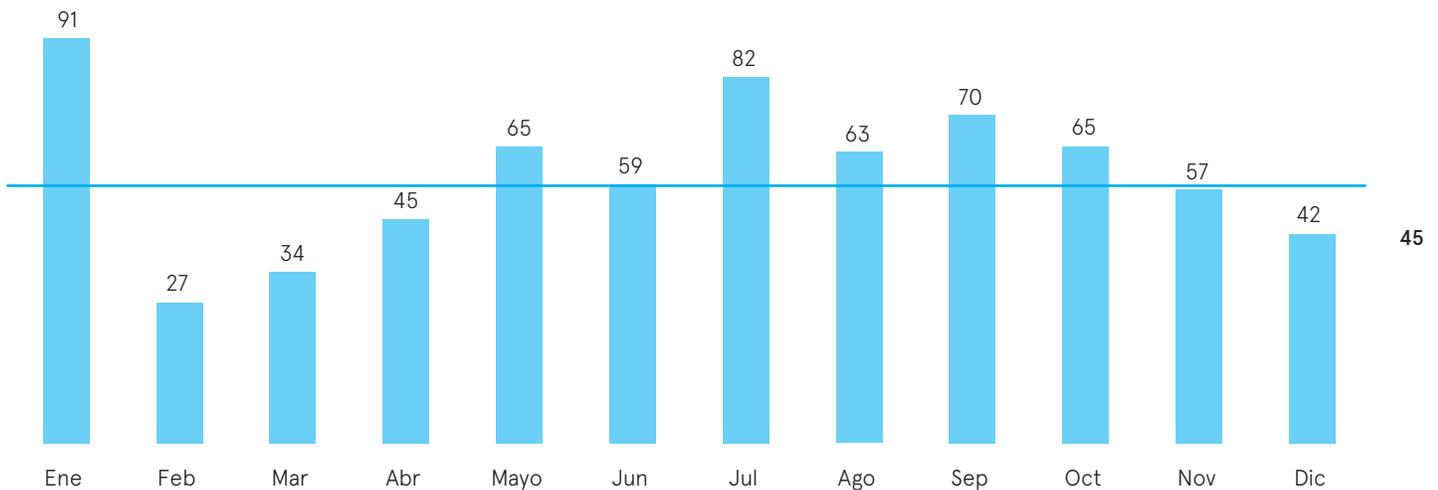


Gráfico 4. Funciones de artes escénicas y musicales en salas según mes – 2016

58 Promedio mensual

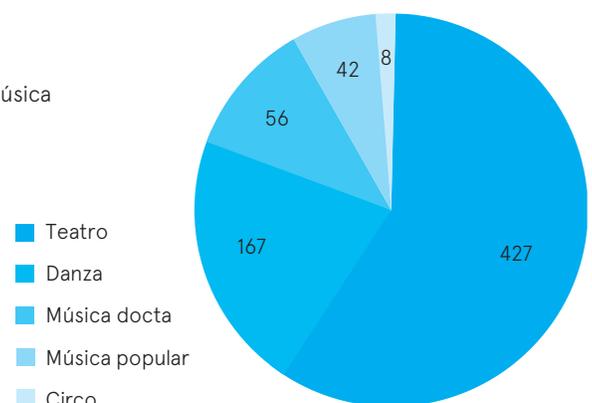


Al analizar los datos a lo largo del 2016, es posible establecer un promedio mensual de 58 funciones de artes escénicas y musicales en salas.

Enero y julio son los meses que registran el mayor número de estas funciones (91 y 81 respectivamente), se explica por la programación de Santiago a Mil en el mes de enero, y por la programación para público familiar en el mes de julio, la cual a diferencia de otros meses se activaron funciones en horario de mañana.²

Según disciplina artística, el total de funciones se distribuye de la siguiente manera: 427 funciones de teatro³, 167 funciones de danza, 56 funciones de música docta, 42 funciones de música popular y 8 funciones de circo.

Gráfico 5. Funciones según disciplina artística – 2016



2. Durante el año el horario de activación de sala, es a partir de las 19:00 hrs., a excepción de el mes de julio, el cual se programó también en horario de mañana (AM) enfocándose al público familiar, con el objetivo de abarcar el período de vacaciones de invierno de los niños y niñas en edad escolar.

3. De estas 427 funciones, 361 corresponden a teatro para público general y 66 a teatro familiar.

Gráfico 6. Funciones en sala según acceso – 2016

■ Acceso pagado
■ Acceso gratuito

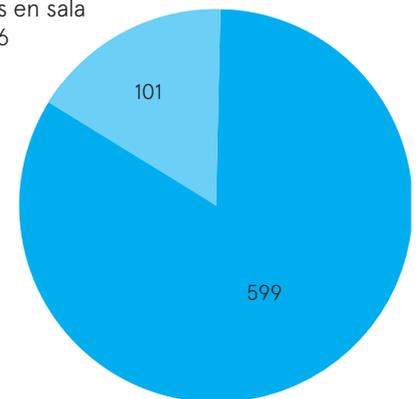
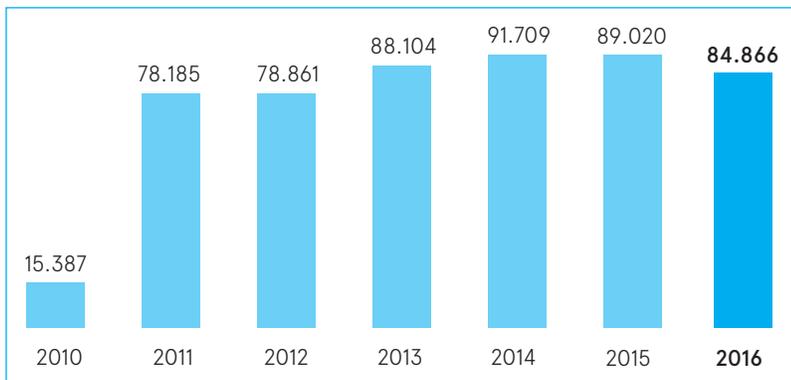


Gráfico 7. Espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas según año 2010 – 2016



Además, es posible clasificarlas en 599 funciones de artes escénicas y musicales en salas de acceso pagado y 101 de acceso gratuito, éstas últimas representan un 14,4% de la programación de artes escénicas en salas.

En cuanto al público, asistieron a funciones de artes escénicas y musicales en salas un total de 84.866 espectadores, cifra que representa una leve baja del 4,7% respecto del año 2015.

Como se mencionó anteriormente, se observa, que a pesar de la baja del número de funciones, la cantidad de público se mantiene constante.

A partir de este total es posible establecer un promedio mensual de 7.072 espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas. Los meses que concentran el mayor número de espectadores en salas corresponden a enero (10.189) y julio (10.118), justamente los meses con mayor programación en salas.

46

Gráfico 8. Espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas según mes – 2016

7.012 Promedio mensual

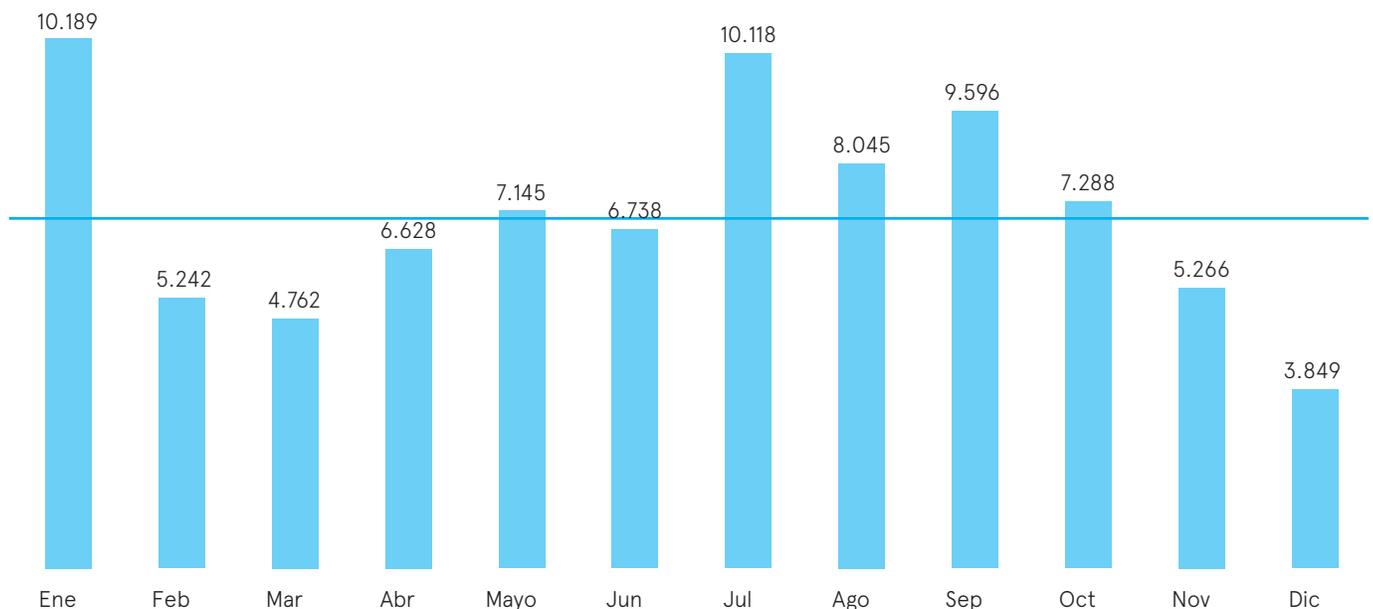


Gráfico 9. Público de artes escénicas y musicales en sala según disciplina – 2016

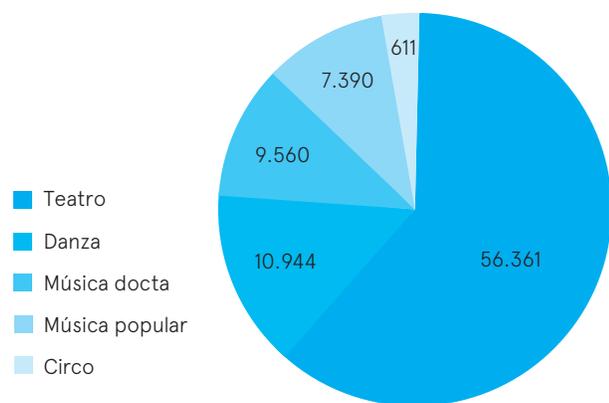
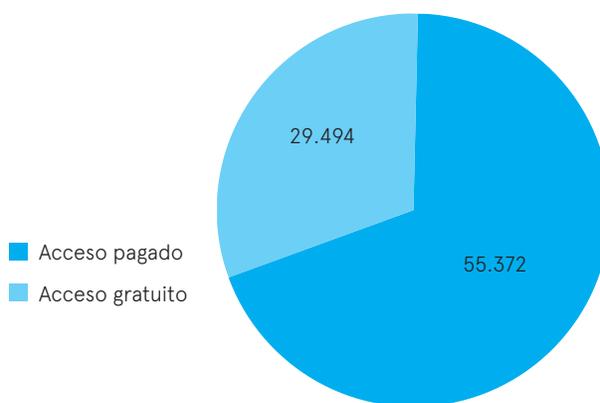
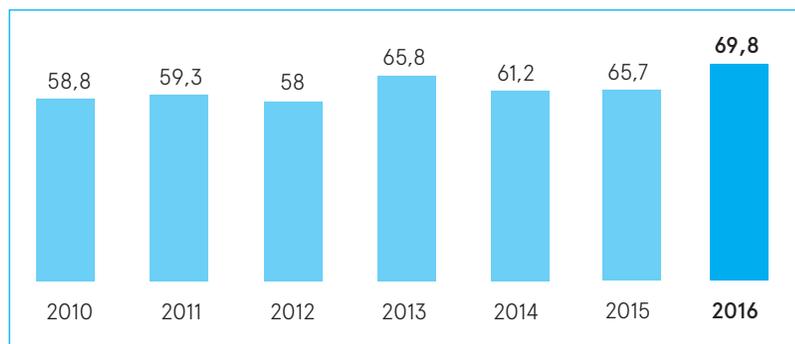


Gráfico 10. Público de funciones en sala según tipo de acceso – 2016



Según disciplina artística, el total de espectadores de funciones de artes escénicas y musicales se distribuye de la siguiente manera: 56.361 espectadores de teatro⁴, 10.944 espectadores de danza, 9.560 espectadores de música docta, 7.390 espectadores de música popular y 611 espectadores de circo.⁵ Por otra parte, es posible categorizar al público en 55.372 espectadores de acceso pagado y 29.494 de acceso gratuito. El porcentaje de público de acceso gratuito a funciones en sala representa un 34,8% del total.

Gráfico 11. Porcentaje de ocupación de salas según año. Período 2010 – 2016

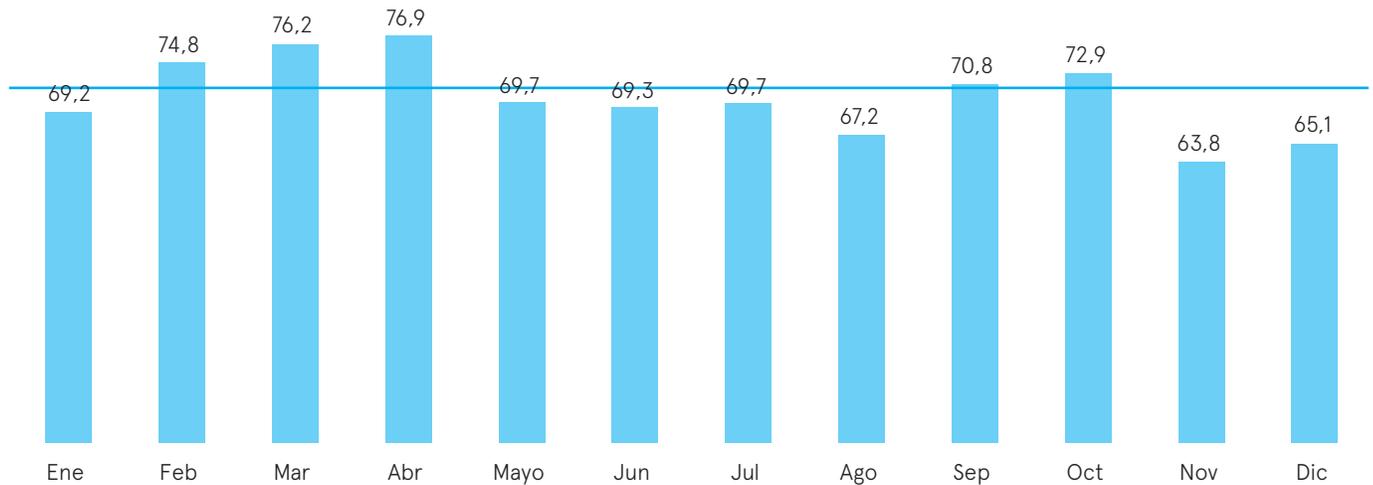


La ocupación de salas para funciones de artes escénicas y musicales alcanza un 69,8% el año 2016, el más alto desde la apertura de GAM. Representa un incremento de 4,1 puntos porcentuales respecto al año 2015. Se observa un incremento constante en el porcentaje de ocupación de sala desde el año 2014.

4. De estos 56.361 espectadores, 49.411 corresponden a teatro público general y 6.960 a teatro familiar.
 5. Circo presenta una cifra baja de espectadores respecto a las demás disciplinas artísticas, pero esto se debe al número de funciones de circo realizadas este año (8), en comparación a las demás disciplinas artísticas.

Gráfico 12. Porcentaje de ocupación de salas de artes escénicas y musicales – 2016

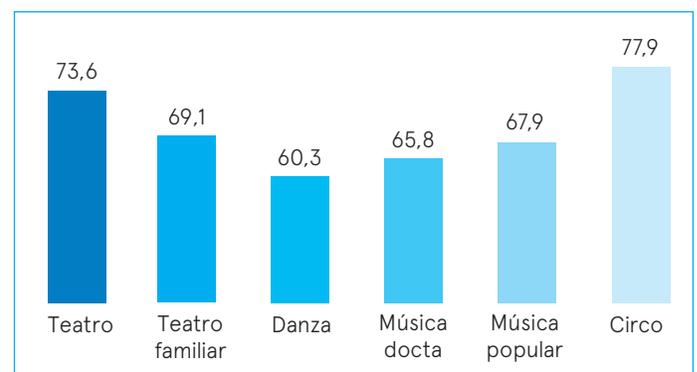
70,3% Promedio mensual



Los meses en que hubo un mayor porcentaje de ocupación de salas fueron abril (76,9%) y marzo (76,2%), por otra parte el mes con el porcentaje de ocupación de sala más bajo fue noviembre (63,8%).

De acuerdo a la disciplina artística, las funciones de teatro alcanzaron un 73,6% de ocupación de sala, las funciones de teatro familiar un 69,1%, danza un 60,3%, los conciertos de música docta un 65,8%, los conciertos de música popular un 67,9% y las funciones de circo un 77,9%.⁶

Gráfico 13. Porcentaje de ocupación de salas artes escénicas y musicales según disciplina – 2016



6. Si bien circo alcanza el más alto porcentaje de ocupación de sala respecto a otras disciplinas artísticas, cabe mencionar que éste corresponde a solo 8 funciones, todas de la obra Ursaris.

Tabla 1. Obras de teatro según ciclo, categoría, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – año 2016

Obra	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Acercando el universo Charla TEDatral		Jun - Dic	8	3	11	258	180	438	66,4%
Alexander del Re		Jul	0	1	1	0	38	38	47,5%
Algernón	Convocatoria 2016	Mar- Abr	15	1	16	872	188	1060	82,8%
Amores de Cantina - Extensión	GAM Extensión	Sep - Dic	1	1	2	255	245	500	84,9%
Coronación		Oc - Nov	15	0	15	2743	393	3136	77,7%
El Embajador		May	7	1	8	662	340	1002	43,5%
El Taller		Dic	5	0	5	310	50	360	90,0%
Fantasmas borrachos - Extensión	GAM Extensión	Sep	1	0	1	508	0	508	74,2%
FINIR EN BEAUT		Jul	1	0	1	59	19	78	97,5%
Gabriela Mistral en Cuento y Música		Abr	0	1	1	0	170	170	65,9%
Happy End	Co - producción GAM	Mar - Abr - May	34	2	36	7434	1484	8918	85,4%
Hilda Peña	Lo Mejor de GAM / Santiago a Mil	Ene - Feb	18	1	19	956	285	1241	81,6%
Ithaca	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	266	174	440	56,8%
Jemmy Button y Orquesta de Valdivia		Oct	3	0	3	594	72	666	86,7%
La dama de los Andes		Dic	7	0	7	222	64	286	51,1%
La Tempestad	Lo Mejor de GAM / Santiago a Mil	Ene	7	0	7	1330	280	1610	79,3%
La Trampa	Convocatoria 2016	Jun - Jul	15	1	16	736	226	962	66,8%
La viuda de Apablaza		Ago - Sep - Oct	30	1	31	4271	968	5239	60,1%
Lamedero	Convocatoria 2016	Oct	15	1	16	275	210	485	37,9%
Las cosas que nunca tuve	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	140	41	181	70,7%
Las ideas	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	102	81	183	93,8%
Los Millonarios	Convocatoria 2016	Jul	16	0	16	977	158	1135	88,7%
Lucía	Lo Mejor de GAM	Feb- Oct - Nov	15	0	15	906	100	1006	83,8%
No tenemos que sacrificarnos por los que vendrán	Festival Escena Obrera	May	0	1	1	0	223	223	86,4%
Nocturno de Chile - Platea 16	Santiago a Mil	Ene	0	1	1	0	65	65	100,0%
Numancia	Convocatoria 2016	Ago	15	1	16	2733	726	3459	83,8%
Otelo		Nov	3	0	3	153	58	211	24,3%
Pájaro -Platea 16	Santiago a Mil	Ene	0	1	1	0	70	70	100,0%
Patricio contreras dice Nicanor Parra	Lo mejor de GAM	Ene	4	1	5	470	285	755	58,5%
Perdiendo la batalla del ebrio	Santiago a Mil	Ene	6	0	6	266	126	392	81,7%
Perfoconferencia	Convocatoria 2016	Abr	5	1	6	380	312	692	45,1%
RadioTanda	Lo mejor de GAM	Feb - Mar	9	1	10	1269	2151	3420	70,9%
RadioTanda - Extensión	GAM Extensión	Sep	0	2	2	0	1330	1330	94,3%
Ricardo III	Convocatoria 2016	Mar - Abr	15	1	16	936	218	1154	90,2%
Señorita Julia	Santiago a Mil	Ene	4	0	4	735	187	922	79,5%
Un minuto feliz		May - Jun	32	2	34	2110	471	2581	89,0%
Un minuto feliz - Extensión	GAM Extensión	Sep	1	0	1	205	161	366	72,9%
Xuárez		Jun - Jul	18	0	18	3.180	515	3695	72,3%
Xuárez - Extensión	GAM Extensión	Ago	1	0	1	271	163	434	93,7%
Total			333	26	359	36.584	12.827	49.411	73,6%

Tabla 2. Obras de teatro familiar según ciclo, categoría, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016

Obra	Ciclo	Fechas	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso Pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso Pagado	Acceso gratuito	Total	
El corazón del gigante egosita	Convocatoria 2016	Jul	16	1	17	2930	655	3585	76,7%
Hetu, en el ombligo del mundo	Convocatoria 2016/ Santiago a Mil	Ene - Ago	14	0	14	601	129	730	76,0%
Likán, sabiduría de un bebé	Convocatoria 2016	Jul	10	0	10	640	358	998	38,7%
Melodías en el aire	Santiago a Mil	Ene - Dic	10	0	10	572	102	674	84,3%
Tum	Convocatoria 2016	Nov	6	1	7	381	136	517	92,3%
Yene: Capítulo Mapu	Convocatoria 2016	Sep - Oct	8	0	8	382	64	446	92,9%
Total			64	2	66	5.506	1.444	6.950	69,1%

Tabla 3. Obras de danza según ciclo, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016

Obra	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
100% Político	Convocatoria 2016	Oct	11	1	12	399	164	563	58,6%
Altazor re-encarnado	Convocatoria 2016	Nov - Dic	15	1	16	426	118	544	42,5%
Apología del deseo	Convocatoria 2016	Ago - Sep - Oct	18	1	19	510	198	708	46,6%
Danza contra el tiempo		Abr	2	1	3	96	65	161	67,1%
Hay que caminar soñando	Convocatoria 2016	Jun - Jul	14	1	15	662	166	828	69,0%
La Bailarina	Lo Mejor de GAM/ Santiago a Mil	Ene	10	0	10	380	155	535	66,9%
La crueldad del corazón		Ago - Sep	17	1	18	665	189	854	59,3%
La extranjera - Banco Central	GAM Extensión	Mar	0	1	1	0	50	50	58,8%
La noche obstinada	Lo Mejor de GAM	Feb - Dic	15	0	15	2291	545	2836	65,2%
La Wagner	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	500	225	725	83,3%
Luciérnagas	Convocatoria 2016	Jul	16	0	16	1080	167	1247	86,6%
Migrante		May	16	1	17	531	217	748	55,0%
Paraiso	Santiago a Mil	Ene	4	0	4	291	172	463	39,9%
Prácticas de vuelo	Convocatoria 2016	Ago	11	1	12	312	142	454	47,3%
Toros	Santiago a Mil	Ene	6	0	6	154	74	228	47,5%
Total			158	9	167	8.297	2.647	10.944	60,3%

50

Tabla 4. Conciertos de música docta según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016

Concierto	Fecha	Funciones			Públicos			Ocupación de sala
		Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
100 Conciertos - 8 años de Germina - Festival Prismas	Dic	0	2	2	0	120	120	23,3%
Concierto 80 años ANC - Chile	Oct	1	0	1	172	5	177	69,1%
Concierto departamento de música y sonología U. de Chile	May - Nov	0	6	6	0	1111	1111	72,0%
Concierto El piano se toma la Escena	Jul	3	0	3	172	46	218	28,2%
Concierto Encuentro de compositores	Jul	0	2	2	0	210	210	40,7%
Concierto FOJI	Oct - Nov	0	2	2	0	294	294	57,2%
Concierto IMUC	Jun - Jul - Ago - Sep - Oct	0	18	18	0	4182	4182	90,1%
Concierto Las Cuatro Estaciones	Jul	2	0	2	259	34	293	56,8%
Concierto Orquesta Sinfónica de Chile	Jun - Ago - Oct - Nov	0	6	6	0	711	711	46,1%

Tabla 4. Conciertos de música docta según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016 (Continuación)

Concierto Orquesta Sonidos de Luz	Dic	0	1	1	0	172	172	66,7%
Concierto Orquesta USACH	Jul - Sep	0	2	2	0	385	385	74,8%
En la ruta de Cervantes	Jun	2	0	2	185	28	213	41,1%
Escuela de música Enrique Soro	Oct	0	1	1	0	204	204	79,7%
Festival de música contemporánea IMUC	Nov	0	3	3	0	536	536	69,3%
Moebius, una ópera sobre inclusión	Sep	0	1	1	0	146	146	56,6%
Opera Acteón	Oct	3	0	3	331	88	419	48,2%
Orquesta infantil y juvenil CIFAN	Oct	0	1	1	0	169	169	66,0%
Total		11	45	56	1.119	8.441	9.560	65,8%

Tabla 5. Conciertos de música popular según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016

Concierto	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
(Me llamo) Sebastian y la banda heterosexual	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	212	22	234	90,7%
Álex Anwandter- Sesiones Zero	Sesiones Zero	Nov	0	1	1	0	258	258	100,0%
Canciones de una mexicana - Valentina González	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	34	11	45	17,4%
Carmen Paz Cuarteto	Festival Animales en la Vía	May	1	0	1	84	26	110	43,0%
Concierto Banda Conmoción		Sep	2	0	2	421	41	462	89,5%
CONCIERTO CAROLINA EYCK	Festival Internacional de Theremin	Nov	0	1	1	0	122	122	47,3%
Concierto Carolina Eyck y Christopher Tarnow	Festival Internacional de Theremin	Nov	0	1	1	0	182	182	70,5%
Concierto Coralie Ehinger	Festival Internacional de Theremin	Nov	0	1	1	0	153	153	59,3%
Concierto Coro Ex UTEM		Sep		1	1	0	161	161	62,4%
Concierto López en vivo		Nov	1	0	1	161	8	169	65,5%
Concierto Lydwina Simon		Ago	1	0	1	69	22	91	35,3%
Concierto Magela Oquendo		Oct	0	1	1	0	180	180	70,3%
CONCIERTO NORI UBUKATA - FEST THEREMIN	Festival Internacional de Theremin	Nov	0	1	1	0	141	141	54,7%
Concierto orquesta Andina		Sep	0	1	1	0	157	157	61,3%
Concierto Peces Sexteto		Sep	0	1	1	0	172	172	67,2%
Concierto Ricardo Pauletti Trio		Oct	0	1	1	0	215	215	84,0%
Concierto Coros ciudadanos		Dic	0	1	1	0	172	172	67,2%
Concierto Lanzamiento disco canciones de ocasión		Dic	2	0	2	136	177	313	54,0%
Dejemos ir - María Colores	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	155	36	191	74,0%
Denver - Sesiones Zero	Sesiones Zero	Jul	0	1	1	0	186	186	72,1%
Evelyn Cornejo	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	143	26	169	65,5%
Javier Barría	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	139	22	161	62,4%
Javiera Mena		Mar	1	0	1	210	34	244	94,6%
La Moral Distraida	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	202	39	241	93,4%

Tabla 5. Conciertos de música popular según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016 (Continuación)

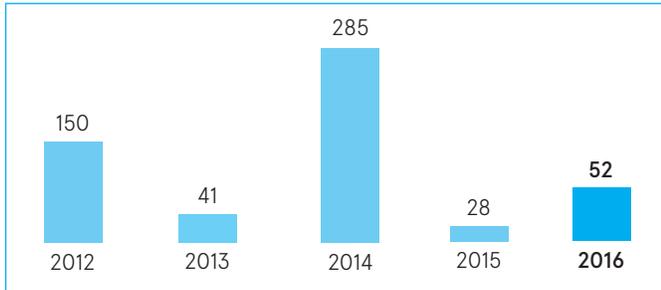
La Negra grande es Colombia	Santiago a Mil	Jun	1	0	1	206	41	247	96,5%
Lanzamiento Orquesta Florida, Paz Court		Jun	1	0	1	127	30	157	60,9%
Margot Loyola, Patrimonio del alma		Jun	2	1	3	403	196	599	77,4%
Natalia Ramirez Quinteto	Festival Animales en la Vía	May	1	0	1	73	19	92	35,9%
Newen Afrobeat	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	194	38	232	89,9%
Omikéyu	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	31	29	60	23,4%
Paz Court	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	188	31	219	84,9%
Pedro Piedra - Sesiones Zero	Sesiones Zero	Sep	0	1	1	0	256	256	100,0%
Prehistóricos	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	201	10	211	81,8%
Prehistóricos - Sesiones Zero	Sesiones Zero	Dic	0	1	1	0	200	200	77,5%
Roberto C. Lecaros Quinteto	Festival Animales en la Vía	May	1	0	1	59	21	80	31,3%
Rossantha Love - Rossana Taddei y samantha Navarro	Santiago a Mil	Ene	1	0	1	16	18	34	13,2%
Ases Falsos - Sesiones Zero	Sesiones Zero	May	0	1	1	0	264	264	100,0%
Bitman & Roban - Sesiones Zero	Sesiones Zero	Mar	0	1	1	0	210	210	81,4%
Total			25	17	42	3.464	3.926	7.390	67,9%

Tabla 6. Espectáculos de circo según ciclo, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016

Obra	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
		Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Ursaris	May	8	0	8	584	27	611	77,9%
Total		8	0	8	584	27	611	77,9%

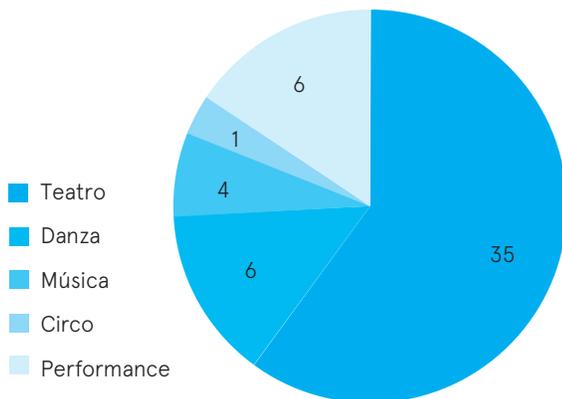
3.PROGRAMACIÓN DE ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES EN ESPACIOS ABIERTOS

Gráfico 14. Actividades de la programación artística en otros espacios según año. Periodo 2012 – 2016



Además de la programación en salas, durante el 2016 se realizaron 52 funciones de artes escénicas y musicales en otros espacios de GAM. Esta cifra representa una alza del 85,7% respecto al mismo tipo de actividades que se desarrollaron el año pasado.⁷ Además, se realizaron 657⁸ funciones de teatro en formato Lambe- Lambe realizadas en Foyer Oriente, éstas son funciones de teatro miniatura para un solo espectador.

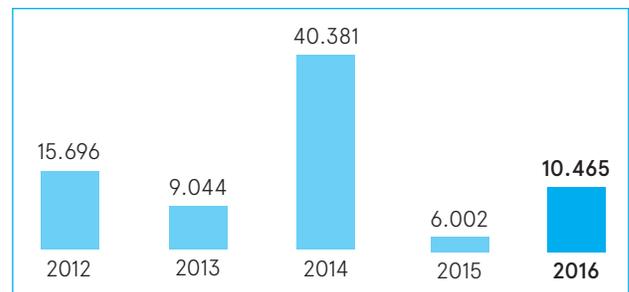
Gráfico 15. Actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina – 2016



Según disciplina artística, el total de actividades se distribuye de la siguiente manera: 35 presentaciones de teatro, 6 presentación de danza, 5 presentaciones de música, 1 presentación de circo y 6 de performance.

53

Gráfico 16. Público de actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según año. Periodo 2012 – 2016



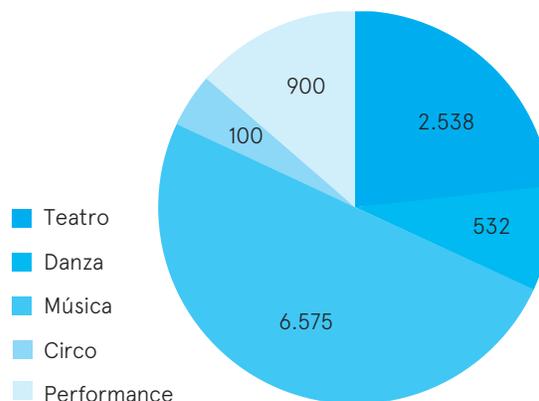
En cuanto al público de estas actividades, el 2016 participaron un total de 10.465 espectadores, esta cifra representa un incremento considerable del 74,4% en comparación con el año anterior.

7. El 2014 en comparación con otros años, registra un número considerablemente mayor de funciones y público de funciones de artes escénicas en otros espacios, esto debido a la activación de Plaza Oriente y Plaza Zócalo para funciones de teatro, circo y música popular. Además ese año se instaló en el sector oriente del edificio de GAM (actualmente sector de la construcción de la Segunda Etapa) una carpa en la cual se realizaron funciones de circo y teatro.

8. Las funciones de teatro Lambe - Lambe no se consideran en los gráficos.

Gráfico 17. Público de actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina – 2016

Según disciplina artística, el total de espectadores de presentaciones de artes escénicas y musicales en espacios abiertos se distribuye de la siguiente manera: 3.195 espectadores de teatro, 532 espectadores de danza, 6.575 espectadores de música popular, 100 espectadores de circo y 900 de performance.⁹

**Tabla 7.** Actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina, espacio, descripción, fecha, n° de presentaciones y público – 2016

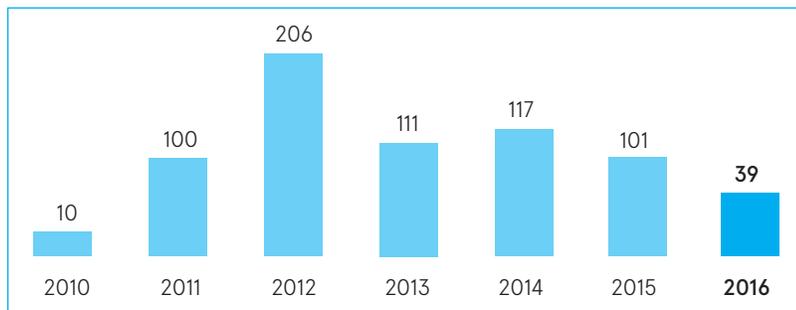
Actividad	Disciplina	Espacio	Fecha	Acceso pagado	Funciones acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Público Acceso gratuito	Total
Agnetha Kurtz Roca Method - Santiago OFF	Teatro	Hall A	Ene	0	1	1	0	77	77
Anandel Lynton, En el filo Ex-céntrico	Performance	PZ	Jul	0	1	1	0	200	200
Banda Conmoción - Chile Territorio Creativo	Música	PC	Dic	0	1	1	0	100	100
Círculo Ancestral - Santiago OFF	Danza	SAV	Ene	0	2	2	0	172	172
Club Social - Santiago OFF	Teatro	Hall A	Ene	0	1	1	0	94	94
Concierto en la Alameda	Música	Alameda	Nov	0	1	1	0	6300	6300
Concierto MELINA	Música	PZ	Dic	0	1	1	0	90	90
David Widginton - Solidarity Barner Ex-céntrico	Performance	PO	Jul	0	1	1	0	100	100
Día del circo tradicional	Circo	PC	Sep	0	1	1	0	100	100
El taller de las mariposas - Santiago a Mil	Teatro	PC	Ene	0	1	1	0	160	160
Hay que caminar soñando - Santiago OFF	Danza	SAV	Ene	0	2	2	0	190	190
Helene Vosters, Unbecoming Nationalisms: A queer labour of unproduction. Ex-céntrico	Performance	PC	Jul	0	1	1	0	200	200
IN-DIO - Santiago OFF	Danza	SAV	Ene	0	2	2	0	170	170
La gran cosecha	Teatro	PZ	Sep	0	1	1	0	200	200
Las horas negras	Teatro	Hall A	Abr - May	263	14	277	263	14	277
Las mil y una noche - Santiago OFF	Teatro	Hall A	Ene	0	1	1	0	63	63
Lear o el origen de la Tragedia	Teatro	PZ	Nov	16	1	17	722	207	929
Leonel Martins Carneiro - Experiencias Periféricas Ex-céntrico	Performance	FO	Jul	0	1	1	0	100	100
Maritza Farias Cerpa - Muertas Ex-céntrico	Performance	PC	Jul	0	1	1	0	200	200
OFF OFF OFF o sobre el techo de Pablo Neruda - Santiago OFF	Teatro	SAV	Ene	0	2	2	0	110	110
Peces sexteto	Música	PZ	Sep	0	1	1	0	85	85
Tatiana Maria Damasceno: Fé no Corpo	Performance	PO	Jul	0	1	1	0	100	100
Terreno en venta - Santiago OFF	Teatro	Hall A	Ene	0	1	1	0	63	63
Trilogía Lambe-Lambe: Ruka intervención	Teatro	FO	Jul	380	0	380	380	0	380
Un cuerpo en lugares - Santiago a Mil	Teatro	SAV	Ene	0	10	10	0	842	842
Total				659	50	709	1.365	9.937	11.302¹⁰

9. Este año, en el marco del X Encuentro del Instituto Hemisférico de Performance y Política, se acogió en GAM el Encuentro Ex - Céntrico.

10. La tabla 7. Funciones de artes escénicas en otros espacios, si considera las funciones de Teatro Lambe - Lambe realizadas en Foyer Oriente.

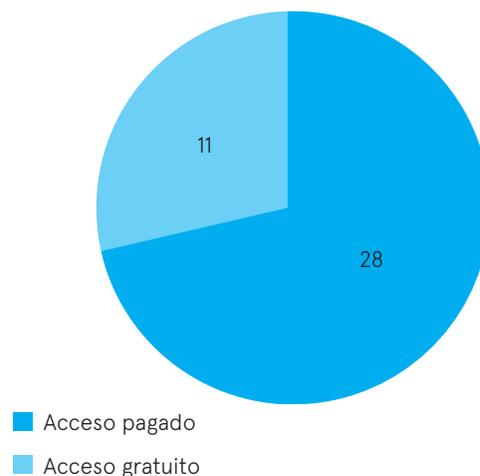
4. PROGRAMACIÓN AUDIOVISUAL

Gráfico 18. Funciones audiovisuales según año. Período 2010 – 2016



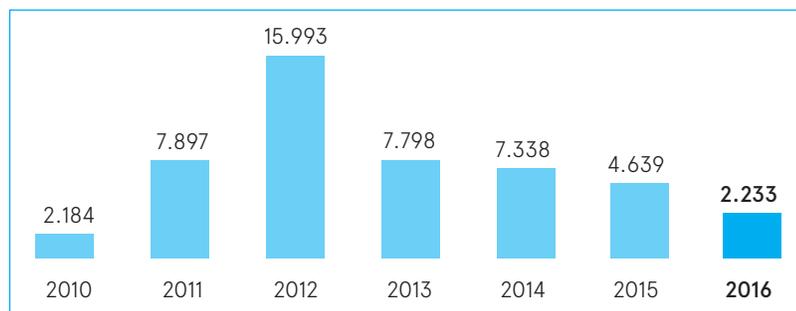
Durante el año 2016 se realizaron en GAM 39 funciones audiovisuales, cifra que representa una baja del 61,4% respecto del año 2015. Estas funciones corresponden en su mayoría al Festival de Animación CHILEMONOS, FIDOCOS y al ciclo Shakespeare Films. Es posible clasificar estas actividades en 28 funciones de acceso pagado y 11 funciones de acceso gratuito.

Gráfico 19. Funciones de audiovisual según tipo de acceso – 2016



55

Gráfico 20. Público de funciones de audiovisual según año. Período 2010 – 2016



En cuanto al público, un total de 2.233 espectadores asistió a funciones audiovisuales, cifra que representa una disminución del 51,9% en relación con el año 2015. Por otra parte, es posible categorizar al público de funciones audiovisuales en 1.070 espectadores de acceso pagado y 1.163 espectadores de acceso gratuito, es decir el 52,1% de los espectadores fueron de acceso gratuito.

Gráfico 21. Público de audiovisual según tipo de acceso – 2016

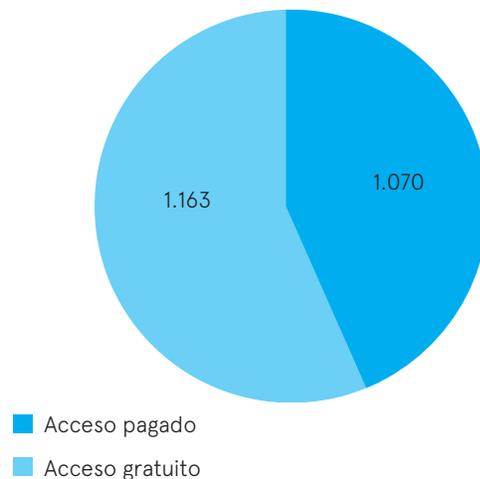
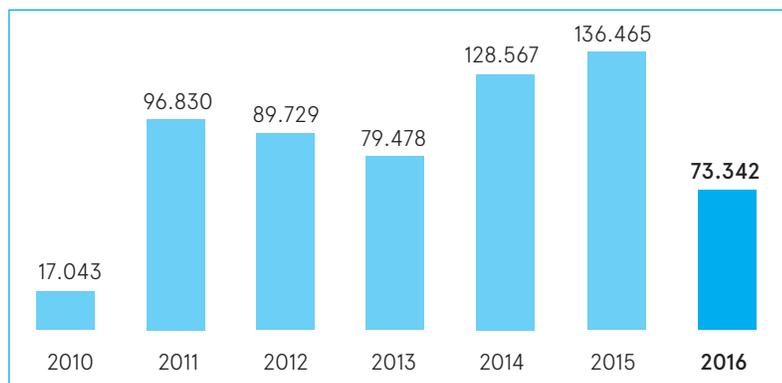


Tabla 8. Proyecciones audiovisuales según fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2016

Proyección audiovisual	Ciclo	Fecha	Funciones			Público		
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total
Competencia internacional largometrajes animados - Adama	Festival de Animación CHILEMONOS	May	1	0	1	0	20	20
Competencia latinoamericana	Festival de Animación CHILEMONOS	May	1	0	1	0	80	80
Competencias escuelas chilenas	Festival de Animación CHILEMONOS	May	1	0	1	0	206	206
Competencias internacionales largometrajes animados: Anomalisa	Festival de Animación CHILEMONOS	May	0	1	1	37	38	75
Documental Viejos Amores		Mar	1	0	1	0	280	280
Documental Escapes de Gas	Aniversario GAM	Sep	1	0	1	0	105	105
El libro de la vida	Festival de Animación CHILEMONOS	May	0	1	1	38	0	38
El mercader de la muerte	Shakespeare FILMS	Abr	1	0	1	0	20	20
Estrenos nacionales	Festival de Animación CHILEMONOS	May	0	1	1	252	0	252
Como me da la gana II	FIDOCS	Nov	0	1	1	86	0	86
Competencia de cortometrajes I	FIDOCS	Nov	0	1	1	32	0	32
De Caligari a Hitler	FIDOCS	Nov	0	1	1	44	0	44
Ejercicios de montaje	FIDOCS	Nov	0	1	1	14	0	14
El casamiento	FIDOCS	Nov	0	1	1	14	0	14
EL hombre que vió demasiado	FIDOCS	Nov	0	1	1	21	0	21
En el taller!	FIDOCS	Nov	0	1	1	4	0	4
Examen D'Etat	FIDOCS	Nov	0	1	1	14	0	14
In Jackson heights	FIDOCS	Nov	0	1	1	24	0	24
La familia chechena	FIDOCS	Nov	0	1	1	13	0	13
Liberami	FIDOCS	Nov	0	1	1	60	0	60
Los soñadores + El viento sabe que vuelvo a casa	FIDOCS	Nov	0	1	1	61	0	61
Máquina voladora	FIDOCS	Nov	0	1	1	16	0	16
Oe Futbol	FIDOCS	Nov	0	1	1	14	0	14
Pastora	FIDOCS	Nov	0	1	1	69	2	71
Reving Iran	FIDOCS	Nov	0	1	1	23	0	23
Solar	FIDOCS	Nov	0	1	1	33	0	33
Sud eau nord deplacer	FIDOCS	Nov	0	1	1	23	2	25
Vers Madrid - The burning bright	FIDOCS	Nov	0	1	1	22	0	22
Ganadora nacional Pastora	FIDOCS	Nov	0	1	1	19	1	20
La balada de Oppenheimer Park	FIDOCS	Nov	0	1	1	19	0	19
Yo la más tremendo + Migring retrato inconcluso	FIDOCS	Nov	0	1	1	7	0	7
Máquina voladora	FIDOCS	Nov	0	1	1	41	0	41
Hamlet	Shakespeare FILMS	Abr	1	0	1	0	46	46
Macbeth	Shakespeare FILMS	Abr	1	0	1	0	46	46
Más allá del jardín	Festival de Animación CHILEMONOS	May	0	1	1	35	0	35
Panorama Escuela Nacional	Festival de Animación CHILEMONOS	May	1	0	1	0	29	29
Psiconautas	Festival de Animación CHILEMONOS	May	0	1	1	35	0	35
Romeo y Julieta	Shakespeare FILMS	Abr	1	0	1	0	23	23
Un caballo llamado elefante	Día del niño CNCA	Ago	1	0	1	0	265	265
Total			11	28	39	1.070	1.163	2.233

5. SALA DE ARTES VISUALES

Gráfico 22. Visitas a la Sala de Artes Visuales según año. Período 2010 – 2016



La Sala de Artes Visuales de GAM exhibió durante el 2016 un total de 5 exposiciones, registrando 73.342 visitas durante el año, cifra que representa una baja del 46,3% respecto al año 2015, se debe considerar que el año pasado ésta sala exhibió 1 exposición más que el 2016, y por tanto la sala estuvo más días abierta a público.

El total de visitas a la sala fue de acceso gratuito. A continuación se detallan las exposiciones en la Sala de Artes Visuales que tuvieron lugar durante el año:

Tabla 9. Exposiciones en Sala de Artes Visuales según fecha, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2016

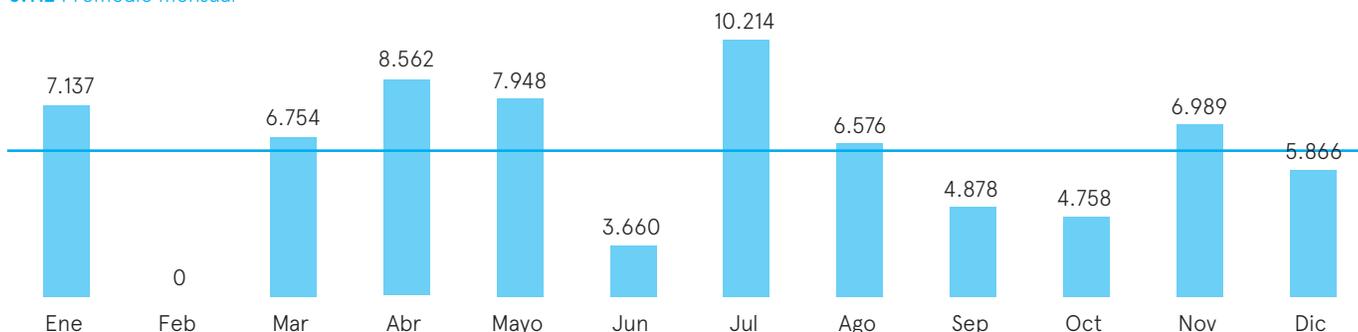
Exposición	Fecha	Días de exposición	N° de visitas	Promedio diario de visitas
A body in place - Festival Santiago a Mil	07 ene - 24 ene	16	7137	446
Panorama: el valor de los animales	10 mar - 29 may	69	23264	337
Historia del Jazz en Chile	17 jun - 31 jul	38	20450	538
A la chilena, fotografías 2006-2016	8 sep - 22 oct	37	9636	260
Nórdico: diseño Escandinavo	4 nov - 30 dic	46	12855	279
Total		206	73.342	356

57

La exposición más visitada este año fue *Panorama: el valor de los animales*, la que registró un total de 23.264 visitas además de ser la que estuvo más días en exposición (69 días), sin embargo la exposición que tuvo un mayor promedio de visitas diarias fue *Historia del Jazz en Chile* con 20.450 visitas y un promedio diario de 538 visitas.

Gráfico 23. Público de la Sala de Artes Visuales según mes – 2016

6.112 Promedio mensual



11. El mes de julio es el que registra mayor cantidad de vistas tanto en la Sala de Artes Visuales como en la Sala de Arte Popular, ya que en general hubo mayor cantidad de visitas al edificio, esto se debe principalmente a que fue un mes con mayor programación, diferenciándose de otros meses por su programación familiar en horario AM por motivo de vacaciones de invierno.

Al analizar los datos según mes, es posible establecer un promedio mensual de 6.112 visitas durante el año 2016. El mes con mayor número de visitas corresponde a julio¹¹, registrando 10.214 visitantes (Historia del Jazz en Chile), seguido de abril, con 8.562 visitantes (Panorama: el valor de los animales).

6. SALA DE ARTE POPULAR

La Sala de Arte Popular acogió 3 exhibiciones durante el año, alcanzando un total de 48.991 visitas, cifra que representa una baja del 28,7% en comparación con el año 2015.

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

A continuación se detallan las exposiciones en la Sala de Arte Popular que tuvieron lugar durante el año:

Gráfico 24. Visitas a la Sala de Arte Popular Americano según año. Período 2011 – 2016

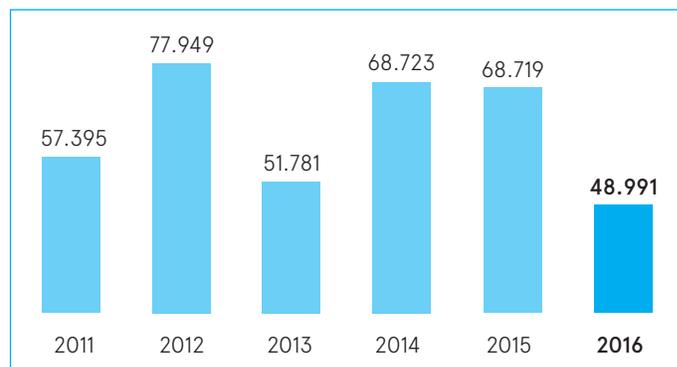


Tabla 10. Exposiciones en Sala de Arte Popular según fecha, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2016

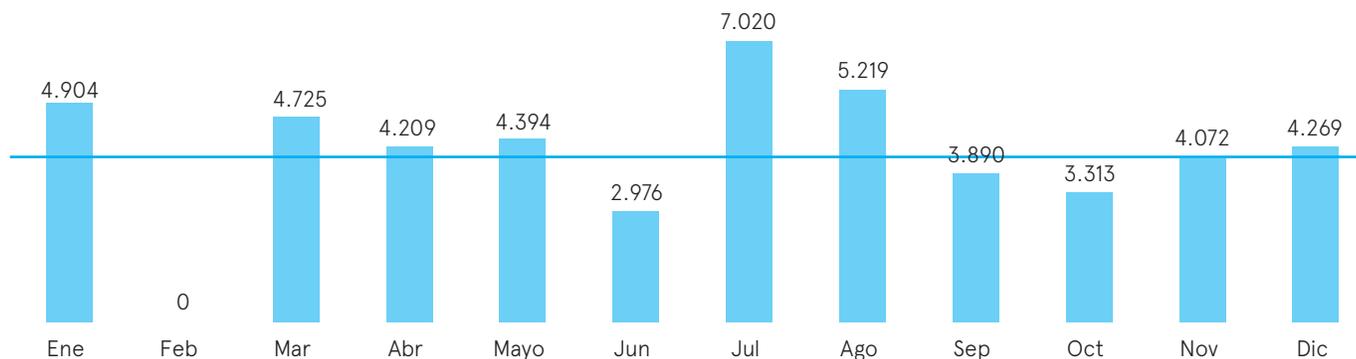
Exposición	Fecha	Días de exposición	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Motivos de barro (exposición desde noviembre 2015)	02 ene - 05 jun	108	19.209	178
Encuentro Objetuales	16 jun - 22 oct	108	21.441	199
Siete premios MAESTROS ARTESANOS 2016	9 nov - 30 Dic	44	8.341	190
Total		260	48.991	188

58

De las exposiciones realizadas este año, destaca Encuentro Objetuales, que alcanzó un total de 21.441 visitas, con un promedio diario de 199 visitas.

Gráfico 25. Visitas a la Sala MAPA según mes – 2016

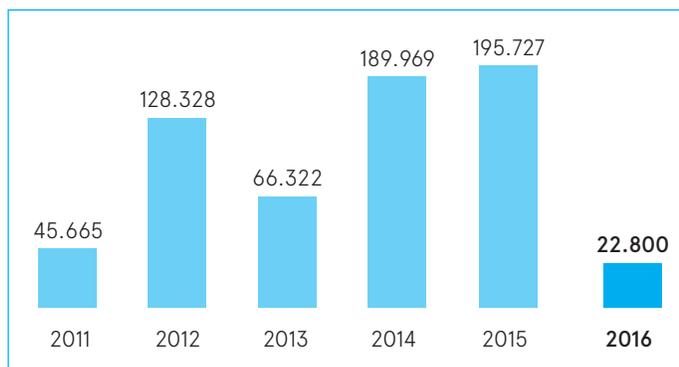
4.083 Promedio mensual



Al analizar las cifras según mes, es posible establecer un promedio mensual de 4.083 visitas a la sala. Se observa además, que el mes con mayor cantidad de visitantes corresponde a julio, con 7.020 visitas, a diferencia del año anterior en cual el mes con mayor cantidad de visitas fue enero.

7. EXPOSICIONES EN ESPACIOS ABIERTOS

Gráfico 26. Público de las exposiciones en espacios abiertos según año. Período 2011 – 2016



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 2016 se realizaron 4 exposiciones en espacios abiertos del edificio, congregando un total de 22.800 visitas. Esta cifra es la menor registrada respecto a los años anteriores¹² 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:

59

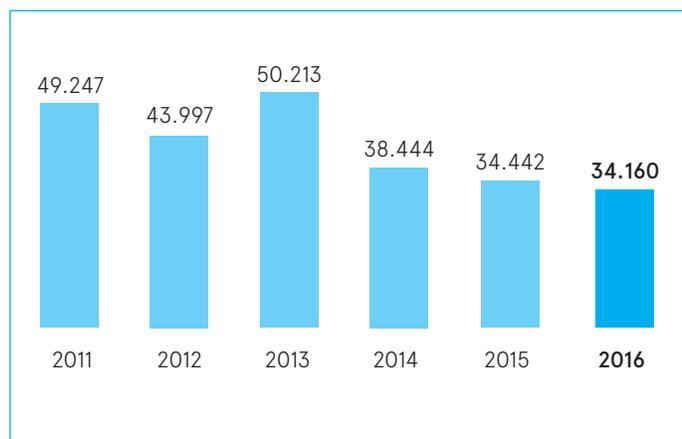
Tabla 11. Exposiciones en espacios abiertos según fecha, espacio, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2016

Exposición	Fecha	Espacio	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Art stgo 2016	22 y 23 de agosto	PC/PZ	18.000	9000
Exposición Templo Bahai	Del 11 al 21 de octubre	FZ	1.650	150
Exposición Homenaje a la Mujer Rural	Del 14 al 27 de octubre	FZ	2.100	150
Muestra Caminando del cielo a la tierra. Encuentro de culturas indígenas	25 al 27 nov	PO	1.050	350
Total			22.800	-

12. El año 2015 se realizaron 7 exposiciones en espacios abiertos, y el año 2014, 9 exposiciones en espacios abiertos, en ambos años la mayoría de estas exposiciones se instaló en Plaza Central, espacio que contempla el mayor flujo de público en comparación con otros espacios del edificio.

8. BIBLIOGAM

Gráfico 27. Usuarios de BiblioGAM según año. Período 2011 – 2016



Durante 2016 BiblioGAM registró un total de 34.160 usuarios, cifra que se mantiene constante respecto del año anterior, representando una leve disminución de un 0,8%. El total de estos ingresos fue de acceso gratuito.

Al analizar los datos según mes, es posible establecer un promedio mensual de 2.847 usuarios de BiblioGAM; destacándose noviembre como el mes que registra mayor número de usuarios, con 3.651 visitas.

En el mes de septiembre, se sacaron los computadores para los usuarios, dejando así más espacio disponible en los mesones de estudio. Se observa que los siguientes meses de esta modificación, obtuvieron un incremento en la cifra de los usuarios. Además de ser un espacio de consulta bibliográfica y estudio, BiblioGAM acoge distintas exposiciones y actividades. Durante el año 2016 se realizaron 6 exposiciones, a las que tuvieron acceso un total de 21.344 usuarios de BiblioGAM. Por otra parte, las actividades realizadas en BiblioGAM se encuentran detalladas en el apartado "Actividades de Audiencias".

Gráfico 28. Usuarios de Bibliogam según mes – 2016

2.847 Promedio mensual

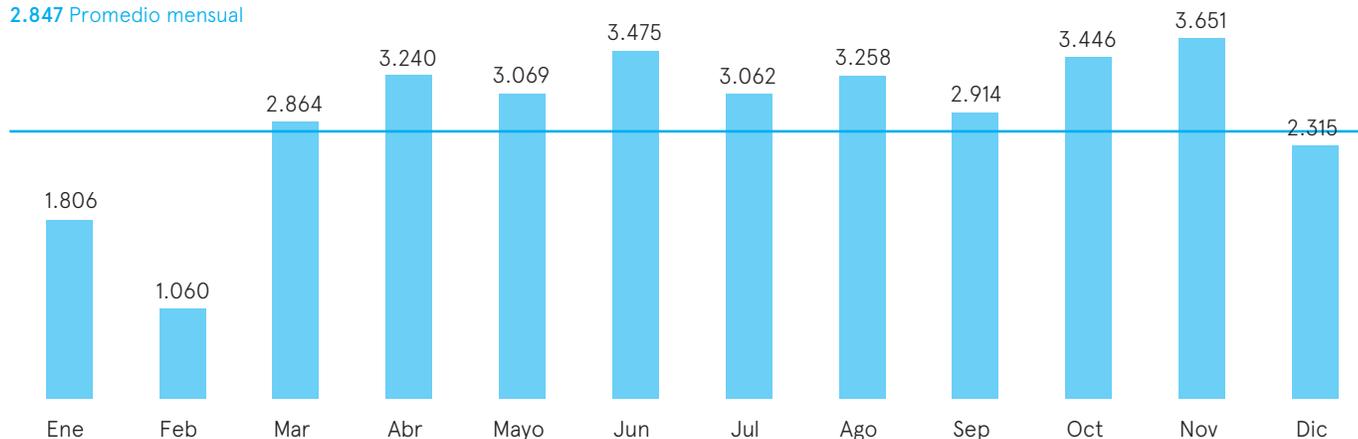
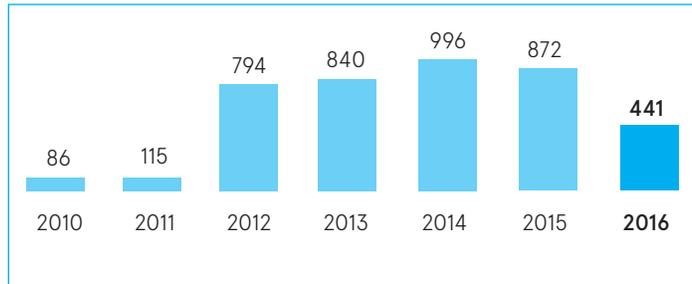


Tabla 12 Exposiciones en BiblioGAM según fecha, número de visitas y promedio diario de visitas – 2016

Exposición	Fecha	Días de exposición	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Exposición Calendarios Japoneses	8 mar - 19 mar	10	1.611	161
Exposición Manos Libres	6 abr - 30 abr	19	2.935	154
Isidora Aguirre, composición de una memoria	11 may - 30 jun	35	5.595	160
Inspiración Natural: Ciencia y Tecnología en búsqueda de soluciones	6 jul - 26 ago	21	5.481	261
Vera Cruz Fragmentada	14 sep - 29 oct	22	5.169	235
Exposición Ikebana: arte floral japonés	2 nov - 4 nov	2	553	277
Total		109	21.344	196

9. OTRAS ACTIVIDADES DE PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA

Gráfico 29. Otras actividades de programación artística según año. Período 2010 – 2016



Durante el año 2016 se realizaron en GAM 441 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 de 49,4% en relación al 2015. Al observar las cifras según mes, es posible establecer un promedio de 37 actividades mensuales para 2016. El mes en donde se concentró el mayor número de estas actividades fue diciembre (73 actividades), mes en que se realizó la *Furia del Libro* y la *Feria Vinilo Libre*.

Gráfico 30. Otras actividades de la programación artística según mes – 2016

37 Promedio mensual

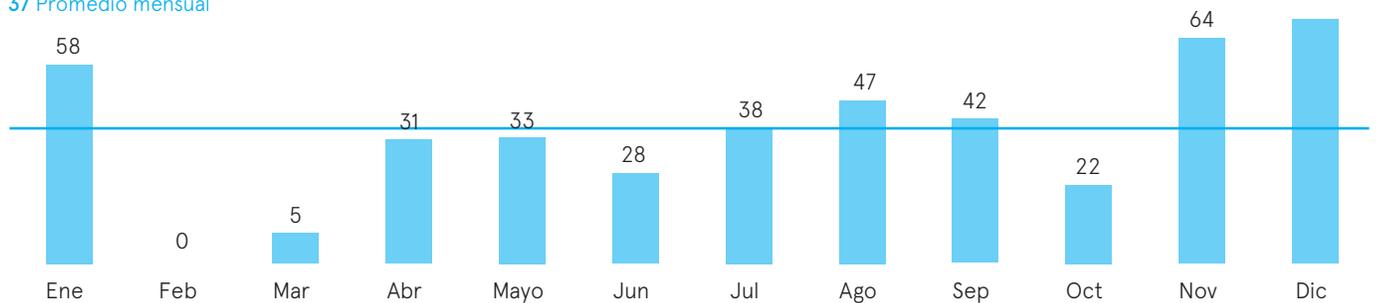
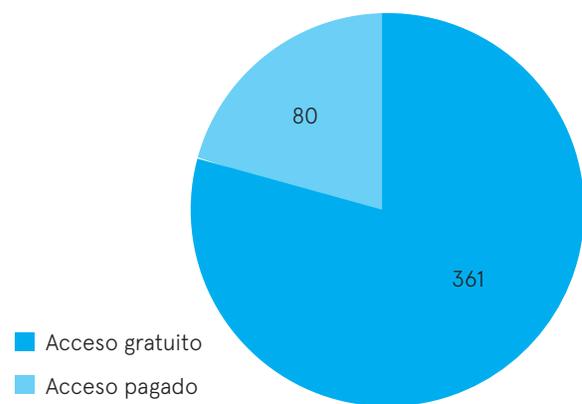


Gráfico 31. Otras actividades de programación según tipo de acceso – 2016



Según tipo de acceso, la gran mayoría de estas actividades es de acceso gratuito, 361 actividades las que corresponden al 81,9% del total.

Gráfico 32. Público de las actividades de la programación artística según año. Período 2010 – 2016

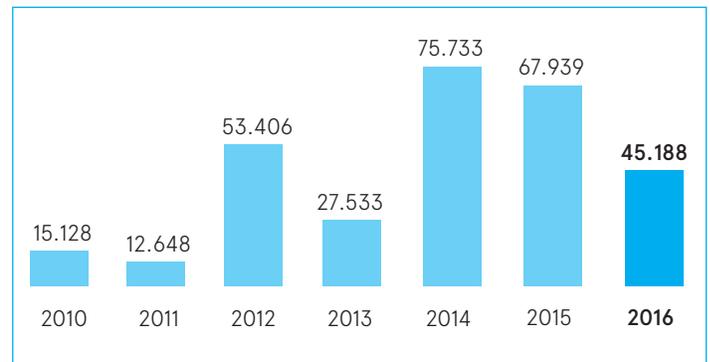
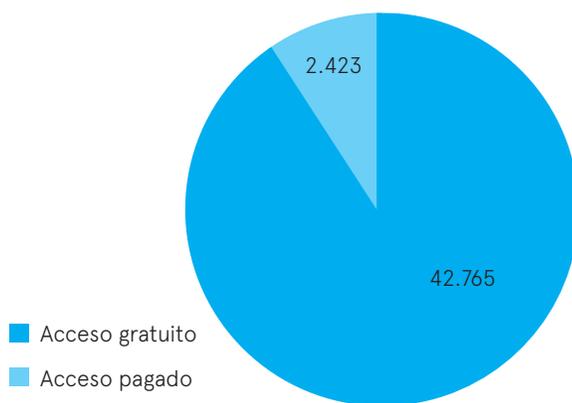


Gráfico 33. Asistentes a Otras actividades de programación según tipo de acceso – 2016



Participaron de dichas actividades un total de 45.188 asistentes, cifra inferior en un 33,4% a la registra el año 2015.

El 94,6% de los asistentes a otras actividades de programación fue de acceso gratuito (42.765 asistentes).

En relación al público, el promedio mensual alcanzó las 3.766 personas, siendo el mes de mayor asistencia diciembre con un público de 14.391.

Gráfico 34. Público de otras actividades de la programación artística según mes – 2016

3.766 Promedio mensual

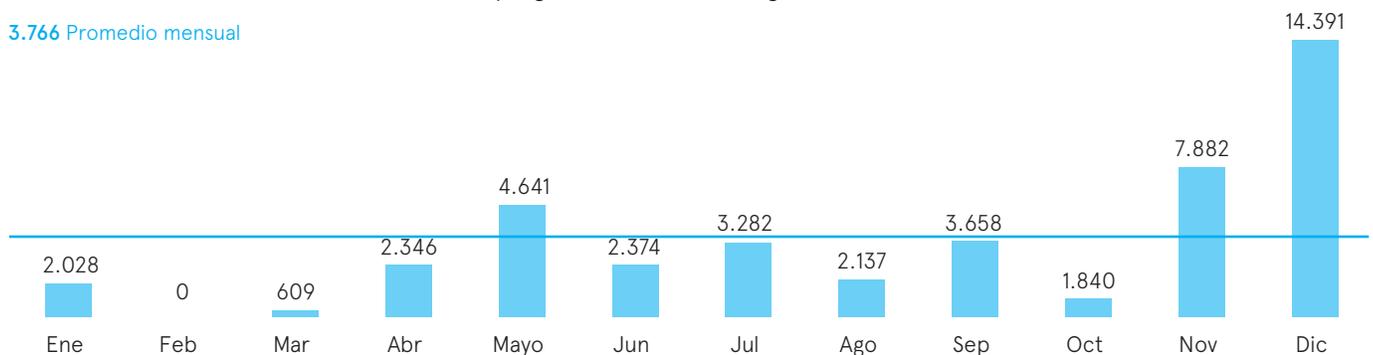


Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2016

Tipo	Nombre	Mes	Sesiones			Público		
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total
Charla	Correspondencias fílmicas, por Felipe Correa	Ago	0	1	1	0	16	16
Taller/clase	El Instrumento Invisible. La voz como tesoro oculto	May	0	1	1	0	30	30
Premiación	Artesanía premiación Sello de excelencia	Ago	0	3	3	0	265	265
Taller/clase	Asesoría de proyectos documentales	Abr	0	1	1	0	7	7
Charla	Asesoría Lab Blood Window impartida por Javi Martín	Ago	0	1	1	0	6	6
Charla	Asesoría Lab Documental impartida por Andrés Varela	Ago	0	1	1	0	17	17
Charla	Asesoría LAB Documental impartida por Consuelo Castillo	Ago	0	1	1	0	9	9
Charla	Asesoría Lab Documental impartida por Inti Cordera	Ago	0	1	1	0	9	9
Charla	Asesoría Lab Ficción Blood - Window impartida por Javier Fernández	Ago	0	1	1	0	9	9
Charla	Asesoría Lab Ficción impartida por Juan Pablo Gugliotta	Ago	0	1	1	0	7	7
Charla	Asesoría Lab Ficción impartida por Lucía Gaviglio	Ago	0	2	2	0	26	26
Charla	Asesoría LAB Ficción impartida por Manuel García	Ago	0	2	2	0	27	27
Audición	Audición Coros ciudadanos	Mar - Oct	0	2	2	0	497	497
Encuentro	Balmaceda arte joven GALA 1er Encuentro de danza y creación	Dic	0	1	1	0	135	135
Intervención	Bardo, un viaje sonoro por el mundo de Shakespeare	Nov - Dic	0	15	15	0	218	218
Charla	Bienales de Arte: Pertinencia y Problemáticas, Ivo Mesquita y Cuauhtémoc Medina	Ago	0	1	1	0	48	48
Charla	Charla Angel Mestres	Jul	0	1	1	0	220	220
Charla	Charla documental - Válvula	Ago	0	1	1	0	18	18
Charla	Charla ficción - Válvula	Ago	0	1	1	0	26	26
Charla	Charla magistral Thomas Richards	Dic	0	1	1	0	144	144
Charla	Charla Magistral: Los Derechos Culturales hoy	Sep	0	1	1	0	232	232
Charla	Charla premio Nobel Mario Vargas Llosas	Abr	0	1	1	0	289	289
Charla	Charla Theater Communications Group - Platea 16	Ene	0	1	1	0	58	58
Foro	City Lab - Mon Laferte	May	0	1	1	0	93	93
Foro	City Lab Conversaciones con el artista	Jun	0	1	1	0	35	35
Foro	CityLab Iñigo Pirfano	Sep	0	1	1	0	37	37
Taller/clase	Clase abierta de Theremin- Tercer Festival Internacinal de Theremin	Nov	0	1	1	0	113	113
Taller/clase	Clase abierta para niños Theremin	Nov	0	1	1	0	62	62
Taller/clase	Clase Magistral: Pre textos, Capacitación en lectoescritura y ciudadanía	Ene	0	1	1	0	15	15
Taller/clase	Clase magistral: Red de dramaturgia Chilenedición	Ene	0	1	1	0	9	9
Taller/clase	Clase magistral: Red de dramaturgia FEDAM	Ene	0	1	1	0	15	15
Taller/clase	Clase magistral: Red de dramaturgia INTERDRAM	Ene	0	1	1	0	16	16
Taller/clase	Clase magistral: Red de dramaturgia Lápiz de Mina	Ene	0	1	1	0	14	14
Taller/clase	Clase Magistral: Dirección teatral en tiempos de la modernidad - Laboratorio Escénico	Ene	0	1	1	0	62	62
Premiación	Clausura premiación - Chilemonos	May	0	1	1	0	247	247
Conferencia	Coloquio "Festivales de artes y su relación con el desarrollo humano, cultural y económico de las comunidades locales" - FITKA	Nov	0	1	1	0	32	32
Conferencia	Conferencia exposición A la chilena, fotografías 2006 - 2016	Sep	0	2	2	0	13	13
Conferencia	Conferencia inaugural Seminario de Educación Artística	May	0	1	1	0	276	276
Conferencia	Instituto Chileno Japonés	Dic	0	1	1	0	48	48
Taller/clase	Contextualización histórica de las artes escénicas en Latinoamérica	Ene	0	1	1	0	78	78
Conversatorio	Dramaturgia y territorio	Oct	0	1	1	0	46	46
Conversatorio	Estado de cosas en la dramaturgia regional	Oct	0	1	1	0	12	12
Conversatorio	Dramaturgia, contexto y contingencia	Oct	0	1	1	0	39	39

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2016 (Continuación)

Conversatorio	Imaginario con Nelly Richard	Jul	0	1	1	0	262	262
Conversatorio	Nuevas voces en la dramaturgia nacional	Oct	0	1	1	0	45	45
Clase/taller	Coros ciudadanos	Mar a Jul - Oct a Dic	0	27	27	0	1167	1167
Conferencia	Cuarta conferencia Internacional de Cultura Científica	Nov	0	8	8	0	1278	1278
Taller/clase	Cuenta, métrica y claves en jazz y música popular	May	0	1	1	0	34	34
Conferencia	Dalí y Disney: Destino – Colaboración Arte e Innovación	Sep	0	1	1	0	165	165
Conferencia	Derechos de autor - Chilemonos	May	0	1	1	0	37	37
Conferencia	Economía Creativa y Educación	Dic	0	1	1	0	32	32
Intervención	El tiempo entre nosotros - Santiago a Mil	Ene	0	5	5	0	380	380
Conferencia	Encuentro de Espacios Culturales	Sep	0	2	2	0	133	133
Encuentro	Encuentro: Cine de mujeres y distribución internacional	Abr	0	1	1	0	18	18
Festival	English Fest. U. Silva Henríquez	Nov	0	1	1	0	150	150
Taller/clase	Ensayos Ballet Nacional de Chile BANCH	Dic	0	17	17	0	646	646
Premiación	Entrega premio comunidad mujer	Sep	0	1	1	0	188	188
Conversatorio	Escena Nacional: Dramaturgia práctica, la estructuración de la experiencia del performer	Ene	0	1	1	0	29	29
Conversatorio	Escena Nacional: Escenificación de la danza	Ene	0	1	1	0	20	20
Conversatorio	Escena Nacional: La actuación como una poética que contruye escena	Ene	0	1	1	0	24	24
Conversatorio	Escena Nacional: Nuevos procedimientos escénicos-dramatúrgicos	Ene	0	2	2	0	26	26
Conversatorio	Escena Nacional: Re-significando lo que entendemos por Teatro Político	Ene	0	1	1	0	16	16
Otro	Escuela de Rock (Balmaceda 1215)	Dic	0	1	1	0	124	124
Charla	Experiencias de educación artística en establecimientos educacionales	May	0	1	1	0	90	90
Feria	Exposición de arreglos realizados sobre repertorio original del saxofonista Alfredo Espinoza	May	0	1	1	0	60	60
Feria	Exposición Nórdico:diseño escandinavo	Nov	0	1	1	0	151	151
Feria	Feria artesano	Nov	0	4	4	0	2928	2928
Feria	Furia del Libro	Dic	0	4	4	0	10604	10604
Feria	Feria Vinilo Libre	May a Jul- Sep a Dic	0	8	8	0	5199	5199
Conferencia	FIDOCS - Conversatorio sobre Derechos Humanos	Nov	0	1	1	0	100	100
Conferencia	FIDOCS - Documentales desde el fin del mundo	Nov	0	1	1	0	16	16
Conferencia	FIDOCS - Inauguración	Nov	0	1	1	0	169	169
Conferencia	FIDOCS - Mapa filmico de un país: una realización colectiva ¿Cómo participar?	Nov	0	1	1	0	33	33
Conferencia	FIDOCS - Música en vivo Matías Cena	Nov	0	1	1	0	24	24
Foro	Cultura, trabajo y capitalismo. Festival Escena Obrera	May	0	1	1	0	49	49
Foro	Foro innovación agraria	Ago	0	1	1	0	202	202
Foro	Foro Latino Festival	Nov	0	3	3	0	246	246
Conferencia	Fox Latinoamerica - Chilemonos	May	0	1	1	0	33	33
Conferencia	Furia del libro/ Charla y exhibición de documental Solve et Coagula	Dic	0	1	1	0	30	30
Conferencia	Furia del libro/ De las políticas del libro al libro político	Dic	0	1	1	0	16	16
Conferencia	Furia del libro/ La recta provincia: de la realidad a la ficción	Dic	0	1	1	0	34	34
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento "el gato en el monte"	Dic	0	1	1	0	2	2
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento Crudeza Letrada	Dic	0	1	1	0	15	15
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento de no leas a los hermanos Grimm	Dic	0	1	1	0	7	7
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento Firmar Marchant, René Baeza	Dic	0	1	1	0	26	26
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento KPD: Historia social y memoria de una fábrica soviética en Chile.	Dic	0	1	1	0	10	10
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento Mis Ejemplos (lecturas Ed.)	Dic	0	1	1	0	29	29

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2016 (Continuación)

Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento poemario Vergel	Dic	0	1	1	0	37	37
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento Rojo de mis azules, de Eugenio Castillo	Dic	0	1	1	0	54	54
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento VARUA tomo 3 rapanui press	Dic	0	1	1	0	43	43
Lanzamiento	Furia del libro/ Lanzamiento y charla: Vivir entre lenguas	Dic	0	1	1	0	50	50
Lectura dramatizada	Furia del libro/ Lectura dramatizada: Margot Duhalde. Mujer con alas	Dic	0	1	1	0	15	15
Foro	Furia del libro/ Mesa de conversación editar historieta en Chile: Mitos y realidades	Dic	0	1	1	0	6	6
Foro	Furia del libro/ Mesa de conversación sexo y censura	Dic	0	1	1	0	20	20
Foro	Furia del libro/ Mesa de conversación, El libro como objeto de diseño.	Dic	0	1	1	0	34	34
Foro	Furia del libro/ Mesa de conversación: Distintos recuerdos distintos idiomas.	Dic	0	1	1	0	16	16
Foro	Furia del libro/ Mesa de conversación: Escritura y lectura.	Dic	0	1	1	0	15	15
Foro	Furia del libro/ Orgasmo. La primera banda del Punk chileno	Dic	0	1	1	0	40	40
Foro	Furia del libro/ Poesía situada: dialogo abierto con el escritor Jaime Pinos	Dic	0	1	1	0	13	13
Foro	Furia del libro/ Presentación del libro 7 veces lucero + versión original/ los libros de la mujer rota	Dic	0	1	1	0	19	19
Foro	Furia del libro/ Presentación del libro critico de Cristóbal Gaete	Dic	0	1	1	0	15	15
Foro	Furia del libro/ Presentación líneas de fuga / lenguas negras	Dic	0	1	1	0	7	7
Foro	Generación de conocimiento para la educación artística	May	0	1	1	0	57	57
Otro	Homenaje a la Mujer Rural	Oct	0	1	1	0	340	340
Otro	Homenaje a Tompkins	Abr	0	1	1	0	255	255
Inauguración	Inauguración exposición A la Chilena	Ago	0	1	1	0	182	182
Inauguración	Inauguración exposición Encuentros Objetuales	Jun	0	1	1	0	380	380
Inauguración	Inauguración Exposición Nórdico diseño escandinavo	Nov	0	1	1	0	185	185
Inauguración	Inauguración exposición Panorama: el valor de los animales	Mar	0	1	1	0	223	223
Inauguración	Inauguración exposición: Historia del Jazz en Chile	Jun	0	1	1	0	192	192
Inauguración	Inauguración Muestra Caminando del cielo a la tierra. Encuentro de culturas indígenas	Nov	0	1	1	0	100	100
Inauguración	Inauguración y panel principal: ¿Cómo garantizamos el Derecho a la cultura en la nueva constitución y las leyes?	Sep	0	1	1	0	229	229
Charla	Industria de la Distribución por Manuel García	Ago	0	1	1	0	126	126
Conferencia	Integración del 3D en entornos 2D en la Producción de Animación	Sep	0	1	1	0	195	195
Otro	Introducción y bienvenida Platea 16	Ene	0	1	1	0	164	164
Seminario	IV Encuentro de Creatividad en la ciudad - CityLab	Dic	0	1	1	0	150	150
Capacitación	Jornada de capacitación institucional Ministerio de Defensa	Ago	0	1	1	0	134	134
Seminario	Laboratorio escénico - Shakespeare hoy	Ene	0	3	3	0	94	94
Lanzamiento	Lanzamiento "Clásicos de la Miseria"- Furia del libro	Dic	0	1	1	0	49	49
Lanzamiento	Lanzamiento "Diez pájaros en mi ventana"- Furia del libro	Dic	0	1	1	0	47	47
Lanzamiento	Lanzamiento "El gato sin monte"	Dic	0	1	1	0	6	6
Lanzamiento	Lanzamiento colección "Dramaturgia Nueva" Chilenadedición	Ene	0	1	1	0	15	15
Lanzamiento	Lanzamiento concurso Funciona 2016	Sep	0	1	1	0	204	204
Lanzamiento	Lanzamiento Lecturas Dinamo 2016	Dic	0	1	1	0	10	10
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Sueño de una noche de verano"	Ene	0	1	1	0	56	56
Lanzamiento	Lanzamiento libro de Oscar Hahn "Poesía Fundamental"	Oct	0	1	1	0	66	66
Lanzamiento	Lanzamiento libro Ernesto Ottone "El segundo piso"	Jul	0	1	1	0	164	164
Lanzamiento	Lanzamiento libro Kokorocó	Abr	0	1	1	0	273	273
Lanzamiento	Lanzamiento libro Panorama: El valor de los animales	Abr	0	1	1	0	43	43
Lanzamiento	Lanzamiento Santiago a Mil	Sep	0	1	1	0	163	163
Lanzamiento	Lanzamiento Theresyn en Chile	Nov	0	1	1	0	32	32

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2016 (Continuación)

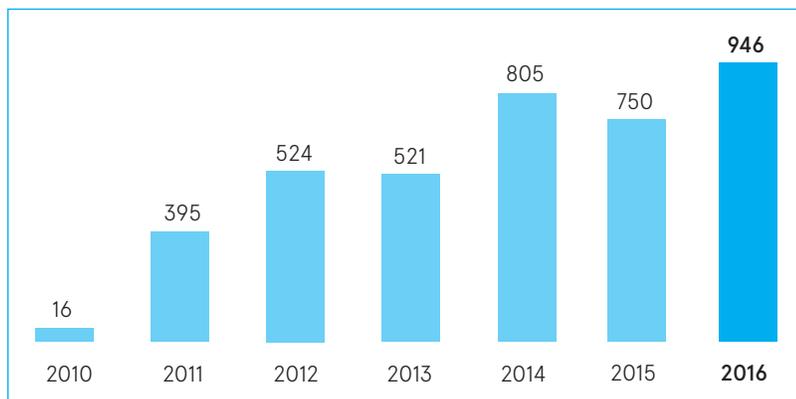
Conferencia	Latino Foto Latino 2016	Nov	0	3	3	0	246	246
Lectura dramatizada	Lectura ¿Cómo es que se llaman? - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	31	31
Lectura dramatizada	Lectura Arnoldo Dinamarca - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	53	53
Lectura dramatizada	Lectura Ausencias - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	50	50
Lectura dramatizada	Lectura Avenida El Dique - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	31	31
Lectura dramatizada	Lectura Carcinoma - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	58	58
Lectura dramatizada	Lectura de dramatizada "Polla Gol"	Oct	0	1	1	0	46	46
Lectura dramatizada	Lectura dramatizada "Ramal"	Oct	0	1	1	0	26	26
Lectura dramatizada	Lectura dramatizada "Sunga, mono drama para fisicoculturista en 7 posturas"	Oct	0	1	1	0	45	45
Lectura dramatizada	Lectura dramatizada "Naturaleza muerta o la controversia de Daniel"	Oct	0	1	1	0	39	39
Lectura dramatizada	Lectura Golpe, segunda parte y ¿final? - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	31	31
Lectura dramatizada	Lectura La Cuerpa - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	58	58
Lectura dramatizada	Lectura La larga noche en Edgardo muere - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	28	28
Lectura dramatizada	Lectura Re-Start - Santiago OFF	Ene	0	1	1	0	58	58
Lectura dramatizada	Lecturas Dínamo	Mar -Jun- Ago -Sep	0	13	13	0	340	340
Lectura dramatizada	Lecturas Teatros Ejemplares	Abr	0	3	3	0	158	158
Taller/clase	Master Class: "Hostal Morrison", de la mesa a Cartoon Network	May	1	0	1	7	156	163
Taller/clase	Master Class: "Puerto papel" una original serie de exportación	May	1	0	1	55	135	190
Taller/clase	Master Class: "The peanuts movie" del cómic a la pantalla grande	May	1	0	1	148	0	148
Taller/clase	Master Class: "Motivación Audiovisual: una aventura de cine"	Abr	0	1	1	0	18	18
Taller/clase	Master Class: Creación de lenguaje visual para directores	May	1	0	1	32	226	258
Taller/clase	Master Class: La historia detrás del éxito de "El libro de la vida"	May	1	0	1	228	0	228
Taller/clase	Master Class: Producción ejecutiva - Ánima Estudios	May	1	0	1	7	186	193
Taller/clase	Master Class: TV Pinguim, de Brasil al mundo	May	1	0	1	29	59	88
Conferencia	Mesa de conversación: perspectivas de la poesía contemporánea- FURIA DEL LIBRO	Dic	0	1	1	0	18	18
Conferencia	Métodos para el estudio de la guitarra Jazz	May	0	1	1	0	27	27
Congreso	MMUN Congreso Montessori Naciones Unidas	Abr	0	14	14	0	771	771
Conferencia	Nórdico: diseño escandinavo	Nov	0	1	1	0	42	42
Conferencia	Nuevas formas de difusión - Átomo Network - Chilemonos	May	1	0	1	31	0	31
Seminario	Panel I/ Derecho a la participación en la vida cultural ¿Cómo se concreta?	Sep	0	1	1	0	112	112
Seminario	Panel II/ Cultura y educación ¿cómo se garantiza el derecho a la cultura en el marco de la reforma?	Sep	0	1	1	0	69	69
Seminario	Panel III/ Derecho a la identidad cultural ¿Cómo se concreta?	Sep	0	1	1	0	83	83
Charla	Panel IV/ Derecho al Acceso y la Contribución a la vida cultural: ¿cómo colaboran las nuevas tecnologías y plataformas?	Sep	0	1	1	0	86	86
Charla	PITCH: Nuevas series de animación para Cartoon Network	May	0	1	1	0	126	126
Charla	PITCHINGS DOCUMENTAL	Ago	0	1	1	0	15	15
Charla	PITCHINGS FICCIÓN	Ago	0	2	2	0	20	20
Charla	Plataformas Digitales impartida por Yenny Chaverra	Ago	0	1	1	0	30	30

Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2016 (Continuación)

Otro	Populosaurio Programa capacitación para cabildos provinciales	Jul	0	1	1	0	100	100
Premiación	Premiación festival de cortos en gandes Balmanceda Arte Joven	Nov	0	1	1	0	161	161
Premiación	Premiación José Donoso	Nov	0	1	1	0	63	63
Premiación	Premiación y exposición de proyectos U. Mayor	Jun	0	2	2	0	440	440
Taller/clase	Presentación artística Coporación Cultural CCh.	Jun	0	1	1	0	81	81
Lanzamiento	Presentación de libro y documental A la Sombra	Dic	0	1	1	0	55	55
Lanzamiento	Presentación de works in progress de Co-producciones internacionales - Platea 16	Ene	0	1	1	0	95	95
Presentación	Presentación libro Ricardo Lagos	Abr	0	1	1	0	296	296
Seminario	Primer Congreso Multidisciplinario de Patrimonio Alimentario	Sep	0	4	4	0	242	242
Otro	Principios de Programación Aplicados a Efectos Visuales Utilizando Sidefx Houdini	May	0	1	1	0	159	159
Clase/taller	Programa de entrenamiento de danza	Jun a Nov	71	0	71	1873	0	1873
Clase/taller	Programa intensivo de crítica escénica - Laboratorio escénico	May a Ago	0	10	10	0	129	129
Clase/taller	Programa intensivo de gestión escénica - Laboratorio Escénico	Ene	0	12	12	0	177	177
Otro	Programación para Producciones Cinematográficas para la reducción de tiempos de producción	Sep	0	1	1	0	129	129
Otro	Realidad Virtual: Tendencias Actuales y Futuras	Sep	0	1	1	0	107	107
Foro	Redes de colaboración para la educación artística	May	0	1	1	0	107	107
Foro	Reel day - Chilemonos	May	0	2	2	0	63	63
Otro	Reunión y cóctel programadores Platea 16	Ene	0	1	1	0	138	138
Seminario	Seminario 60 años Colegio de periodistas	Jul	0	13	13	0	1130	1130
Seminario	Seminario biotecnología e innovación	Nov	0	1	1	0	224	224
Seminario	Seminario Chile Territorio Creativo	Dic	0	2	2	0	323	323
Seminario	Seminario consulta indígena en el SEIA, Desarrollo y desafíos de su implementación	Dic	0	2	2	0	181	181
Seminario	Seminario de Artesanías	Jun	0	2	2	0	270	270
Seminario	Seminario de Educación CNCA	Nov	0	1	1	0	85	85
Seminario	Seminario de patrimonio de los pueblos originarios	Jul	0	2	2	0	89	89
Seminario	Seminario desastres naturales	Ago	0	1	1	0	182	182
Seminario	Seminario Internacional de sitios de Memoria y DDHH	Dic	0	1	1	0	60	60
Seminario	Seminario ONU mujeres	Nov	0	1	1	0	99	99
Seminario	Seminario sobre la infancia	Ago	0	1	1	0	181	181
Seminario	Seminario Sonido Robert Scovill	Jul	0	1	1	0	256	256
Seminario	Simposio, salud y territorio	Nov	0	1	1	0	208	208
Foro	Storytelling a partir del personaje y su interacción con la cámara	Sep	0	1	1	0	196	196
Clase/taller	Taller introducción a Theremin - Tercer Festival Internacinal de Theremin	Nov	0	1	1	0	78	78
Clase/taller	Taller logística en terreno: del cine de garage a la superproducción	Abr	0	2	2	0	44	44
Charla	Tribeca Film Institute	Ago	0	1	1	0	59	59
Seminario	Uso Avanzado de "Thinking Particles" en Producciones Cinematográficas	Sep	0	1	1	0	132	132
Intervención	Voces Adentro	Sep	0	1	1	0	0	0
Taller/clase	Workshop: Dirección de series de TV: De la idea a la Biblia	May	1		1	13	0	13
Taller/clase	Workshop: Dirección de series de TV: Del concepto a la historia	May	0	1	1	0	9	9
Total			80	361	441	2.423	42.765	45.188

10. ACTIVIDADES DE FORMACIÓN Y DESARROLLO DE AUDIENCIAS

Gráfico 33. Actividades de formación de audiencias según año. Período 2010 – 2016



Durante el año 2016 se realizaron 946 actividades para la formación y desarrollo de audiencias, cifra mayor en un 26,1% a la alcanzada el 2015. Siendo este año, el que registra mayor número de actividades y así también de beneficiarios desde la apertura de GAM.

Las actividades de Audiencias buscan facilitar el acceso a aquellos sectores de la población que tienen bajo acceso a la cultura ya sea por brechas económicas, sociales, simbólicas, etarias, geográficas, y consisten en actividades formativas y de apreciación artística principalmente.

Del total de actividades de audiencias del 2016, 233 fueron desarrolladas por la Unidad de Educación, 360 por la Unidad de Mediación, 304 por BiblioGAM y 49 por la Unidad de Públicos.

Al analizar los datos a lo largo del año, es posible establecer un promedio mensual de 79 actividades de audiencias, siendo el mes de octubre el que concentra mayor cantidad de actividades.¹³

Gráfico 34. Actividades de Audiencias según unidad – 2016

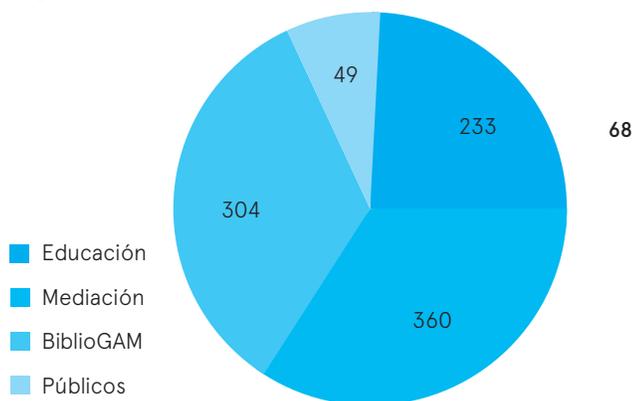
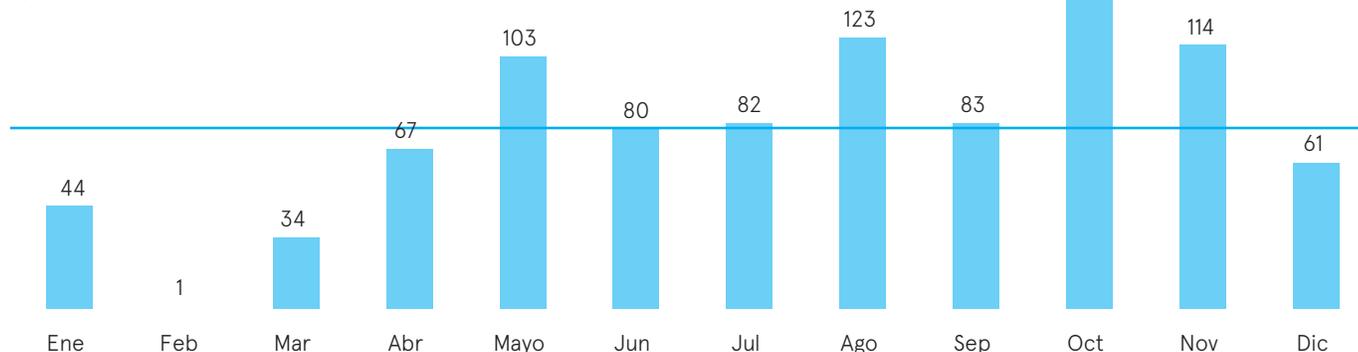


Gráfico 35. Actividades de Audiencias según mes – 2016

79 Promedio mensual



13. En el mes de octubre se registró un mayor número de actividades y así también de beneficiarios, debido a la realización de tres grandes proyectos: Expoyoga, Feria Santiago Estilo y Diseño SED, y el Encuentro Empresa Estado y Sociedad Civil, este último contempló la Feria laboral inclusiva.

Gráfico 36. Asistencia a las actividades de Audiencias según año. Período 2010 – 2016

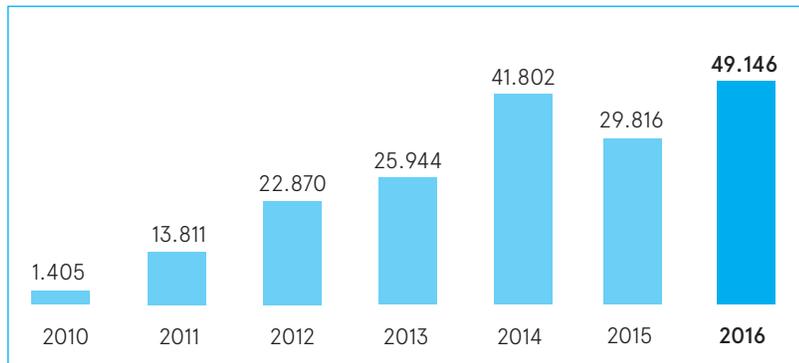
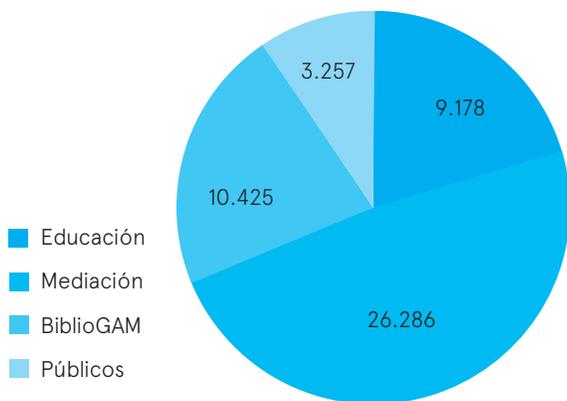


Gráfico 37. Beneficiarios de las actividades de formación de audiencias según unidad – 2016



Se registraron 49.146 asistencias a las actividades de audiencias, cifra que representa un incremento significativo del un 64,8% en el número de asistencias respecto al año anterior.

Tal como se mencionó anteriormente, el 2016 es el año en que más asistencias de beneficiarios de actividades de audiencias se registran en la historia de GAM.

69

Del total de asistencias, 9.178 corresponden a las actividades desarrolladas por la Unidad de Educación, 26.286 a las actividades de la Unidad de Mediación, 10.425 a las actividades de BiblioGAM, y 3.257 a actividades de la Unidad de Públicos.

A lo largo del año es posible establecer un promedio mensual de 4.096 asistencias a las actividades de audiencias. Octubre se destaca como el mes con el mayor número de asistencias.

Gráfico 38. Asistencia a actividades de Audiencias según mes – 2016

4.096 Promedio mensual

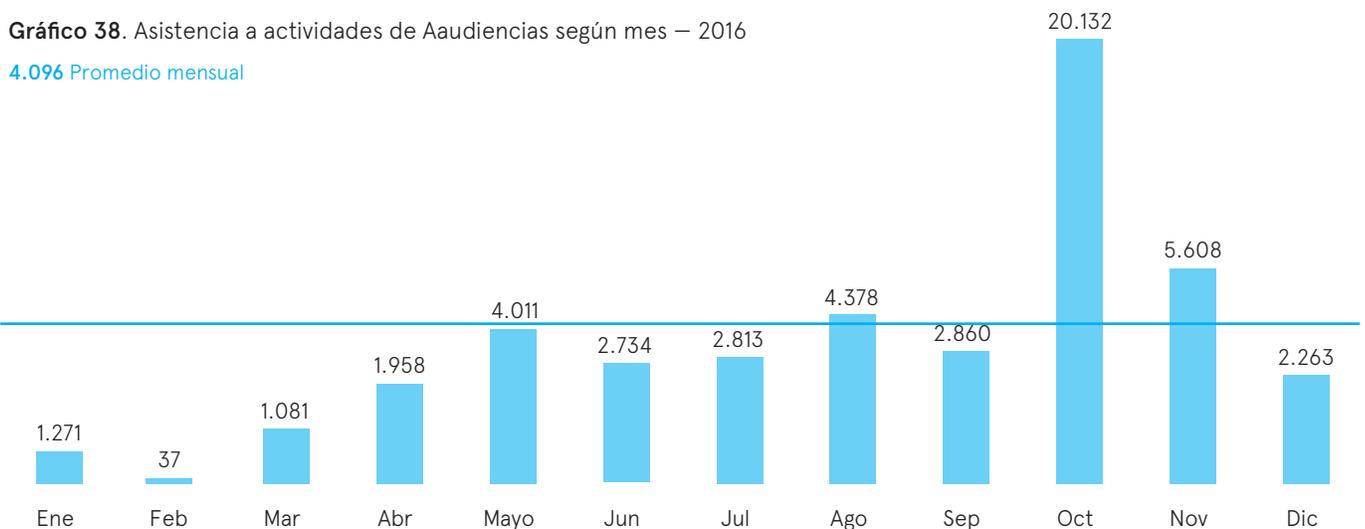


Tabla 14. Actividades de la Unidad de Educación según tipo de beneficiarios, período, n° de sesiones y n° de asistencias – 2016

Actividad	Tipo de beneficiario	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
Actividad educativa: Hacia los 100 años del Jazz en Chile	Escolares	Ago	5	249
Capacitación Explora Norte - Estrellita de la ciencias	Profesores	Ago	2	48
Concierto Audiovisual Inclusivo	Escolares	Jun	0	119
Concierto Educativo - U. de Chile	Escolares	May - Jun	2	366
Concierto Educativo - U. de Chile	Escolares	Ago - Nov	3	648
Concierto Educativo FOJI	Escolares	Abr	1	225
Concierto Educativo UAH	Escolares /General	May - Jul - Sep - Oct - Nov	5	712
Coro de Profesores Voces GAM - Presentación	Profesores	Jul - Sep	2	130
Coro de Profesores Voces GAM	Profesores	Ene a Dic	48	837
Encuentro estudiantil CityLab - Presentación Fetyc/ jóvenes críticos	Escolares	Nov	1	254
Feria Estrellitas de la Ciencia	Escolares	Nov	1	928
Festival de Teatro PAR Explora Sur Poniente	Escolares	Nov	1	112
FETyC - Capacitación	Escolares	Jul - Ago - Sep	3	125
FETyC - Ensayo	Escolares	Ocy - Nov - Dic	4	281
FETyC - Función	Escolares	Dic	1	67
FETyC - Monitoreo en terreno	Escolares	Jul a Dic	33	293
FETyC 2016 - Actividad con Directores	Escolares	Dic	1	14
FETyC 2016 - Actividad de Cierre	Escolares	Jun	1	30
FETyC 2016 - Capacitación	Escolares	Jun	2	120
FETyC 2016 - Reunión profesores	Escolares	Jun	1	4
Función educativa Acercando al Universo Charla TEDatral	Escolares	Jul	1	25
Función El corazón del gigante egoísta	Escolares	Jun	1	43
Función Jimmy Button - FDNR	Escolares	Oct	1	138
Función La Araucana - FNDR	Escolares	Nov	1	232
Función La Viuda de Apablaza	Escolares	Ago	1	128
Función Lamedero	Escolares	Oct	1	16
Función Lamedero - FDNR	Escolares	Oct	1	64
Función Lurciénmagas	Pre - Escolares	Jul	1	16
Función TUM - FNDR	Escolares	Nov	2	69
Inauguración Exposición Biomimética - Explora	General	Jul	1	36
IV Feria Regional de Educación para el Desarrollo Sustentable	Escolares	Nov	1	710
Jóvenes Críticos	Jóvenes	Ene a Dic	46	331
Jóvenes Críticos - Grabación de Podcast	Jóvenes	May - Ago - Sep - Oct - Nov - Dic	6	22
Jóvenes Críticos- Escuela de Invierno	Jóvenes	Jul	1	18
Sala Didáctica	Pre- Escolares	Abr - May - Jun - Ago - Sep - Oct - Nov - Dic	24	932
Sala Didáctica - Escuela de Invierno	Familiar	Jul	3	67
Sala didáctica- Escuela de verano	Familiar	Ene	2	80
Taller de ciencias para profesores FETyC	Profesores	May	1	29
Taller de dirección teatral para profesores FETyC	Profesores	May	1	27
Taller de teatro para para profesores - Escuela de verano	Jóvenes	Ene	3	151
Taller docente Teatro de Ocasión	Profesores	Jun	4	74
Taller para docentes - Escuela de Invierno	Profesores	Jul	1	8
Cuenta Cuentos Inclusivos	Escolares	Ago	8	316
Función Algernón	Jóvenes	Mar	1	30
Función Happy End	Profesores	Mar	0	10
FETyC 2016 - Sesión de Fotos	Escolares	Nov	3	44
Total			233	9.178

Tabla 15. Actividades de la Unidad de Mediación según tipo de beneficiarios, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2016

Actividades	Tipo de beneficiario	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
Actividad coordinación Feria Inclusión Laboral	General	Oct	1	50
Actividad de cierre Talleres Adulto Mayor (Mediación)	General	Dic	1	230
Actividad Participación Hapto y USS	PeSD	Jun	1	7
AIEP Certificación de trabajo Proyecto SED	Jóvenes	Nov	1	80
Café literario Rostros Nuevos	PeSD	Nov	1	122
Capacitación Recorridos HAPTO en Biblioteca Nacional	General	Oct	1	60
Celebración Fiesta patrias talleres de adulto mayor	Adulto mayor	Sep	1	90
Charla investigación y envejecimiento	Adulto mayor	Jul	1	55
Ciclo Cine chileno inclusivo – Dawson, Isla 10	General	Dic	1	22
Ciclo cine y vejez	Adulto mayor	Ago – Sep	4	510
Clase de Tango en GAM	General	Nov	1	90
Concierto Audiovisual Inclusivo	General	Jun	1	104
Concierto Proyecto TárabusT	General	Dic	2	51
Documental Yes we Fuck – INCLUYE	General	Jun	2	133
Encuentro de iniciativas artísticas y culturales del Adulto Mayor	Adulto mayor	Oct	1	81
Encuentro Empresa Estado y Sociedad Civil – Conversatorios	General	Oct	9	780
Encuentro Empresa Estado y Sociedad Civil – Feria Laboral Inclusiva	General	Oct	1	2000
Encuentro INCLUYE Conversatorio	General	Jun	4	250
Ensayo abierto Happy End	Adulto mayor	Mar	1	35
Ensayo abierto Likán, sabiduría de un bebé	Familiar	Jul	1	105
Ensayo abierto Migrante	General	May	1	18
Ensayo abierto Ricardo III	Jóvenes	Mar	1	22
Escuela de Invierno – Taller StopMotion	Adulto mayor	Jul	3	24
Escuela de Invierno – Taller Video clip Crearlab	Jóvenes	Jul	5	203
Escuela de Mediación GAM, herramientas para futuros mediadores y talleristas – Escuela de verano	Jóvenes	Ene	3	40
Experiencia HAPTO	Escolares /General	Abr – Jun – Sep – Oct	8	188
Experiencia HAPTO día del patrimonio	General	May	1	30
EXPOYOGA – Clases	General	Oct	43	3476
EXPOYOGA – Feria	General	Oct	2	4800
EXPOYOGA – Musica de la india en vivo	General	Oct	1	158
Feria SED	General	Oct	13	1880
Feria SED – Stands y Exposición	General	Oct	1	4600
Función Danza contra el tiempo	Adulto mayor	Abr	1	20
Jornada Cultural FNDR – Mediaciones Hápticas	General	Nov	9	677
Jornada de trabajo Hapto familiar	Familiar /PeSD	Ene	2	4
Jornada de trabajo Jóvenes productores	Jóvenes	Ene	2	12
Jóvenes productores CrearLAB	Jóvenes	Jun	1	6
Jóvenes productores	Jóvenes	Ene – Dic	45	573
Jóvenes productores – ICTUS función	Jóvenes	Sep	1	12
jovenes productores – Reunion SED	Jóvenes	May – Jun	5	30
Libros día del patrimonio	General	May	1	70
Mediación Panorama: el valor de los animales	General	May	3	120
Muestra del taller de CrearLab	Jóvenes	Ago – Sep	1	44
ONU mujer – Firma convenio USS	Jóvenes	Nov	1	80
Presentación Coro Adulto Mayor – Café literario Rostros Nuevos	Adulto mayor	Nov	1	27
Presentación Coro Adulto mayor – Encuentro organizaciones culturales	Adulto mayor	Oct	1	27

Tabla 15. Actividades de la Unidad de Mediación según tipo de beneficiarios, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2016 (Continuación)

Presentación Residencia Nido Textil y Coro de Voces GAM	General	Sep	1	85
Presentación Taller Coro en Lengua de señas - INCLUYE	General	Jun	1	234
Residencia Colaborativa Nido Textil	General	Sep - Oct	19	388
Residencia Colaborativa Nido Textil CONVERSATORIO	General	Ago - Sep	2	21
Reunión ampliada equipo ejecutor FONAPI	General	Nov	1	16
Reunión de evaluación Encuentro INCLUYE 2016	Adulto mayor	Jul	1	12
Reunión de trabajo Encuentro INCLUYE	Jóvenes	Ene	1	19
Reunion Expo Yoga	General / PeSD	Jun	1	5
Seminario de Arte Terapia	Adulto mayor	Sep	1	99
Taller Coro en lengua de señas - INCLUYE	Adulto mayor	Jun	6	184
Taller de Coro Adulto Mayor	Adulto mayor	Jul a Dic	25	630
Taller de crítica de cine, Jóvenes productores - Escuela de verano	General / PeSD	Ene	4	226
Taller de Danza - INCLUYE	General / PeSD	Abr	3	77
Taller de Danza Adulto mayor	Familiar	Abr a Dic	37	893
Taller de danza adulto mayor - actividad participativa	General / PeSD	May	1	22
Taller de Dramaturgia y Radioteatro	General / PeSD	Ene a Dic	45	956
Taller de estimulación sonora Proyecto TárabusT	General	Dic	3	53
Taller de gráfica - INCLUYE	General / PeSD	May	3	62
Taller de la gargola Día del patrimonio	Adulto mayor	May	1	50
Taller de música INCLUYE	General	May	3	92
Taller de teatro INCLUYE	Público general	Abr	3	83
Taller Introducción a las teorías de género y feminismo	Público general	May	1	20
Taller Introducción al Arte Contemporáneo - INCLUYE	Público general	Abr	3	50
Visionado taller de STOP MOTION	Familiar	Ago	1	8
Visita técnica Biblioteca Nacional	Público general	Sep	1	5
Total			360	26.286

72

Tabla 16. Actividades de BiblioGAM según tipo de beneficiario, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2016

Actividades	Tipo de Beneficiario	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
Biodanza	Adulto mayor	Abr a Dic	28	371
Cierre actividades Club Adulto Mayor GAM	Adulto mayor	Dic	1	44
Coloquio Isidora aguirre	General	Jun	1	22
Concierto de Jazz "Banda Quilín"	General	Oct	1	86
Concierto Peces Sexteto	General	Oct	1	58
Conversatorio con Christopher Domínguez Michael	General	Nov	1	16
Cuentacuentos Compañía "Maleta Imaginaria"	Familiar	Nov	1	29
Documental "Fragmentos del paraíso"	General	Nov	1	34
Ensayo abierto El Embajador	General	May	1	145
Ensayo abierto Happy End	General	Mar	0	23
Ensayo abierto Ricardo III	Adulto mayor	Mar	0	16
Función La Viuda de Apablaza	General	Ago	0	148
Gimnasia terapéutica	Adulto mayor	Abr a Dic	77	2508
Inauguración exposición "Ikebana"	General	Nov	1	87
Inauguración exposición Archivo Isidora Aguirre	General	May	1	135
Inauguración exposición Iglesia de la Vera Cruz	General	Sep	1	35
Inauguración exposición "Manos Libres"	General	Abr	1	130

Tabla 16. Actividades de BiblioGAM según tipo de beneficiario, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2016 (Continuación)

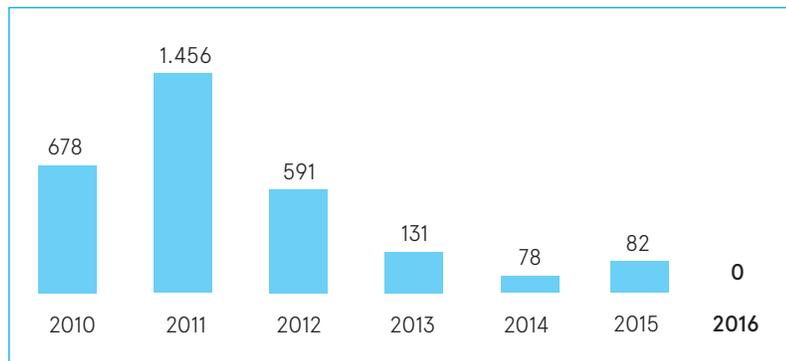
Lanzamiento Casa-Museo Alberto Baeriswyl (CAB)	General	Oct	1	87
Lectura infantil "Sapito" en FILIJ	Familiar	May	2	108
Muestra de talleres Club Adulto Mayor (biblioGAM)	Adulto mayor	Dic	1	203
Presentación de libro "En las intermitencias me quedo" de Schlomit Baytelman	General	Ago	1	130
Presentación del libro "Cerámica Artística de Lota" 1936-1952	General	Dic	1	75
Presentación del libro "Corazón de melón", de Joyce Curbis	General	Dic	1	82
Presentación del libro "Karichen", de Alejandra Doepking	General	Dic	1	58
Presentación libro "Azul" de José Murillo y Marcela Peña	General	Sep	1	140
Presentación libro "Ver bajo el agua" de María Elena Sarmiento	General	Sep	1	127
Presentación libro Justicia, editorial Ventana Abierta	General	Jun	1	200
Presentación libro La vida es una nube azul, Elicura Chihuailaf	General	Jul	1	340
Presentación libro Niños héroes, de Diego Zúñiga	General	Jul	1	138
Presentación libro Poesía completa de Pedro Lastra	General	May	1	210
Reunión Club del adulto mayor	Adulto mayor	Mar a Dic	20	668
Reunión vecinos Lastarria	Vecinos	Mar	1	10
Sábado en familia Cuenta cuentos del campo chileno	Familiar	Sep	1	19
Sábados en familia Espejitos del Japón	Familiar	Mar	1	22
Seminario "100 años del antipoeta"	General	Mar	1	123
Seminario arte textil mapuche	General	May	1	58
Taller Agua para niños - Escuela de verano	Familiar	Ene	4	124
Taller Celebrando a Cervantes	Familiar	Ago - Oct	6	141
Taller Conociendo a los pueblos originarios	Adulto mayor	Oct	4	104
Taller Crítica de cine	General	Abr - May - Jun - Jul	13	133
Taller de escritura creativa "De la raíz a la flor"	Adulto mayor	Ago a Dic	11	191
Taller de lectura "El Azar"	General	Oct - Nov - Dic	9	54
Taller de lectura para el adulto mayor	Adulto mayor	Ene - May - Jun - Ago - Oct - Nov - Dic	38	1605
Taller de manga	Jóvenes	May - Nov	6	79
Taller de manualidades japonesas - Kirigami	Familiar	Mar	1	22
Taller de manualidades japonesas - caligrafía	Familiar /General	May - Nov	2	41
Taller de manualidades japonesas - Chigiri-e	Familiar	Nov	2	52
Taller de manualidades japonesas - kamishibai	Familiar/ general	May - Nov	2	37
Taller de manualidades japonesas - Origami	Familiar	Mar - May	2	36
Taller esperando el we Tripantu en familia	Familiar	Jun	4	85
Taller lectura Shakespeare: 400 años	General	Abr - May - Jun - Jul	13	110
Taller Poesía Japonesa	Adulto mayor	Jul - Ago	8	167
Taller Shakespeare en familia	Familiar	Abr	4	142
Visita guiada Establecimientos Educativos	Escolares	Mar - Abr - May -Ago - Sep - Oct - Nov	10	260
Taller de Apreciación artística para niños - Escuela de verano	Familiar	Ene	4	199
Taller de arte y lectura en familia - Escuela de invierno	Familiar	Jul	5	158
Total			304	10.425

Tabla 17. Actividades de la Unidad de Públicos según tipo de beneficiarios, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2016

Actividades	Beneficiarios	Período	N° de sesiones	N° de asistencias
Capoeira Abadá	General	Jul - May	8	25
Clase abierta de patín en línea - Día del Patrimonio	General	May	1	20
Clase abierta de Swing	General	Ago	1	200
Clases de salsa - LEC Latido en Clave	General	Mar - Sep	21	1916
Club de espectadores	General	Nov	1	8
Guitarras y sonrisas	General	Abr a Ago	7	39
Jornada de adopción de mascotas	General	May - Dic	2	800
Reunión participativa ciudadana MOP	Vecinos	Feb	1	37
Taller de Caporales reales brillantes	General	Dic	2	24
Visitas guiadas Museos de medianoche	General	Nov	5	188
Total			10	5.565

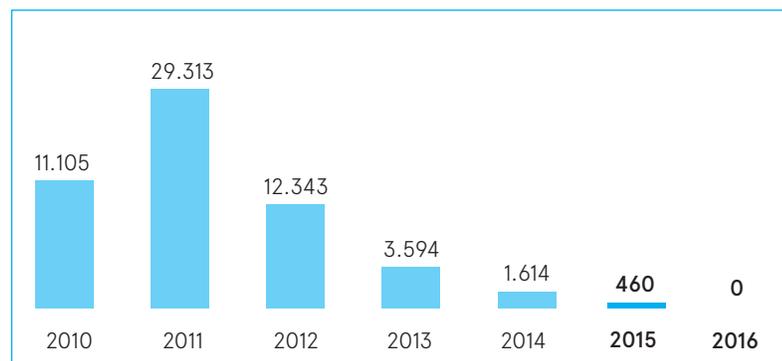
11. VISITAS GUIADAS

Gráfico 39. Visitas guiadas. Periodo 2010 – 2016



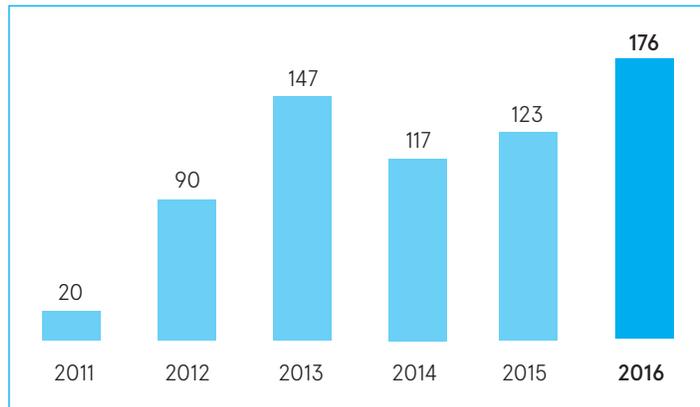
Durante el año 2016 de manera excepcional no se realizaron visitas guiadas.

Gráfico 40. Beneficiarios de visitas guiadas según año. Periodo 2010 – 2016



12. PROGRAMACIÓN COMERCIAL

Gráfico 43. Actividades de programación comercial según año. Período 2011 – 2016



Durante el año 2016, se realizaron 176 actividades y/o sesiones de programación comercial, consistentes en arriendos de distintos espacios de GAM. En relación al año 2015, se observa un incremento del 43,1% 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 – 2016

15 Promedio mensual

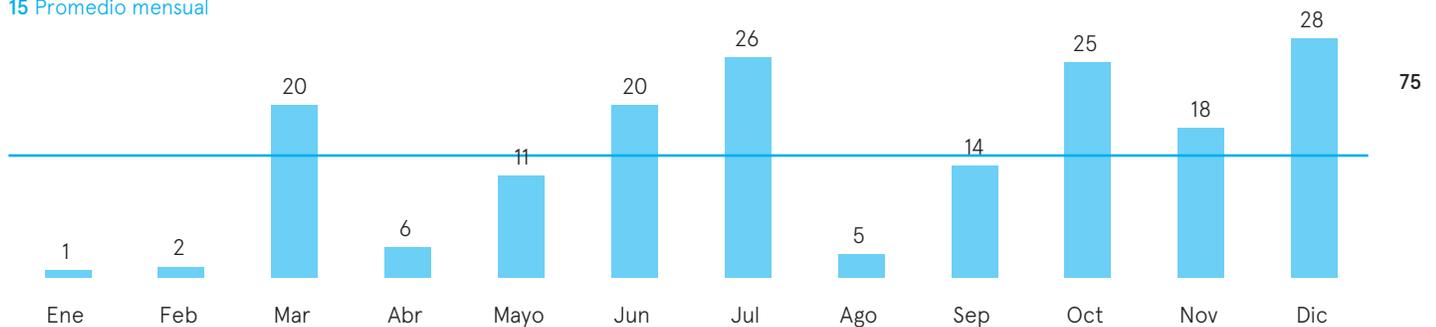
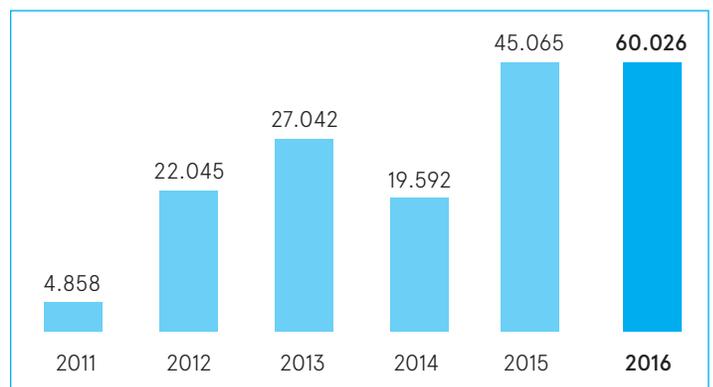


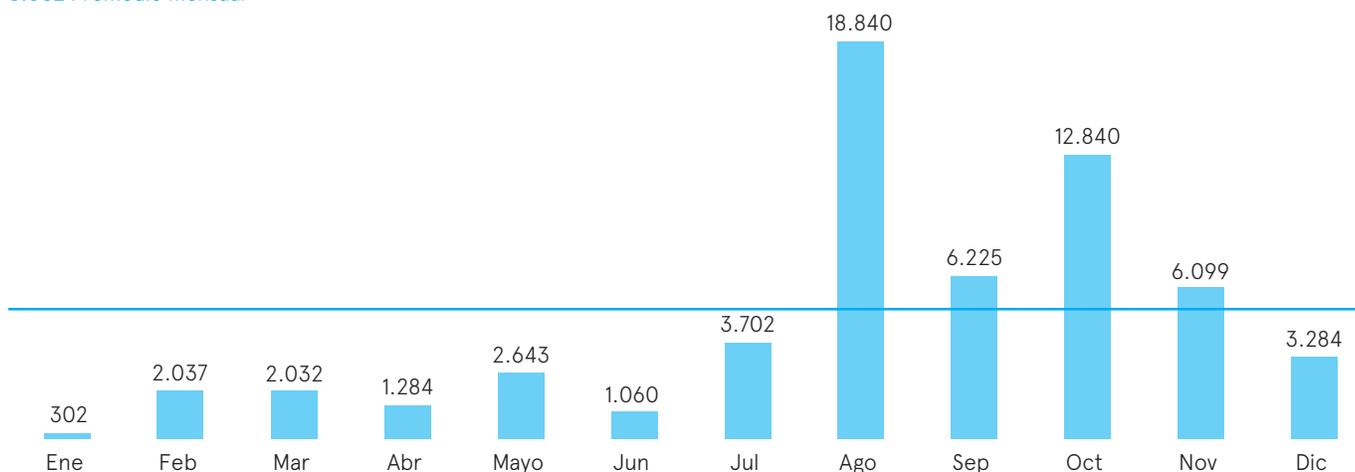
Gráfico 45. Público de las actividades de programación comercial según año. Período 2011 – 2016



A dichas actividades asistió un público total de 60.026 personas, cifra superior en un 33,2% respecto del año anterior.

Gráfico 46. Público de las actividades de programación comercial según mes – 2016

5.002 Promedio mensual



Al observar las cifras de público según mes, se puede determinar un promedio de 5.002 asistentes mensuales a actividades de la programación comercial.

A continuación se detallan las actividades del área de programación comercial:

Tabla 19. Arriendos de espacios según tipo, fecha, n° de sesiones y público – 2016

Tipo	Nombre actividad	Fecha	N° Sesiones	Público
Otro	MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS - Seminario lanzamiento Agenda Papel del MOP	Ene	1	302
Función	Municipalidad de Maipú - Función RadioTanda GAM	Feb	1	2000
Reunión	Ministerio de Obras Públicas - Reunión de participación ciudadana	Feb	1	37
Otro	HyB Producciones - Tomas fotográficas catálogo internacional CAMEL ACTIVE	Mar	1	25
Función	Banco Central - Función La Extranjera	Mar	1	85
Lanzamiento	Productora Aterrizaje - Lanzamiento Chilecompras	Mar	1	220
Función	Grupo Dial - Sesiones Zero	Mar	1	210
Seminario	OCDE Laboratorio de Gobierno - Seminario de Innovación Pública	Mar	16	1492
Taller	Offite ts - TEAM FOODS CHILE	Abr	1	50
Conmemoración	Homenaje a Douglas Tompkins - ORG. MEDIOAMBIENTALES	Abr	1	70
Otro	Feria Vinilo - PORFIADOS HECHOS	Abr	1	255
Lanzamiento	Lanzamiento libro Kokorocó - EDITORIAL HUEDERS	Abr	1	268
Lanzamiento	Presentación libro Tu Constitución - RICARDO LAGOS	Abr	1	296
Conferencia	Charla Premio Nóbel Mario Vargas Llosas - RANDOM HOUSE	Abr	1	345
Conferencia	MOP DIRECCIÓN DE ARQUITECTURA - Encuentro de Directores Regionales	May	1	25
Feria	PORFIADOS HECHOS PROD. - Feria Vinilo	May	1	1619
Conferencia	CONCORDE CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN - Cuenta pública	May	1	236
Premiación	SCOTIABANK - Premio Avance de la mujer	May	1	140
Función	GRUPO DIAL - Sesiones Zero	May	1	264
Charla	CITY LAB - CityLab íntimo Mon Laferte	May	1	93
Lanzamiento	BANCO SANTANDER - Lanzamiento campaña comercial	May	1	266
Exposición	CHILECTRA - Exposición Fotográfica Santiagp en Matemorfosis	May	4	-
Exposición	CHILECTRA - Exposición fotográfica Santiago en metamorfosis	Jun	13	-
Premiación	U. MAYOR - Premiación y exposicón de proyectos	Jun	2	440
Otro	SERVEL - Primarias municipales	Jun	1	-

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

Conferencia	SERVEL - Conferencia de prensa primarias municipales	Jun	1	24
Presentación	CORP. CULTURAL CChC - Presentación privada	Jun	1	81
Charla	CITYLAB - CityLab íntimo	Jun	1	35
Feria	PORFIADOS CHILE - Feria Vinilo	Jun	1	480
Función	GRUPO DIAL / Sesiones Zero	Jul	1	186
Seminario	COLEGIO DE PERIODISTAS / Seminario internacional 60 años	Jul	8	1266
Ensayo	CORPORACIÓN CULTURAL UNIV.de CONCEPCIÓN/ Ensayo solista Opera Elixir de Amor	Jul	5	50
Seminario	VGL Spa SISTEMAS DE AUDIO / SEMINARIO ROBERT SCOVILL	Jul	1	256
Festival	INST.HEMISFÉRICO de PERFORMANCE y POLÍTICA / EX-CÉNTRICO - Encuentro Hemisférico	Jul	8	1200
Lanzamiento	LANZAMIENTO LIBRO "EL SEGUNDO PISO" de H. OTTONE	Jul	1	164
Grabación de comercial	AMERICAN CINE/ Grabación comercial Coca Cola	Jul	1	80
Feria	PORFIADOS HECHOS PROD. / feria Vinilo	Jul	1	500
Exposición	KRANEO - Art Stgo	Ago	2	18000
Seminario	CONCORDE - Seminario de desastres naturales	Ago	1	182
Capacitación	MINISTERIO DE DEFENSA - Jornada de capacitación institucional	Ago	1	134
Seminario	CAPITAL - Foro de innovación agraria	Ago	1	202
Conferencia	CityLab con IÑIGO PIRFANO LAGUNA	Sep	1	37
Feria	FERIA DE VINILO	Sep	1	500
Otro	Entrega de kits para la Corrida Global Energy Race IDEAL	Sep	2	4000
Premiación	ENTREGA PREMIO COMUNIDAD MUJER 2016	Sep	1	188
Seminario	Seminario 2016 - SIGGRAPH	Sep	6	924
Función	FUNCIÓN CERRADA LA VIUDAD DE APABLAZA	Sep	1	116
Función	Sesiones ZERO	Sep	1	256
Lanzamiento	LANZAMIENTO CONCURSO FUNCIONA! 2016	Sep	1	204
Feria	FERIA de INCLUSIÓN LABORAL para personas con Discapacidad - FUNDACIÓN RONDA	Oct	10	2780
Feria	EXPOYOGA	Oct	2	8434
Otro	HOMENAJE A LA MUJER RURAL	Oct	1	350
Reunión	REUNIÓN INFORMATIVA AUTORIDADES - Servel	Oct	1	2
Reunión	REUNIÓN INFORMATIVA PRENSA - Servel	Oct	1	19
Reunión	CÓCTEL ANIVERSARIO - Fiscalía Nacional	Oct	2	290
Otro	ELECCIONES MUNICIPALES 2016 - Servel	Oct	1	100
Seminario	SEMINARIO CNCA	Oct	5	75
Seminario	SEMINARIO de EDUCACIÓN 2016 - CORPORACIÓN VERTEBRAL	Oct	1	190
Feria	FERIA DE VINILO - PORFIADOS HECHOS PROD.	Oct	1	600
Función	Sesiones Zero	Nov	1	258
Feria	Feria regional de Educación para el Desarrollo Sustentable	Nov	1	267
Otro	Cierre Programa de Vida Independiente - VE GLOBAL	Nov	1	70
Feria	Feria EQUIFAZ "Chao deudas"	Nov	2	2000
Seminario	Seminario BIOTECNOLOGÍA e INNOVACIÓN	Nov	1	224
Lanzamiento	Presentación 1° capítulo serie CAMBIO CLIMÁTICO	Nov	1	154
Seminario	4° Conferencia Intern.de Cultura Científica - Universidad Andrés Bello	Nov	2	1124
Seminario	Seminario ONU Mujeres, Igualdad de género en Chile	Nov	1	99
Premiación	Premiación Innovatón - Teletón	Nov	1	300
Conferencia	CityLab Escolar	Nov	1	254
Seminario	Seminario CNCA	Nov	1	85
Festival	Latino Foto Festival	Nov	2	402
Feria	Feria Vinilo	Nov	1	600
Premiación	Premiación concurso Arte y DDHH - INDH	Nov	1	209
Lanzamiento	Lanzamiento concurso de iluminación - SCHRÉDER CHILE S.A.	Nov	1	53
Clases	BALLET NACIONAL DE CHILE. Ensayos	Dic	16	646

Conferencia	Economía Creativa y Educación. INSTITUTO ARCOS	Dic	2	355
Función	Sesiones ZERO	Dic	1	172
Conferencia	Charla interna de Planificación Estratégica	Dic	1	60
Conferencia	Seminario Internacional Red de Sitios de Memoria, RM	Dic	1	110
Conferencia	CITY LAB 2016	Dic	1	150
Otro	Concurso ALMACENES DE CHILE	Dic	1	270
Conferencia	Seminario CONSULTA INDÍGENA EN EL SEIA, DESARROLLO Y DESAFÍOS DE SU IMPLEMENTACIÓN	Dic	1	181
Feria	FERIA DE VINILO	Dic	2	1000
Feria	Cuentas Claras – Ministerio de Energía	Dic	1	190
Feria	HACKATHÓN. Aplicaciones celulares App	Dic	1	150
Total			176	60.026

SISTEMAS DE CONTEO

A continuación se detalla la descripción de cada categoría junto a su respectivo sistemas de conteo de público:

1. Visitas al edificio: Se entienden todas las visitas a GAM, contabilizando cada vez que una persona ingresa por alguno de sus accesos: Plaza Central Alameda, Plaza Poniente calle José Ramón Gutierrez o feria de antigüedades y Plaza Oriente. 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, 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 y musicales en salas: Funciones de artes escénicas y musicales realizadas en las salas de GAM: Sala A1, Sala A2, Sala Negra 1, Sala Negra 2, Sala Blanca 1 y Sala Blanca 2.

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. Además se contabilizan los ingresos a sala sin ticket, los que reporta en detalle la Unidad de Públicos.

3. Programación de artes escénicas y musicales en otros espacios: Funciones de artes escénicas que se realizan en otros espacios diferentes a las salas, por lo general en las plazas, Hall A, Hall B, Foyer Zócalo y Foyer Oriente.

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: Corresponde a proyecciones audiovisuales, por lo general en el marco de festivales.

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: Exposiciones en la Sala de Artes Visuales, y el conteo de visitas diarias a éstas. No se consideran las actividades realizadas en este espacio.

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: Exposiciones en la Sala de Arte Popular, y el conteo de visitas diarias. No se consideran las actividades realizadas en este espacio.

Contempla 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: Exposiciones realizadas fuera de las salas de exposición (Sala de Artes Visuales y Sala de Arte Popular), y su respectivo conteo de visitas.

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: Usuarios del espacio de la biblioteca de GAM: BiblioGAM. También se describen las exposiciones realizadas en este espacio, no así las actividades.

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: Corresponde a todas las actividades que no son funciones de artes escénicas o musicales, ni actividades de Audiencias, por ejemplo: seminarios, charlas, conferencias, clases o talleres, premiaciones, ferias, inauguraciones, lanzamientos, entre otros.

Por lo general son actividades complementarias a la 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 Audiencias: Actividades que tienen como objetivo intervenir en las barreras que condicionan el acceso y la participación de una determinada comunidad o grupo en la oferta cultural. Estas actividades son diseñadas y desarrolladas por las unidades que componen el área de Audiencias: Unidad de Educación, Unidad de Mediación, Unidad de Biblioteca y Unidad de Públicos.

Registros de asistencia e identificación de beneficiarios que participan de cada actividad. 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: Actividades desarrolladas por medio del arriendo de espacios de GAM, las cuales guardan relación con los lineamientos de GAM.

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.

ANEXO II

ENCUESTA DE CARACTERIZACIÓN DE PÚBLICO



Metodología

- Muestreo estratificado
- 1.122 casos

Espacios	N° de casos
Funciones de Teatro	141
Funciones de Danza	50
Funciones de Música	64
Sala de Artes Visuales	388
Sala de Arte Popular	196
BiblioGAM	98
Actividades del Área de Audiencias	85
Comunidades en plazas	50
Puma Lab	50

- Trabajo en terreno: mayo y junio de 2016
- El error muestral se estima en $\pm 3\%$

Metodología

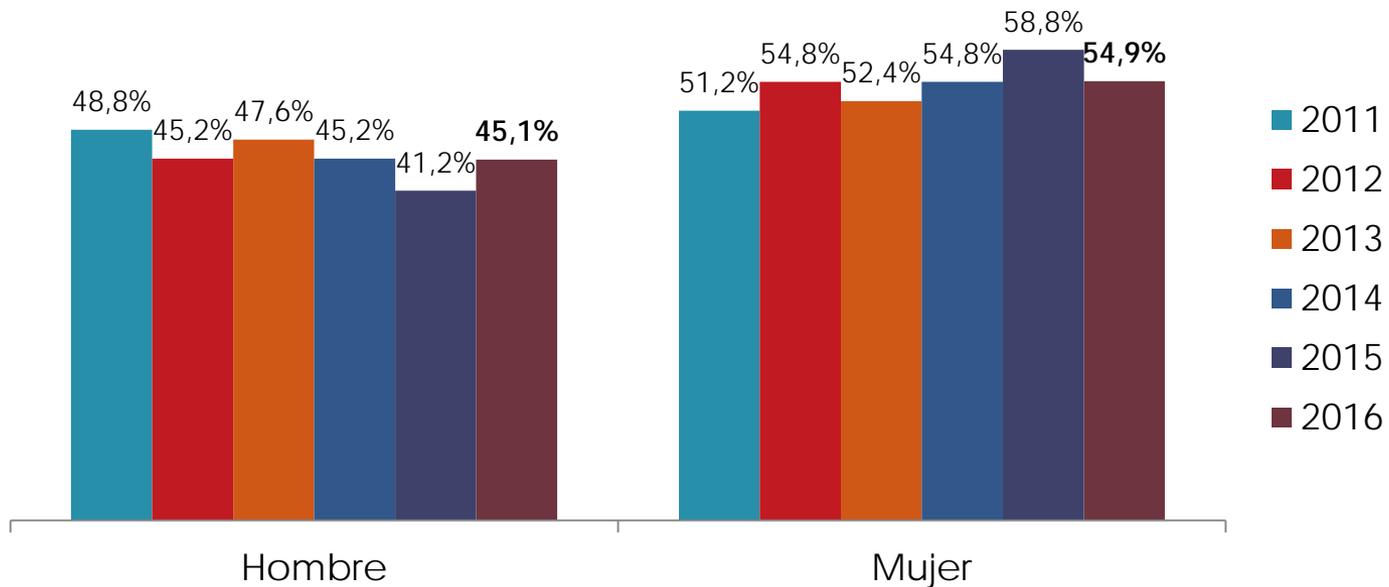
Espacios	Funciones/exposiciones en que se aplicó la encuesta
Funciones de Teatro	El Embajador
	No tenemos que sacrificarnos por los que vendrán
	Happy End
	La Trampa
	Un minuto feliz
Funciones de Danza	Xuárez
Funciones de Música	Migrante
	Conciertos Orquesta Sinfónica de Chile
	Concierto Ases falsos - Sesiones Zero
	Conciertos La Ruta de Cervantes
	Conciertos del Depto. de música y sonología de la U. de Chile
Sala de Artes Visuales	Conciertos IMUC
	Exposición Panorama: El valor de los animales
Sala de Arte Popular	Exposición 100 años de Jazz en Chile
	Exposición Motivos de barro
Comunidades	Exposición Encuentro Objetuales
	Bailes urbanos: Dance Hall/HipHop/Breake Dance
	Circo/Malabares
	K-pop
Actividades de Audiencias	Latido en Clave - Grupo de Salsa
	Taller de Radioteatro -Adulto mayor
	Biodanza - Adulto mayor
	Taller Jóvenes críticos - Jóvenes
	Tai chi - Adulto mayor
	Taller de Danza - Adulto mayor
	Taller de lectura - Adulto mayor
Taller de coro Voces GAM - Profesores	

Caracterización sociodemográfica



Sexo

Si bien siempre ha existido una preponderancia de mujeres entre los visitantes GAM , este año la brecha entre géneros disminuye respecto al año anterior: un 54,9% corresponde a mujeres y un 45,1% a hombres.





Sexo de los visitantes según espacio

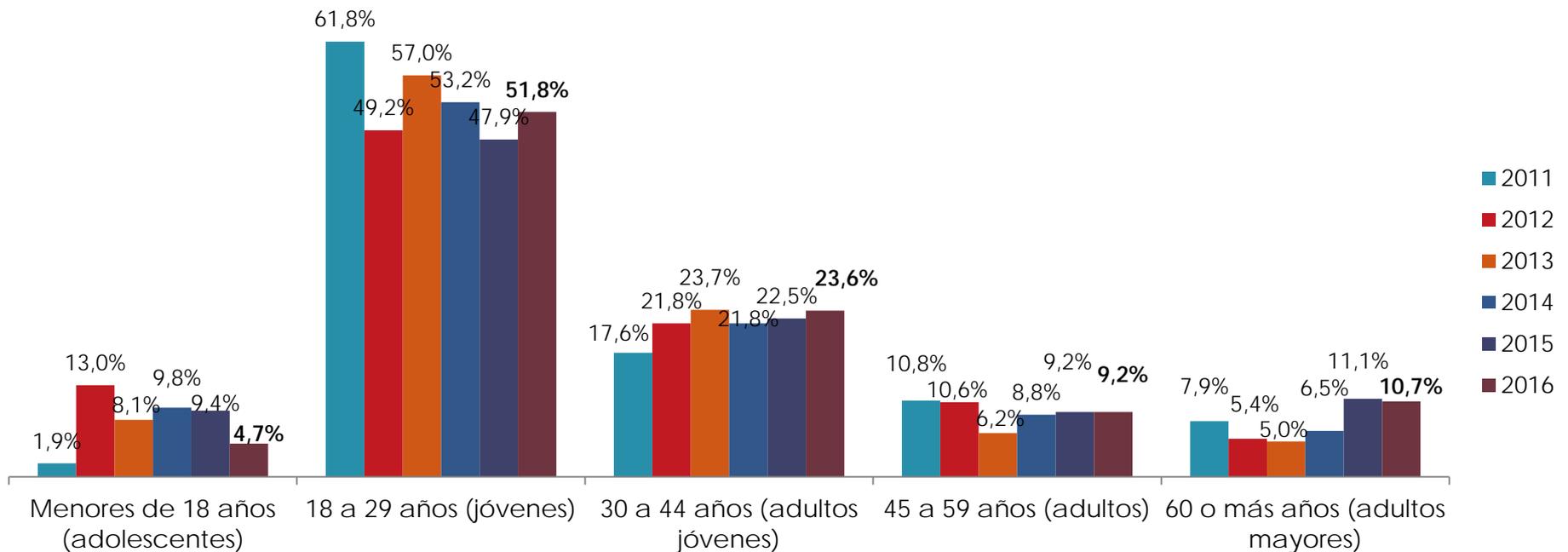
- En funciones de **Teatro, Sala MAPA, y BiblioGAM**, los resultados son similares a la tendencia general, donde el público se distribuye entre un 54,9% de mujeres y un 45,1% de hombres.
- En, **Danza, Comunidades en Plazas**, existe una brecha aún mayor a favor de las mujeres.
- En funciones de **Música y la Sala de Artes Visuales**, 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	Total
Hombre	44,0%	38,8%	50,0%	49,0%	47,4%	44,9%	16,7%	42,0%	60,0%	45,1%
Mujer	56,0%	61,2%	50,0%	51,0%	52,6%	55,1%	83,3%	58,0%	40,0%	54,9%



Edad en tramos

El segmento de mayor presencia sigue siendo el joven (18 a 29 años) con un 51,8%, seguido por el de adultos jóvenes (30 a 44 años) con un 23,6%, ambos porcentajes se incrementaron respecto al año anterior.





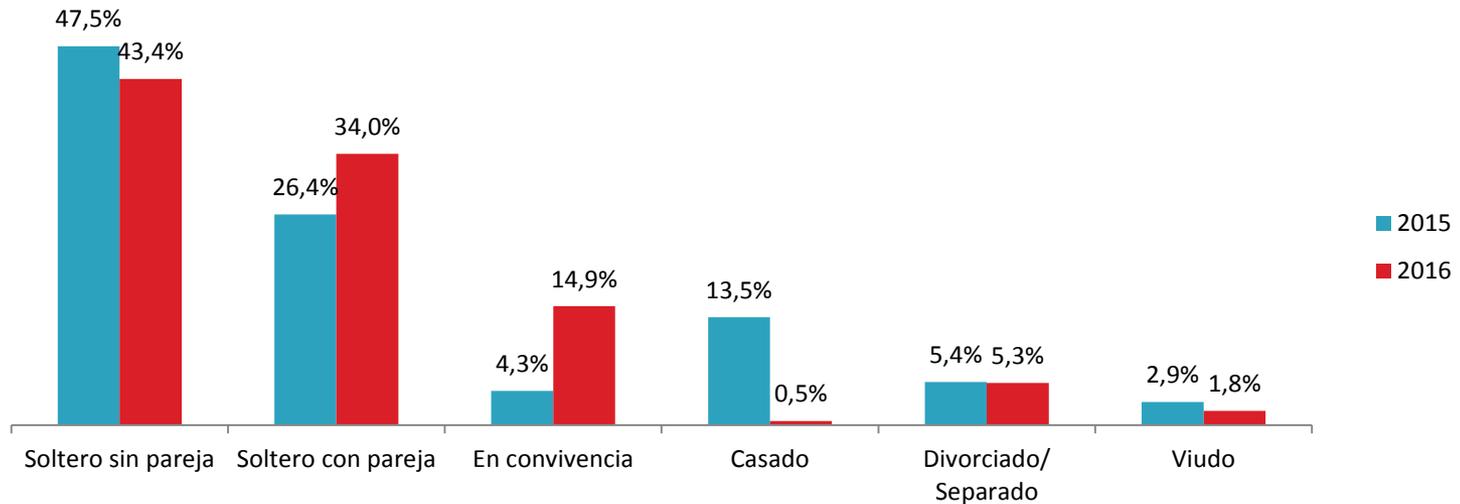
Edad en tramos según espacio

- A excepción de las funciones de **Teatro**, **actividades de Audiencias y Comunidades en plazas**, todos cumplen la tendencia general, con una mayor proporción de jóvenes seguida de adultos jóvenes.
- En las **Comunidades** en plazas, **BiblioGAM** y funciones de **Música**, la proporción de jóvenes es aun mayor, siendo entre un 70% y un 62,5% el público que se concentra en dicha categoría.
- En las funciones de **Teatro**, el mayor porcentaje luego del público joven es el adulto (45 – 59 años)
- El público de las actividades de **Audiencias**, se caracteriza por una mayor concentración en el tramo adulto mayor (76,5%); lo que se explica por el trabajo focalizado que se realiza con estos segmentos.
- Las comunidades que utilizan las **Plazas GAM**, son el público de menor edad, el 94% corresponde a jóvenes y adolescentes.

Edad	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Total
Menores 18 años (adolescentes)	1,4%	2,0%	1,6%	4,4%	5,1%	3,1%	7,1%	24,0%	2,0%	4,70%
18-29 años (jóvenes)	48,2%	44,0%	62,5%	57,7%	50,5%	63,3%	4,7%	70,0%	54,0%	51,80%
30-44 años (adultos jóvenes)	18,4%	38,0%	25,0%	26,8%	27,6%	22,4%	4,7%	6,0%	34,0%	23,60%
45-59 años (adultos)	21,3%	10,0%	7,8%	7,2%	10,2%	4,1%	7,1%	0,0%	10,0%	9,20%
60 o más años (adultos mayores)	10,6%	6,0%	3,1%	3,9%	6,6%	7,1%	76,5%	0,0%	0,0%	10,70%

Estado civil

Respecto al estado civil, predominan los solteros sin pareja, con un 43,4% de representación, seguidos de los solteros con pareja, que concentran al 34,0% de los visitantes. Con una cifra bastante menor, en tercer lugar se sitúan quienes están en convivencia, que representan al 14,9%, cifra que se invirtió en comparación al año pasado respectado al segmento casados.





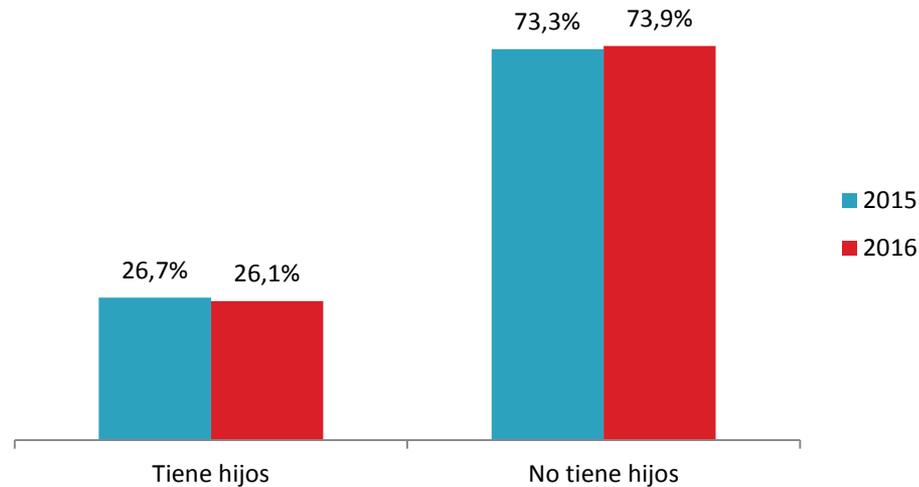
Estado civil según espacio

- En **Teatro**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, y **BiblioGAM**, 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%, esto se debe a sus composición etaria.
- 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 76% es adulto mayor).

Estado civil	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	Biblio GAM	Área Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Total
Soltero sin pareja	38,3%	40,0%	42,2%	42,5%	46,9%	51,0%	28,2%	76,0%	34,0%	43,4%
Soltero con pareja	28,4%	40,0%	43,8%	39,7%	34,7%	28,6%	8,2%	24,0%	50,0%	34,0%
Convivencia	24,8%	14,0%	9,4%	13,4%	14,8%	13,3%	21,2%	0,0%	14,0%	14,9%
Casado	0,7%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	1,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,5%
Divorciado/ Separado	7,1%	6,0%	4,7%	3,4%	2,0%	4,1%	25,9%	0,0%	2,0%	5,3%
Viudo	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%	1,5%	2,0%	15,3%	0,0%	0,0%	1,8%

Hijos

Sólo un 26,1% de los visitantes GAM declara tener hijos, versus casi tres cuartos que declara lo contrario. Cifra similar a la del año anterior.





Hijos según espacio

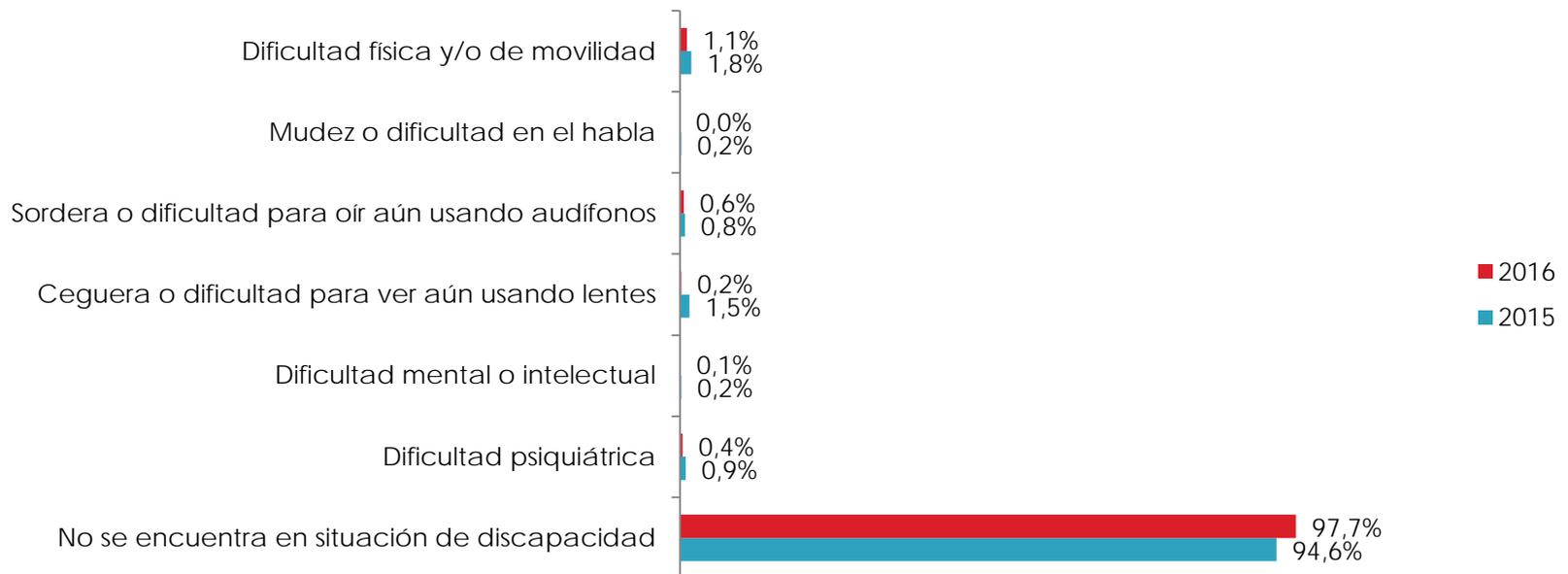
- Para todos los espacios, el porcentaje de quienes declaran no tener hijos es mayor al de quienes sí poseen hijos, a excepción de Audiencias. Sin embargo, es posible establecer algunas distinciones.
- Hay casos donde casi la totalidad del público no posee hijos, como en **Plazas** (96,0%).

	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sí tiene hijos	22,4%	21,6%	24,5%	24,0%	29,8%	24,0%	21,9%	67,1%	4,0%	26,1%
No tiene hijos	77,6%	78,4%	75,5%	76,0%	70,2%	76,0%	78,1%	32,9%	96,0%	73,9%



Situación de discapacidad

En total, un 2,3% 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 (1,1%), sordera o dificultad para oír aún usando audífonos (0,6%), dificultad psiquiátrica (0,4%), ceguera o dificultad para ver aún usando lentes (0,2%), y dificultad mental o intelectual (0,1%).





Situación de discapacidad según espacio

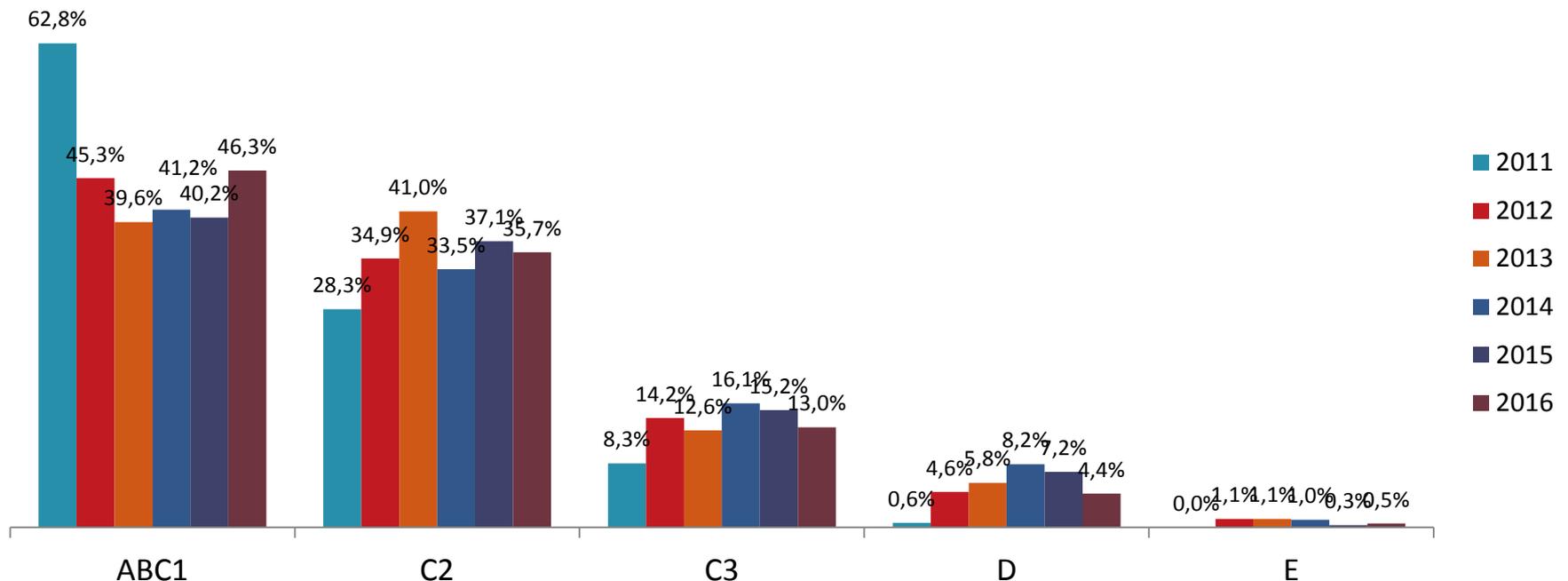
- El mayor porcentaje de personas en situación de discapacidad se concentra en las actividades de **Audiencias**, correspondiente a un 14,1%, seguido por los usuarios de BiblioGAM con un 5,1%
- El 100% de los públicos de funciones de **Música y de Comunidades en plazas** no se encuentran en situación de discapacidad.
- En el resto de los espacios las personas en situación de discapacidad fluctúan entre el 0,7% y 4,0%.

Situación de discapacidad	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sí	5,1%	0,8%	1,0%	4,0%	0,7%	2,0%	0,0%	14,1%	0,0%	2,3%
No	94,9%	99,2%	99,0%	96,0%	99,3%	98,0%	100,0%	85,9%	100,0%	97,7%



Nivel socioeconómico

A lo largo de los años se observa una diversificación del público desde la perspectiva socioeconómica. Sin embargo, este año se incrementó el segmento ABC1 en 6,1 puntos porcentuales respecto al año anterior. Mientras que los grupos C2, C3 y D disminuyeron este año.





Nivel socioeconómico según espacio

- En **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular y Puma Lab**, los resultados se ajustan a la tendencia general, con una mayor proporción de público ABC1 seguido del segmento C2.
- En **BiblioGAM** y actividades de **Audiencias**, se invierte este orden, y el segmento C2 alcanza la mayor concentración de casos, seguido del ABC1.
- Las actividades que concentran mayor proporción de público ABC1 son las funciones de música (58,7%), y Puma Lab (58,0%)
- Las **comunidades** que ocupan las Plazas, destacan por presentar una mayor proporción relativa de público C3 (24,5%), D(18,5%), en comparación con el resto de los espacios.

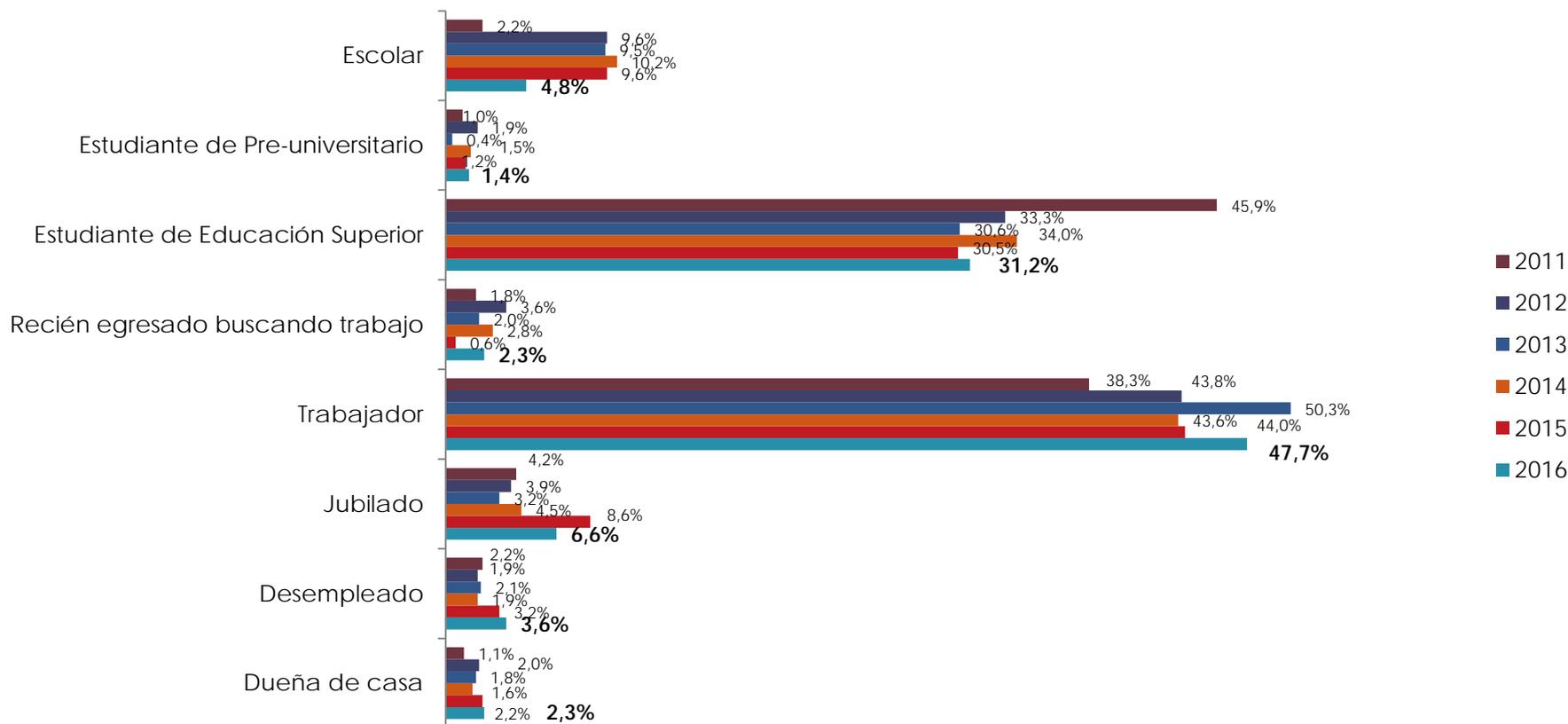
NSE	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
ABC1	30,5%	46,9%	48,4%	58,0%	51,9%	52,0%	58,7%	40,8%	20,4%	46,3%
C2	37,8%	35,4%	31,3%	36,0%	40,0%	28,0%	28,6%	50,0%	34,7%	35,7%
C3	20,7%	14,6%	15,1%	6,0%	5,2%	10,0%	7,9%	9,2%	24,5%	13,0%
D	8,5%	3,1%	4,7%	0,0%	3,0%	8,0%	4,8%	0,0%	18,4%	4,4%
E	2,4%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,5%



Ocupación

Respecto a la ocupación, la mayor proporción corresponde a trabajadores, con un 47,7%. Le siguen los estudiantes de educación superior que representan al 31,2%. En tercer lugar se encuentran los escolares, con un 4,8% de presencia.

Respecto al año pasado, se observan incremento de los trabajadores, estudiantes de educación superior, desempleados, dueño de casa y recién egresado buscando trabajo.





Ocupación según espacio

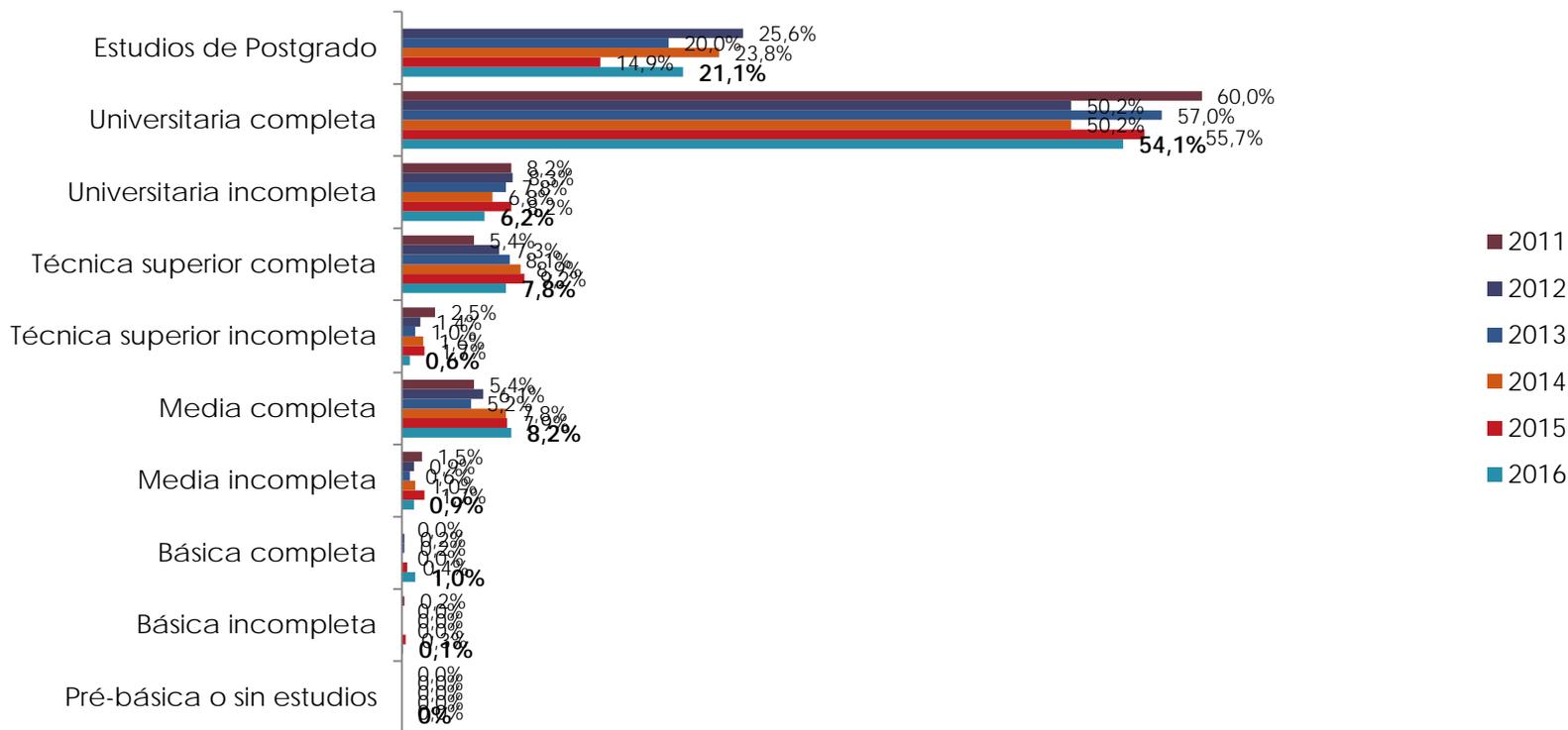
- **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular y Puma** son los espacios que más se ajustan a la tendencia general, con un público principalmente trabajador, y en segundo lugar, estudiante de educación superior.
- En **BiblioGAM** y **Comunidades**, se invierte este orden y los estudiantes de educación superior superan a los trabajadores.
- Las actividades de **Audiencias** concentran en primer lugar a público jubilado y luego en igual proporción a dueños de casa y trabajadores.
- En **Plazas**, es donde se concentra la mayor cantidad de escolares.

Ocupación	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Escolar	2,2%	4,4%	4,6%	2,0%	1,4%	2,0%	1,6%	7,3%	28,0%	4,8%
Estudiante pre-universitario	2,2%	1,6%	1,5%	2,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,4%
Estudiante de ed. Superior	44,1%	35,1%	30,9%	22,0%	27,1%	38,0%	39,1%	1,2%	32,0%	31,2%
Recién egresado buscando trabajo	7,5%	2,3%	2,1%	8,0%	0,7%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	2,3%
Trabajador	32,3%	52,2%	49,5%	62,0%	62,1%	54,0%	45,3%	15,9%	30,0%	47,7%
Jubilado	4,3%	1,6%	4,1%	0,0%	5,0%	2,0%	1,6%	56,1%	0,0%	6,6%
Desempleado	6,5%	1,8%	5,7%	2,0%	1,4%	2,0%	9,4%	3,7%	6,0%	3,6%
Dueño/a de casa	1,1%	1,0%	1,5%	2,0%	1,4%	2,0%	1,6%	15,9%	0,0%	2,3%



Nivel educacional*

Se observa un alto nivel de instrucción en el público asistente: de manera similar a los años anteriores, el 75,2% de los encuestados posee al menos educación universitaria completa. Un 21,1% 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*

- Todos los espacios, a excepción de las **comunidades en plazas**, siguen la tendencia general, es decir la mayoría poseen estudios universitarios completos, seguidos por quienes tienen estudios de postgrado.
- Las actividades de **Audiencias**, las **Plazas** presentan mayor variedad en el máximo nivel educacional alcanzado, siendo relevante el porcentaje de enseñanza Media Técnica completa.

Nivel educacional	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Básica incompleta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,1%
Básica completa	4,2%	0,4%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	1,0%
Media incompleta	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	17,6%	0,9%
Media técnica completa	6,3%	6,2%	10,7%	2,7%	6,1%	0,0%	5,3%	14,7%	41,2%	8,2%
Técnica superior incompleta	2,1%	0,4%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,6%
Técnica superior completa	2,1%	8,4%	8,2%	2,7%	13,1%	3,3%	7,9%	8,0%	0,0%	7,8%
Universitaria incompleta	10,4%	6,2%	6,6%	8,1%	3,0%	13,3%	2,6%	2,7%	17,6%	6,2%
Universitaria completa	52,1%	60,4%	54,1%	70,3%	51,5%	53,3%	52,6%	41,3%	17,6%	54,1%
Estudios de Postgrado	22,9%	17,6%	18,9%	16,2%	26,3%	30,0%	31,6%	24,0%	5,9%	21,1%

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

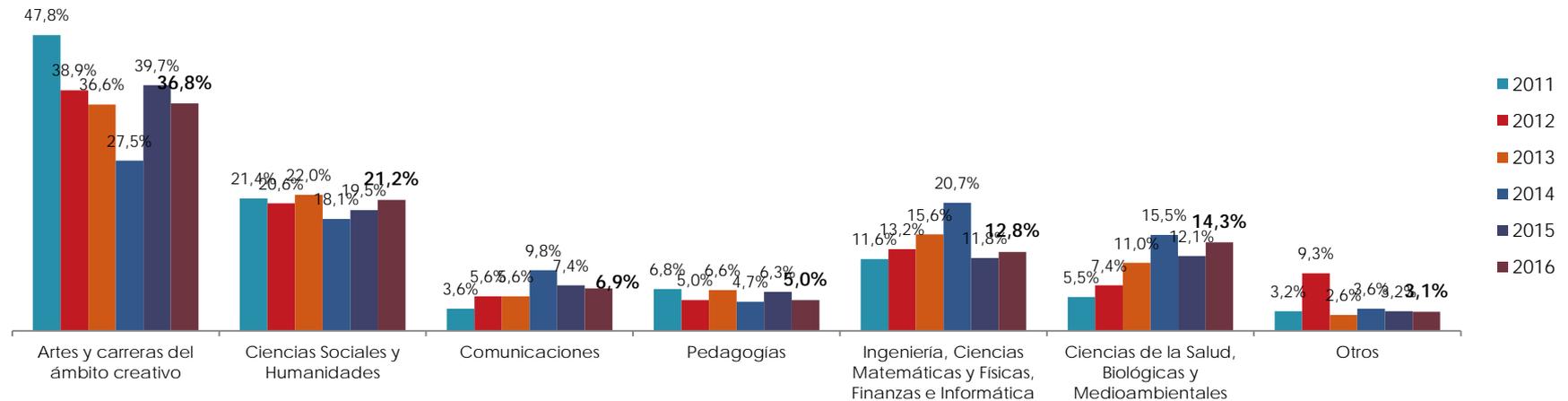


Área de estudio de los universitarios

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 36,8%. Le siguen los estudiantes de las Ciencias Sociales y Humanidades, con un 21,2%, aumentando su presencia respecto a los últimos dos años.

Aumentan respecto el año anterior, las áreas de Ingeniería, Ciencias matemáticas y Físicas, Finanzas e informática (12,8%) y el de Ciencias de la Salud, biológicas y medioambientales (14,3%).

Las áreas de Comunicaciones (6,9%), y Pedagogías (5,0%), disminuyen su presencia en relación al año anterior.





Área de estudio de los universitarios según espacio

- La Sala de **Arte Popular**, 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 **Teatro** la mayor proporción es de estudiantes de Artes y carreras del ámbito creativo (45,7%), seguido de Ingenierías, Cs. Matemáticas y Físicas, Finanzas e Informática (20,0%).
- Tanto en **Danza** como en **Música**, mantienen la misma proporción entre quienes estudian Arte y carreras del ámbito creativo y Cs. Sociales y humanidades(44,4% y 25,0% respectivamente).
- En **Plazas**, el mayor porcentaje se concentra en estudiantes de Pedagogías (25,0%).
- En **BiblioGAM** los mayores porcentajes corresponden a Cs Sociales y Humanidades (35,1%), seguido Cs. De la Salud, Biológicas y Medioambientales (35,1%).
- Las actividades de **Audiencias** presenta 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	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Artes y carreras del ámbito creativo	18,9%	41,3%	43,9%	27,3%	45,7%	44,4%	25,0%	0,0%	12,5%	36,8%
Cs. Sociales y Humanidades	37,8%	12,7%	28,1%	9,1%	17,1%	44,4%	25,0%	0,0%	12,5%	21,2%
Comunicaciones	0,0%	10,3%	3,5%	0,0%	2,9%		10,0%	100,0%	18,8%	6,9%
Pedagogías	0,0%	4,0%	3,5%	0,0%	5,7%	5,6%	10,0%	0,0%	25,0%	5,0%
Ingenierías, Cs. Matemáticas y Físicas, Finanzas e Informática	8,1%	15,1%	7,0%	36,4%	20,0%	0,0%	10,0%	0,0%	12,5%	12,8%
Cs. De la Salud, Biológicas y Medioambientales	35,1%	14,3%	8,8%	18,2%	5,7%	5,6%	20,0%	0,0%	6,3%	14,3%
Otras	0,0%	2,4%	5,3%	9,1%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	3,1%



Carreras de estudio de los universitarios

Artes y carreras del ámbito creativo = 36,8%

Animación Digital	0,6%
Arquitectura	8,1%
Artes Visuales	1,6%
Composición musical	0,6%
Danza	0,6%
Diseño	10,9%
Fotografía	1,6%
Gestión Cultural	0,3%
Interpretación musical	0,9%
Literatura	1,9%
Música	1,9%
Orfebrería	0,3%
Teatro	7,5%

Pedagogías = 5,0%

Educación de Párvulos	0,30%
Educación Diferencial	0,30%
Pedagogía Básica	0,30%
Pedagogía	0,90%
Pedagogía en Inglés	1,20%
Pedagogía en Artes	0,90%
Pedagogía en Ed. Física	0,90%

Ciencias Sociales y Humanidades = 21,2%

Administración Pública	0,9%
Antropología	0,3%
Ciencias Políticas	0,9%
Derecho	8,1%
Filosofía	0,6%
Historia	0,3%
Historia del Arte	0,3%
Psicología	4,7%
Sociología	3,1%
Trabajo Social	1,9%

Ingenierías, Cs. Matemáticas y Físicas, Finanzas e Informática = 12,8%

Agronomía	1,20%
Comercio Exterior	0,30%
Electrónica	0,30%
Informática	0,30%
Ingeniería	1,90%
Ingeniería Civil	0,90%
Ingeniería Civil Industrial	0,30%
Ingeniería Civil Química	0,60%
Ingeniería Comercial	4,70%
Ingeniería Eléctrica	0,30%
Ingeniería en Sonido	0,30%
Ingeniería de sistemas	0,30%
Técnico en construcción	0,60%
Técnico agrícola	0,30%
Prevención de Riesgos	0,30%

Comunicaciones = 6,9%

Comunicaciones	1,6%
Cine y TV	0,6%
Periodismo	1,6%
Publicidad	1,2%
Relaciones Públicas	0,3%
Traducción e Interpretación	1,6%

Ciencias de la Salud, Biológica y Medioambientales = 14,3%

Bioquímica	0,30%
Geografía	0,6%
Biología	0,30%
Enfermería	0,90%
Fonoaudiología	2,50%
Kinesiología	0,60%
Medicina	1,90%
Naturopatía	0,30%
Nutrición y Dietética	0,60%
Obstetricia y Puericultura	1,90%
Odontología	0,90%
Química y Farmacia	0,60%
Técnico en Enfermería	0,60%
Tecnólogo médico	0,60%
Terapia Ocupacional	1,20%
Veterinaria	0,30%
Ingeniería Forestal	0,3%

Otras = 3,1%

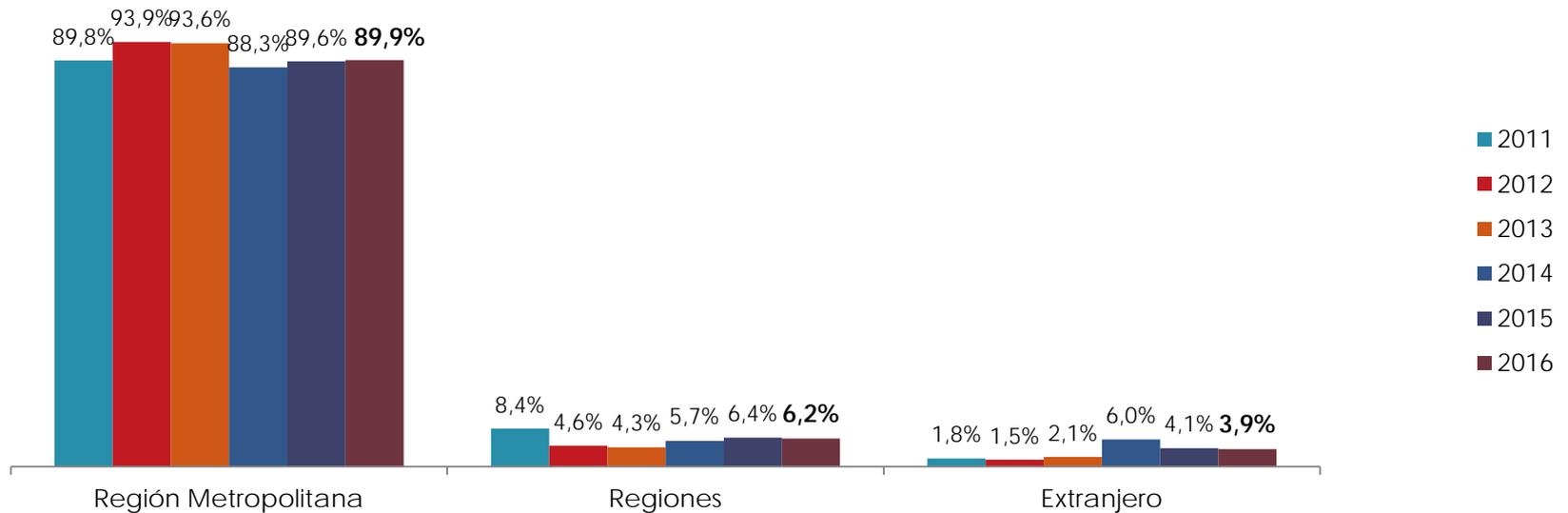
Bachillerato	0,30%
Ecoturismo	0,60%
Estética Integral	0,30%
College	0,30%
Gastronomía	1,20%
Postgrado	0,30%



Región de procedencia

El 89,9% del público procede de la Región Metropolitana, un 6,2% de regiones y un 3,9% 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**, y comunidades en **Plazas**, los resultados se ajustan a la tendencia general, siendo sobre el 94,0% del público de la Región Metropolitana.
- En sala de **Arte Popular** y sala de **Artes Visuales**, destaca un porcentaje significativamente mayor de público de regiones en comparación con el resto de los espacios (14,4% y 7,7% respectivamente), a pesar de que prima el que proviene de la Región Metropolitana. Así también respecto al público extranjero, destacan también las salas de exposición, sumándose **BiblioGAM**.

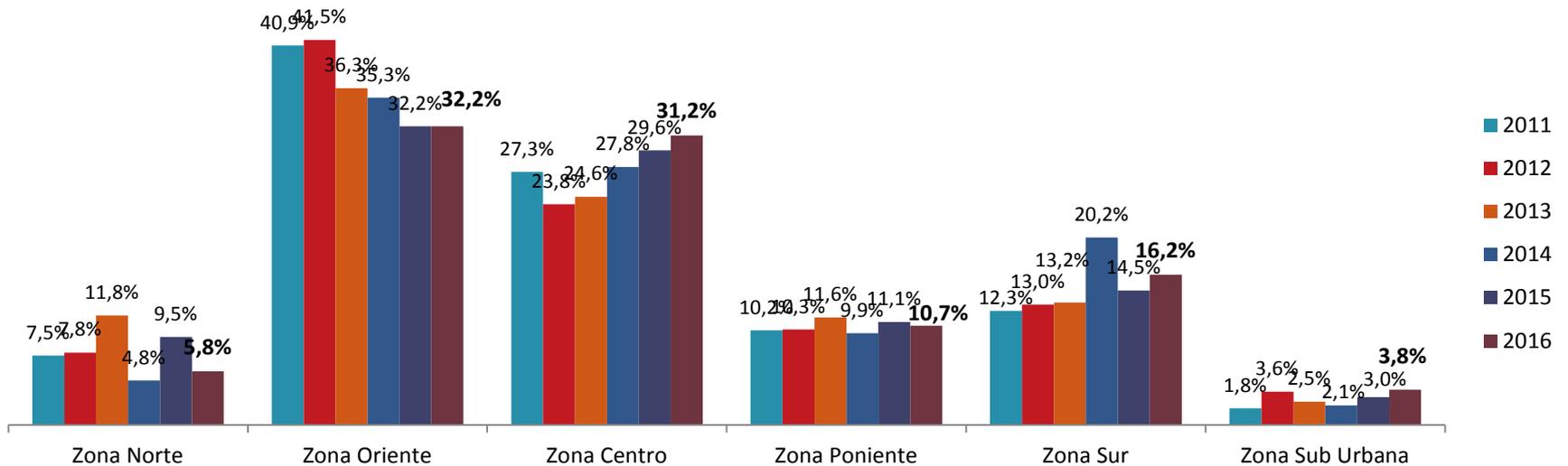
Región de procedencia	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Región Metropolitana	94,7%	86,6%	77,9%	94,0%	97,9%	98,0%	95,2%	98,8%	96,0%	89,9%
Otras regiones	1,1%	7,7%	14,4%	6,0%	2,1%	2,0%	1,6%	0,0%	4,0%	6,2%
Extranjeros	4,3%	5,7%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	1,2%	0,0%	3,9%



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 31,2%, y en tercer lugar el público de la zona sur con un 16,2%.

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, Música, Sala de Artes Visuales, y Sala de Arte Popular**, 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 **Danza, PumaLab y Audiencias**, 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 oriente, sur, poniente y centro.
- En **Plazas**, existe la mayor diversificación, proviniendo la mayoría de la zona sur (29,2%), seguido por zona centro(20,8%), luego con el mismo porcentaje la zona poniente y oriente (16,7%), y zona norte y suburbana (8,3%).

Región de procedencia	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Zona Norte	6,7%	6,3%	3,3%	4,3%	5,1%	12,2%	8,3%	2,4%	8,3%	5,8%
Zona Oriente	27,0%	32,4%	30,3%	34,0%	44,9%	30,6%	35,0%	27,7%	16,7%	32,3%
Zona Centro	19,1%	31,5%	28,3%	48,9%	30,4%	32,7%	26,7%	48,2%	20,8%	31,2%
Zona poniente	21,3%	9,5%	15,1%	2,1%	6,5%	4,1%	8,3%	9,6%	16,7%	10,7%
Zona Sur	22,5%	16,7%	17,8%	6,4%	10,1%	18,4%	16,7%	10,8%	29,2%	16,2%
Zona Sub Urbana	3,4%	3,6%	5,3%	4,3%	2,9%	2,0%	5,0%	1,2%	8,3%	3,8%



Procedencia según comunas de la RM

ZONA NORTE = 5,8%	
Quilicura	0,80%
Recoleta	1,60%
Independencia	1,50%
Conchalí	0,50%
Huechuraba	0,60%
Colina	0,70%
Til-Til	0,10%

ZONA ORIENTE = 32,3%	
Providencia	8,6%
Las Condes	6,8%
Ñuñoa	8,2%
La Reina	1,8%
Peñalolén	1,7%
Macul	2,6%
Vitacura	2,2%
Lo Barnechea	0,5%

ZONA CENTRO = 31,2%	
Santiago	24,7%
Estación Central	1,7%
San Miguel	2,7%
San Joaquín	1,3%
Pedro Aguirre Cerda	0,9%

ZONA PONIENTE = 10,7%	
Maipú	5,7%
Pudahuel	1,8%
Cerro Navia	0,5%
Lo Prado	0,5%
Quinta Normal	0,7%
Renca	0,7%
Cerrillos	0,8%

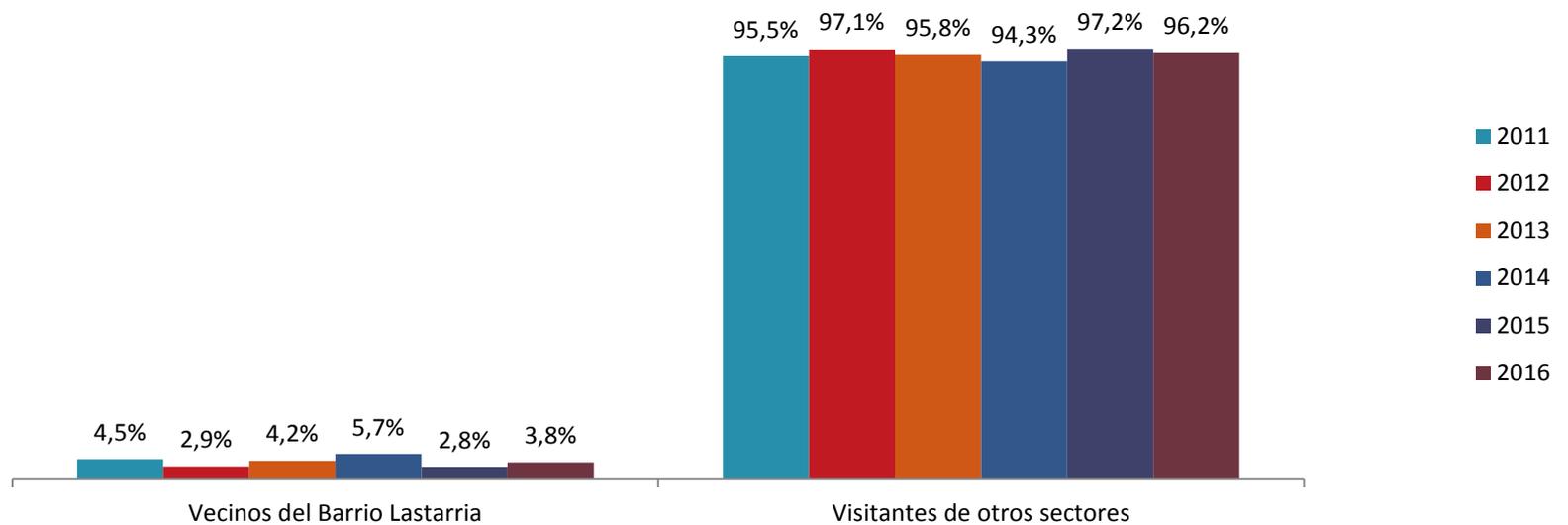
ZONA SUR = 16,2%	
La Florida	5,3%
Puente Alto	5,3%
San Bernardo	1,9%
La Cisterna	0,7%
La Granja	0,9%
La Pintana	0,7%
Lo Espejo	0,4%
El Bosque	0,9%
San Ramón	0,1%

ZONA SUB URBANA = 3,8%	
Alhue	0,1%
Peñaflor	0,8%
Lampa	0,5%
Buín	0,3%
Melipilla	0,3%
Padre Hurtado	0,5%
Talagante	0,8%
Paine	0,1%
Isla de Maipo	0,2%
Pirque	0,2%



Vecinos del Barrio Lastarria

Del total del público que visita GAM, un 3,8% corresponde a vecinos del Barrio Lastarria, porcentaje que aumenta 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 9,4%, seguido por el público de funciones de Teatro con un 7,1%.
- El resto de los espacios se ajusta a la tendencia central.

Vecino del Barrio Lastarria	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sí es vecino	2,0%	2,6%	3,6%	6,0%	7,1%	4,0%	1,6%	9,4%	0,0%	3,8%
No es vecino	98,0%	97,4%	96,4%	94,0%	92,9%	96,0%	98,4%	90,6%	100,0%	96,2%

Hábitos y prácticas culturales

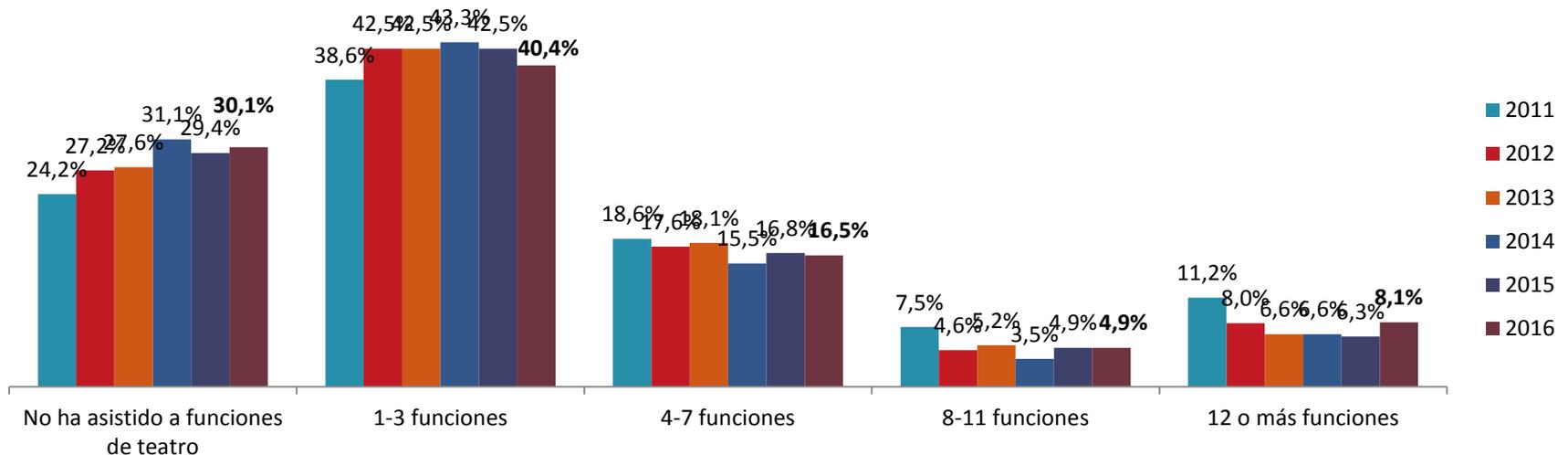


Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses

Un 69,9% de los visitantes ha asistido al teatro al menos 1 vez en los últimos 12 meses, y un 30,1% no.

Ahora bien, aunque la mayoría ha asistido a espectáculos teatrales en el último año, predomina el tramo de menor frecuencia de asistencia: un 40,4% asistió de 1 a 3 funciones y sólo un 29,5% ha asistido más de 3 veces.

Estos resultados son similares a los de años anteriores





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

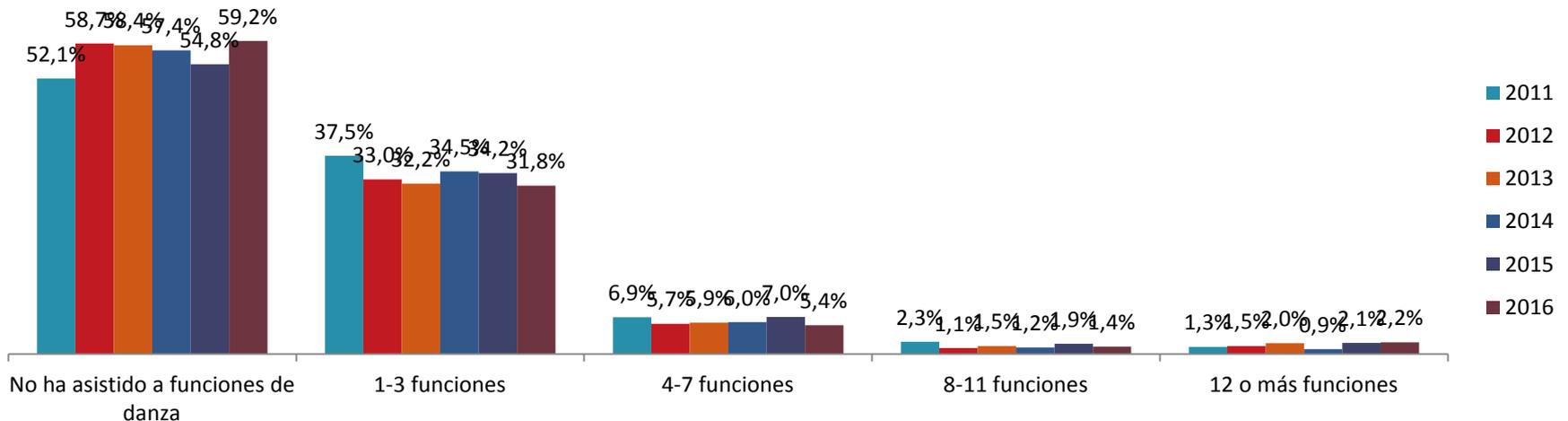
- Como es de esperar, el público de las funciones de **Teatro** ha asistido en mayor medida (sobre el 94%) a espectáculos de teatro en los últimos 12 meses. Le sigue los espectadores de Danza, un 89% ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses.
- BiblioGAM, Sala de Artes Visuales, Sala de **Arte Popular** y las **Plazas** concentran la mayor proporción de público que no ha asistido a espectáculos de teatro en los últimos 12 meses.

Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido a funciones de	39,8%	38,5%	38,3%	32,0%	5,7%	12,0%	19,0%	16,9%	36,0%	30,1%
1 - 3 funciones	33,7%	41,9%	45,4%	44,0%	41,8%	26,0%	39,7%	33,7%	42,0%	40,4%
4 - 7 funciones	17,3%	12,4%	11,7%	14,0%	21,3%	22,0%	22,2%	33,7%	12,0%	16,5%
8 - 11 funciones	4,1%	3,4%	1,0%	4,0%	9,2%	8,0%	7,9%	10,8%	6,0%	4,9%
12 funciones o más	5,1%	3,9%	3,6%	6,0%	22,0%	32,0%	11,1%	4,8%	4,0%	8,1%



Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes, correspondiente al 59,2%, no ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses, y un 45,2% sí lo ha hecho. Respecto al año anterior, existe un incremento de 4,4 puntos porcentuales en cuanto a quienes no han asistido a funciones de danza.





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

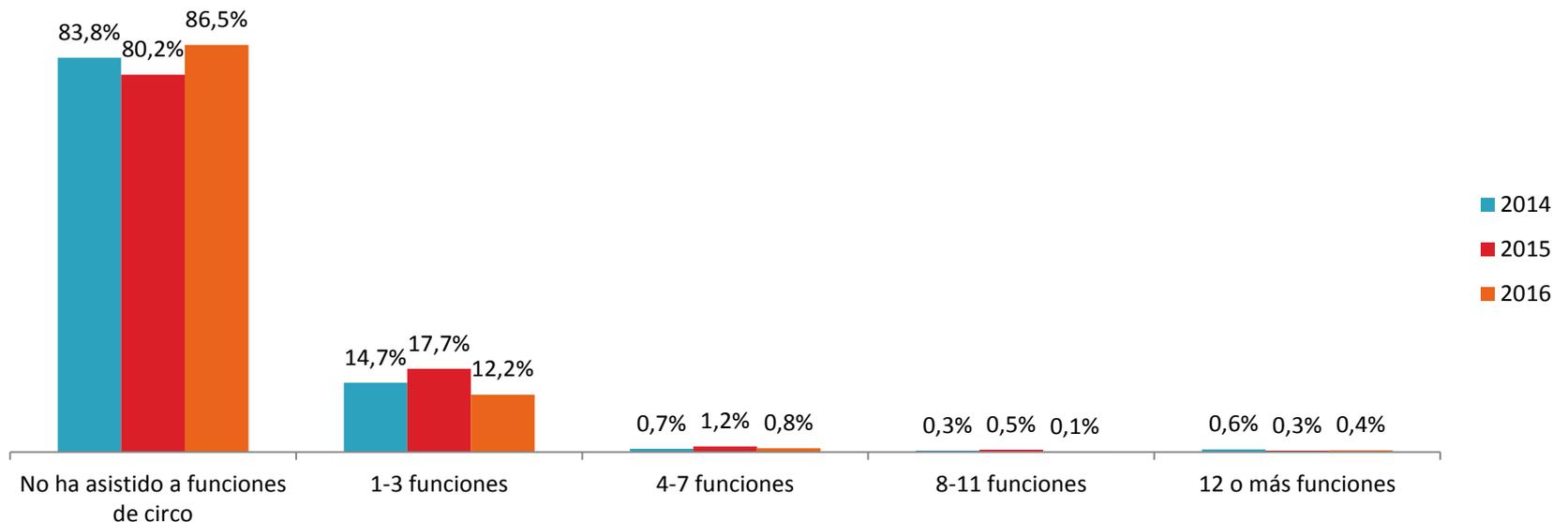
- Funciones de **Danza**, usuarios de **BiblioGAM**, **comunidades en Plazas y Audiencias** se caracterizan por presentar un público que en su mayoría ha asistido a espectáculos de danza en los últimos 12 meses.
- En el resto de los espacios la tendencia es similar a lo que expresan los resultados generales, 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	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido a funciones de	57,7%	67,3%	66,8%	72,0%	52,5%	24,0%	64,1%	41,7%	34,0%	59,2%
1 - 3 funciones	38,1%	27,3%	28,1%	24,0%	37,6%	60,0%	25,0%	41,7%	24,0%	31,8%
4 - 7 funciones	4,1%	3,4%	2,0%	0,0%	7,1%	10,0%	9,4%	14,3%	12,0%	5,4%
8 - 11 funciones	0,0%	0,8%	0,5%	4,0%	0,7%	2,0%	1,6%	2,4%	10,0%	1,4%
12 funciones o más	0,0%	1,3%	2,6%	0,0%	2,1%	4,0%	0,0%	0,0%	20,0%	2,2%



Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses

La gran mayoría de los visitantes, correspondiente al 86,5%, no ha asistido a funciones de circo en los últimos 12 meses, aumento esta cifra en 6,3 puntos porcentuales respecto al 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 86,0%; a excepción del público de BiblioGAM, donde el porcentaje se reduce a 79,4%.

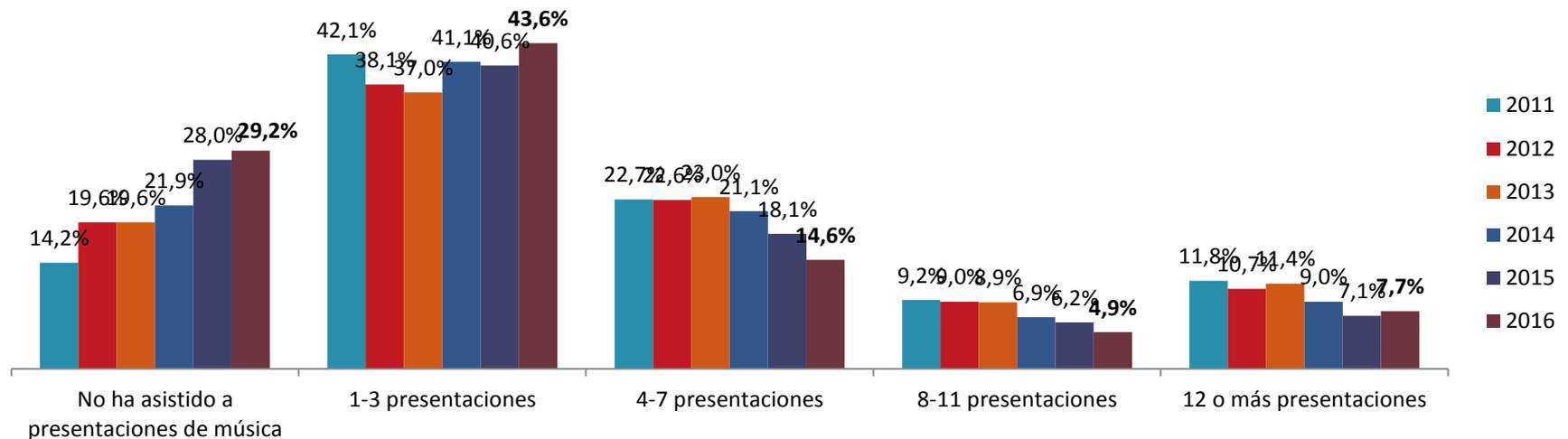
Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido a funciones de	79,4%	86,6%	92,3%	86,0%	85,8%	87,8%	85,9%	84,5%	82,0%	86,5%
1 - 3 funciones	18,6%	12,4%	6,1%	12,0%	13,5%	10,2%	10,9%	15,5%	16,0%	12,2%
4 - 7 funciones	2,1%	0,3%	0,5%	2,0%	0,7%	2,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,8%
8 - 11 funciones	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
12 funciones o más	0,0%	0,8%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,4%



Asistencia a presentaciones de música en los últimos 12 meses

Un 70,8% de los visitantes ha asistido a presentaciones de música en los últimos 12 meses, y un 29,2% 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 43,6% asistió de 1 a 3 presentaciones y un 26,9% ha visto más de 3 veces.





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

- El 95,3% de público de funciones de música había asistido en los últimos 12 meses a otra función de música.
- Las funciones de **Danza, PumaLAB, Audiencias**, sala de **Artes Visuales** y sala de **Arte Popular** se caracterizan por presentar entre un 70% y 80% de público que ha asistido a presentaciones de música en los últimos 12 meses.

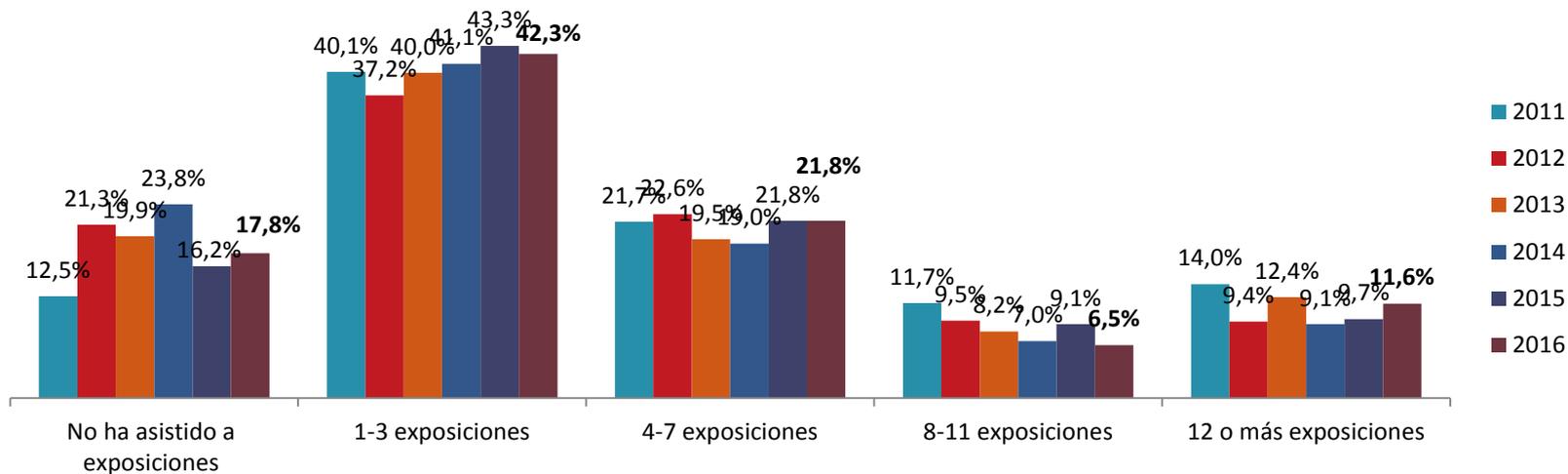
Asistencia a funciones de conciertos en los últimos 12 meses	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido a funciones de	31,6%	27,6%	26,5%	20,0%	47,5%	24,0%	4,7%	31,0%	38,0%	29,2%
1 - 3 funciones	44,9%	45,4%	44,9%	52,0%	31,2%	56,0%	42,2%	44,0%	38,0%	43,6%
4 - 7 funciones	17,3%	14,7%	14,8%	16,0%	12,8%	10,0%	21,9%	11,9%	12,0%	14,6%
8 - 11 funciones	1,0%	5,2%	5,6%	8,0%	2,8%	8,0%	9,4%	3,6%	4,0%	4,9%
12 funciones o más	5,1%	7,2%	8,2%	4,0%	5,7%	2,0%	21,9%	9,5%	8,0%	7,7%



Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses

Un 82,2% de los visitantes ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses, y un 17,8% no. En comparación con el año anterior, el porcentaje de quienes han asistido disminuye marginalmente.

Ahora bien, aunque la mayoría ha asistido a exposiciones en los últimos 12 meses, predomina una baja frecuencia de asistencia: un 42,3% asistió de 1 a 3 exposiciones y un 39,9% ha asistido más de 3 veces.





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

- Como es de esperar, el público de la sala de **Artes Visuales** y de la Sala de **Arte Popular** ha asistido en mayor proporción a exposiciones de artes visuales (95,1% y 85,7% respectivamente). No se consideró la exposición que estaban viendo al momento de la encuesta.
- Le siguen el público de las funciones de **Danza** , **Audiencias** y **BiblioGAM**, donde alrededor del 80% ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses;
- Las **Plazas** son el único espacio donde el 50% no ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses.

Asistencia a exposiciones en los últimos 12 meses	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido a funciones de	25,8%	4,9%	14,3%	26,0%	30,5%	18,0%	28,1%	22,6%	50,0%	17,8%
1 - 3 funciones	45,4%	41,6%	38,8%	44,0%	46,8%	48,0%	42,2%	40,5%	38,0%	42,3%
4 - 7 funciones	18,6%	27,4%	27,6%	10,0%	12,8%	12,0%	15,6%	27,4%	8,0%	21,8%
8 - 11 funciones	4,1%	9,3%	7,7%	4,0%	5,0%	10,0%	3,1%	2,4%		6,5%
12 funciones o más	6,2%	16,8%	11,7%	16,0%	5,0%	12,0%	10,9%	7,1%	4,0%	11,6%



Espacios culturales que asiste habitualmente el público de GAM

Los espacios culturales de la Región Metropolitana más visitados por los encuestados corresponden en primer lugar GAM (52,2%), seguido con un porcentaje bastante menor el Museo Nacional de Bellas Artes (10,7%), el Centro Cultural Palacio La Moneda (3,8%) y el teatro Municipal de Santiago, junto a M100 (3,8%).

Espacio cultural que asiste habitualmente	
GAM	52,2%
Museo Nacional Bellas Artes	10,7%
Centro Cultural Palacio La Moneda	3,8%
Matucana 100	3,8%
Teatro Municipal de Santiago	2,9%
Teatro Universidad Católica	2,0%
MAC	1,8%
Biblioteca de Santiago	1,2%
Teatro CEAC Universidad de Chile	1,1%
Teatro del Puente	1,0%
Teatro Mori	1,0%
Cine Arte Normandie	0,9%
Copartes CA660	0,8%
Biblioteca Nacional	0,5%
Teatro Universidad de Concepción	0,5%
Centro Arte Alameda	0,4%
MAVI	0,4%
Movistar Arena	0,4%
Teatro Sidarte	0,4%
Parque Bustamante	0,4%
Museo Nacional de Historia Natural	0,1%

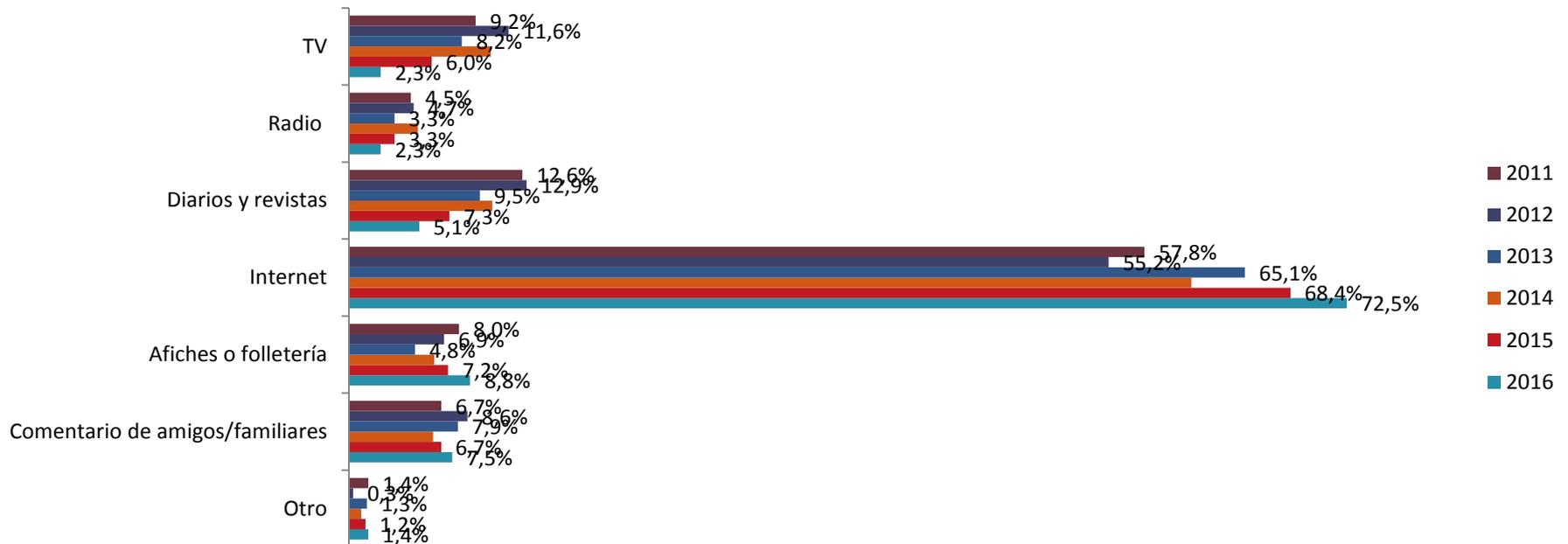
Segundo espacio cultural que asiste habitualmente	
GAM	26,1%
Matucana 100	9,5%
Centro Cultural Palacio La Moneda	9,3%
MAC	6,1%
Teatro Municipalidad de Las Condes	2,8%
Teatro CEAC Universidad de Chile	2,4%
Teatro Universidad Católica	2,4%
Teatro del Puente	1,7%
Biblioteca de Santiago	1,5%
Quinta Normal	1,4%
Teatro Mori	1,4%
Teatro Nescafé de las Artes	1,2%
Museo Nacional de Historia Natural	1,0%
Museo de Arte Precolombino	0,8%
Café Literario Providencia	0,7%
Centro Cultural de Las Condes	0,7%
Centro Cultural Estación Mapocho	0,7%
Museo de la Memoria y los DDHH	0,7%
Centro Arte Alameda	0,6%
Centro de Extensión UC	0,6%
Cine El Biografo	0,6%
Villa Grimaldi	0,6%



Principal medio de información sobre actividades culturales

La mayoría del público (72,5%) declara que el principal medio utilizado para informarse sobre espectáculos artísticos y 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 (39,8%), existen porcentajes significativos de público que declara que su principal medio es Diarios y revistas (15,7%), TV (14,5%) y los afiches y folletería (12,0%).

Medio de información sobre actividades culturales	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
TV	3,3%	1,0%	2,6%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,5%	2,0%	2,3%
Radio	1,1%	2,1%	2,0%	2,0%	3,5%	0,0%	1,6%	6,0%	0,0%	2,3%
Diarios y revistas	7,6%	3,1%	4,6%	10,2%	5,0%	2,0%	3,1%	15,7%	2,0%	5,1%
Internet	65,2%	78,3%	77,6%	65,3%	70,2%	73,5%	84,4%	39,8%	74,0%	72,5%
Afiches o folletería	10,9%	9,3%	5,6%	12,2%	7,8%	12,2%	4,7%	12,0%	10,0%	8,8%
Comentarios de amigos o familiares	6,5%	5,2%	7,7%	8,2%	12,1%	12,2%	4,7%	8,4%	10,0%	7,5%
Otro	5,4%	1,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	1,6%	3,6%	2,0%	1,4%



Principal medio de información sobre actividades culturales según rango etario

- Todos los rangos etarios indican que internet es su principal medio de información sobre actividades culturales.
- Es el rango entre 30 y 44 años el cual presenta menor variabilidad de respuesta, el 80,6% indica que su principal medio es el internet, al contrario del público mayor de 60 años, que si bien también es el internet su principal medio de información, este representa un 35,6%, al que le sigue Diarios y revistas (14,4%) y, Afiches y folletería (14,4%).

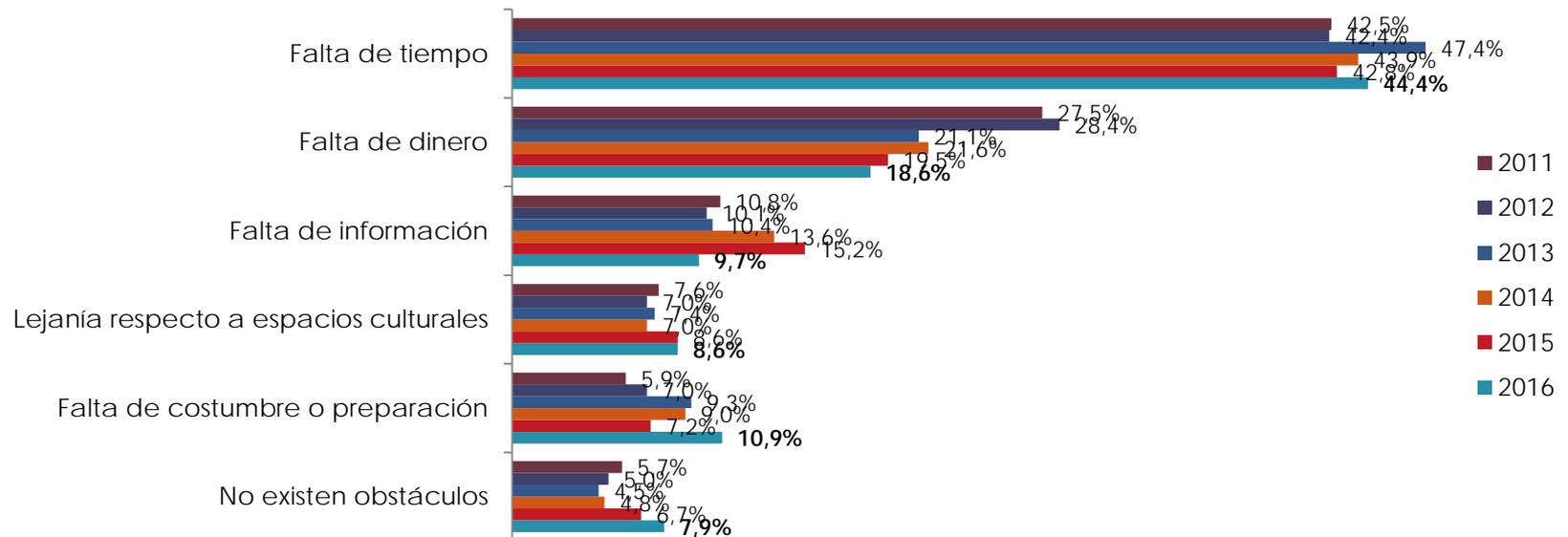
Medio de información sobre actividades culturales	Menores de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	más de 60 años	Total
TV	7,5%	0,9%	1,1%	2,0%	10,2%	2,3%
Radio	0,0%	0,3%	3,0%	3,0%	10,2%	2,3%
Diarios y revistas	5,7%	1,7%	4,9%	14,0%	14,4%	5,1%
Internet	73,6%	78,3%	80,6%	61,0%	35,6%	72,5%
Afiches o folletería	7,5%	8,3%	6,8%	11,0%	14,4%	8,8%
Comentarios de amigos o familiares	5,7%	8,8%	3,0%	7,0%	11,9%	7,5%
Otro	0,0%	1,6%	0,4%	2,0%	3,4%	1,4%



Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones

El principal obstáculo señalado por el público para asistir a espectáculos y exposiciones corresponde a la falta de tiempo (44,4%), seguida de la falta de dinero (18,6%) y en tercer lugar, la falta de costumbre o preparación (10,9%).

Destaca el incremento en el porcentaje que señala como obstáculo principal la falta de costumbre y preparación. Así también, destaca la disminución en el porcentaje respecto a quienes señalan la falta de información como un obstáculo.





Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones según espacio

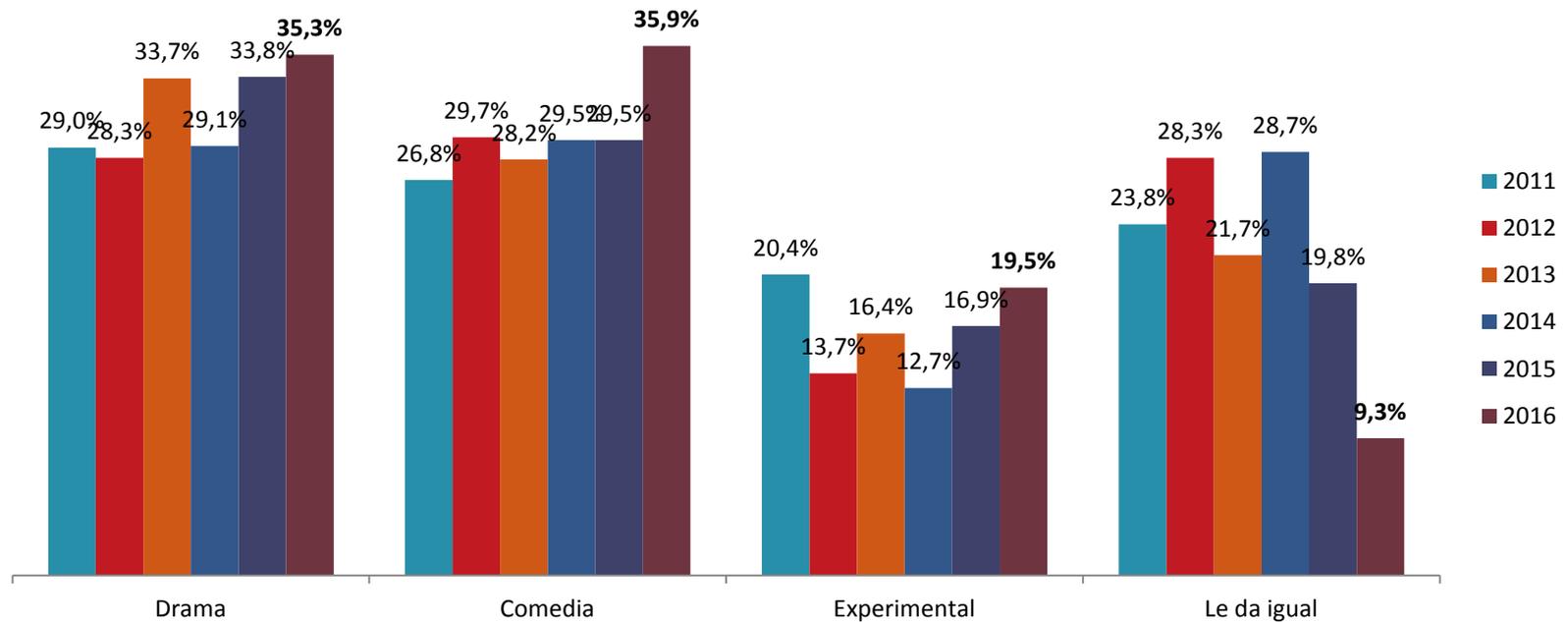
- **Teatro, Danza, Música, BiblioGAM**, comunidades en **Plazas**, Sala de **Artes Visuales**, se ajustan a los resultados generales, con un mayor porcentaje de público que declara que su principal obstáculo para asistir a espectáculos y exposiciones es la falta de tiempo, seguida de la falta de dinero.
- La Sala de **Arte Popular**, si bien la falta de tiempo es el primer obstáculo (50,8%), le sigue la lejanía respecto a espacios culturales (14,1%), seguida por la falta de dinero y la falta de información con la misma proporción (11,0%).
- En las actividades de **Audiencias**, los resultados difieren: el principal obstáculo lo constituye la falta de dinero (32,9%), y luego con el mismo porcentaje la falta de tiempo y la lejanía respecto a espacios culturales (12,2%).
- En PumaLab también se observa como impedimento principal la falta de tiempo (64,6%), sin embargo en segundo lugar se posiciona la falta de información (14,1%). La falta de dinero asume un porcentaje marginal, siendo el más bajo en comparación con los demás espacios.

Obstáculos para la asistencia	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Falta de tiempo	43,5%	42,0%	50,8%	64,6%	43,9%	64,0%	46,0%	18,3%	44,0%	44,4%
Falta de dinero	34,8%	15,8%	11,0%	2,1%	21,6%	16,0%	22,2%	32,9%	20,0%	18,6%
Falta de información	5,4%	9,8%	8,9%	14,6%	10,8%	8,0%	6,3%	12,2%	14,0%	9,7%
Lejanía respecto a espacios culturales	4,3%	7,1%	14,1%	8,3%	6,5%	4,0%	6,3%	18,3%	4,0%	8,6%
Falta de costumbre, preparación o interés	8,7%	12,4%	11,5%	10,4%	13,7%	4,0%	7,9%	3,7%	16,0%	10,9%
No existen obstáculos, asiste lo suficiente	3,3%	12,9%	3,7%	0,0%	3,6%	4,0%	11,1%	14,6%	2,0%	7,9%



Género teatral preferido

En cuanto a géneros teatrales, las principales preferencias corresponden a drama (35,3%) y comedia (25,9%), de manera similar a los años anteriores.





Género teatral preferido según espacio

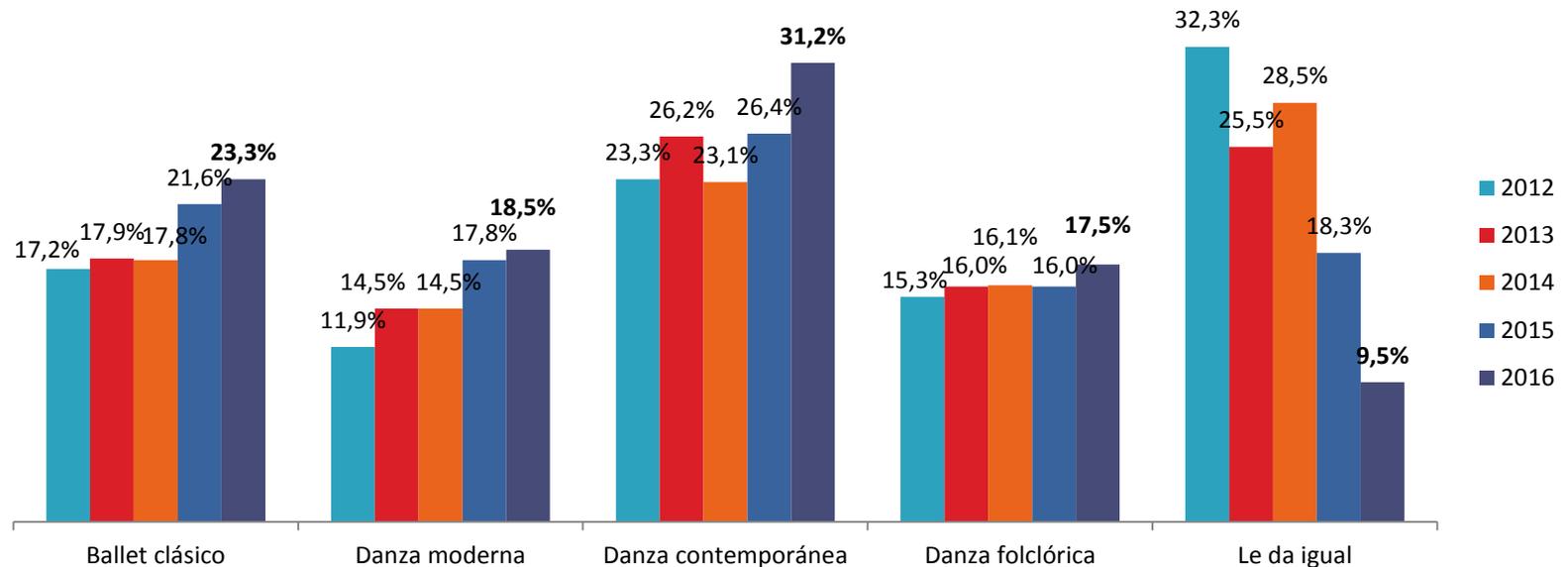
- En **Teatro, Danza, Música** y Sala de **Artes Visuales**, la tendencia se ajusta a los resultados generales, con una mayor preferencia por el drama, seguida por la comedia.
- En Sala de **Arte Popular** y en **BiblioGAM**, constituyen los casos en que la mayor preferencia es por la comedia, y luego por el drama.
- **BiblioGAM**, y **Audiencias**, obtienen porcentajes altos a “les da igual” en cuanto a su preferencia por algún género teatral (27,8% y 30,5% respectivamente).
- Destaca que en **Danza** y **Comunidades**, tienen porcentaje altos respecto a la preferencia por el teatro experimental (26,5% en ambos espacios.)

Género teatral preferido	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Drama	26,7%	37,1%	33,7%	42,9%	42,9%	34,7%	41,3%	14,6%	40,8%	35,3%
Comedia	35,6%	34,0%	37,2%	30,6%	40,0%	28,6%	33,3%	50,0%	26,5%	35,9%
Experimental	10,0%	23,2%	24,5%	16,3%	11,4%	26,5%	23,8%	4,9%	26,5%	19,5%
Le da igual	27,8%	5,7%	4,6%	10,2%	5,7%	10,2%	1,6%	30,5%	6,1%	9,3%



Tipo de danza preferido

El mayor porcentaje de los encuestados declara preferir la danza contemporánea (31,2%), seguido de quienes se inclinan por el ballet clásico (23,3%), ambas preferencias presentan un incremento en sus porcentajes respecto a años anteriores.





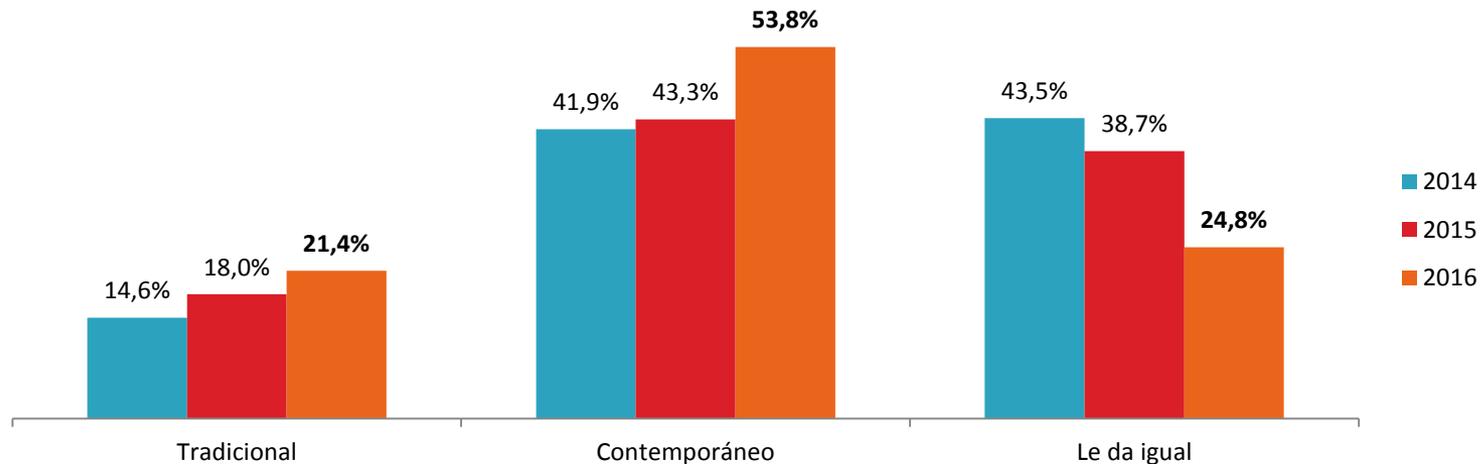
Tipo de danza preferido según espacio

- En **Teatro, Danza, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, Puma Lab y Comunidades**, la primera preferencia la constituye la danza contemporánea. Destaca que en **Danza**, se tiene la preferencia más definida con un 52,1%.
- En **Música y Audiencias**, la primera preferencia pasa a ser el ballet clásico.
- En **BiblioGAM**, la mayor proporción del público declara que le da igual el tipo de danza. (32,2%)

Género danza de preferencia	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Ballet clásico	17,2%	22,6%	24,6%	19,1%	29,7%	8,3%	37,5%	27,7%	10,0%	23,3%
Danza moderna	12,6%	20,3%	19,0%	12,8%	18,8%	20,8%	14,1%	12,0%	32,0%	18,5%
Danza contemporánea	26,4%	30,9%	30,8%	34,0%	31,2%	52,1%	29,7%	18,1%	44,0%	31,2%
Danza floklórica	11,5%	19,5%	21,5%	21,3%	15,9%	8,3%	12,5%	19,3%	10,0%	17,5%
Le da igual	32,2%	6,8%	4,1%	12,8%	4,3%	10,4%	6,3%	22,9%	4,0%	9,5%

Tipo de circo preferido

La mayoría de los encuestados declara preferencia por el circo contemporáneo (53,8%), incrementándose este porcentaje respecto a los años anteriores. Le sigue con un 24,8%, quienes indican que les da igual el tipo de circo.





Tipo de circo preferido según espacio

- **Todos los espacios** se ajustan a los resultados generales, con una mayor proporción de público que se inclina por el circo contemporáneo, a excepción de **Audiencias** donde se observa que a la mayoría le da igual.

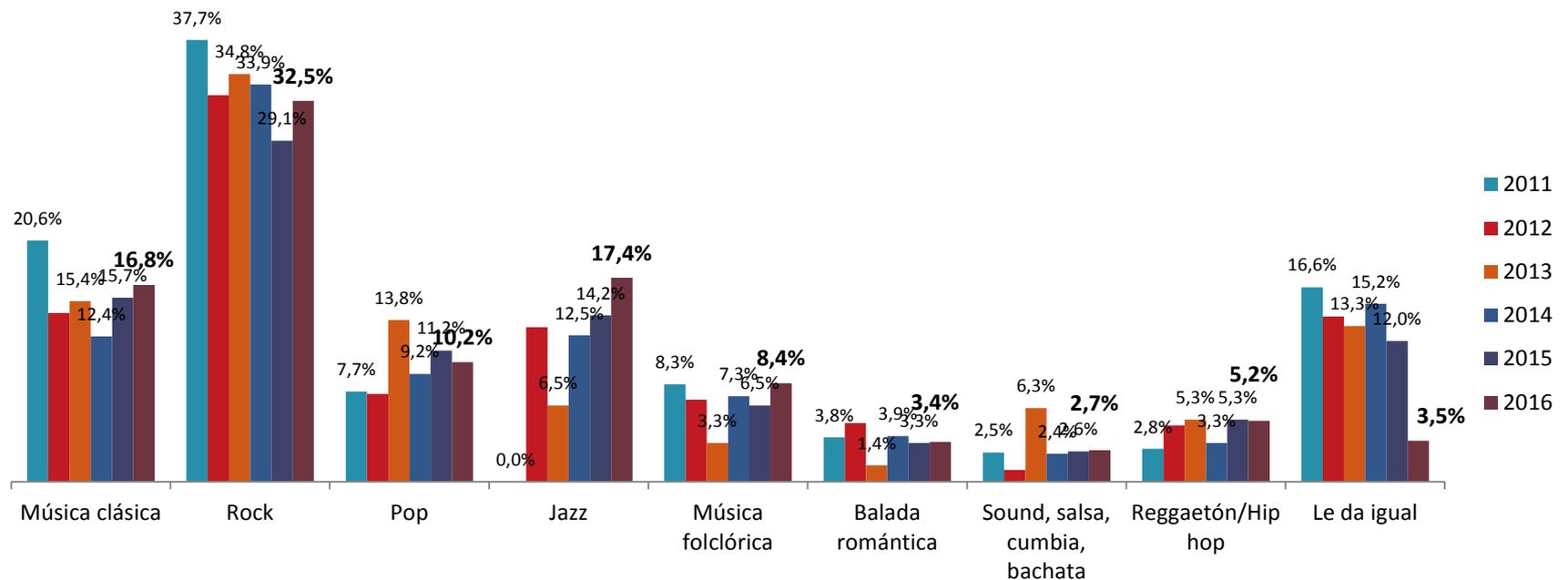
Género circo de preferencia	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Tradicional	13,6%	18,9%	25,0%	22,4%	26,2%	22,4%	19,4%	25,0%	22,0%	21,4%
Contemporáneo	44,3%	55,7%	57,7%	57,1%	52,5%	61,2%	62,9%	34,5%	54,0%	53,8%
Le da igual	42,0%	25,4%	17,3%	20,4%	21,3%	16,3%	17,7%	40,5%	24,0%	24,8%



Género musical preferido

El género musical preferido por el público sigue siendo el rock (32,5%), experimentando una alza respecto al año anterior.

Continúan en orden de preferencia, -y a diferencia de años anteriores- el jazz (14,4%), la música clásica (16,8%) y el pop (10,2%).





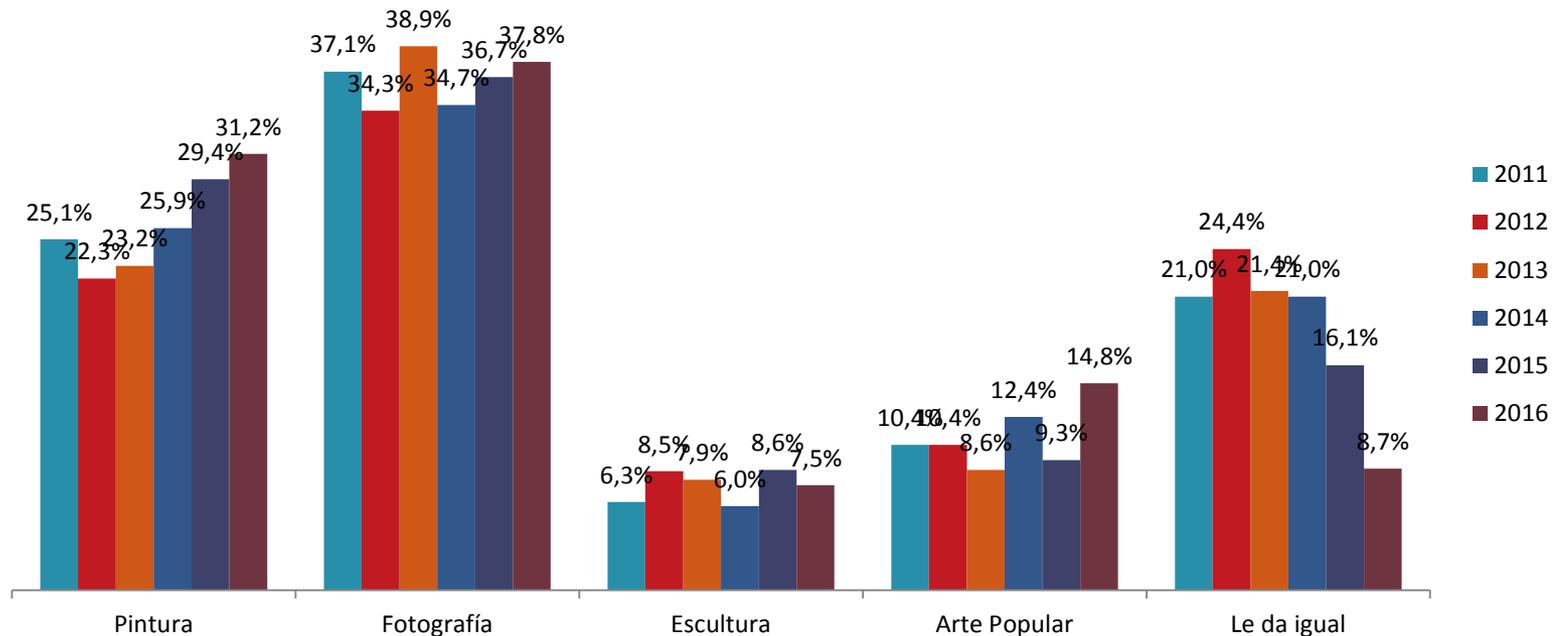
Género musical preferido según espacio

- **Teatro, Danza, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM y Puma Lab**, 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, donde la primera preferencia la constituye el pop.

Género musical de preferencia	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Música clásica	12,5%	13,5%	18,0%	8,2%	14,9%	16,3%	41,0%	31,3%	6,0%	16,8%
Rock	33,0%	38,5%	34,5%	40,8%	29,8%	32,7%	31,1%	9,6%	16,0%	32,5%
Jazz	15,9%	18,0%	18,6%	14,3%	17,7%	20,4%	18,0%	19,3%	6,0%	17,4%
Música floklórica	1,1%	9,1%	10,8%	6,1%	9,9%	8,2%	1,6%	14,5%	2,0%	8,4%
Balada romántica	9,1%	1,8%	1,5%	6,1%	2,1%	4,1%	1,6%	12,0%	0,0%	3,4%
Sound, salsa, cumbia o bachata	3,4%	2,3%	1,0%	2,0%	6,4%	2,0%	0,0%	1,2%	4,0%	2,7%
Pop	8,0%	9,4%	10,8%	12,2%	14,9%	14,3%	3,3%	1,2%	22,0%	10,2%
Rap/Reggaetón	6,8%	4,9%	2,6%	10,2%	2,1%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	5,2%
Le da igual	10,2%	2,3%	2,1%		2,1%	2,0%	1,6%	10,8%	4,0%	3,5%

Tipo de exposición preferida

El tipo de exposición preferida por el público corresponde a la fotografía (37,8%), seguido por quienes prefieren la pintura (31,2%). Ambas preferencias se han incrementado respecto al año anterior.





Tipo de exposición preferida según espacio

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

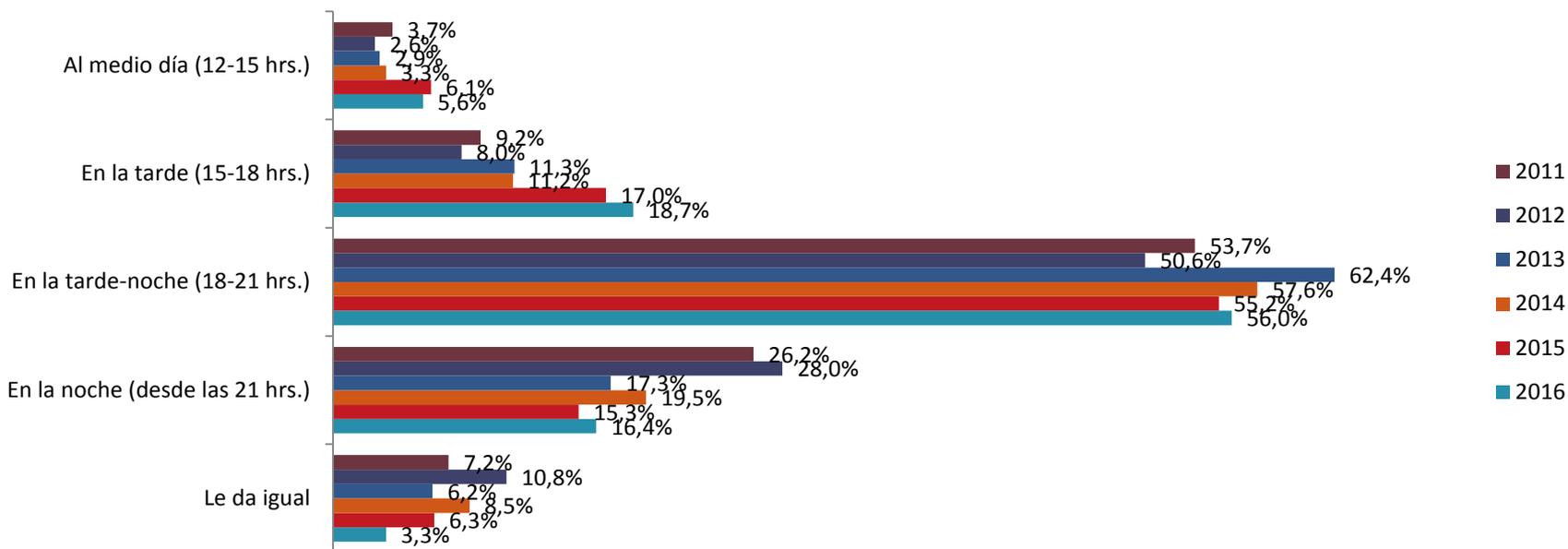
Tipo de exposición preferida	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Pintura	26,1%	29,6%	32,8%	29,8%	36,7%	32,7%	42,9%	32,5%	14,3%	31,2%
Fotografía	36,4%	40,3%	39,5%	42,6%	40,3%	38,8%	27,0%	18,1%	49,0%	37,8%
Escultura	2,3%	9,1%	7,7%	2,1%	5,0%	12,2%	12,7%	7,2%	4,1%	7,5%
Arte popular	13,6%	13,2%	15,9%	19,1%	13,7%	12,2%	14,3%	14,5%	28,6%	14,8%
Le da igual	21,6%	7,8%	4,1%	6,4%	4,3%	4,1%	3,2%	27,7%	4,1%	8,7%



Horario preferido para asistir a espectáculos según espacio

El horario de preferencia para asistir a espectáculos es en la tarde-noche, es decir, entre 18 y 21 hrs. (56,0%).

En segundo lugar, se observa quienes declaran preferir el horario de tarde, de 15 a 18 hrs. (18,7%) porcentaje que se incrementa respecto a años anteriores.





Horario preferido para asistir a espectáculos según espacio

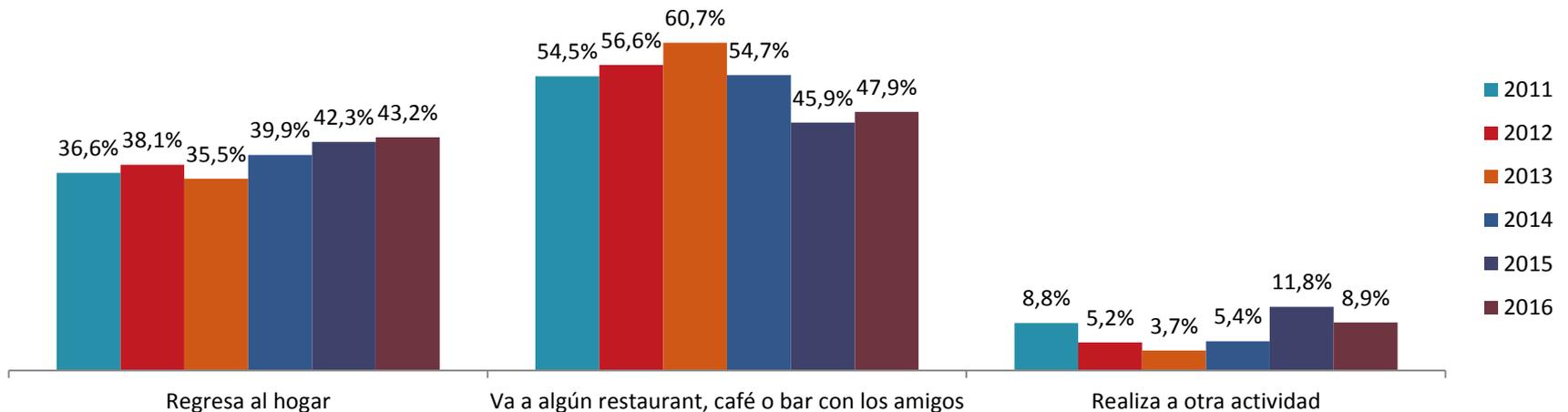
- **Todos los espacios**, se ajustan a los resultados generales, donde la mayoría del público se inclina por el horario de la tarde-noche (18 a 21 hrs.) para asistir a espectáculos.
- En **BiblioGAM, Audiencias** y sala de **Arte Popular**, si bien declaran como primera preferencia el horario de la tarde-noche (18 a 21 hrs.), también reportan niveles significativos de inclinación por el horario de la tarde (15 a 18 hrs.)
- Cabe destacar que de los encuestados en funciones de artes escénicas (**Teatro, Danza y Música**) no existieron respuestas que indicaran como preferencia el horario de mediodía (de 12 a 14:59 hrs.)

Horario de preferencia	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Al medio día (12:00 a 14:59 hrs)	4,3%	6,7%	8,2%	8,0%				7,1%	12,0%	5,6%
En la tarde (15:00 a 17:59 hrs)	12,0%	22,7%	27,0%	14,0%	7,1%	10,0%	7,8%	27,4%	14,0%	18,7%
En la tarde noche (18:00 a 20:50 hrs)	53,3%	57,5%	45,9%	50,0%	62,4%	68,0%	71,9%	50,0%	54,0%	56,0%
En la noche (21:00 hrs.)	18,5%	11,9%	16,3%	24,0%	28,4%	22,0%	18,8%	7,1%	14,0%	16,4%
Le da igual	12,0%	1,3%	2,6%	4,0%	2,1%		1,6%	8,3%	6,0%	3,3%



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 (47,9%), seguido de aquellos que regresan al hogar (43,2%) y finalmente, de quienes declaran realizar otro tipo de actividad (8,9%).





Después de la asistencia a espectáculos según espacio

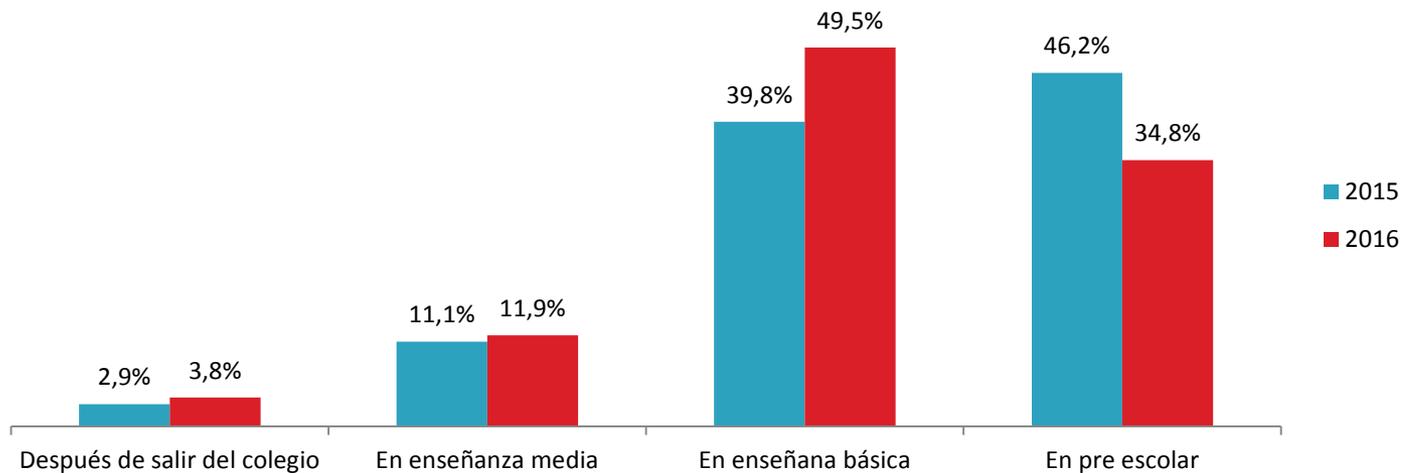
- En **Teatro**, **Danza**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular** y **Puma Lab**, se mantiene la tendencia general, donde la mayoría declara asistir a restaurantes, cafés o bares luego de asistir a un espectáculo.
- En **Música**, **BiblioGAM**, actividades de **Audiencias** y las **Comunidades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

Después de la asistencia	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Regresa al hogar	42,9%	37,1%	40,0%	36,0%	44,0%	36,7%	54,7%	71,4%	52,0%	43,2%
Va a algún restaurant, café o bar con los amigos	34,1%	52,6%	54,4%	60,0%	53,2%	57,1%	37,5%	19,0%	38,0%	47,9%
Realiza a otra actividad	23,1%	10,3%	5,6%	4,0%	2,8%	6,1%	7,8%	9,5%	10,0%	8,9%



Período de la primera asistencia a un evento cultural

La mayor parte del público, correspondiente a un 49,5%, asistió por primera vez a un evento cultural durante su enseñanza básica. Un 34,8% lo realizó en su etapa de pre escolar, proporciones que se invierten respecto a los resultados del año anterior.





Período de la primera asistencia a un evento cultural según espacio

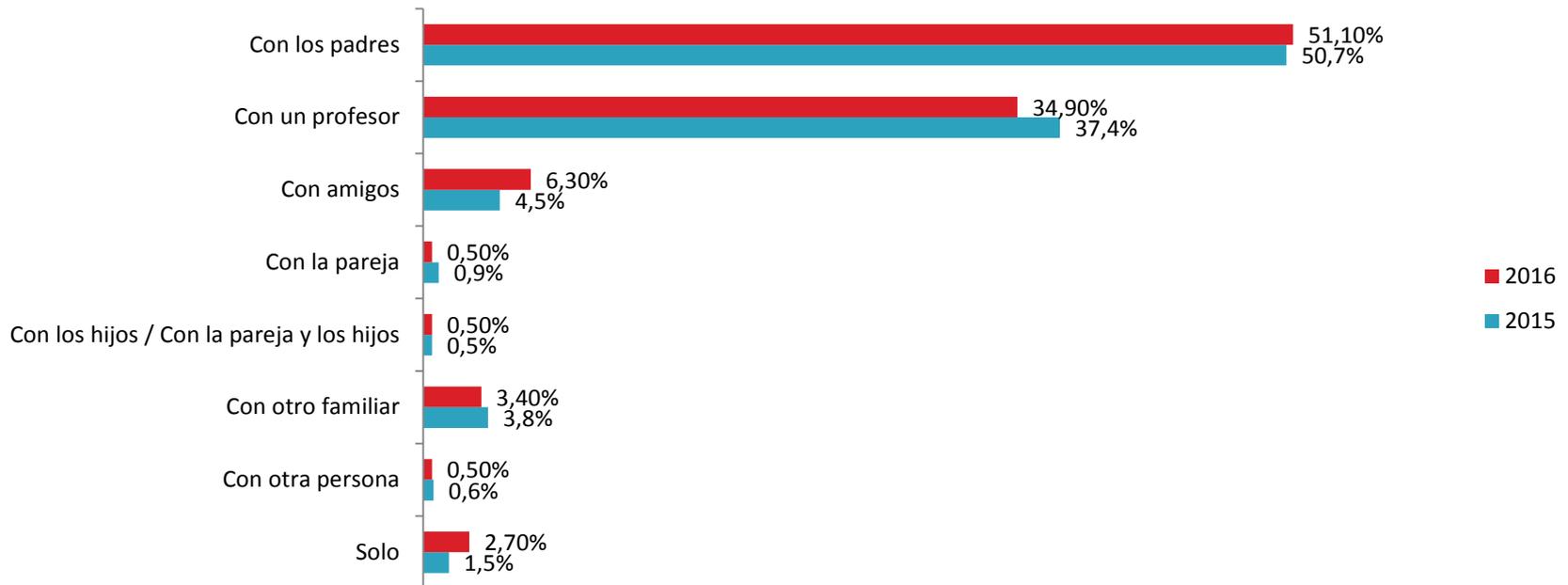
- En **Teatro**, **Danza**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, **BiblioGAM**, **Puma Lab**, **Audiencias** y **Comunidades**, se mantiene la tendencia general, donde el mayor porcentaje de público declara haber asistido por primera vez a un evento cultural en enseñanza básica.
- En **BiblioGAM** y funciones de **Música**, en cambio, la tendencia indica una primera asistencia más temprana a eventos culturales, realizándose ésta principalmente en etapa pre escolar.
- Destaca que los beneficiarios de actividades de **Audiencias**, obtienen el porcentaje más alto (18,1%) respecto a quienes asistieron a un evento cultural, después de salir del colegio.

Período de la primera asistencia a un evento cultural	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
En pre escolar	47,8%	32,2%	39,3%	32,0%	28,4%	26,5%	44,4%	33,7%	32,7%	34,8%
En enseñanza básica	38,9%	54,5%	48,0%	60,0%	46,8%	57,1%	39,7%	37,3%	57,1%	49,5%
En enseñanza media	10,0%	11,2%	10,2%	8,0%	22,7%	14,3%	9,5%	10,8%	4,1%	11,9%
Después de salir del colegio	3,3%	2,1%	2,6%		2,1%	2,0%	6,3%	18,1%	6,1%	3,8%



Acompañante en la primera asistencia a un evento cultural

Poco más de la mitad del público, correspondiente al 51,1%, asistió por primera vez a un evento cultural con los padres. Otra figura relevante la constituye el profesor, ya que un 34,9% del público declara haber asistido por primera vez con un docente.





Acompañante en la primera asistencia a un evento cultural según espacio

- En **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, sala de Arte Popular, BiblioGAM**, actividades de **Audiencias**, 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 **Comunidades** en plazas, se invierte este resultado, y el profesor pasa a ser la principal figura, seguida por los padres.

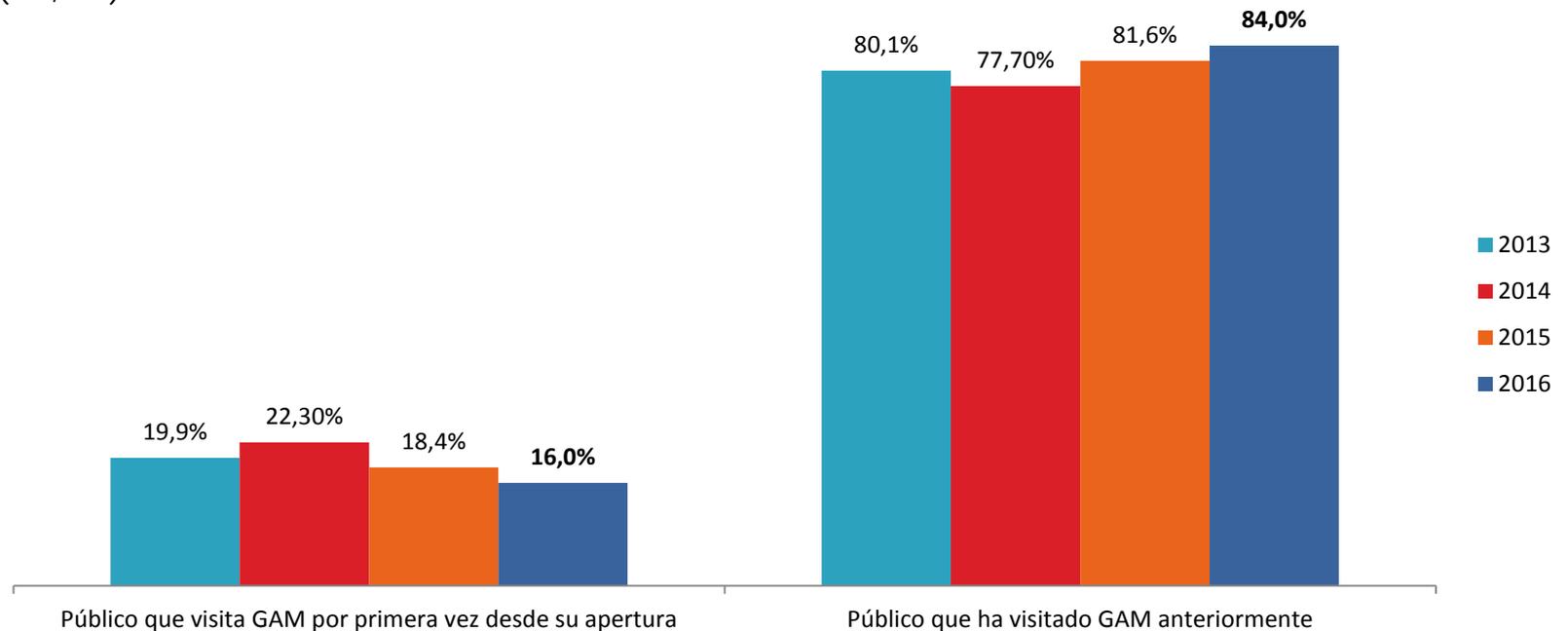
Acompañante a la primera asistencia a un evento cultural	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Con sus padres	68,9%	46,2%	54,6%	52,0%	47,5%	45,8%	47,6%	62,7%	42,9%	51,1%
Con un profesor	21,1%	40,5%	30,1%	46,0%	33,3%	43,8%	38,1%	18,1%	44,9%	34,9%
Con sus amigos	2,2%	6,0%	6,6%	2,0%	10,6%	6,3%	6,3%	8,4%	4,1%	6,3%
Con la pareja	1,1%	0,5%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	0,5%
Con los hijos/ Con la pareja y los hijos	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	0,5%
Con otro familiar	2,2%	3,1%	6,1%	0,0%	4,3%	2,1%	3,2%	1,2%	4,1%	3,4%
Solo	3,3%	2,9%	2,0%	0,0%	2,8%	2,1%	3,2%	4,8%	2,0%	2,7%
Con otra persona	1,1%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	2,0%	0,5%

Visitas a GAM



Nuevos visitantes

Un 16,0% del público de GAM corresponde a quienes lo visitan por primera vez desde su apertura. Esta cifra es la más baja respecto a años anteriores, lo que indica un mayor porcentaje de público que ha visitado GAM anteriormente (84,0%).





Nuevos visitantes según espacio

- Los espacios que concentra mayor proporción de nuevos visitantes son las salas de exposición, Sala de **Arte Popular** (24,5% de nuevos visitantes), y sala de **Artes Visuales** (20,6% de nuevos visitantes).
- En contraste, **Danza**, **Música**, **Puma Lab**, **BiblioGAM**, **Audiencias** y **Comunidades**, casi la totalidad del público es un antiguo visitante (sobre el 90%)

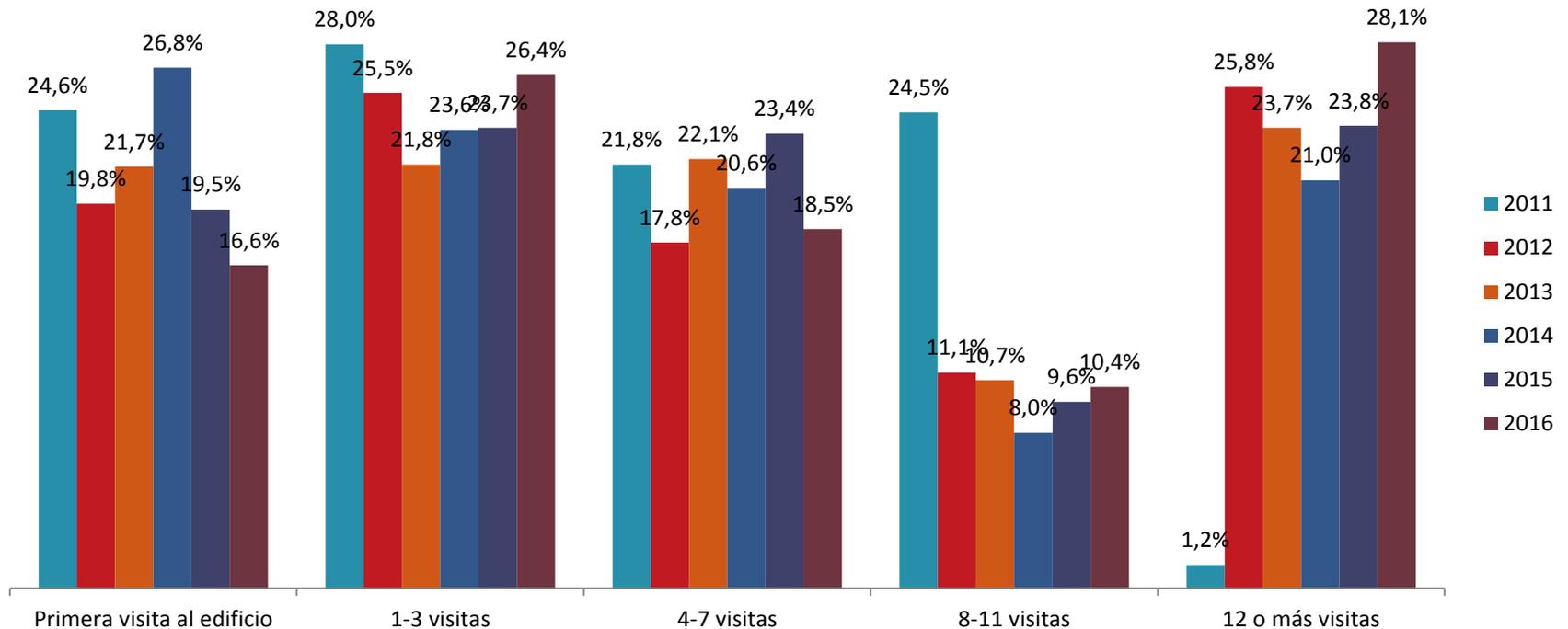
Visitas anteriores	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Si había visitado GAM antes	93,4%	79,4%	75,5%	98,0%	83,7%	91,8%	90,5%	92,8%	92,0%	84,0%
No había visitado GAM antes	6,6%	20,6%	24,5%	2,0%	16,3%	8,2%	9,5%	7,2%	8,0%	16,0%



Frecuencia de visitas a GAM

En cuanto al grado de fidelización del público, es posible afirmar que un 83,4% ha visitado GAM más de una vez en el último año, porcentaje que presenta un incremento significativo en comparación a los años anteriores.

Además, un 28,1% 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

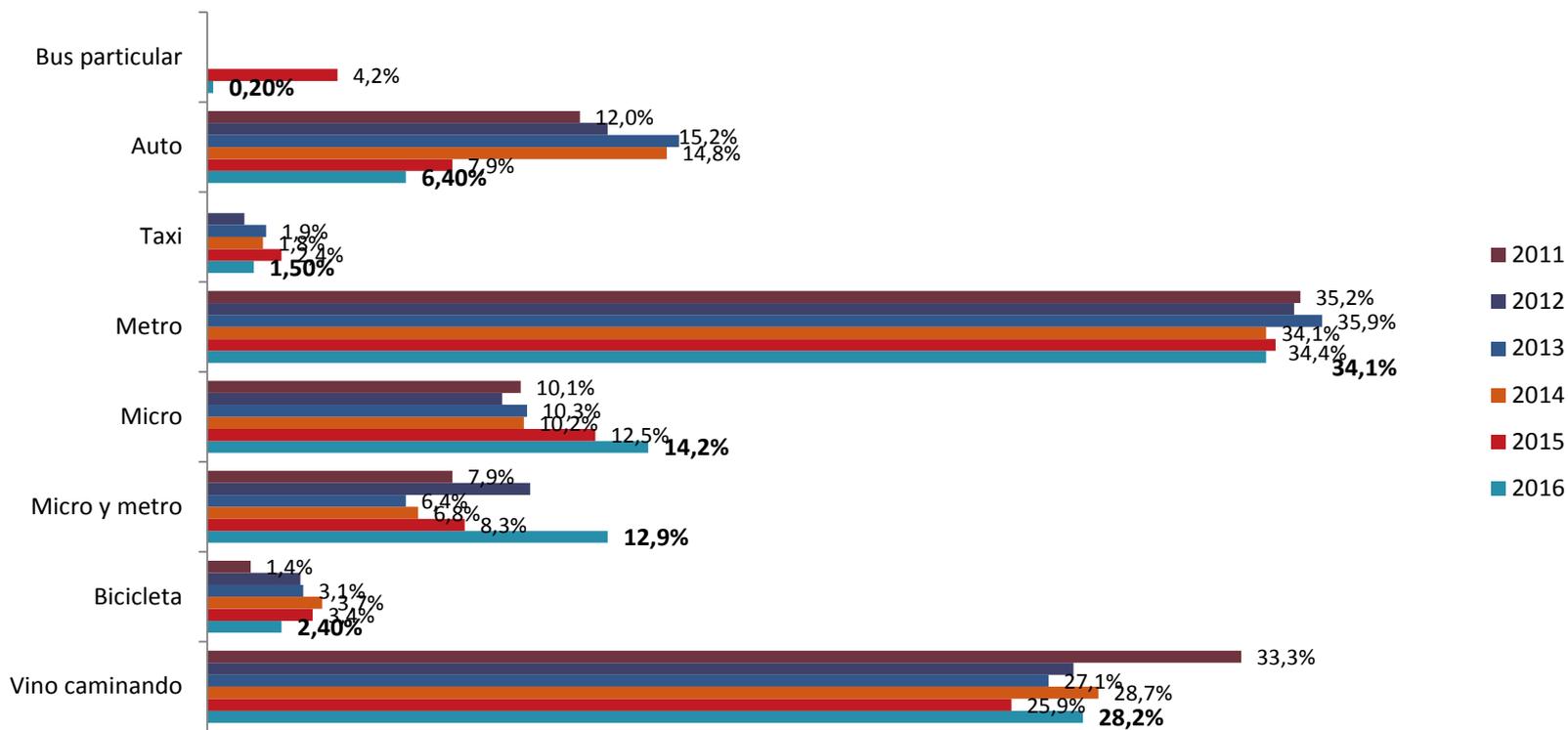
- Los espacios que concentran mayor proporción de público fidelizado corresponden a las **Comunidades** en plazas (un 82,0% ha visitado GAM más de 12 veces en los últimos 12 meses), luego le siguen los beneficiarios de **Audiencias** (71,2% ha visitado GAM más de 12 veces en los últimos 12 meses).
- En contraste, el público de la sala de **Arte Popular** y la sala de **Artes Visuales** poseen la mayor proporción de público que visita el edificio por primera vez en los últimos 12 meses.

Primera asistencia	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Primera visita a GAM	7,1%	21,1%	25,4%	2,0%	16,5%	8,5%	10,0%	8,2%	8,0%	16,6%
1 - 3 visitas	25,9%	27,2%	30,7%	32,7%	28,8%	27,7%	41,7%	5,5%	4,0%	26,4%
4 - 7 visitas	25,9%	19,8%	19,0%	8,2%	20,9%	19,1%	25,0%	8,2%	4,0%	18,5%
8 a 11 visitas	14,1%	11,6%	8,5%	10,2%	10,8%	14,9%	10,0%	6,8%	2,0%	10,4%
12 visitas o más	27,1%	20,3%	16,4%	46,9%	23,0%	29,8%	13,3%	71,2%	82,0%	28,1%



Medio de transporte para llegar a GAM

Las tendencias indican que el público llega a GAM principalmente en metro (34,1%) y caminando (28,2%), al igual que en las mediciones anteriores.





Medio de transporte para llegar a GAM según espacio

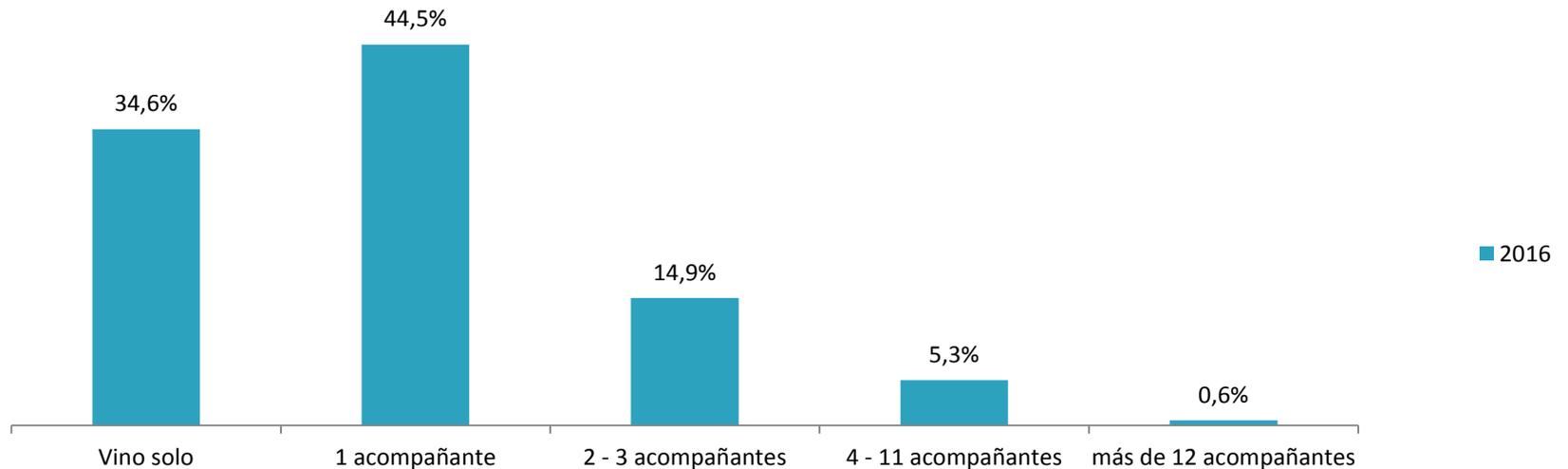
- El público de **Teatro**, **Danza**, Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, y **Audiencias**, se ajusta a la tendencia general, donde priman como medio de transporte el metro, seguido de llegar caminando.
- En **Música** y **Comunidades** en plazas, si bien el principal medio de transporte es el metro, le sigue quienes llegan en micro.
- Así también, en BiblioGAM, si bien el principal medio de transporte es el metro (40,0%), le sigue quienes tienen que usar más de un transporte: metro y micro (22,2%).
- Destaca la particularidad del público de **Puma LAB**, donde un gran porcentaje (42,0%) llega caminando.

Medio de transporte	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Auto	3,3%	5,4%	5,1%	6,0%	16,4%	6,3%	8,1%	1,2%	4,0%	6,4%
Taxi	1,1%	0,5%	1,5%	2,0%	4,3%	2,1%	1,6%	2,4%	0,0%	1,5%
Metro	40,0%	32,6%	33,7%	26,0%	32,1%	43,8%	29,0%	42,2%	34,0%	34,1%
Micro	16,7%	14,7%	10,7%	20,0%	11,4%	8,3%	22,6%	6,0%	30,0%	14,2%
Micro y metro	22,2%	12,4%	12,2%	0,0%	10,7%	18,8%	16,1%	9,6%	18,0%	12,9%
Bicicleta	4,4%	2,3%	2,0%	4,0%	1,4%	2,1%	1,6%	2,4%	4,0%	2,4%
Bus particular	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Vino caminando	12,2%	31,8%	34,7%	42,0%	22,9%	18,8%	21,0%	36,1%	10,0%	28,2%



Número de acompañantes del visitante

La mayoría de los públicos, 44,5% visita GAM junto a 1 acompañante, seguido por el 34,6% quienes indican venir solos. Un 14,9% asiste con 2 a 3 acompañantes, y en un porcentaje bastante inferior de 5,3%, quienes asisten acompañados de entre 4 a 11 personas.





Número de acompañantes del visitante

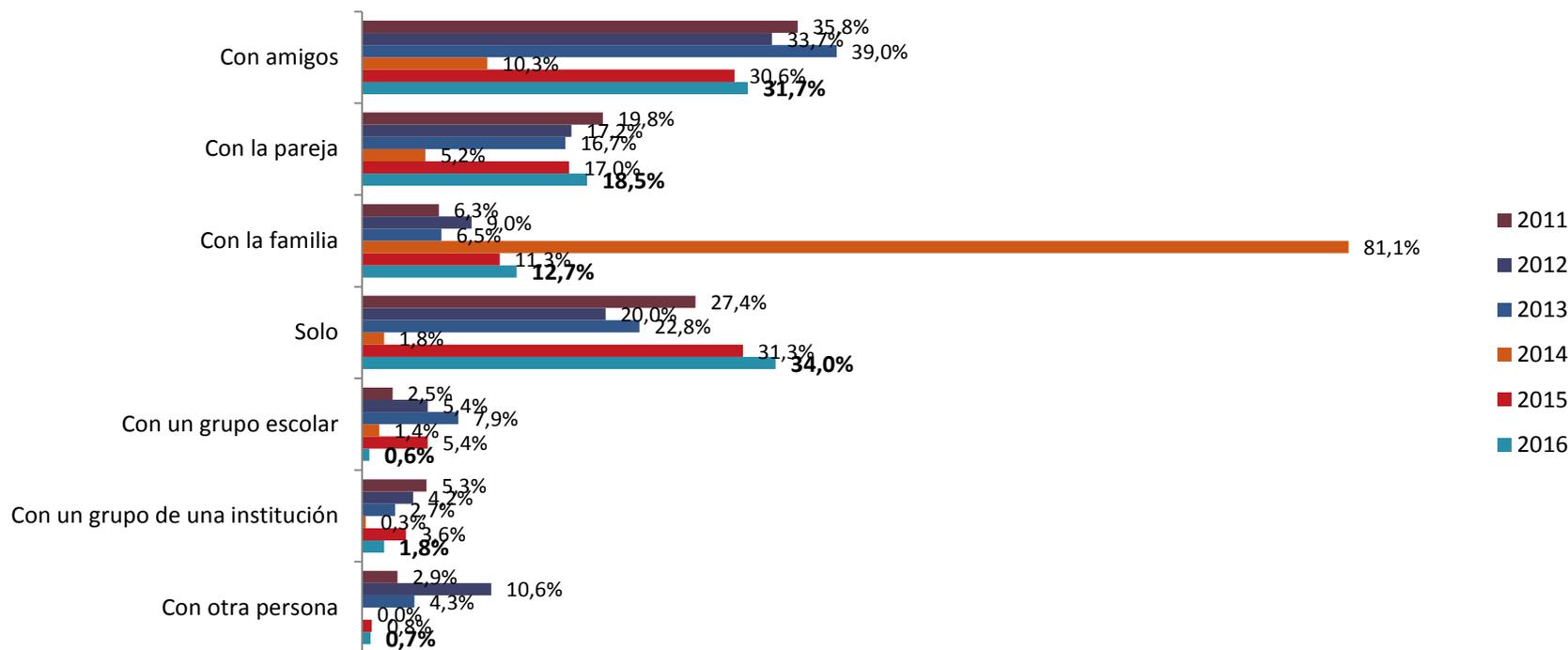
- El público de **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales** y Sala de **Arte Popular**, se ajusta a la tendencia general, donde priman quienes vienen con 1 acompañante, seguido por quienes vienen solos.
- La mayoría de los usuarios de **BibliOGAM** (42,7%) viene junto a 2 o 3 acompañantes. Por otra parte, los visitantes pertenecientes a las **Comunidades** en plazas visitan GAM en grupos de entre 4 a 11 personas.
- A las actividades de **Audiencias**, los beneficiarios asisten en su mayoría (79,4%) sin acompañantes.

Número de acompañantes del visitante	BibliOGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Vino solo	21,3%	37,1%	35,2%	48,0%	18,4%	28,6%	31,7%	70,4%	20,0%	34,6%
1 acompañante	21,3%	46,1%	49,5%	48,0%	62,4%	63,3%	54,0%	17,3%	14,0%	44,5%
2 - 3 acompañantes	42,7%	14,9%	12,2%	4,0%	13,5%	4,1%	11,1%	6,2%	20,0%	14,9%
4 - 11 acompañantes	14,6%	1,0%	2,0%		5,0%	2,0%	3,2%	6,2%	46,0%	5,3%
más de 12 acompañantes		0,8%	1,0%		0,7%	2,0%				0,6%



Acompañantes del visitante

En 2015, los visitantes asisten a GAM principalmente solos (34,0%) o acompañados de amigos (31,7%), seguidos con un menor porcentaje quienes asisten con su pareja (18,5%).





Acompañantes del visitante según espacio

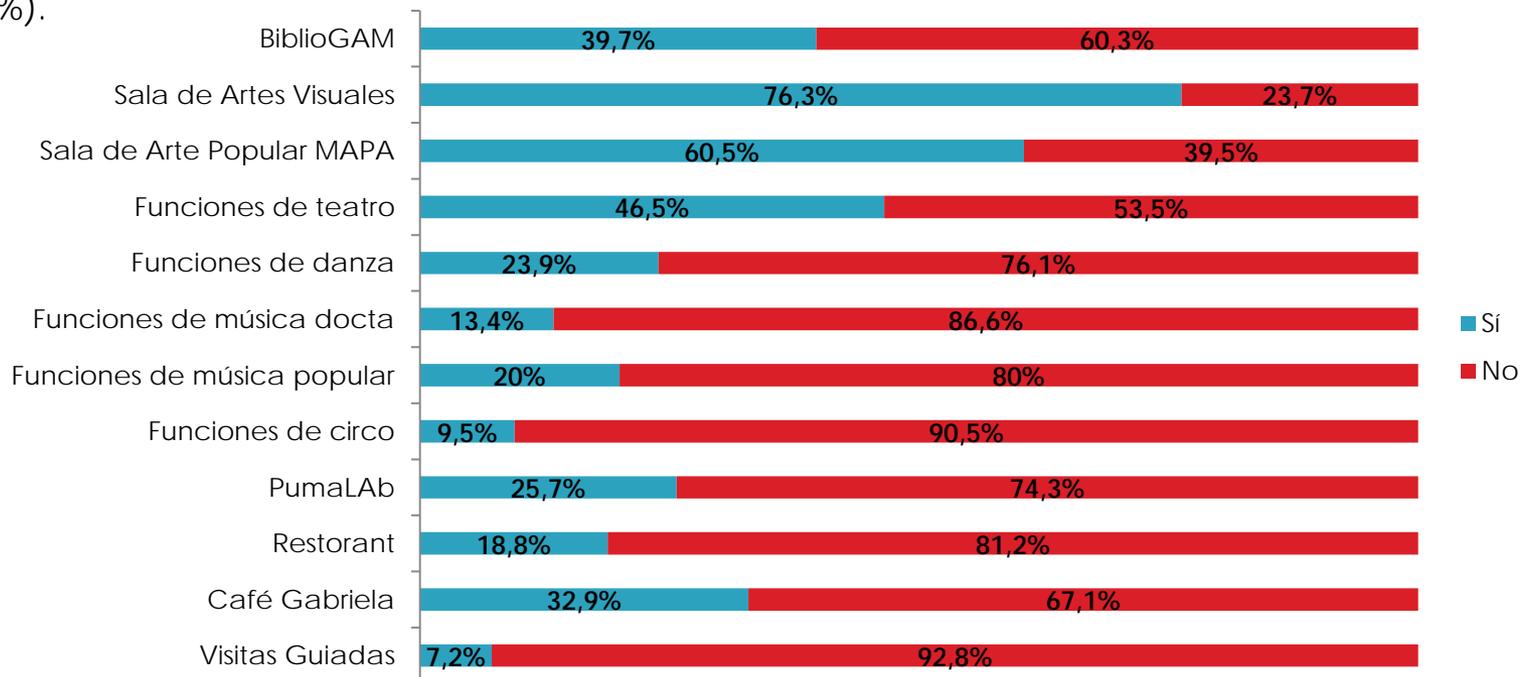
- Sala de **Artes Visuales**, Sala de **Arte Popular**, y **Puma LAB** se ajusta a la tendencia general, donde el público viene principalmente sólo o con amigos.
- En **Teatro**, la mayoría asiste con la pareja (32,6%), seguido por quienes vienen acompañados de amigos (31,9%).
- En **Danza**, **Música**, **BiblioGAM** y **Comunidades** la mayoría asisten con amigos.
- En las actividades de **Audiencias**, la mayoría asiste solo/a.

Acompañantes del visitante	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Con amigos	36,8%	29,5%	29,6%	14,0%	31,9%	34,7%	38,1%	19,5%	74,0%	31,7%
Con la pareja	3,4%	17,8%	19,9%	28,0%	32,6%	32,7%	20,6%	3,7%	2,0%	18,5%
Con la familia	14,9%	15,2%	13,8%	12,0%	14,9%	4,1%	9,5%	4,9%	4,0%	12,7%
Sólo	21,8%	37,0%	35,2%	46,0%	18,4%	28,6%	31,7%	63,4%	20,0%	34,0%
Con un grupo escolar	8,0%									0,6%
Con un grupo de otra institución	10,3%	0,5%	1,5%		2,1%			3,7%		1,8%
Con otra persona	4,6%							4,9%		0,7%



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 (76,3%) y Sala de Arte Popular (60,5%). Además un 46,5% indica haber asistido a una obra de teatro en GAM, y un 39,7% a visitado BiblioGAM. La actividad menos concurridas son las visitas guiadas (7,2%) y las funciones de circo (9,5%).





Nivel de conocimiento de infraestructura y actividades GAM según espacios

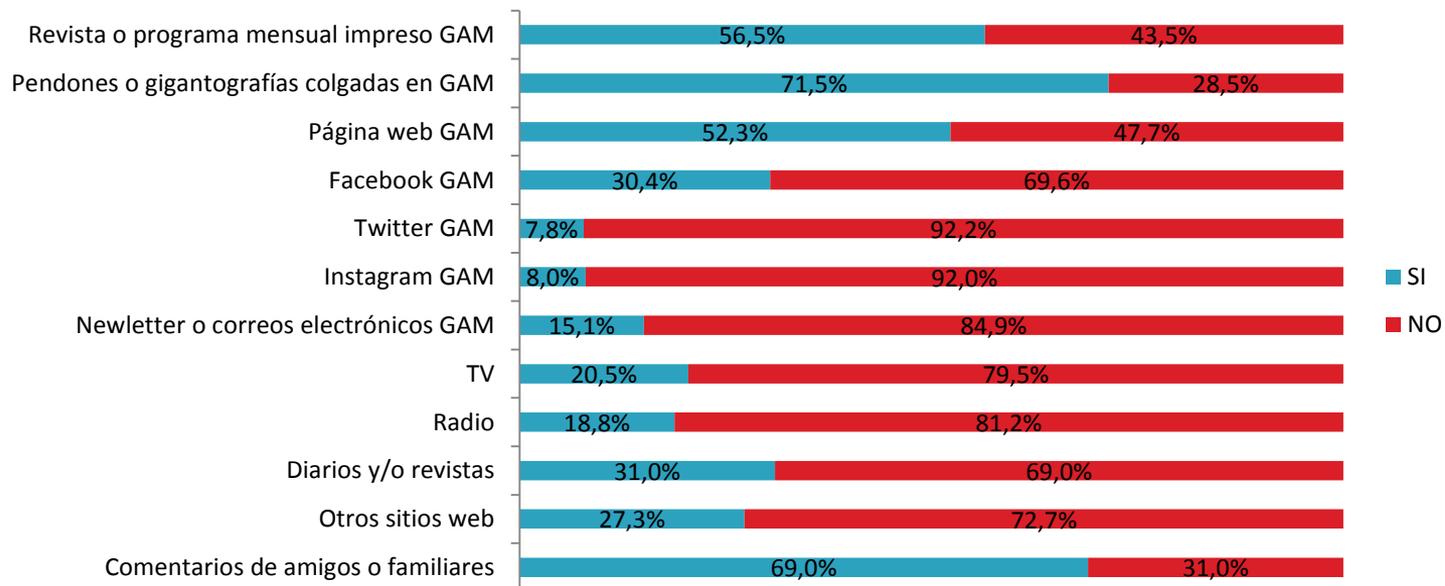
- La mayoría del público de **Teatro** conoce, además, la Sala de Artes Visuales (61,7%) y la Sala de arte Popular (50,4%) y al café (41,8%).
- La mayoría del público de **Danza** ha asistido, además, a funciones de teatro,(77,6%), a la Sala de Artes Visuales (75,5%) y Sala de Arte Popular (63,3%).
- La mayoría del público de **Música** conoce, además, la Sala de Artes Visuales (60,3%), Sala de Arte Popular (49,2%) y a asistido a alguna función de teatro (46,0%).
- La mayoría del público de la Sala de **Artes Visuales** conoce, además, la Sala de Arte Popular (56,2%).
- La mayoría del público de la Sala de **Arte Popular** conoce, además, la Sala de Artes Visuales (74,5%).
- En su mayoría, el público de **BiblioGAM** no ha asistido al resto de espacios y actividades, salvo la Sala de Artes Visuales (50,6%).
- La mayoría del público de las actividades de **Audiencias** ha asistido, además, a funciones de teatro (72,5%) y a BiblioGAM (69,1%).
- En su mayoría, las comunidades en **Plazas** no han asistido a l resto de espacios y actividades, salvo sala de Artes Visuales (52,0%).
- La mayoría del público de **Puma Lab** conoce, además, la Sala de Artes Visuales (76,0%) y Sala de Arte Popular (60,0%).

Nivel de conocimiento de espacios y actividades GAM	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Funciones de Teatro	37,9%	31,3%	34,2%	38,0%	-	77,6%	46,0%	72,5%	28,0%	46,5%
Funciones de Danza	18,4%	15,2%	15,3%	24,0%	24,8%	-	17,5%	49,4%	36,0%	23,9%
Funciones de Circo	5,7%	10,6%	5,1%	10,0%	9,9%	20,4%	9,5%	8,6%	14,0%	9,5%
Conciertos de Música Docta	5,7%	9,0%	6,6%	8,0%	6,4%	12,2%	-	33,3%	10,0%	13,4%
Conciertos de Música Popular	12,6%	18,3%	19,4%	18,0%	17,7%	20,4%	-	25,9%	14,0%	20,0%
Sala de Artes Visuales	50,6%	-	74,5%	76,0%	61,7%	75,5%	60,3%	54,3%	52,0%	76,3%
Sala de Arte Popular	41,4%	56,2%	-	60,0%	50,4%	63,3%	49,2%	46,9%	44,0%	60,5%
Visitas Guiadas	4,6%	8,8%	4,6%	8,0%	6,4%	6,1%	6,3%	11,1%	8,0%	7,2%
BiblioGAM	-	34,0%	29,1%	44,0%	29,8%	40,8%	31,7%	69,1%	26,0%	39,7%
Puma Lab	18,4%	24,2%	21,4%	-	22,0%	20,4%	19,0%	16,0%	34,0%	25,7%
Restaurante	11,5%	15,7%	16,8%	24,0%	27,7%	28,6%	19,0%	21,0%	20,0%	18,8%
Café	19,5%	29,1%	31,6%	48,0%	41,8%	49,0%	28,6%	35,8%	34,0%	32,9%

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 como medio de información utilizado, con un 71,5%, los pendones o gigantografías colgadas en GAM, y los comentarios de amigos o familiares con un 69,0%.

Además, un 56,5% de los visitantes se ha informado alguna vez a través del programa mensual impreso y un 52,3% por medio de la página web GAM.





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

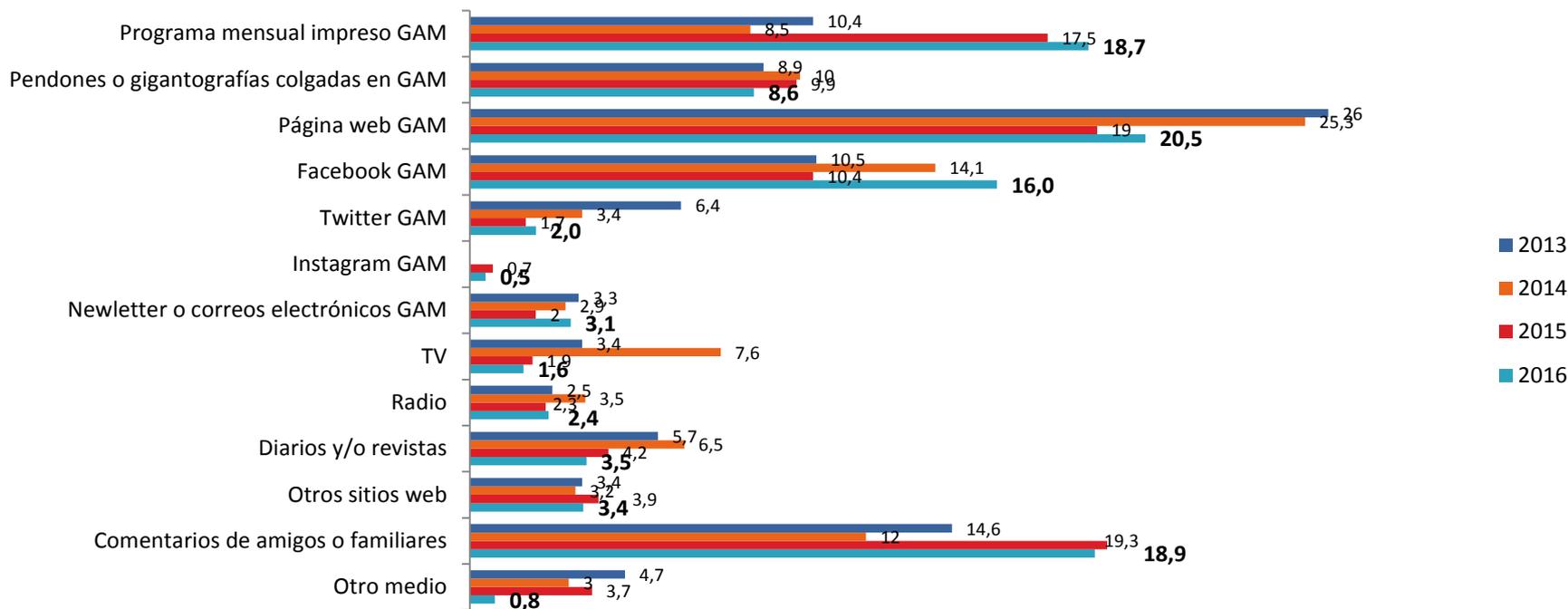
- La mayoría del público de **Teatro, Danza, Música**, se ha informado alguna vez de a través de Pendones GAM, el programa mensual GAM, Página web GAM, y comentarios de amigos o familiares.
- El medio de información que utilizan en mayor medida el público de la Sala Artes Visuales son los pendones y gigantografías.
- El medio de información más utilizado por los visitantes de Sala **de Arte Popular, BiblioGAM, Audiencias** y **Puma LAB** son los comentarios de amigos y familiares.

Medio de información utilizado alguna vez para informarse de las actividades de GAM	Teatro	Danza	Música	Artes Visuales	Arte Popular	BiblioGAM	Audiencias	Comunidades en Plazas	Puma Lab	Total
Programa mensual GAM	51,7%	57,5%	50,0%	48,0%	56,0%	63,3%	60,3%	85,2%	34,0%	56,5%
Pendones GAM	60,9%	74,2%	71,4%	78,0%	70,2%	69,4%	65,1%	71,6%	76,0%	71,5%
Página web GAM	54,0%	46,6%	48,0%	46,0%	70,9%	67,3%	66,7%	49,4%	36,0%	52,3%
Facebook GAM	36,8%	32,5%	25,0%	26,0%	30,5%	32,7%	31,7%	22,2%	38,0%	30,4%
Twitter GAM	10,3%	6,7%	6,6%	10,0%	10,6%	6,1%	4,8%	12,3%	4,0%	7,8%
Instagram GAM	9,2%	8,5%	6,6%	16,0%	4,3%	6,1%	11,1%	8,6%	6,0%	8,0%
Newsletter GAM	14,9%	11,9%	8,7%	18,0%	17,7%	24,5%	15,9%	35,8%	12,0%	15,1%
TV	17,0%	21,4%	19,9%	30,0%	17,7%	6,1%	15,9%	28,4%	28,0%	20,5%
Radio	13,8%	20,1%	14,8%	20,0%	22,7%	12,2%	28,6%	18,5%	16,0%	18,8%
Diarios y revistas	23,0%	33,0%	28,6%	40,0%	37,6%	20,4%	34,9%	27,2%	24,0%	31,0%
Otro sitio web	31,0%	29,9%	20,4%	36,0%	27,7%	20,4%	42,9%	14,8%	26,0%	27,3%
Comentarios	54,0%	68,5%	71,3%	58,0%	75,9%	81,6%	74,6%	56,3%	82,0%	69,0%



Principal medio de información utilizado para informarse sobre las actividades GAM

Si bien los públicos se pueden informar por más de un medio de comunicación sobre las actividades de GAM, al preguntarles cual es el principal, los resultados son bastante diversificados, siendo los que más destacan y en orden decreciente: la página web GAM (20,5%); seguida por comentarios de amigos o familiares (18,9%); el programa mensual impreso (18,7%); y Facebook GAM (16,0%), este último presenta un incremento significativo respecto a los años anteriores.





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

- En **Teatro** y **Música**, y **BibliGAM** el principal medio de información declarado por el público corresponde a la página web GAM.
- En **Audiencias** y **Puma LAB**, el principal medio de información corresponde a el programa impreso mensual.
- Respecto a la **sala de Artes Visuales**, **sala de Arte Popular** y **Comunidades**, predominan como medio principal los comentarios de amigos y familiares.
- En **Danza** el medio principal es tanto la página web, como los comentarios de amigos y familiares.

Principal medio de información sobre las actividades GAM	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Programa mensual GAM	21,8%	14,0%	18,4%	19,1%	11,4%	22,4%	10,2%	58,8%	10,4%	18,7%
Página web GAM	24,1%	17,1%	18,4%	12,8%	34,3%	18,4%	35,6%	13,8%	8,3%	20,5%
Facebook GAM	21,8%	19,0%	15,1%	14,9%	9,3%	12,2%	20,3%	5,0%	22,9%	16,0%
Twitter GAM	1,1%	2,8%	1,7%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%	1,3%	2,1%	2,0%
Instagram GAM	0,0%	0,6%	1,1%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Newsletter GAM	1,1%	2,5%	2,2%	6,4%	2,1%	12,2%	5,1%	2,5%	2,1%	3,1%
Pendones	6,9%	11,8%	7,3%	14,9%	5,0%	8,2%	5,1%	1,3%	14,6%	8,6%
TV	1,1%	1,4%	2,2%	2,1%	0,7%	0,0%	0,0%	5,0%	2,1%	1,6%
Radio	1,1%	3,1%	1,7%	2,1%	5,0%	2,0%	0,0%	0,0%	2,1%	2,4%
Diarios y revistas	1,1%	4,5%	1,7%	2,1%	5,7%	2,0%	5,1%	3,8%	2,1%	3,5%
Otro sitio web	3,4%	3,1%	3,4%	10,6%	2,9%	4,1%	3,4%	0,0%	6,3%	3,4%
Comentarios	14,9%	19,6%	26,3%	12,8%	19,3%	18,4%	13,6%	7,5%	25,0%	18,9%
Otro medio	1,1%	0,6%	0,6%	0,0%	0,7%	0,0%	1,7%	1,3%	2,1%	0,8%



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

- Tanto el público adolescente (menores de 18 años) y el público joven (entre 18 y 29 años) indican que el principal medio de información utilizado respecto a actividades de GAM son los comentarios de amigos y familiares (32,0% y 22,5% respectivamente).
- A diferencia de esto, el principal medio de información del público adulto joven es la página web de GAM con un 25,5%, seguido del Facebook GAM con un 15,4%. En cuanto al público adulto (45 a 59 años) el principal medio utilizado es el Programa mensual impreso y la página web GAM, ambos con el mismo porcentaje: 24,7%.
- La mayoría (52,2% del público adulto mayor utiliza como principal medio de información el programa impreso mensual de GAM.

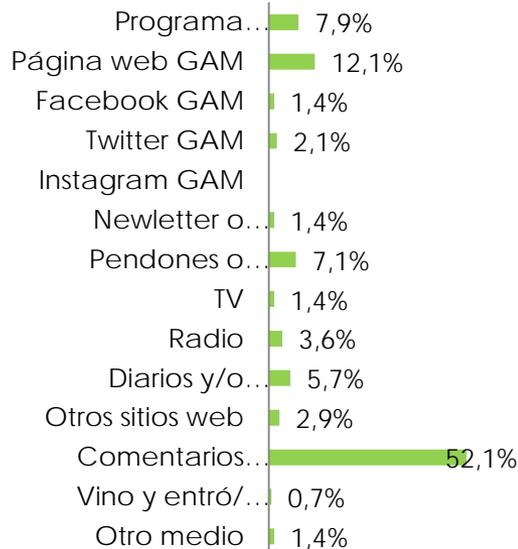
Principal medio de información sobre las actividades GAM	Menores de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	más de 60 años	Total
Programa mensual GAM	18,0%	14,0%	11,7%	24,7%	52,2%	18,7%
Página web GAM	14,0%	19,2%	25,5%	24,7%	15,0%	20,5%
Facebook GAM	16,0%	21,2%	15,4%	4,3%	1,8%	16,0%
Twitter GAM	0,0%	2,2%	2,0%	2,2%	1,8%	2,0%
Instagram GAM	0,0%	0,7%	0,4%	0,0%	0,0%	,5%
Newsletter GAM	2,0%	2,8%	3,6%	4,3%	2,7%	3,1%
Pendones	2,0%	9,9%	11,3%	6,5%	0,9%	8,6%
TV	8,0%	0,7%	2,0%	0,0%	3,5%	1,6%
Radio	0,0%	1,1%	3,2%	8,6%	2,7%	2,4%
Diarios y revistas	0,0%	1,7%	4,9%	7,5%	8,0%	3,5%
Otro sitio web	6,0%	3,5%	5,3%	0,0%	0,9%	3,4%
Comentarios	32,0%	22,5%	13,4%	16,1%	10,6%	18,9%
Otro medio	2,0%	0,6%	1,2%	1,1%	0,0%	0,8%



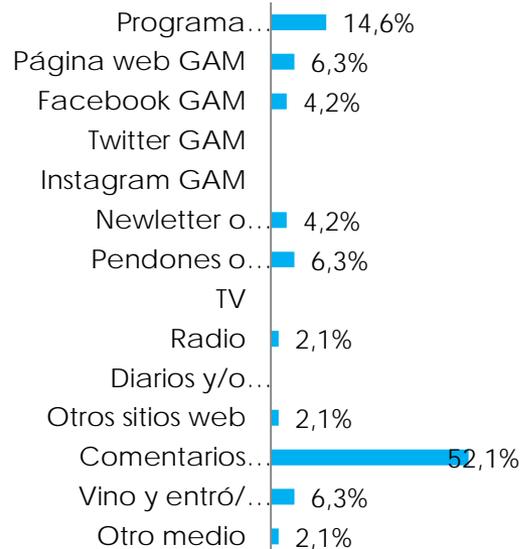
Principal medio de información sobre la función GAM a la que acaba de asistir

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 (sobre el 46,8%), seguido, de lejos, en el caso de las funciones de Teatro por la página web (12,1%), en Danza por el programa mensual (14,6%), y en música por el Facebook de GAM y otros sitios web (12,9%).

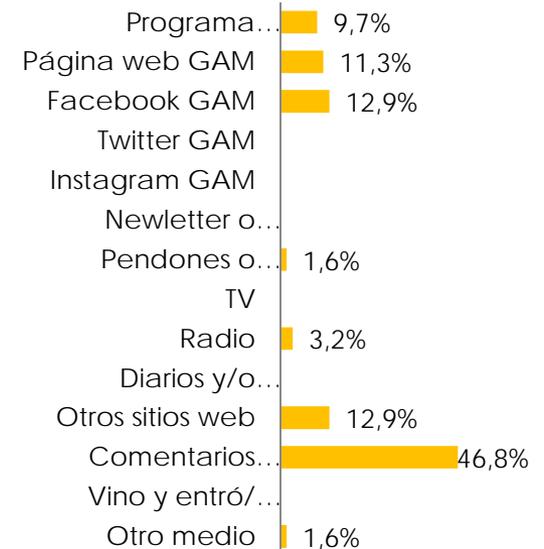
Funciones de Teatro



Funciones de Danza



Conciertos de Música





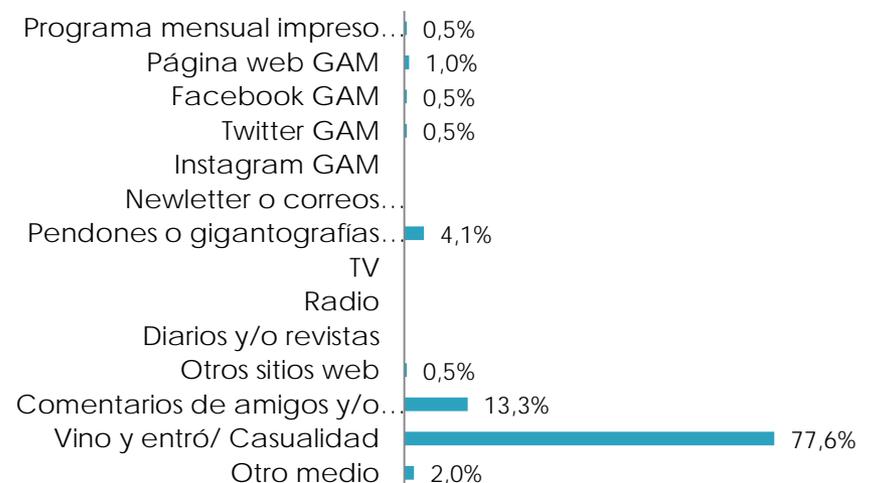
Principal medio de información sobre la exposición GAM que acaba de visitar

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, es decir de "casualidad". Le siguen quienes asistieron motivados por la información de los pendones en el edificio.

Sala de Artes Visuales



Sala de Arte Popular MAPA



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

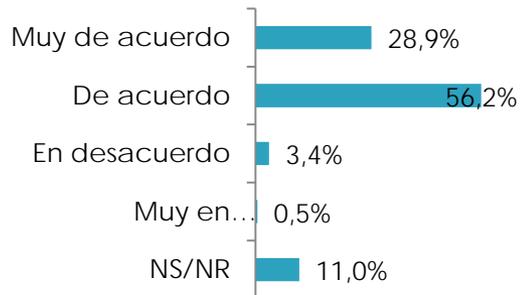


Evaluación de la programación

La gran mayoría del público encuestado dice estar muy de acuerdo o de acuerdo con que GAM ofrece una programación variada (85,1%), atractiva (84,2%) y de calidad (82,4%).

Los porcentajes de desacuerdo son marginales.

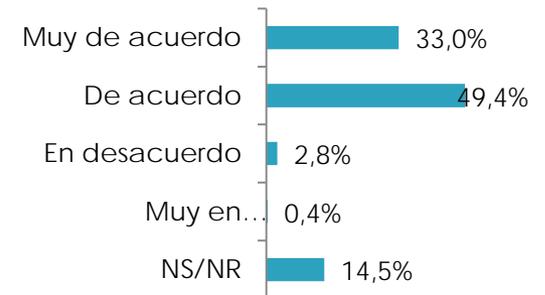
GAM ofrece una programación variada



GAM Ofrece una programación atractiva para mi



GAM ofrece una programación de calidad





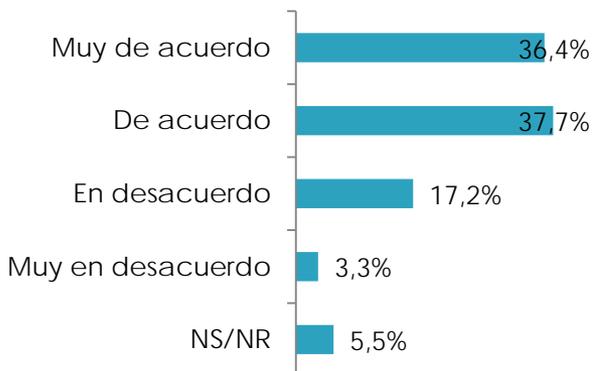
Evaluación de la accesibilidad

Un 74,1% de los encuestados dice estar de acuerdo o muy de acuerdo con que GAM es un centro cultural accesible a todo público.

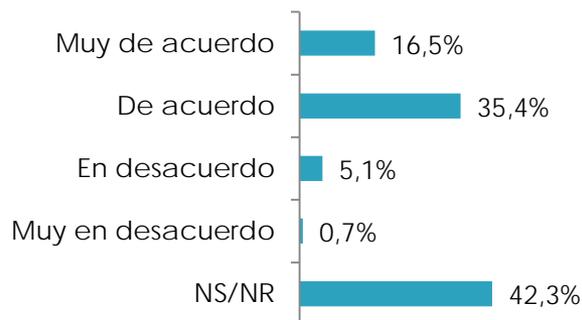
Por otra parte, frente a la afirmación “GAM ofrece actividades complementarias a las obras y exposiciones, lo que permite una mayor comprensión de éstas”, la mayoría, un 42,3% responde no saber o no responde. Sin embargo el 51,9% dice estar de acuerdo o muy de acuerdo.

Además, el 98,9% de los visitantes están de acuerdo o muy de acuerdo con que GAM constituye un aporte a la calidad de vida de los santiaguinos.

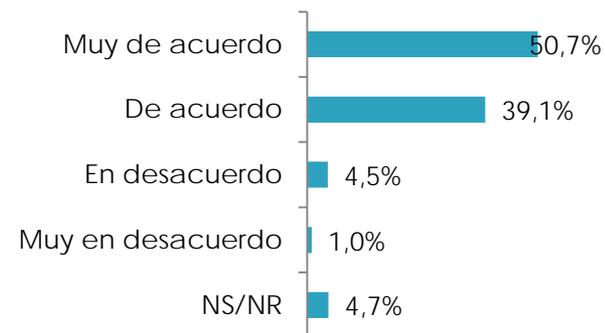
GAM es un centro cultural accesible a todo público



GAM ofrece actividades complementarias a las obras y exposiciones, lo que permite una mayor comprensión de éstas



GAM constituye un aporte a la calidad de vida de los santiaguinos

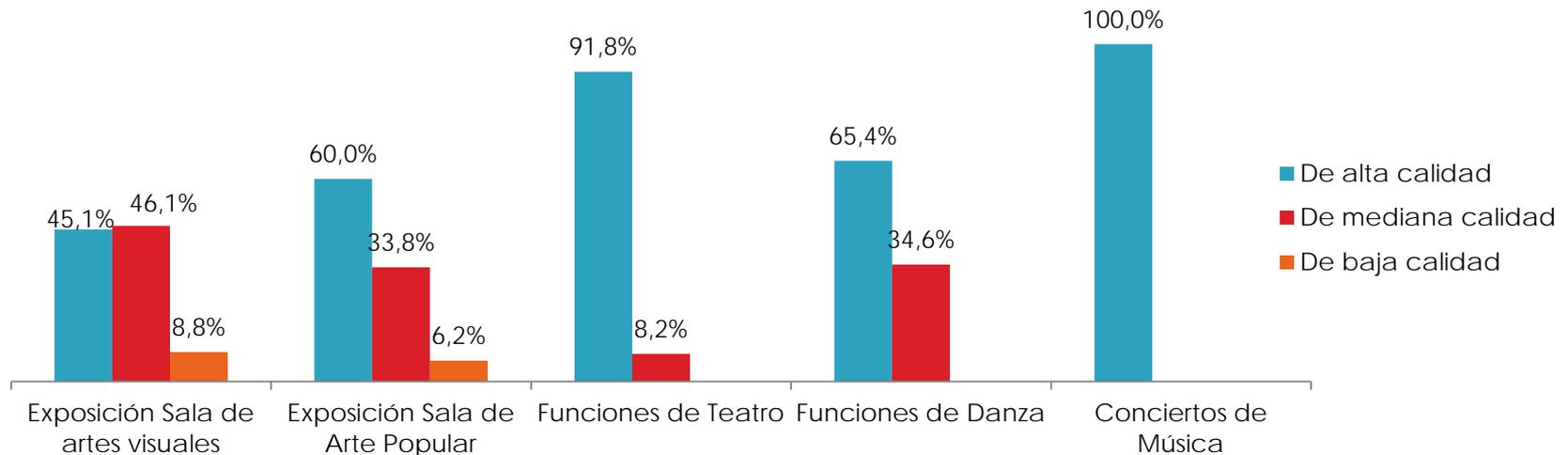


Evaluación de la programación de artes escénicas y exposiciones en salas

El público de GAM, en general percibe la programación de artes escénicas de alta calidad, destacándose los conciertos de música, ya que la totalidad de los encuestados los considera de alta calidad, así también las funciones de teatro son consideradas de alta calidad por un 91,8% del público.

En cuanto a las exposiciones de la sala de Artes Visuales, el 46,1% considera que son de mediana calidad, seguido por el 45,1% que afirma son de alta calidad.

Las exposiciones de la sala de Arte Popular son consideradas de alta calidad por un 60% de sus visitantes.

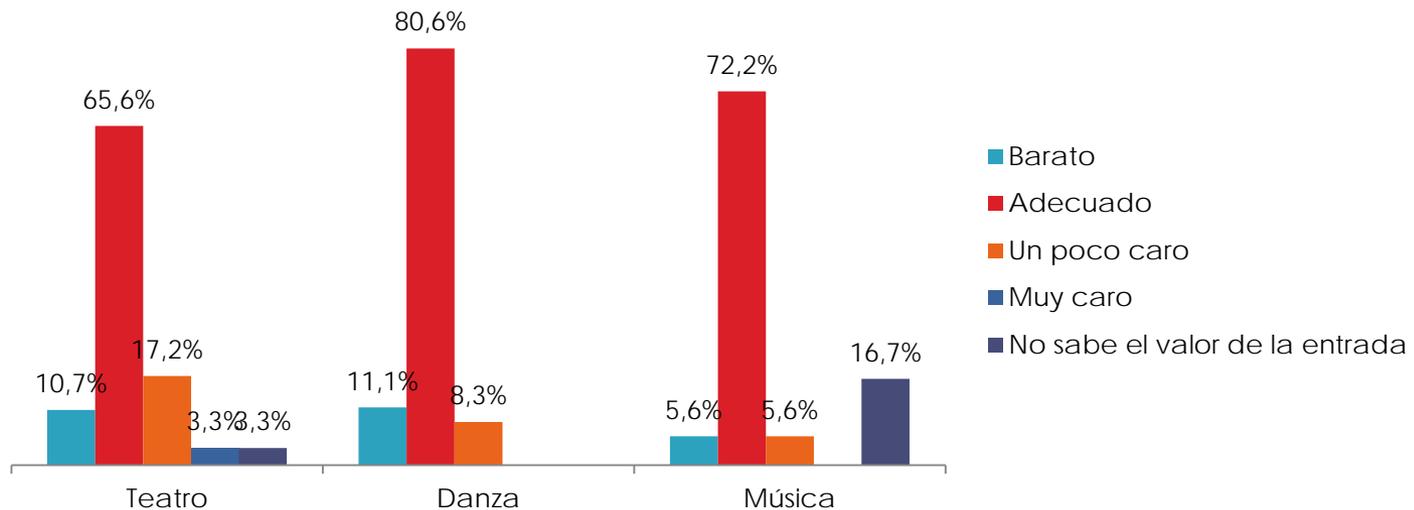


Evaluación sobre el valor de la entrada de espectáculos de artes escénicas.

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

Para la funciones de teatro, se observa un porcentaje más elevado respecto a la categoría "un poco caro" (17,2%).

Cabe destacar que la respuesta "muy cara" solo se presenta para la funciones de teatro, y con un bajo porcentaje (3,3%).

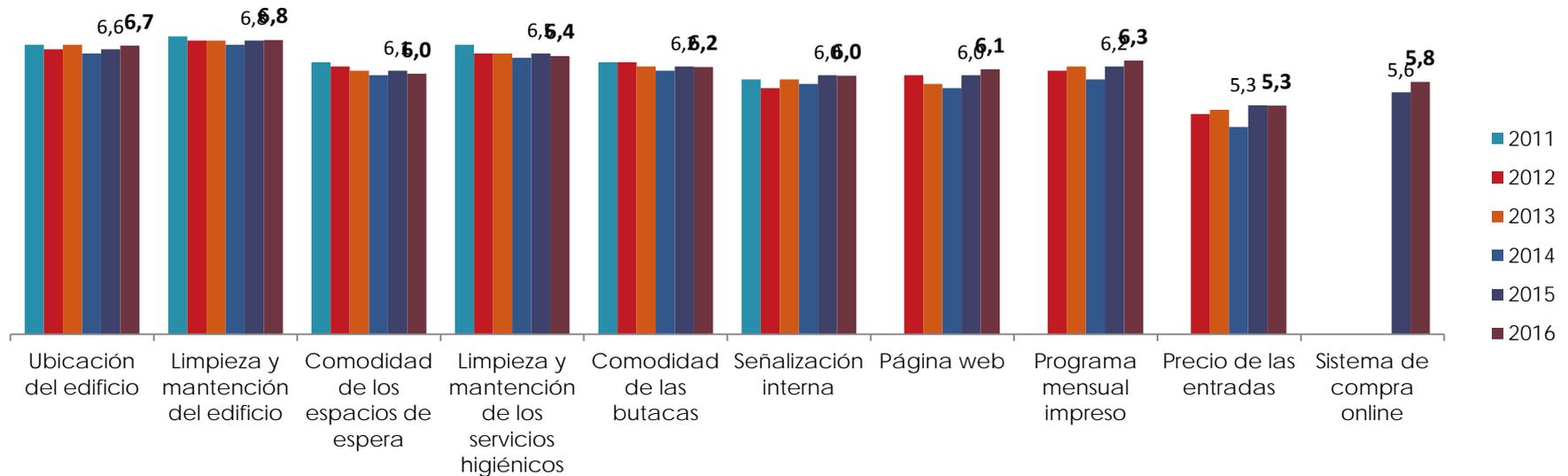




Evaluación de servicios GAM asociados

Los distintos servicios GAM evaluados promedian una calificación de 6,2, 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 (5,8) 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 mantención del edificio (6,7)



Evaluación de servicios GAM asociados según espacio

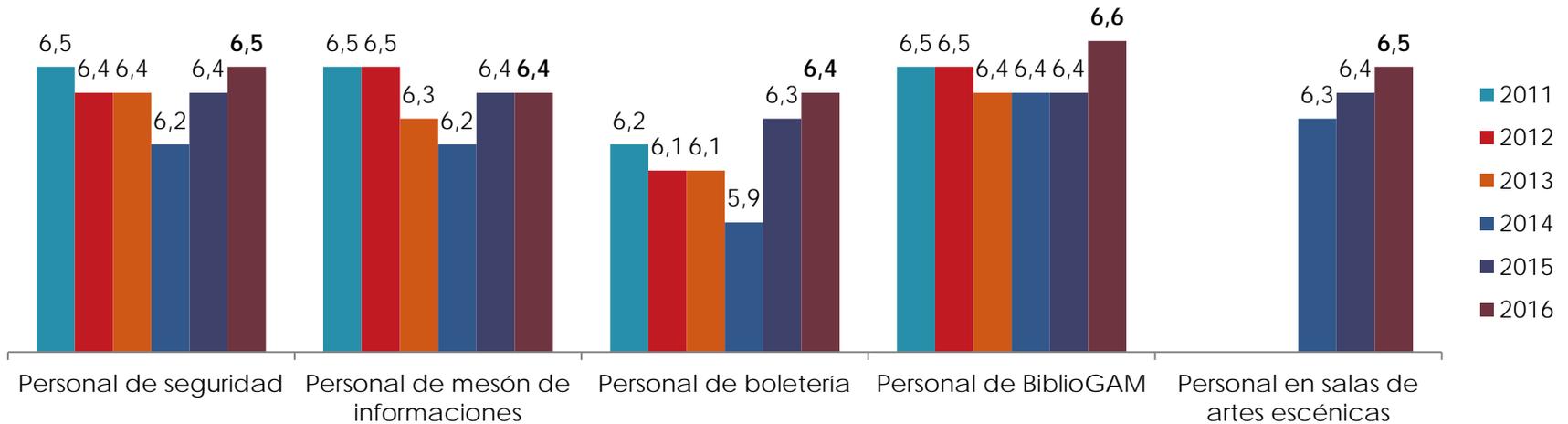
- El público más crítico respecto al precio de las entradas es el de BiblioGAM y Audiencias
- El público más crítico respecto al sistema de compra online es el del Audiencias y de funciones de Teatro.
- Para el resto de los aspectos, no existen diferencias significativas en la evaluación realizada por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

Infraestructura y servicios	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Ubicación del edificio	6,5	6,6	6,7	6,8	6,7	6,8	6,7	6,9	6,7	6,7
Limpieza y mantención del edificio	6,7	6,9	6,9	6,7	6,8	6,8	6,8	6,7	6,7	6,8
Limpieza y mantención de los servicios higiénicos	6,5	6,4	6,6	6,7	6,2	6,0	6,5	6,5	6,6	6,4
Señalización interna	5,9	6,0	6,0	5,6	5,9	6,0	6,1	6,4	5,9	6,0
Comodidad de los espacios de descanso	5,8	6,1	6,2	5,8	5,9	6,0	6,1	6,0	6,1	6,0
Comodidad de las butacas	6,0	6,1	6,4	6,2	6,1	6,0	6,5	6,3	6,5	6,2
Página web GAM	6,0	6,0	6,4	6,6	6,2	5,9	6,1	6,2	6,1	6,1
Programa impreso mensual GAM	6,0	6,3	6,5	6,6	6,4	6,3	6,4	6,6	6,0	6,3
Sistema de compra online de entradas	5,8	6,3	6,1	5,6	5,5	5,9	6,3	5,4	6,5	5,8
Precio de las entradas	4,7	5,2	5,2	5,6	5,5	5,8	5,7	5,0	5,6	5,3



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 6,5 en una escala de 1 a 7. En general todas las calificaciones son mejores respecto al año anterior, excepto la de atención del mesón de informaciones la cual se mantiene.





Evaluación de la atención del personal GAM según espacio

- Todas las calificaciones a la atención del personal son altas, según espacio la nota más baja es un 6,1, correspondiente a la evaluación de atención de público en sala por parte de los usuarios de **BiblioGAM**.
- Las calificaciones más alta, según espacios, es la que realizan las **Comunidades** al personal de BiblioGAM (6,9), estos también son los más críticos respecto a la atención del personal del mesón de informaciones (6,1).

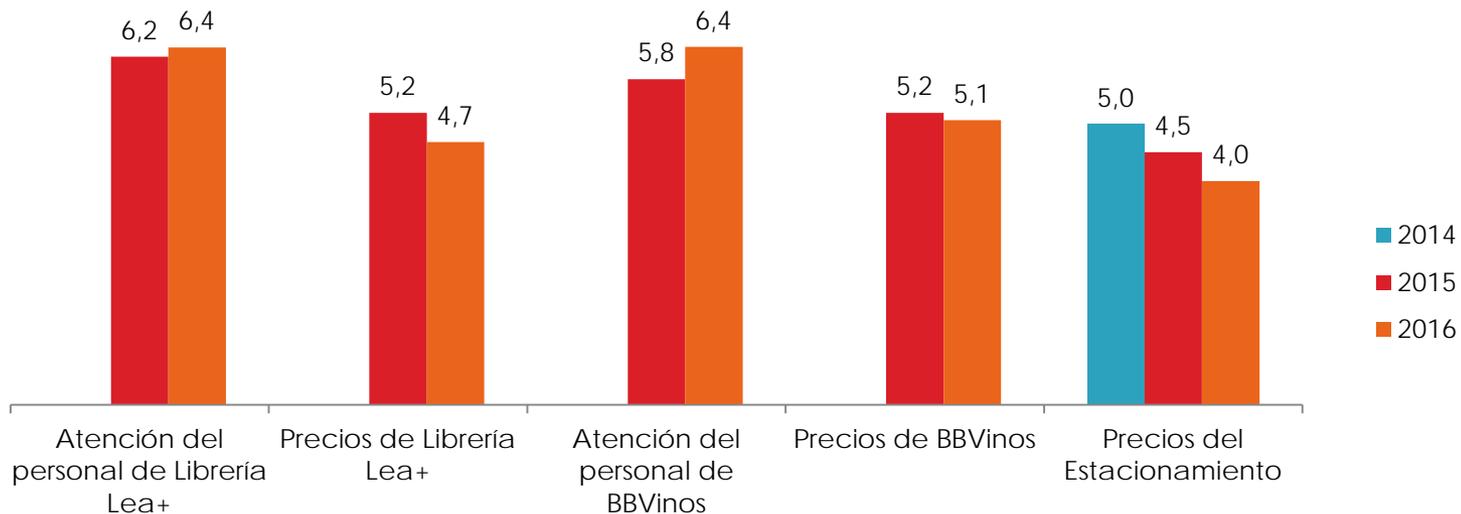
Atención al público	BiblioGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Personal de Seguridad	6,5	6,5	6,4	6,6	6,4	6,2	6,5	6,5	6,5	6,5
Personal de Mesón de Informaciones	6,6	6,3	6,3	6,7	6,4	6,6	6,5	6,6	6,1	6,4
Personal de Boletería	6,2	6,4	6,5	6,5	6,4	6,5	6,7	6,4	6,5	6,4
Personal de BiblioGAM	6,5	6,6	6,5	6,4	6,5	6,5	6,5	6,7	6,9	6,6
Personas de Salas de funciones de artes escénicas	6,1	6,4	6,5	6,6	6,6	6,6	6,6	6,7	6,5	6,5



Evaluación de la atención y precios en tiendas

La atención de la Librería Lea+ y de BBVinos obtienen una mejor calificación respecto al año anterior.

El precio de los estacionamientos presenta una baja constante en su calificación desde el año 2014. Así también, pero de manera menos significativa, descienden las calificaciones respecto los precios de la Librería Lea+ y de BBVinos.





Evaluación de atención y precios en tiendas según espacio

- El público de **Danza**, se muestra más crítico respecto a la atención de la Librería Lea+, y el público de funciones de Música es el más crítico respecto a los precios de la tienda.
- El público de **Teatro y Música** se muestra más crítico respecto a los precios de la tienda BBVinos, y sobre la atención del personal de la tienda son los beneficiarios de Audiencias los que califican con las notas más bajas.
- Los siguientes públicos se muestran sumamente críticos respecto a los precios del estacionamiento: Danza (3,3), Puma LAB(3,4), Teatro (3,5), Comunidades(3,5) y Música (3,7).

Atención público en tiendas	BibliGAM	Sala de artes visuales	Sala de Arte Popular	Puma Lab	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Personal de Librería Lea+	6,4	6,4	6,7	6,4	6,4	6,0	6,1	6,1	6,7	6,4
Precio de Librería Lea+	5,1	4,5	4,6	4,6	4,7	4,7	4,3	5,1	4,5	4,7
Personal de BBVinos	6,2	6,4	6,6	6,5	6,6	6,2	6,6	6,0	6,4	6,4
Precios de BBVinos	5,6	4,7	5,3	5,0	4,7	5,6	4,9	5,1	5,4	5,1
Precios del Estacionamiento	4,3	4,1	4,2	3,4	3,5	3,3	3,7	4,4	3,5	4,0

ANEXO III

REPORTE 2016 DE BIBLIOTECA

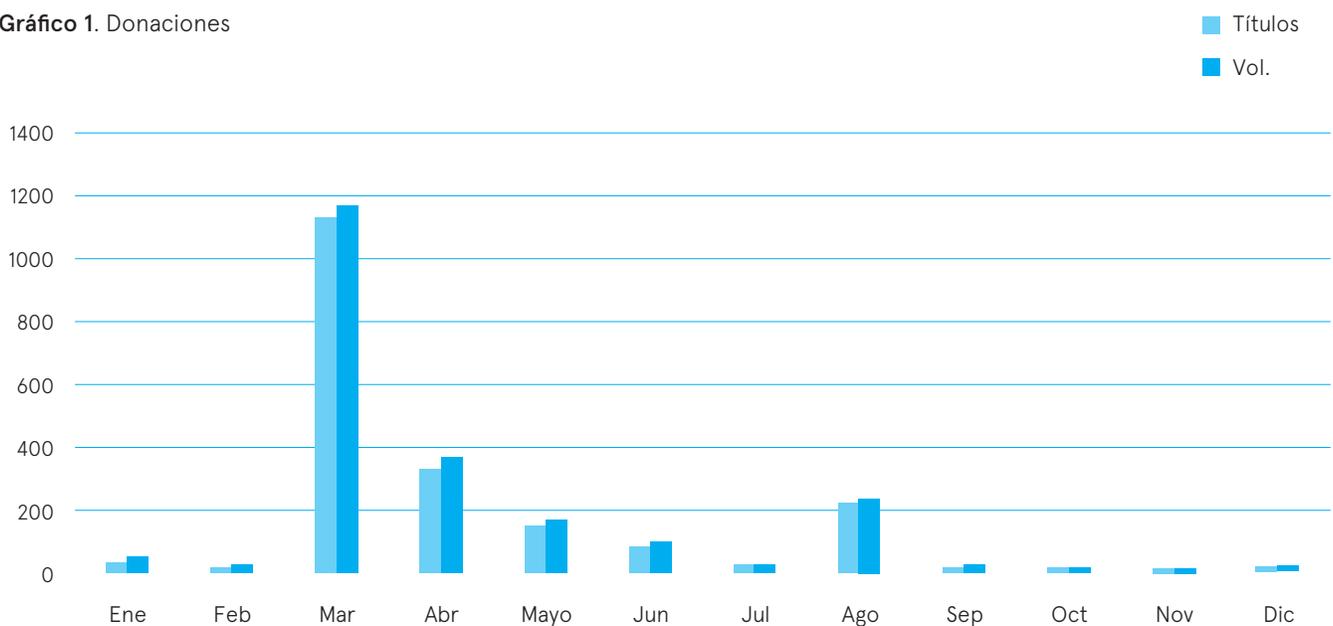
CIFRAS 2016

Donaciones

	Títulos	Vol.	Valor aprox.
Enero	24	36	\$ 358.534
Febrero	6	18	\$ 96.000
Marzo	1169	1181	\$ 18.279.522
Abril	321	382	\$ 2.349.005
Mayo	158	163	\$ 1.768.870
Junio	47	86	\$ 1.004.479
Julio	22	25	\$ 262.300
Agosto	239	249	\$ 1.658.760
Septiembre	15	20	\$ 163.000
Octubre	14	14	\$ 68.000
Noviembre	8	10	\$ 40.000
Diciembre	5	12	\$ 229.500
Total	2.028	2.206	\$ 26.277.970

177

Gráfico 1. Donaciones

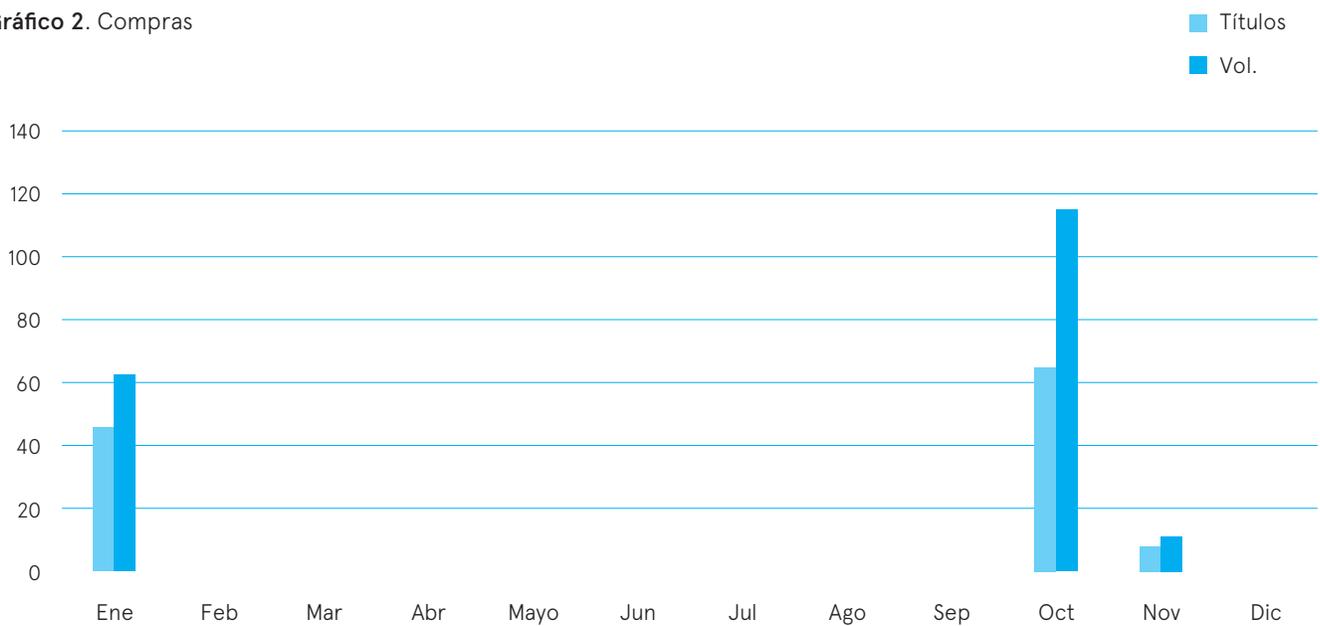


Compras

	Títulos	Vol.	Valor aprox.
Enero	45	63	\$ 1.717.900
Febrero	0	0	\$ 0
Marzo	0	0	\$ 0
Abril	0	0	\$ 0
Mayo	0	0	\$ 0
Junio	0	0	\$ 0
Julio	0	0	\$ 0
Agosto	0	0	\$ 0
Septiembre	0	0	\$ 0
Octubre	63	116	\$ 1.898.233
Noviembre	10	14	\$ 162.500
Diciembre	0	0	\$ 0
Total	118	193	\$ 3.778.633

178

Gráfico 2. Compras

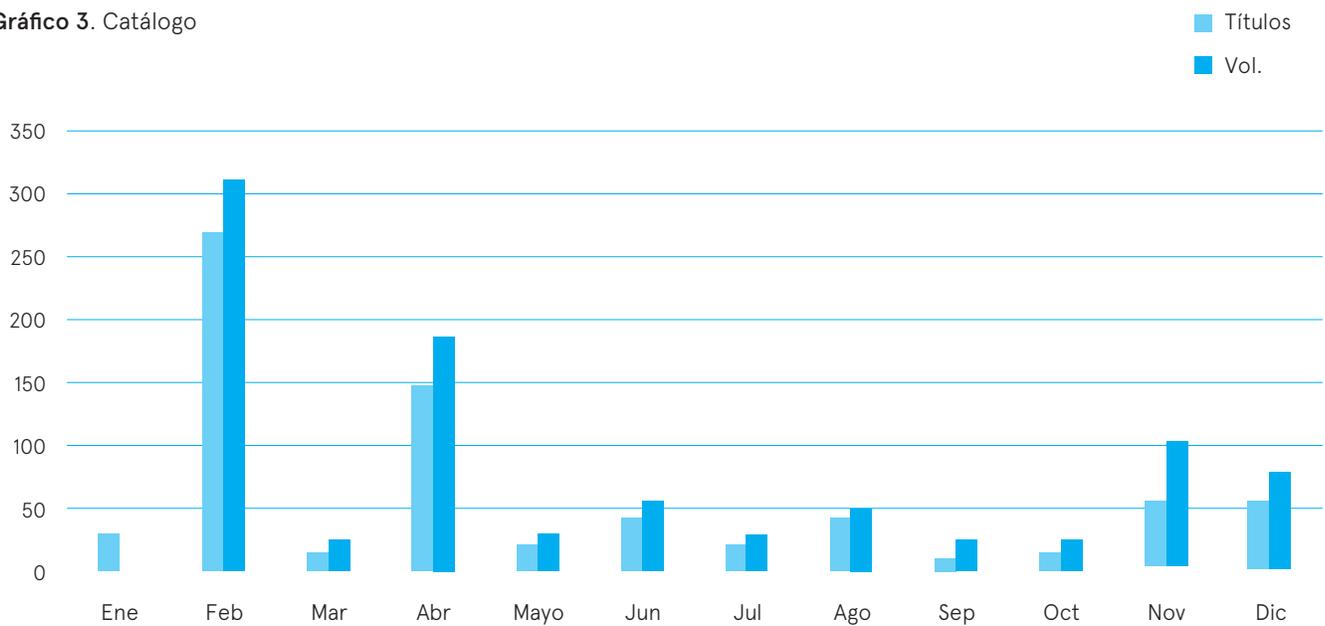


Catálogo

	Títulos	Vol.	A la fecha
Enero	0	26	14.287
Febrero	273	359	14.646
Marzo	12	22	14.668
Abril	148	184	14.852
Mayo	26	40	14.892
Junio	42	55	14.947
Julio	15	35	14.982
Agosto	45	49	15.031
Septiembre	14	20	15.051
Octubre	12	20	15.071
Noviembre	60	103	15.174
Diciembre	60	79	15.253
Total	707	992	15.253

179

Gráfico 3. Catálogo

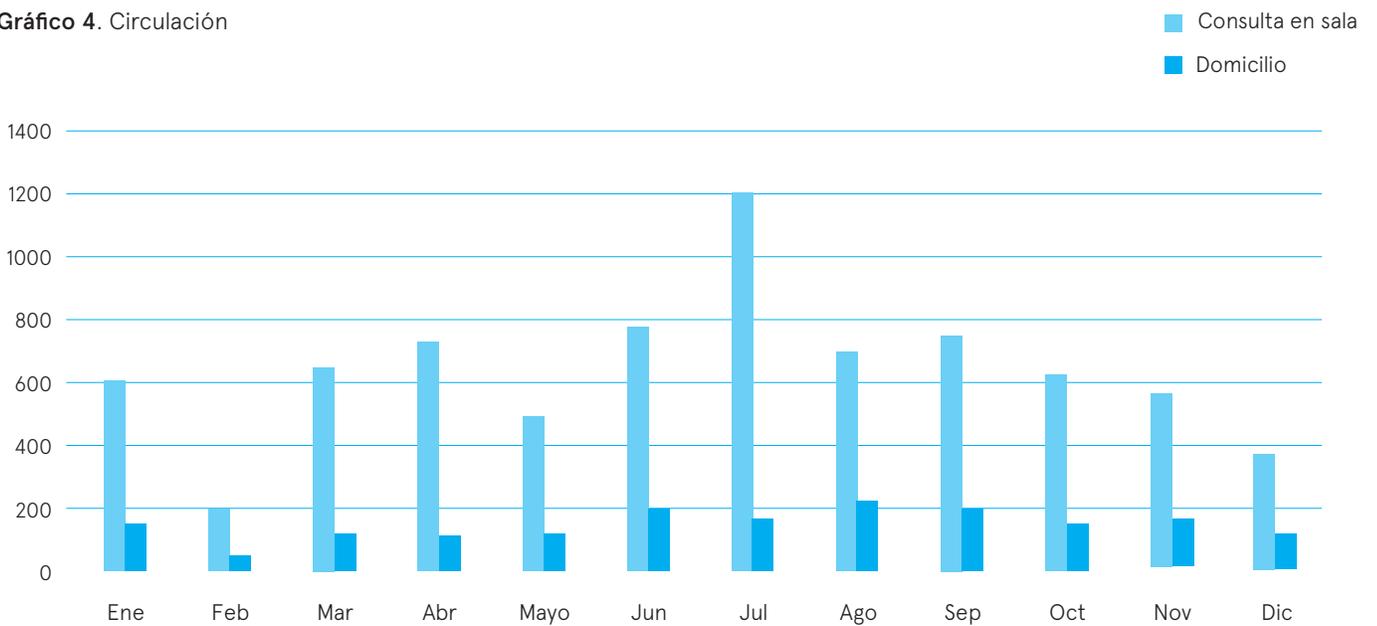


Circulación

	Consulta en sala	Domicilio*
Enero	604	153
Febrero	187	63
Marzo	649	139
Abril	710	129
Mayo	494	118
Junio	764	199
Julio	1201	165
Agosto	691	213
Septiembre	734	199
Octubre	622	148
Noviembre	555	179
Diciembre	370	115
Total	7.581	1.820

*Incluye renovaciones

Gráfico 4. Circulación



Consulta en sala por temática

Temática	2016
Teatro	466
Danza	317
Música	647
Arte visual	764
Cine	579
Diseño	208
Arquitectura	136
Fotografía	437
Gestión Cultural	209
Gabriela Mistral	128
Infantil	2974
Literatura	337
Historia y Geografía	80
Referencia	299
Total	7.581

Préstamos por temática y usuario

Temática	Adulto mayor	Estudiantes	General	Profesor	GAM
Teatro	9	46	136	14	11
Danza	9	18	59	6	
Música	11	98	141	16	20
Arte visual	130	37	166	14	5
Cine	21	44	36	5	13
Diseño	2	18	13	6	
Arquitectura		17	16		
Fotografía	2	37	22	2	1
Gestión Cultural	3	10	40		48
Gabriela Mistral	1		10		2
Infantil	4	148	174	11	23
Literatura	11	18	85	10	21
Total	203	491	898	84	144

181

Nuevos socios por mes

Temática	Adulto mayor	Estudiantes	General	Profesor	GAM
Enero		4	8	3	
Febrero		3	6		
Marzo		4	14	1	
Abril	1	7	13	5	
Mayo		5	6	4	
Junio	2	10	15		1
Julio	3	3	6	3	
Agosto	1	7	15	4	
Septiembre	2	6	18		1
Octubre	2	7	14	1	
Noviembre	1	7	5	1	
Diciembre		1	6		1
Subtotal	12	64	126	22	3
Total	227				

ANEXO IV

REPORTE 2016 DE COMUNICACIONES Y MARKETING

PUBLICACIONES PERIODÍSTICAS

Los datos de este informe fueron realizadas a partir del monitoreo y análisis de medios de la empresa GlobalNews:

Análisis cuantitativo

Publicaciones: 3.354 (3.418 el 2015)
Promedio mensual: 280 (285 el 2015)

La cantidad de publicaciones de prensa respecto del 2015 disminuyó marginalmente en un 1,8%

Inversión Publicitaria Estimada

Total anual: \$6.038.220.083
Promedio mensual: \$503.185.007

Aumentó en un 46% respecto al año anterior

Análisis cualitativo

Publicaciones positivas: 2.717 (81%)
Noticias negativas: 28 (0,8%)
Noticias neutras: 609 (18%)

PRESENCIA DE GAM EN MEDIOS PERIODÍSTICOS

El 2016 fue un año de cambios y nuevos desafíos. A la renuncia de la Directora Ejecutiva el 2015, se sumó la del Director de Programación y Audiencias en febrero de 2016. Tras muchas especulaciones en medios de comunicación, en marzo asumió el nuevo director ejecutivo.

Este hecho implicó un trabajo de posicionamiento de la nueva cabeza del GAM. Una tarea anual, que fue proyectada dentro del plan estratégico de comunicaciones y que fue cumplida con más de 90 apariciones en medios de comunicación.

Se cambió la empresa de monitoreo de noticias, con lo que hubo un periodo de ajuste y se dejaron de percibir algunas noticias y medios. Además, hubo una baja de un 20% en programación de teatro y danza. Sin embargo se produjo sólo una baja en un 2% del total de publicaciones con respecto al año anterior.

La prensa siguió con atención la línea curatorial del año, que estuvo marcada por el año de Shakespeare y Cervantes. Más de 40 noticias dan muestra de la gestión realizada y otras 153 publicaciones conseguidas como parte de la programación artística en homenaje a los dos dramaturgos.

Las obras más comentadas del año fueron justamente producciones y coproducciones GAM: *Happy End* (121 apariciones), *La viuda de Apablaza* (86) y *Coronación* (72). El mismo fenómeno se da en danza, con *La noche obstinada* (37); en artes visuales con *Historia del Jazz* (32) y en música con *Cámara a toda orquesta* (51).

Asimismo, las actividades de audiencias tuvieron importante cobertura en medios de comunicación (155 apariciones), como las jornadas de yoga, las escuelas de verano e invierno, la inclusión y los talleres de BiblioGAM.

En cuanto a noticias corporativas, se realizó una exitosa conferencia de prensa con los detalles de la programación 2017 con una excelente cobertura y asistencia de medios escritos y radiales (33). Asimismo llamaron la atención la segunda etapa de GAM (67) y el programa de techos solares (44).

La campaña sobre música clásica también fue un eje del año, que se posicionó con 137 publicaciones sobre los conciertos gratuitos.

Importante fue el aumento en el IPE (Inversión Publicitaria Estimada). El monto subió casi al doble con un 46% más respecto al año anterior.

Las noticias negativas aumentaron sólo en un 0,8%, y tienen relación con críticas del propio ministerio de la cultura a ex directores de GAM, ruidos molestos por la construcción de la segunda etapa y la salida del río Mapocho que inundó parte de la nueva edificación.

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



Teatro: *Happy End*, *La viuda de Apablaza* y *Coronación*.

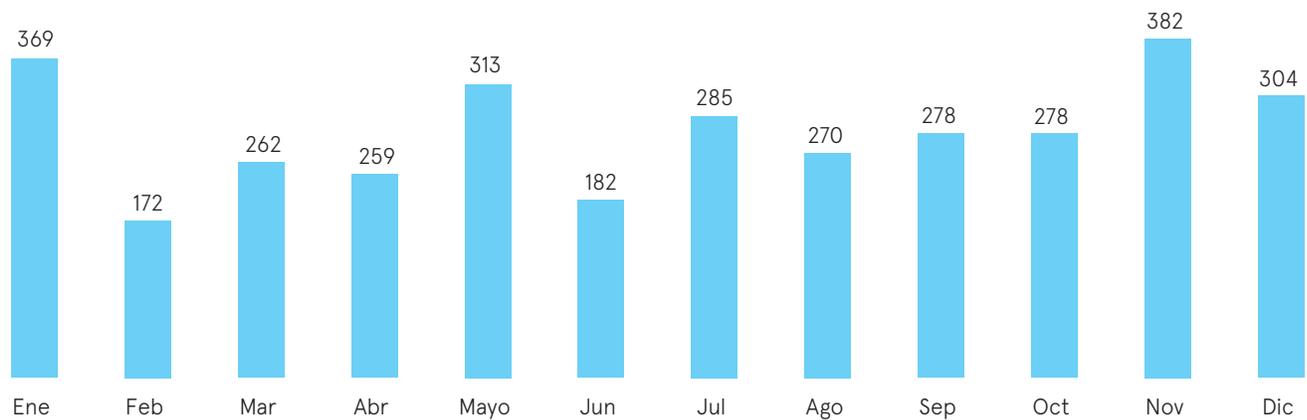


Danza: *La noche obstinada*, *La crueldad del corazón* y *Altazor re-encarnado*.



Artes Visuales: *Historia del jazz*, *Art Stgo* y *Panorama el valor de los animales*.

Gráfico 1. Evolución por mes

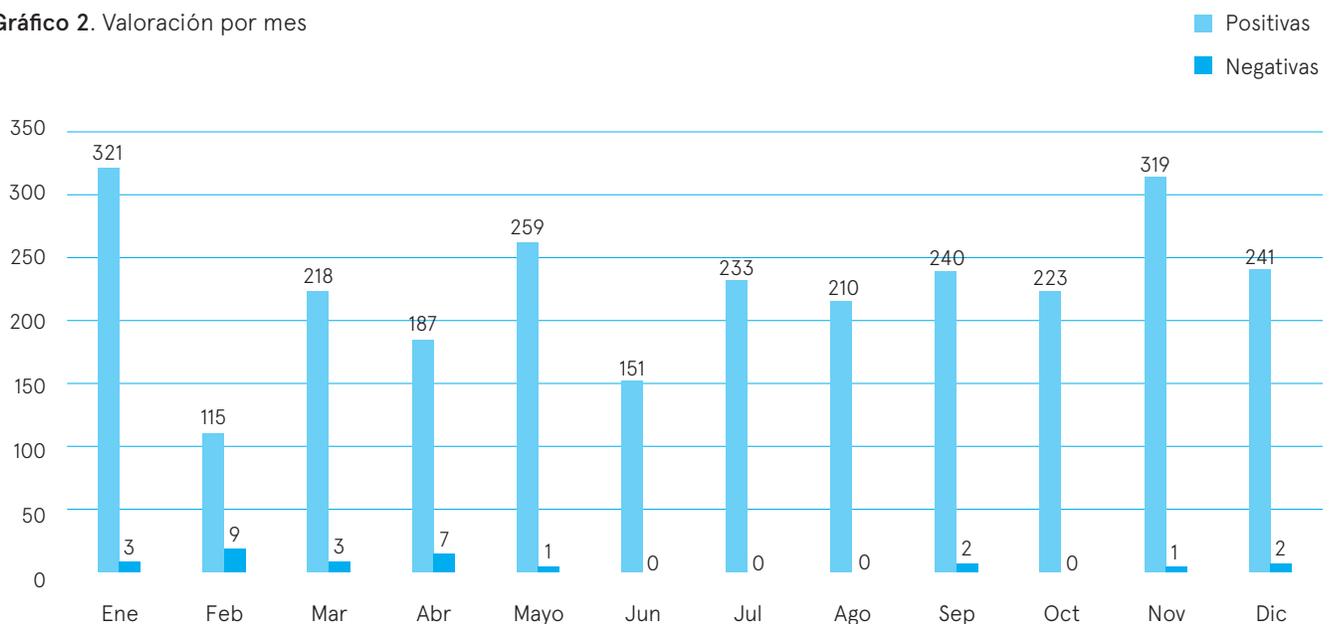


Cabe señalar que en la encuesta de caracterización de público 2016, en la indicación sobre qué medio se utiliza para estar informado de las actividades GAM, los medios de comunicación resumen un 11%. Además, un 30% de los encuestados afirma haberse informado alguna vez por medios de comunicación masivos.

Por meses, los hitos que tuvieron mayor notoriedad y atención de los medios nacionales fueron: enero, *Festival Stgo a Mil*, *Lo mejor de GAM* y el nombramiento del nuevo director ejecutivo; en febrero el edificio estuvo cerrado y con programación sólo los primeros días, por tanto bajaron significativamente las notas de prensa relacionadas con GAM, aunque se lograron significativas notas de *La noche obstinada*, *Lucía* y *Radiotanda*; marzo, la obra de teatro

Happy End y la nueva exposición sobre el zoológico, *El valor de los animales*; abril, la visita del escritor Mario Vargas Llosa y el estreno de *Ricardo III*; mayo, la obra de teatro *Un minuto feliz* y el discurso del 21 de mayo de la Presidenta Bachelet sobre la nueva sala del GAM; junio, *La historia del jazz* y *Xuárez*; julio el estreno de *El corazón del gigante egoísta* y la celebración de los 60 años del Colegio de Periodistas; agosto, *Numancia* y *La viuda de Apablaza*; septiembre, nuevamente *La viuda de Apablaza* y todo el butoh de *La crueldad del corazón*; octubre, el reestreno de *Coronación* y *Expo Yoga*; noviembre tuvo entre sus hitos destacados el concierto masivo *Cámara a toda orquesta* y el estreno en danza *Altazor Re-encarnado*; en el último mes del año, tuvo mayor cobertura el lanzamiento de la programación de GAM 2017 y Santiago a Mil.

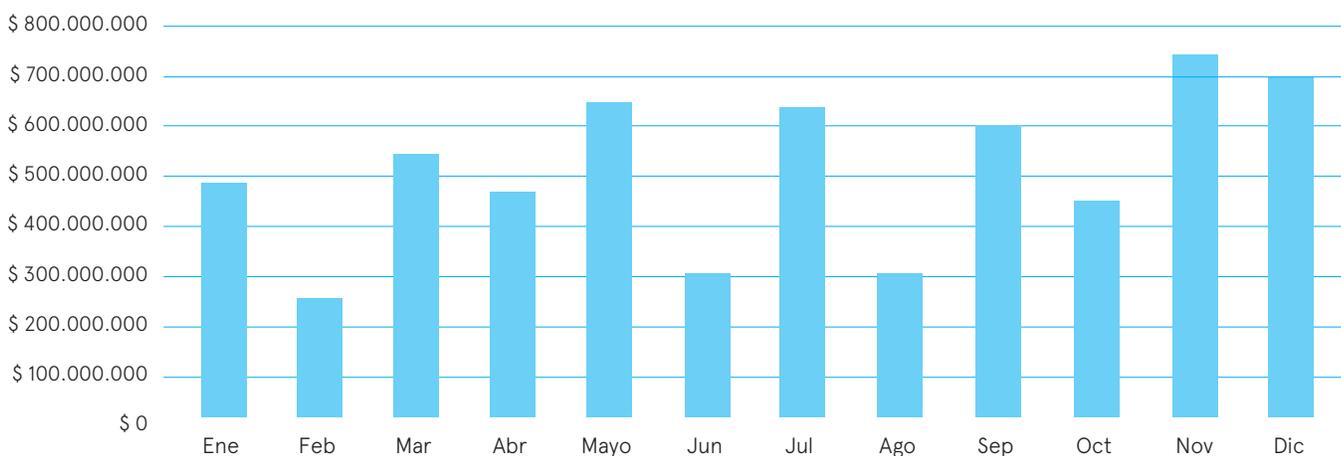
Gráfico 2. Valoración por mes



Los medios de comunicación publicaron 2.717 noticias positivas para la imagen corporativa de GAM, en torno a los temas de programación artística, audiencias y la gestión de la institución.

Las noticias negativas aumentaron en un 0,8% con 28 publicaciones, las que se concentraron en febrero por la renuncia del director de Programación y el posterior nombramiento del nuevo director ejecutivo. En abril por la salida del río Mapocho que inundó parte de la nueva edificación.

Gráfico 3. Análisis de inversión



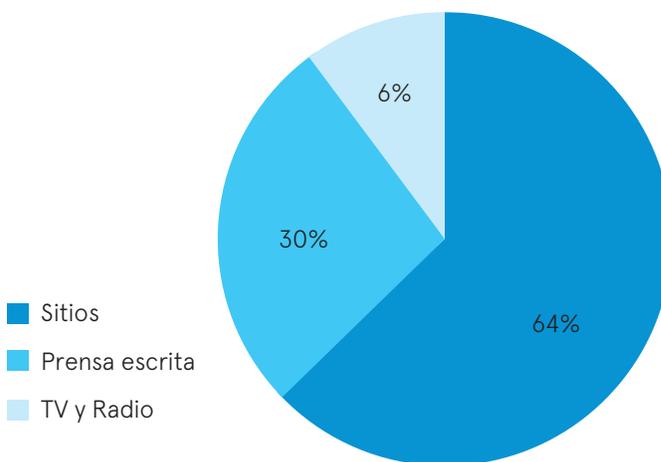
186

Inversión Publicitaria Estimada (IPE)

La Inversión Publicitaria Estimada (IPE) corresponde al valor ficticio por centímetro cuadrado en diarios impresos; por segundo en radio y televisión; y el costo de cada mil visitas en los medios de Internet. Es decir, lo que se habría pagado por aparecer. El IPE de 2016 es **\$6.038.220.083**.

La mayoría de la cobertura de temas GAM está dada por los medios online con 2.136, luego diarios y revistas de Santiago con un promedio de 1.015 artículos y radio y televisión con 202 menciones.

Gráfico 4. Análisis por tipo de medio



PRESENCIA DE GAM EN MEDIOS DIGITALES

Gráfico 5. Visitas gam.cl durante 2016

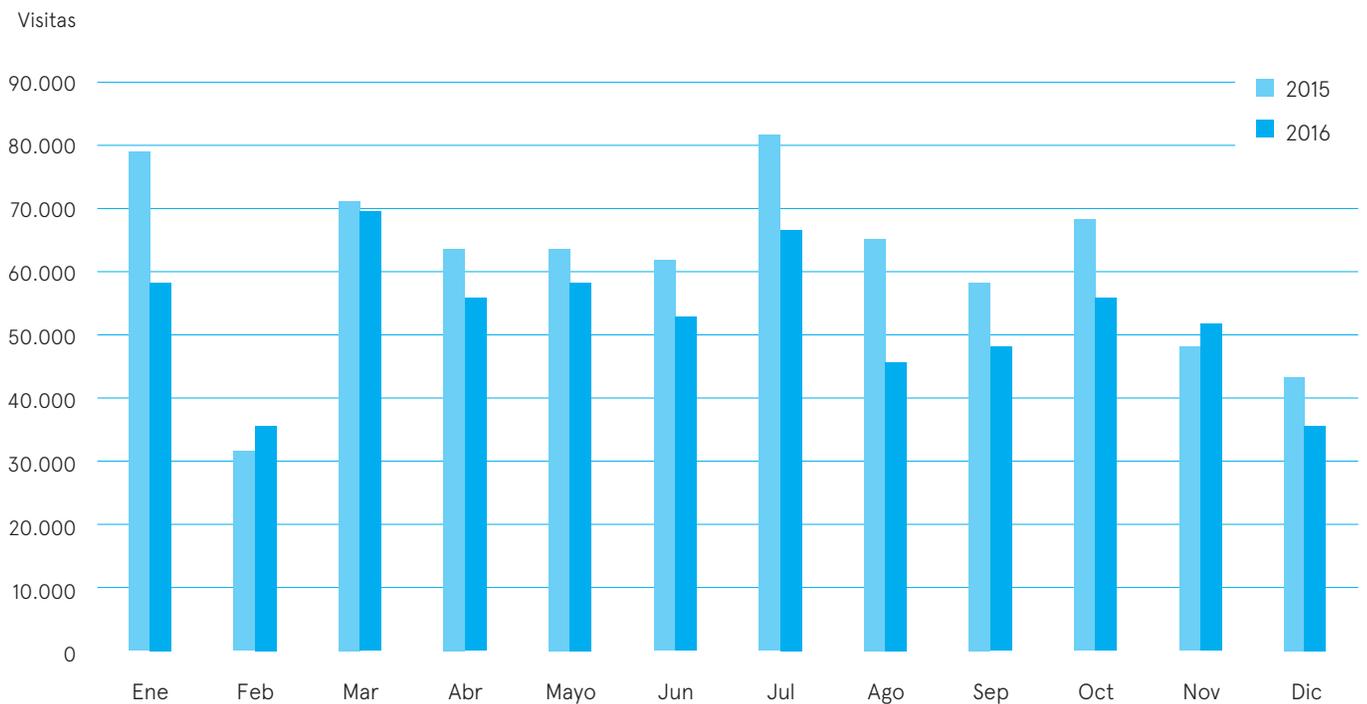
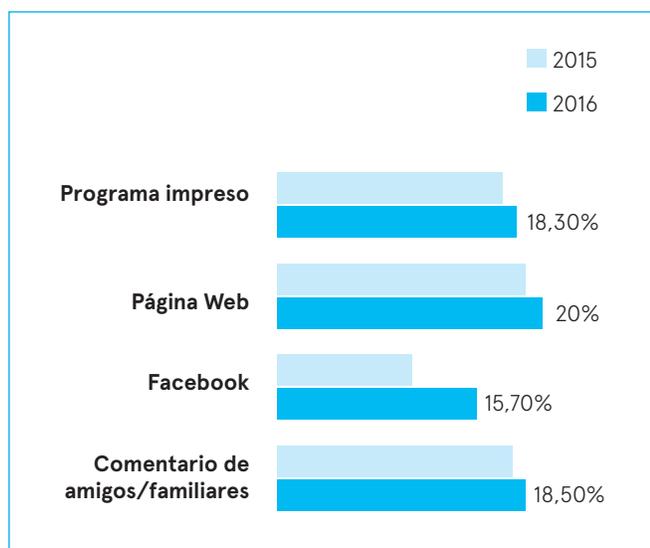


Gráfico 6. Principal medio que el público utiliza para informarse de los espectáculos y actividades de GAM



Gam.cl

Durante 2016 el sitio web de GAM se somete a una reingeniería interna. Se reemplazó el CMS (administrador de contenidos), implicando un cambio en el html y estructura de cada página para transformarlo en un sitio totalmente responsivo, disponible en todas las plataformas y tipos de pantalla. Este cambio, que ocurrió en julio, es parte de la estrategia de GAM Digital, que comenzó a desarrollarse desde 2013 en adelante.

El sitio web obtuvo un peak de 69.835 visitas en marzo, promediando 52.399 visitas mensuales. Con respecto al año anterior, implicó una baja de un 15,3% del promedio mensual, sumando 628.788 visitas anuales (ver gráfico N°5).

Si bien hay disminución en el promedio de las visitas con respecto a 2015, el sitio web de GAM lidera las preferencias del público a la hora de enterarse del acontecer del centro cultural. Según la Encuesta de caracterización de público GAM, el 2016 pasa a ser el primer medio de información, por sobre los comentarios de familiares y amigos, la cual era la primera opción durante 2015 (ver gráfico N°6).



Redes sociales

Durante 2016, las redes sociales de GAM marcaron una pauta propia, proponiendo contenidos relacionados con campañas de difusión alineadas con lo que Comunicaciones plantea como estrategia anual. En ese sentido, las redes sociales continúan con su rol clave en el desarrollo del marketing de contenidos digitales (*inbound marketing*), que se viene realizando con fuerza desde 2013.

Algunas de las campañas de 2016 nacieron de las líneas curatoriales bimensuales que tiene GAM como parte de la programación artística, con uso de múltiples piezas multimediales para llegar a cada tipo de público con una propuesta distinta. Este trabajo significa la unión en la mirada del marketing y las comunicaciones digitales y también un trabajo mancomunado de equipo. En concreto, se realizan piezas digitales para los 400 años de Shakespeare y Cervantes (video *Ser o no ser*); para potenciar los conciertos de música de cámara (gifs animados con frases célebres); para la programación de vacaciones de invierno enfocada en un público familiar (video animación de juguetes entrando al edificio); para celebrar el nacimiento de la danza independiente en Chile (video *Es danza y tu cuerpo lo sabe*); para el lanzamiento de la programación 2017 (video *Sagradamente estamos todos*) y campañas específicas enfocadas en lenguajes actuales (fotografías *Selfie GAM*). Ver el desempeño de estas piezas en Facebook, más adelante.

Este mayor énfasis en la generación de contenido tiene repercusión en el crecimiento e influencia que tienen las redes sociales GAM, medido por el índice Klout. Durante 2016 se mantiene en el nivel más alto en cultura (80 puntos), alcanzando un peak en el hito de apertura de la Alameda para el concierto *Cámara a toda orquesta* (ver más adelante).

Facebook

16.571 nuevos fans	346.642 promedio alcance total 28 días ¹	115.897 promedio usuarios que interactúan con la página 28 días
--------------------	---	--

138.851 Seguidores **↑ 13,5% incremento**

Facebook es la red social más influyente de los medios digitales de GAM. Ocupa el primer lugar de las redes cuando se consulta sobre el principal medio que el público utiliza para informarse de los espectáculos y actividades de GAM (ver gráfico N°2) y es el medio por el cual se viralizan mayormente todas las campañas creativas de Comunicaciones, además de la información propia del quehacer de GAM. La página alcanzó durante 2016 un total de 138.851 fans durante el período, aumentado un 13, 5% en comparación al mismo período del año anterior. La media de crecimiento diario alcanza los 46 likes al día, con un alcance promedio de 5 mil personas por cada publicación que se realiza. Durante 2016 se hicieron 2.219 posteos distintos, los cuales arrojaron más de 114 mil interacciones en los usuarios, entre me gusta, comentarios y compartidos.

Lo más viral del año tuvo relación con temáticas variadas: Gabriela Mistral siempre ocupa el primer lugar a la hora de imponer un contenido (el mayor alcance se lo llevan sus versos con motivo del Día del amor); así como las actividades en plazas y espacios (clase masiva de swing y concierto en la Alameda) y las grandes partidas de este año, entre las cuales, la muerte de Juan Radrigán puso un número importante de reacciones y comentarios. Este abanico de temáticas confirman la versatilidad de esta red social y su influencia en temas de distinta connotación.

Con respecto a las campañas creadas y realizadas con el equipo interno de Comunicaciones y Marketing, Facebook fue el lugar donde éstas se alojaron y tuvieron mayor vida. Por orden de mayor viralización, estos fueron los resultados:

1. Es danza y tu cuerpo lo sabe

Esta campaña tuvo como objetivo conmemorar el hito de los 50 años desde que la historia de la danza independiente comenzó en Chile. Se presenta como un video en donde se muestran distintos tipos de pies bailando, a distintos ritmos y con una música de cumbia popular, apelando al concepto de que la danza no necesita explicaciones: solo sentirla y bailarla.

Se convirtió en el producto más viral, con el mayor número de reproducciones y un contenido que apela al ritmo.

189

18.099 personas alcanzadas
4.482 reproducciones de video
184 interacciones



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

2. Ser o no ser, esa es la cuestión

Para conmemorar los 400 años de la muerte de William Shakespeare, se invitó a distintos personajes del teatro para que leyeran la frase “Ser o no ser, ésa es la cuestión” frente a una cámara. Fueron más de 15 rostros que participaron de esta invitación, entre los que contaron a Claudia di Girolamo, Juan Radrigán, Carmina Riego, Mario Horton, Ximena Rivas, Bastián Bodenhofer, entre otros. Se realizaron varios videos, pero éste fue el que obtuvo mayor viralización.

15.895 personas alcanzadas
2.299 reproducciones de video
41 interacciones



3. Selfie GAM

Esta campaña tuvo por finalidad entrar en los espacios escondidos (y otros no tanto) de GAM con la cara de sus protagonistas, haciendo una foto de sí mismos. El lado B de lo que pasa día a día, tanto en las salas como en las plazas. Un poco de “Vida en GAM”.

12.296 personas alcanzadas
178 interacciones



4. Música de cámara

La programación de música contemporánea en GAM ha estado siempre presente, y su difusión es un desafío constante. Este año, se optó por viralizar a tres músicos relevantes en la escena y que fueron parte de los programas musicales. A través de gif y animaciones que los pusieron en movimiento y les dieron un look fresco, sus intervenciones se acompañaron de sus frases más potentes: “La música se ha hecho para lo inexpresable”. Claude Debussy; “Componer no es difícil, lo complicado es dejar caer bajo la mesa las notas superfluas”. J. Brahms; “Soy un revolucionario. El dinero no significa nada para mí”. Frédéric Chopin.

9.930 personas alcanzadas
93 interacciones



5. Vacaciones de invierno

Todos los años, GAM ofrece programación familiar en julio, a propósito de las vacaciones de invierno y por ser sede del FAMFEST. En 2016, se ideó una campaña en torno a esta temática que implicó animar una serie de juguetes y colocarlos en sobre fotografías del edificio bajo la consigna “los niños se toman GAM”. La campaña tuvo buena acogida y generó variados comentarios.

5.817 personas alcanzadas
24 interacciones



6. Sagradamente estamos todos

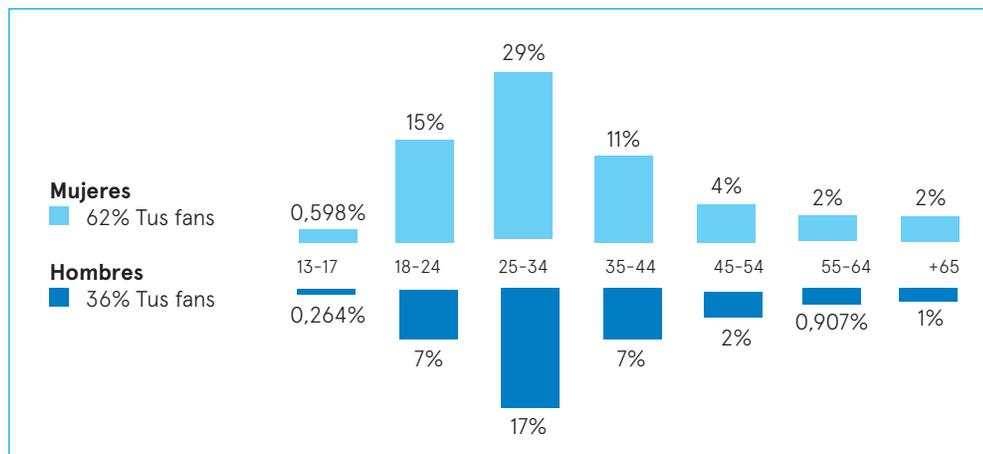
La producción de campañas 2016 finalizó con un video cuyo objetivo era invitar a ver la programación artística de GAM para 2017. La idea era reforzar la mirada contemporánea del centro cultural, en una imagen irreverente: una monja de hábito morado recorriendo GAM con total naturalidad. Gracias a la colaboración de actriz y escritora Nona Fernández y su personaje del montaje “La guerra de las matemáticas”, se logró este acierto que generó repercusiones por su título “Sagradamente estamos todos”.

3.294 personas alcanzadas
32 interacciones



Por último, con respecto al perfil de los fans, se mantienen las mismas características con respecto a los últimos tres años: son personas entre los 18 a 34 años de edad que hablan español y residen en Chile, representando el 70% de la comunidad. El 62% de ellas son mujeres, mientras que el 37% son hombres. Aunque no se presentan mayores variaciones, se destaca que durante el 2016 aumentó de un 27% a un 29% el rango etéreo 25-34 años en las mujeres (ver gráfico N°3).

Gráfico 7. Perfil de los seguidores en Facebook



Twitter

725.027

Seguidores
(+247.747)

↑109,2% incremento

Durante 2016 Twitter vuelve a levantar su audiencia tal como pasó en el año 2014, con un incremento de los seguidores de más de un 109 por ciento. Esto la consolida como la red social que más seguidores tiene en la cultura, seguida de Matucana 100 (388 mil seguidores) y el Consejo de Cultura (272 mil seguidores).

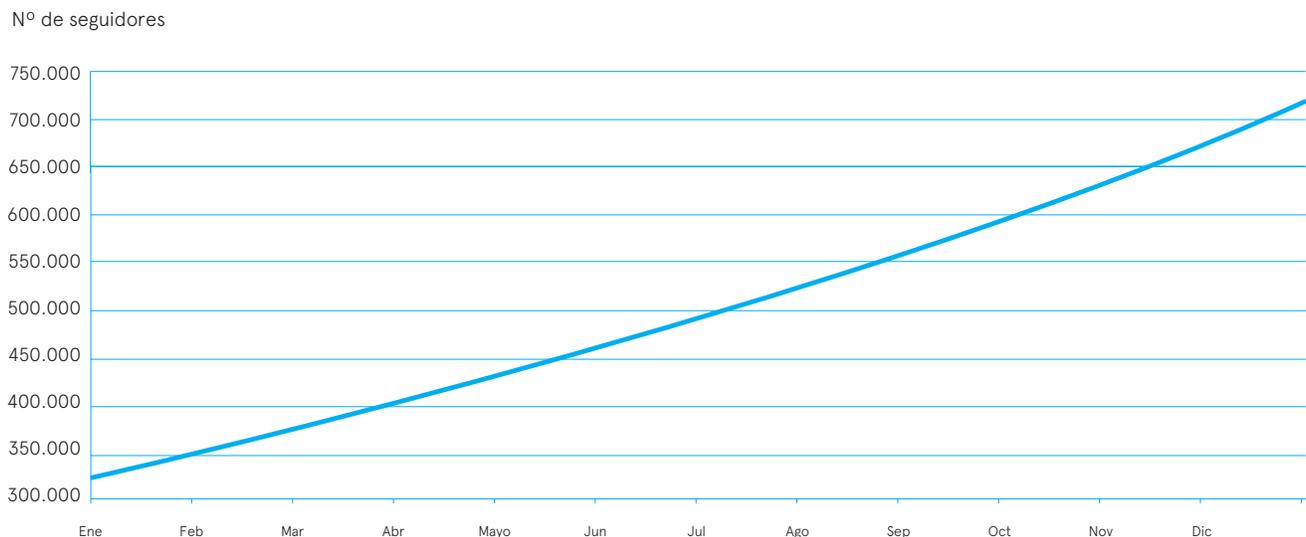
El mayor impacto de contenido lo tuvo el post referente al fallecimiento de Juan Radrigán, con 316 me gusta y 360 retweets. Se trató precisamente de un video que tenía al creador participando en la campaña de Shakespeare. Por otra parte, el mayor goal de Twitter se dio el 5 de noviembre, con motivo del concierto en la Alameda "Cámara a toda orquesta". Se convirtió en tendencia mundial e implicó a más de 650 mil cuentas hablando de este tema.

El primer semestre 2016, proporcionó 11.405 visitas a la web de GAM, representando un 3,47% de las visitas. Es la cuarta fuente

de tráfico hacia el sitio, ya que las primeras son Google (55,38%), tráfico directo (19,22%) y Facebook (9,66%). Durante este período, se sumaron 102.476 seguidores nuevos (9.492 más que el mismo período del año anterior), lo que representa un alza del 10,2% en doce meses, cerrando en 441.592 followers.

El segundo semestre 2016 esta red social proporcionó 8.541 visitas a la web de GAM, representando un 2,84% de las visitas. Es la cuarta fuente de tráfico hacia el sitio, ya que las primeras son Google (56,62%), tráfico directo (21,10%) y Facebook (9,32%). Durante este período, se sumaron 172.271 seguidores nuevos, lo que representa un alza de 112.766 más que el mismo período del año anterior, cerrando en 612.984 followers (ver Gráfico N°8).

Gráfico 8. Crecimiento seguidores en Twitter 2016



Instagram

49.604
Seguidores

↑ 28.504
nuevos fans

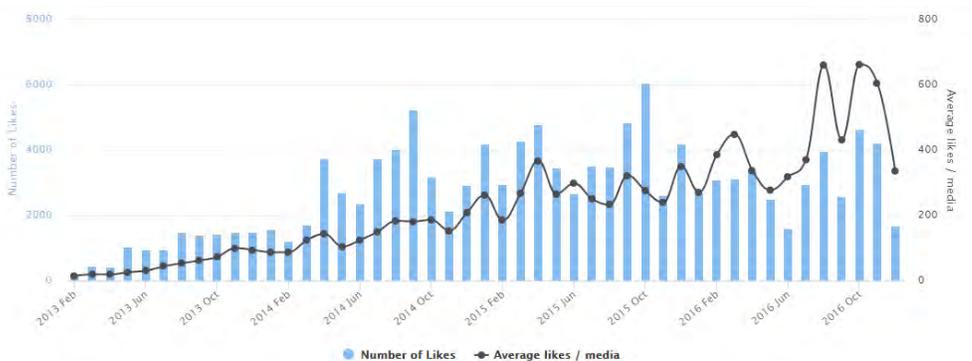
135%
incremento

Esta red continúa consolidándose como la tercera herramienta de viralización de los medios digitales GAM. Esta red social es la que más subió de seguidores de todos los medios digitales, alcanzando los 49.604 followers, lo que significa un aumento de más de 135% en doce meses (ver Gráfico N°9).

Las publicaciones más exitosas de esta red social se dieron durante el segundo semestre, con la foto de una pareja en Expo Yoga, la imagen de la Alameda tomada desde un dron para el concierto “Cámara a toda orquesta”, nuevos murales y vida en plazas.



Gráfico 9. Crecimiento seguidores/me gusta en Instagram 2013- 2016



YouTube

471.431
reproducciones

1.125
suscripciones

↑ 33.4%
incremento

El canal de Centro GAM recoge los trabajos audiovisuales generados por el centro en relación a promoción de obras y actividades. Durante 2016, alcanzó un total del canal de 471.431 reproducciones y 1.125 suscriptores (ver Gráfico N°10). Estas alzas se explican debido a la mayor producción audiovisual experimentada en el período.

Gráfico 10. Rendimiento Canal YouTube Centro GAM (2011-2016)

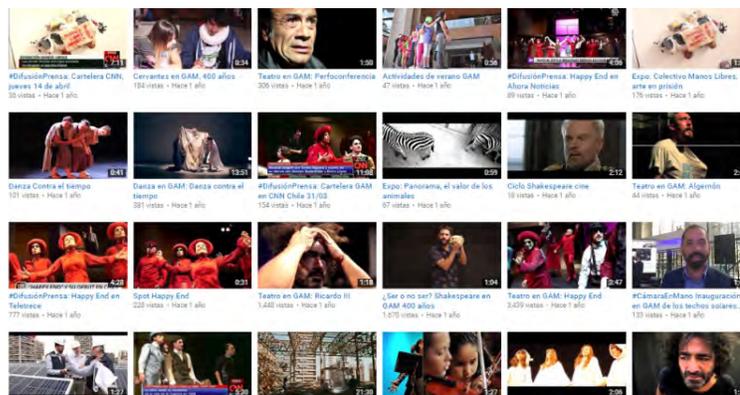


Gráfico 11. Representación índice Klout segundo semestre 2016



Klout²

Durante 2016, GAM promedia en forma constante el índice que llegó durante el año pasado, estando en promedio en los 80 puntos. Pese a algunas bajas en abril, la estabilidad del indicador a finales del segundo trimestre del año hace de las redes sociales de GAM las más constantes en términos de influencia viral. Durante el segundo semestre, GAM supera en un punto el índice Klout al mismo período del año anterior, promediando los 81 puntos. Esto se debió a la misma razón del peak viral en Twitter y Facebook, y tiene relación con el concierto “Cámara a toda orquesta”, cuyo evento logró un trendic topic mundial encabezado por las redes sociales de GAM (ver Gráfico N°11).

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

Destacado: Facebook Live

Junto con la inclusión de nuevas redes como Periscope, que el año pasado potenció las transmisiones de eventos en vivo, durante 2016 se vuelve a poner énfasis en este tipo de contenido real y en vivo pero usando la red social de mayor uso y éxito: Facebook.

Las transmisiones en vivo abren un mundo de posibilidades, algunas ya medidas durante este 2016. Cuando se transmite en directo, se entrega una imagen de credibilidad y transparencia al mostrar el hecho tal como ocurre. Además, el algoritmo de Facebook favorece este tipo de contenido, haciéndolo más viralizable e incrementa el *engagement* (compromiso). Ello sucedió con las publicaciones más exitosas en este formato: “Intervenciones en la plaza central” (+ de 36 mil alcance y 120 interacciones); “Día de la danza” (+ de 23 mil alcance y 172 interacciones); y “Cámara a toda orquesta” (+ de 18 mil alcance y 468 interacciones).

Estos resultados nos ponen el desafío de integrar esta manera de comunicar con mayor énfasis el 2017 y mejorar los aspectos técnicos involucrados (calidad de imagen, conexión a internet, iluminación, etc).



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 influye 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).

PIEZAS DE DIFUSIÓN DIGITALES E IMPRESAS

Envíos masivos

La base de datos durante 2016 llegó a 21.850 contactos
Cartelera semanal al año: 46

Boletín membresía adulto mayor (900 destinatarios): 12

Web flyers anuales 66 (destinatarios a todas
las redes GAM (Facebook, Twitter, etc.)

Cartelera semanal

Boletín informativo con las actividades de GAM

Destinatarios: 21.850 contactos promedio

Tasa apertura: 22.3%

Tasa de clicks: 6.9%

Cantidad anual: 46

Boletín membresía adulto mayor

Envíos masivos con los descuentos de la membresía adulto mayor GAM

Destinatarios: 900 adultos mayores

Cantidad anual: 12, uno mensual



MEMBRESIA ADULTO MAYOR

Boletín

Junio 2016



Música

EN LA RUTA DE CERVANTES

Este concierto teatral de música antigua recorre lamentos de amor, romanzas, danzas, villancicos, ensaladas y madrigales del renacimiento español.

3 y 4 Jun
Vi y Sá – 19.30 h
Sala A1 (Edificio A, piso 1)

2 x \$5.000

Promoción membresía adulto mayor



Actividad

CHARLAS: INVESTIGACIÓN Y ENVEJECIMIENTO

Estas charlas buscan a través del trabajo de especialistas en temáticas como memoria, prevención del deterioro cognitivo y arquitectura para la vejez, compartir el conocimiento científico con las personas mayores.

9 Jun
Ju – 11 h
BiblioGAM (Edificio A, piso 3)
Inscripciones en gam.cl o en mesón de **Informaciones**

¡GRATIS!



Actividad

MARGOT LOYOLA, PATRIMONIO DEL ALMA

Danza, música, teatro y audiovisual. El legado de Margot Loyola como folklorista e investigadora protagoniza este concierto interdisciplinario que incluye obras de su repertorio y sus recopilaciones de música y danza.

11 y 12 Jun
Sá y Do – 18.30 h
Sala A1 (edificio A, piso 1)

2 x \$5.000

Promoción membresía adulto mayor



MEMBRESIA ADULTO MAYOR

Boletín

Agosto 2016



Teatro

LA VIUDA DE APABLAZA

Tragedia de amor incestuoso en la Araucanía rural de los años 20. El clásico de Germán Luco Cruchaga se estrena protagonizado por Catalina Saavedra y dirigido por Rodrigo Pérez.

11 Ago al 1 Oct
Mi a Sá – 20.30 h (excepto Sá 17 Sep)
Sala A2 (Edificio A, piso 1)

2 x \$5.000

Promoción membresía adulto mayor



Teatro

NUMANCIA

Envíos digitales Audiencias

Flyers de convocatoria enviados a diversas bases de datos, según el público objetivo de cada actividad

Cantidad anual: 25



Cine gam.cl

FIDOCs VER Y ESCUCHAR

gam El cineasta José Luis Torres Leiva retrata en este documental tres encuentros entre personas en situación de discapacidad visual y auditiva que comparten sus distintas formas de percibir luz y sonido, junto con sus recuerdos y vivencias. Ganadora del premio a Mejor Director de Cine Chileno en Sanfic 2013.

Gratis

8 Nov
Ma — 11 h
Edificio A, piso 1, Sala A1

[INSCRIBETE AQUÍ](#)

199



Actividades gam.cl

RESIDENCIA COLABORATIVA NIDO TEXTIL

gam

Gratis

Una invitación a diseñar y **construir colaborativamente una pieza textil de gran formato**, inspirada en el trabajo que las Bordadoras de Isla Negra hicieron para el edificio de la UNCTAD III. Un **taller inclusivo de creación y reflexión** guiado por la cooperativa de oficios Nido Textil.

Web flyers

piezas digitales de difusión para actividades programáticas de GAM

Destinatarios: redes sociales GAM. (Facebook y Twitter)
 Cantidad anual: 66

Danza gam.cl

Estreno **DANZA INDEPENDIENTE** **CONVOCATORIA 2016**

HAY QUE CAMINAR, SOÑANDO

—Compañía de Danza Experimental I.D.E.a—

10 Jun → 3 Jul

Beatriz Alcalde
Dirección

20 intérpretes asumen el desafío de bailar sin pisar el suelo en una obra que invita a escuchar lo que no se oye, inspirada en las ideas y creación del compositor italiano Luigi Nono.

10 Jun al 3 Jul
Ju a Sá — 20 h
Do — 19 h

Edificio B, piso 2.
Sala B1

\$ 5.000 Gral.
\$ 3.000 Est. y 3ed.
Promociones en gam.cl

Invitación gam.cl

HISTORIA DEL JAZZ EN CHILE

23 Ago
Ma — 19.30 h
Edificio B, piso -1
Sala Artes Visuales

Más de 21 mil personas visitaron esta muestra que reunió los hitos del jazz nacional. Hoy, sus protagonistas se despedirán a lo grande. Federico Dannemann junto a los músicos Rodrigo Espinoza, Daniel Rodríguez; y los solistas Sebastián Jordán, Agustín Moya, Boris Ortiz y Natalia Ramírez, seducirán con sus sonidos en el concierto de cierre de la exposición Historia del Jazz en Chile.

Organizan
gam **Projazz**

Gratis. por orden de llegada
Cupos limitados.

Colaboran:
[SCD] **Expo** **Projetos Jazz** **PROJAZZ** **El Estadio**

Revista de programación impresa

Programas impresos distribuidos en rutas de barrio, municipios, universidades y otros espacios

Cantidad anual: 5 programas bimensuales

Número de ejemplares: 60.000 cada dos meses, 300.000 ejemplares al año

Descargas desde Gam.cl: 32.826



Pendones

Gigantografías de PVC instaladas en el edificio

Formato: 235 x 600 cm. Vertical
 Cantidad anual: 31
 Visitantes que pudieron verlos 1.352.968

Exposición gam.cl

Gratis

NÓRDICO:
 DISEÑO ESCANDINAVO
 —Sala Artes Visuales—

MASISA
 Tu mundo, tu estilo

4 Nov al 31 Dic
 (excepto 5 Nov)
 Ma a Vi — 10 a 21 h
 Sá y Do — 11 a 21 h

Edificio B, piso -1,
 Sala Artes Visuales
 Gratis

4 → 31
 Nov Dic

Teatro gam.cl

18 Mar → 15 Mayo

Álvaro Viguera
 Dirección

Coproducción
 GAM

Estreno

**HAPPY
 END**

De Bertolt Brecht,
 Kurt Weill y
 Elisabeth Hauptmann

18 Mar al 15 Mayo
 Ju a Sá — 20 h, Do — 19.30 h
 (Excepto Do 1 Mayo)

Edificio A, piso 1, Sala A2

Para mayores de 14 años

LA SANTA
 PRODUCCIONES

Teatro gam.cl

PRODUCCIÓN
 GAM

ESTRENO

**LA VIUDA DE
 APABLAZA**

—De Germán Luco Cruchaga—

Rodrigo Pérez
 Dirección

11 Ago → 1
 Oct

11 Ago al 1 Oct
 Mi a Sá — 20.30 h
 (Excepto Sá 17 Sep)

Edificio A, piso 1, Sala A2

3.6.000 Preventa Gral.
 3.8.000 Preventa Est. y Sed.
 3.8.000 Gral.
 3.4.000 Est. y Sed.
 Promociones en gam.cl

Adhesivos

Impresiones instaladas al interior y exterior del edificio

Formatos: 160 x 228 cm., 134 x 190 cm. y 84 x 120 cm.
Cantidad anual: 76



203



Programas de mano

Impresos con información relevante sobre exposiciones, obras de teatro y danza

Formato: A5 cerrado, impreso 4/4 colores, plisado

Ejemplares: 1.000 por obra

Cantidad anual: 11 programas. *Diseñados por GAM y financiados por contrapartes



PUBLICIDAD POR CANJE

Spots en TV y Mediapartners

CNN Chile

Spot anuales: 900

Días en cartelera: 30 días por campaña

Cartelera GAM: 19 programas de 15 minutos cada uno

Frases Radio Grupo Dial

Frases mensuales en las siguientes radios: Zero, Paula, Duna, Disney y Beethoven

Cantidad mensual: 400

Cantidad anual: 4.800 frases

Riolab

Producción y edición de spots para televisión abierta, videos corporativos, carteleras mensuales en pantallas al interior del edificio, pantalla multitouch y campañas especiales de programación

206

GlobalNews

Empresa de monitoreo y análisis de medios. Brinda el servicio de clipping que incluye el monitoreo de medios de comunicación periodísticos.

Avisos publicados en medios impresos

Diario El Mercurio: 68 avisos
 Diario El Financiero: 3 avisos
 Revista ED y Capital: 4 avisos
 Cantidad anual: 75

GAM
 Centro de las artes,
 la cultura
 y las personas

gam.cl

Teatro

LUCÍA

Vuelve la obra de Ximena Carrera que se inspira en el imaginario de la esposa de dictador, para ficcionar el delirio de una mujer que tuvo un poder ilimitado por 17 años.

26 Oct al 4 Nov
 Mi a Sá — 20 h

Hasta
 -30%
 Desc.

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB® GlobalNews
Intelligent Media Search & Analytics

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

207

GAM
 Centro de las artes,
 la cultura
 y las personas

gam.cl

estreno

Teatro

HAPPY END

Crimen, romance y grandes canciones en una comedia musical de Bertolt Brecht, Kurt Weill y Elisabeth Hauptmann. Una obra que llega por primera vez a Chile, dirigida por Álvaro Figueroa y con la actuación, entre otros, de Geraldine Neary, Gabriel Urzúa, Gloria Münchmeyer y Bastián Bodenhöfer.

18 Mar al 15 Mayo
 Jui a Sá — 20 h
 Do — 19.30 h (excepto Do 1 Mayo)

Hasta
 -30%
 Desc.

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB® GlobalNews
Intelligent Media Search & Analytics

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

INGRESOS NO MONETARIOS

Media Partners

El Mercurio	
CNN Chile	
Grupo Dial	
Riolab	
GlobalNews	

Total aportes no monetarios

\$ 381.776.000

Con IPE: \$ 3.670.017.840

CARTELERAS SEMANALES

SISTEMA Y ANÁLISIS DE ENVÍOS MASIVOS GAM 2016

Envíos de cartelera semanal

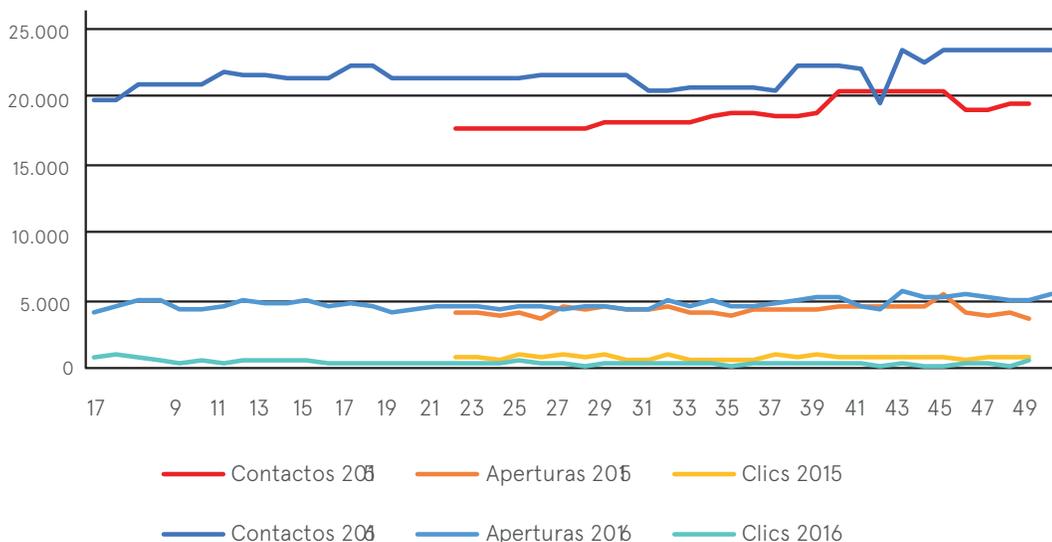
Durante el 2016 la base de datos creció mensualmente empezando el año con **19.709** contactos y llegando a **23.345** en el último envío del año.

Se hizo seguimiento de los envíos de cartelera semanal. Al igual que el 2015, el 2016 se utilizó como **KPI** (key performance indicators o indicadores de rendimiento) la tasa de apertura de mails y la tasa de clics **CTR***. Durante 2016 se agregó **CTOR****, con esto se pretende evaluar si el contenido del correo cautivó al lector (engagement).

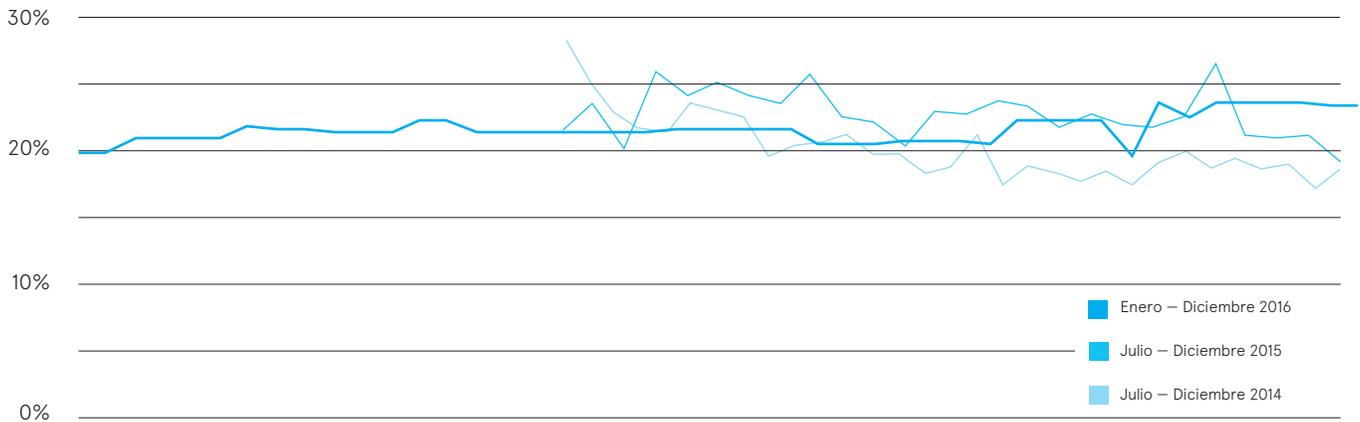
* CTR (clic through ratio): la relación entre la cantidad de clics y todos los correos enviados

** CTOR (clic to open ratio): la relación entre la cantidad de clics y los mails abiertos

Contactos, aperturas y clics 2015–2016



% apertura envíos cartelera semanal
Ene–Dic 2016, Jul–Dic 2015 y Jul–Dic 2014



En promedio se envió la cartelera a **21.850** contactos, de los cuales **4.893** abrieron la cartelera al menos una vez. Esto representa un **22,3%** de tasa de apertura promedio. Si bien el porcentaje es menor al 2015, esto se explica porque se incorporaron más contactos a la base de datos.

Por otro lado, los clics promedio fueron **334** por envío, significando una tasa de clic por apertura de **6,9%**. Es primera vez que se trabaja este parámetro.

Durante 2016 las aperturas estuvieron por sobre años anteriores, mientras que los clics estuvieron por debajo. Se puede destacar que las aperturas están en constante aumento, manteniendo su proporción con la creciente base de datos.

COMUNICACIONES INTERNAS

Durante 2016 se mantiene la estrategia que se viene trabajando desde 2015, centrada 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. Además, se intensifica la labor informativa propia de las comunicaciones internas, especialmente relacionada con la llegada de la nueva Dirección Ejecutiva y la Gran Sala, mediante reuniones inter equipos con Felipe Mella y visitas a la construcción.

En cuanto a la comunicación, en ellos 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. Junto a ello, se potencian las campañas anuales, mensuales y estacionales, con temáticas distintas y llenas de ingenio, especialmente este año.

Para esto, se mantienen soportes impresos en los diarios murales y se utiliza cada vez con mayor énfasis el 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 2016, el grupo mantiene 68 miembros (+5) de 82 trabajadores, lo que representa un 82% de presencia. De esos 68 miembros, 57 son activos (+20), lo que significa un 69% de participación (ver Gráfico).

Además, este año se agrega un nuevo canal de comunicación digital (newsletter) llamado *“Ojo de Pez”*, que mediante un lenguaje sencillo y cercano difunde las noticias internas de la corporación. Este boletín digital de noticias breves se envía una vez al mes y su objetivo es contribuir a disminuir los vacíos de información generados por la imposibilidad de unir a equipos grandes que trabajamos en horarios y espacios diversos.

Estadísticas de actividad mensual de grupo Gamitos.
Fuente: Grytics.com



OJO DE PEZ

N°4 Mayo 2017

“Vamo’ a calmarno”
26 gamit@s participaron del primer taller organizado gracias al convenio con Comunidad Mujer. Después de varios rounds se acordó el tema a tratar: resolución de conflictos. Pero esta fue solo la primera patita porque pronto tendremos un segundo taller.

¡Gamit@ participa!
El Plan Estratégico 2017 – 2020 nos necesita. Durante mayo y junio se están realizando reuniones por equipo para planificar el futuro de GAM. ¡Participa con tu experiencia!

Diseño chileno en GAM
Espacio Nacional de Diseño (E.N.D.) es el nombre del nuevo local de GAM, un laboratorio que busca exhibir, desarrollar y comercializar el trabajo de jóvenes diseñadores. Hoy cuenta con la exposición *Obra prematura* del diseñador Rodrigo Pinto y con pequeños productos asociados a nuestro centro cultural como libretas, lápices y tazones.

GAM intercultural
25 niños haitianos dibujaron el Chile que sueñan: un país que se abre a otros mundos, que recibe a los inmigrantes sin prejuicios y donde diversidad es igual a riqueza. En GAM tenemos el mismo sueño y por eso lo plasmamos en uno de nuestros murales gracias a Fundación Mar

Boletín digital “Ojo de pez”



Tipos de campañas

Mensual: Continúa desarrollándose el boletín de cumpleaños, centrado en una temática común: "creadores nacionales que celebran un año más". Cada mes hay un personaje destacado y a cada trabajador se le describe en una sola frase. Tal como se realiza la campaña #SelfieGAM en medios digitales, en comunicaciones internas se homologa con una foto selfie en el lugar de trabajo de cada festejado.

Cumpleañeros – Febrero 2016 gam.cl

¡Febrero!

Creadores nacionales que cumplen un año más...

“ Prefero una pieza caliente a veinte salones Luis XV fríos ”

ROSITA RENARD
Nacida un 8 de febrero de 1894 en Santiago, es una de las grandes pianistas de su época, con destacada actuación en Chile, Estados Unidos, Europa y América latina.

XAVIER – Ju 4
El circo es de Producción

ANGÉLICA – Mi 10
Las hadas existen en Boletería

PAULA – Do 14
Para Mediar hay que estar un poco loco, dicen.

DAVID – Lu 22
El hombre fundador en BiblioGAM

MARCO – Sá 27
Los Finanzas sí día conservan la amistad

GAM
Centro de las artes,
la cultura y las personas

Cumpleañeros – Febrero 2016

¡Felicidades!

DAVID – Lu 22
El hombre fundador en BiblioGAM

Tipos de campañas

Anual: Para el aniversario de GAM en septiembre, se ideó una campaña que utilizara los afiches de las obras más emblemáticas del centro cultural, donde los trabajadores fueran sus protagonistas. Se agruparon por similitudes y a cada grupo se le creó un montaje, relevándolos a una categoría de artistas en escena. Se presentó como la "Las obras de la Gran Sala GAM 2017".



Tipos de campañas

Estacional: En 2016 se continúan las campañas de saludos por “Días de” pero esta vez utilizando nuevos recursos como animaciones, que realzan la figura de los mismos trabajadores como identificación.



Saludos por el día del trabajador y día de la mujer.

ANEXO V

INFORME DE REGISTRO FOTOGRÁFICO PARA PRENSA

Se realizaron 96 servicios fotográficos durante el año para funciones y ensayos de programación artística y actividades de audiencias.

Créditos fotográficos: Jorge Sánchez

El corazón del gigante egoísta



Happy End



Migrante



Numancia



Ricardo III



Xuárez



ANEXO VI

INFORME DE REGISTRO AUDIOVISUAL

Nuevo Branding

Exploración de soportes/ pruebas con diferentes dispositivos/
 conceptualización general/ experimentación gráfica y audiovisual/ producción/ propuesta final/
 aplicación en todos los formatos, videos, cartelería y multitouch.

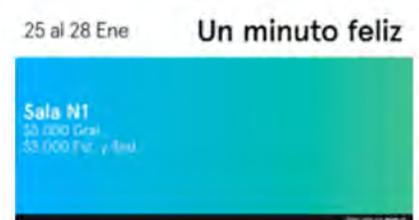
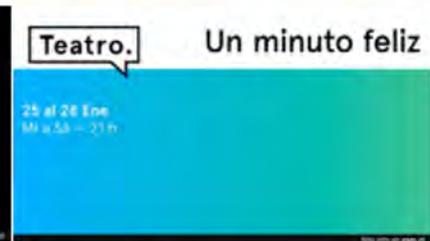


218

Cartelera GAM



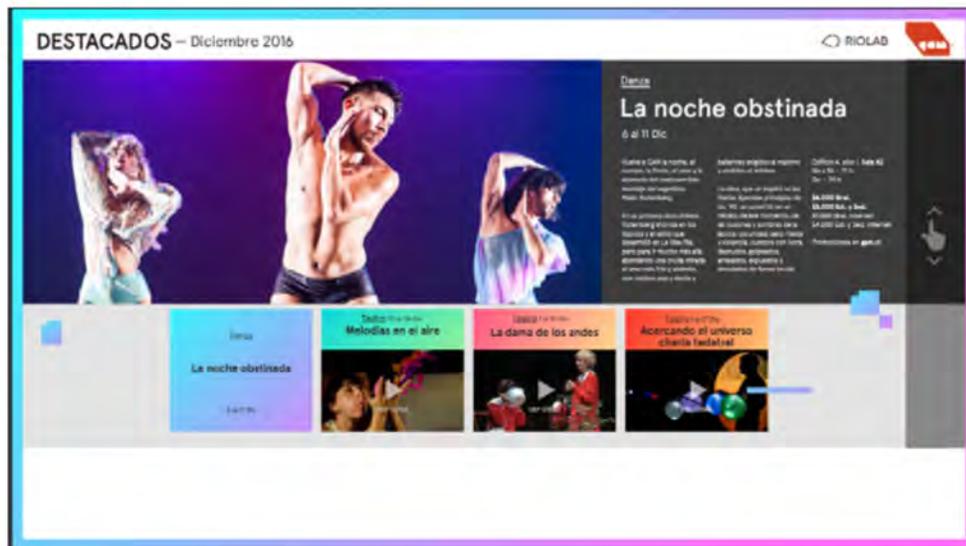
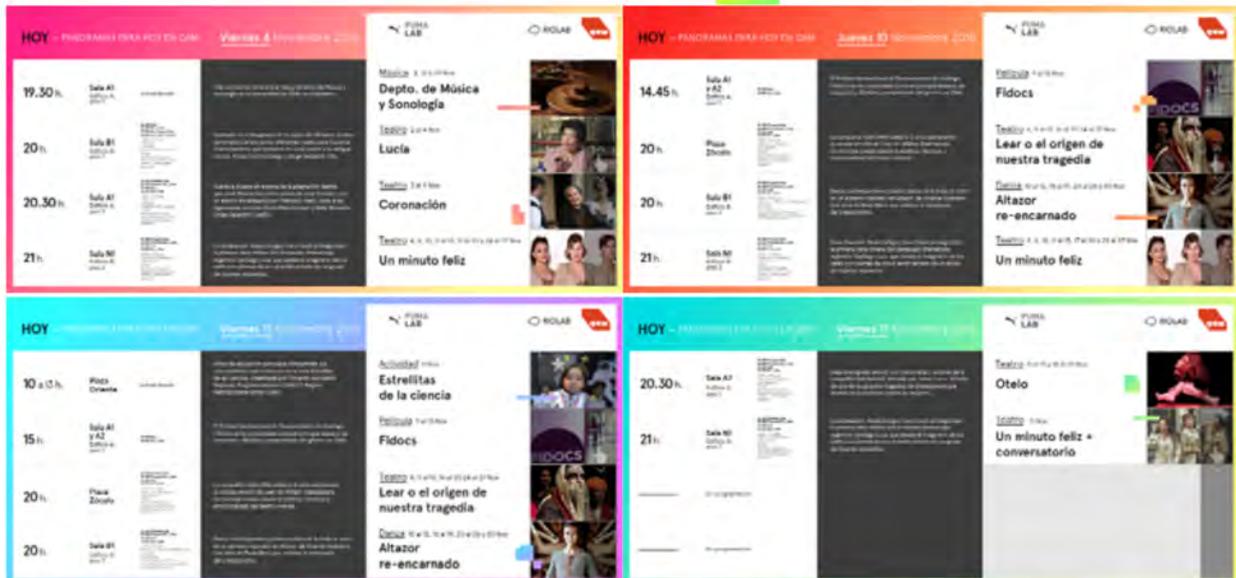
PROGRAMACIÓN
ENE-FEB



219

Producción/ montaje / Entrega final mensual.

Pantalla Touch



Montaje/ post producción/ programación/ instalación / Entrega final mensual.

Enero

Escuela de verano



Registro talleres/ 5 jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final.

221

Escuela profesores



Registro talleres/ 3 jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final

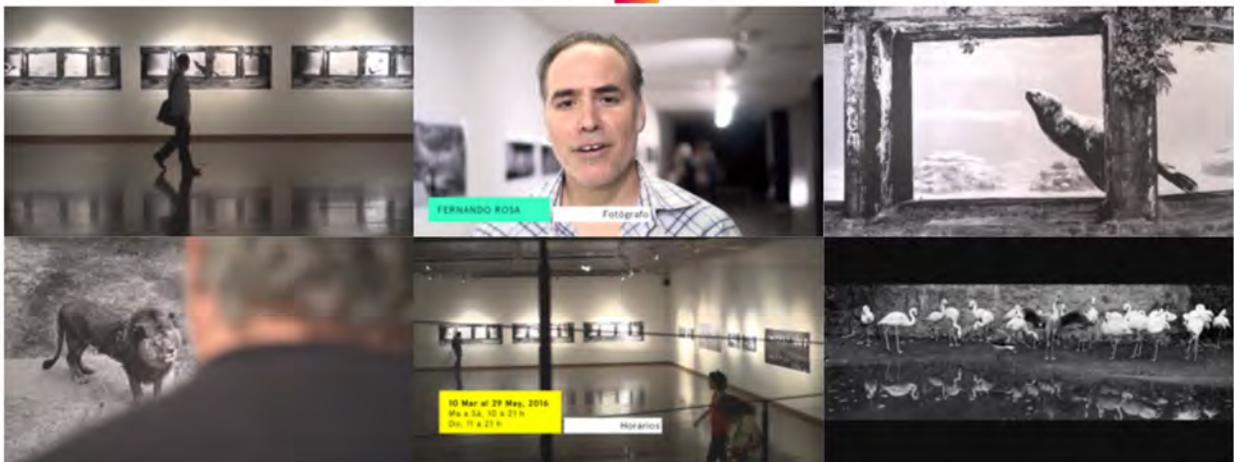
Marzo

Ricardo III



Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

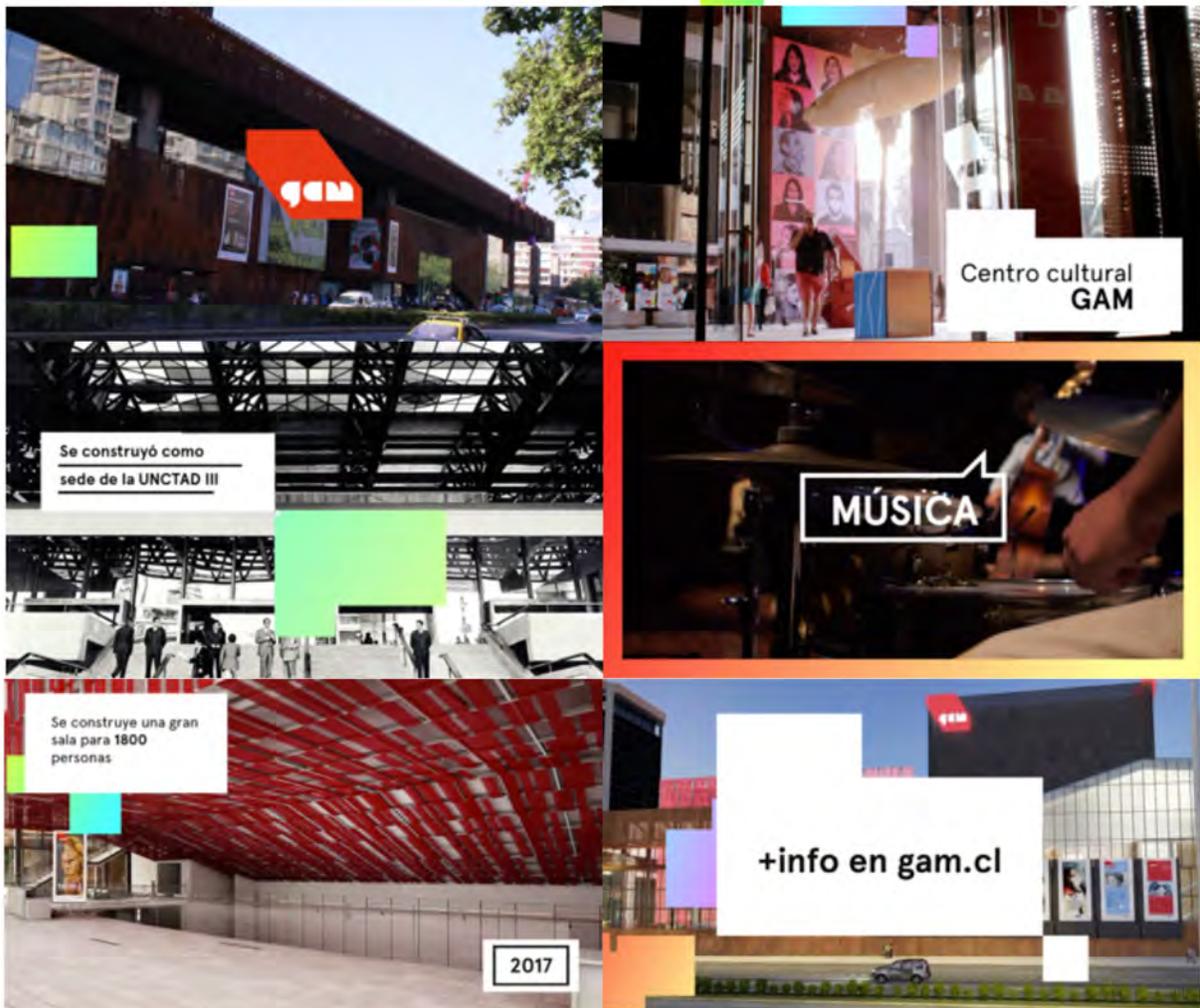
El valor de los animales



Registro expo/ jornada de grabación en Full HD/ Sonido directo para entrevista/ Montaje/ Post producción/ Entrega final

Marzo

Institucional GAM

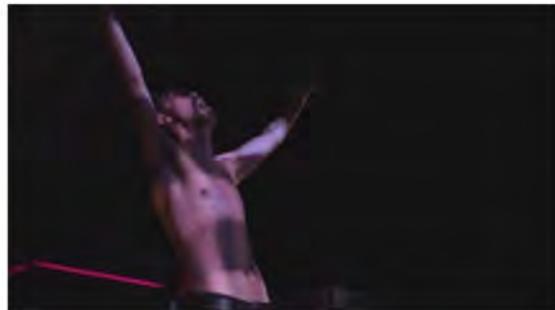


223

Búsqueda de referencias/ exploración de soportes/ pruebas con diferentes dispositivos/ conceptualización general/ experimentación gráfica y audiovisual/ producción/ propuesta final/ montaje video/ música original.

Marzo

Algernon



224

Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Sonido directo/ Montaje/
Post producción/ Entrega final.

Mayo

Un minuto feliz



225

Registro de obra Completa con público/ 1 jornada de grabación en Full HD 2 cámaras/ Sonido directo/ Montaje/ Post producción/ Entrega final obra completa

Registro de ensayo de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final Viral y prensa

Mayo

Happy End



226

Registro de obra Completa con público/ 1 jornada de grabación en Full HD 2 cámaras/
Sonido directo/ Montaje/ Post producción/ Entrega final obra completa

Registro de ensayo de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/
Entrega final Viral y prensa

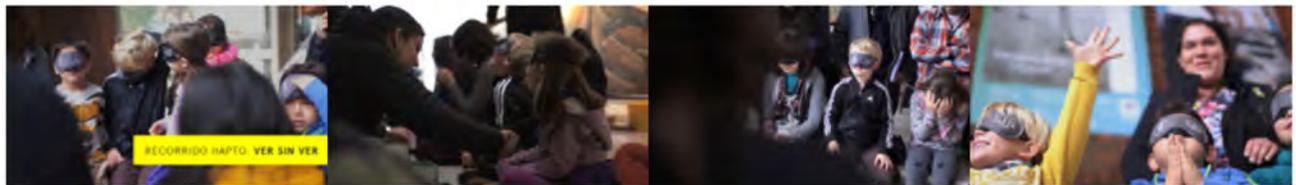
Mayo

Día del patrimonio

Taller de patinaje



Recorrido Hapto



227

Taller de Gárgolas



Registro talleres/ 1 jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final resumen de actividades

Mayo

Isidora Aguirre



Registro expo/ jornada de grabación en Full HD/ Sonido directo para entrevista/ Montaje/ Post producción/
Entrega final viral

Hay que caminar soñando



Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

Junio

Seminario incluye

Resumen seminario



Documental



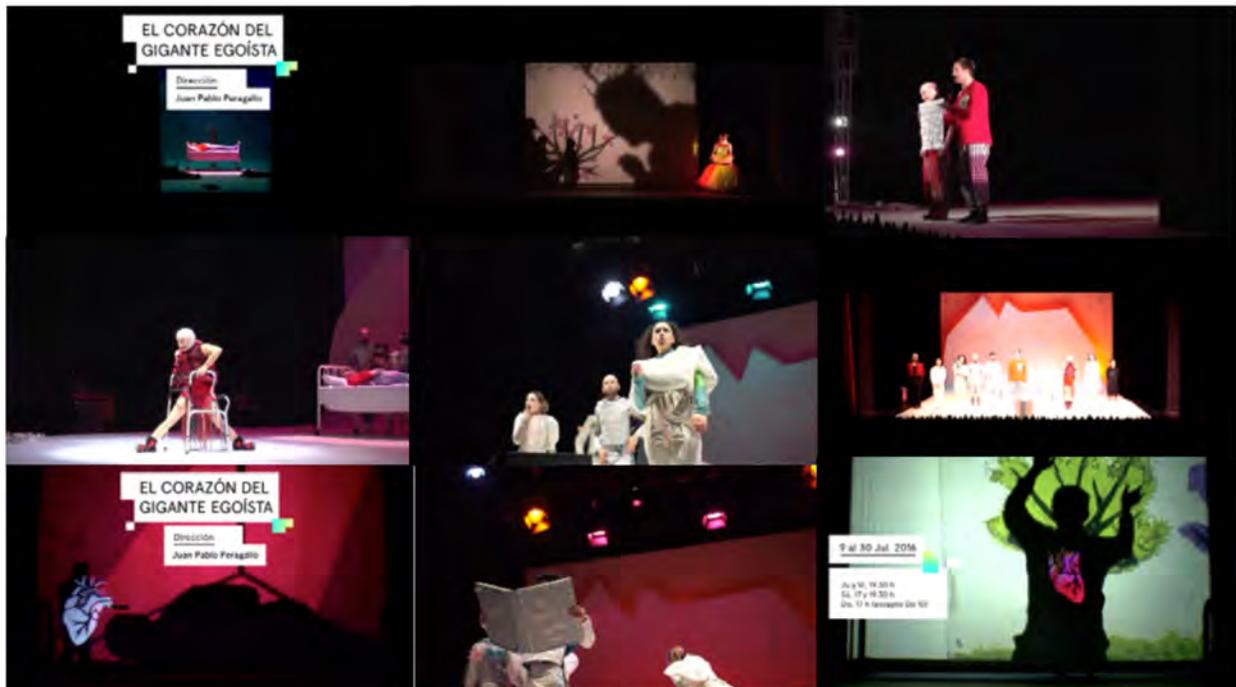
Registro talleres/ 5 jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final resumen de actividades

Registro Documental / 2 jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final seminario

Registro Seminario / 2 jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final seminario

Julio

Gigante Egoísta



230

Registro de obra Completa con público/ 1 jornada de grabación en Full HD 2 cámaras/ Sonido directo/
Montaje/ Post producción/ Entrega final obra completa

Registro de ensayo de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final
Spot Viral y prensa

Julio

Numancia



Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

231

Sala Didáctica



Registro taller / jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final resumen de actividades

Julio

Poesía Japonesa



Registro taller / jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final resumen de actividades

Evento Swing



Registro taller / jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final resumen de actividades

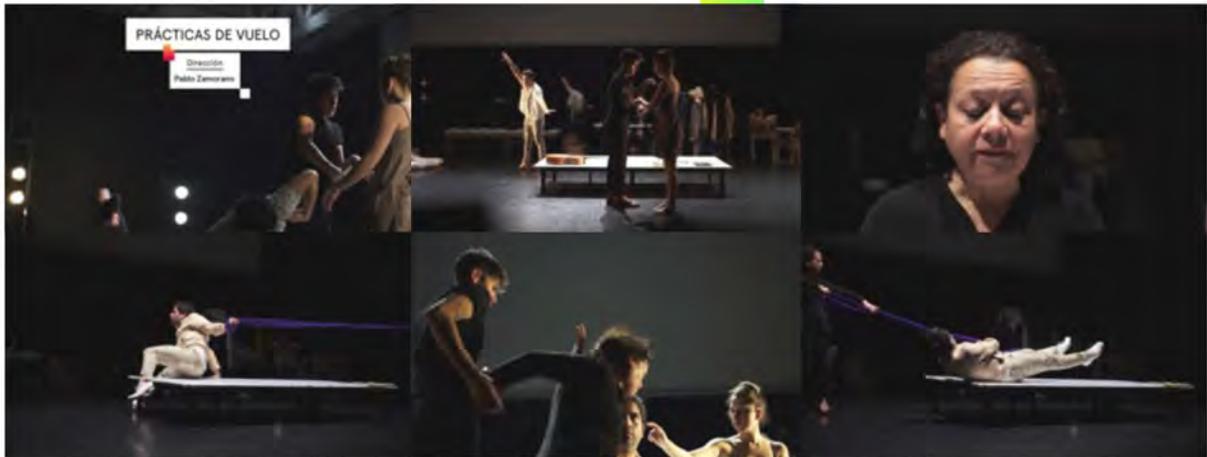
La crueldad del corazón



Registro taller / jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción 2 días/ Entrega final resumen de actividades

Agosto

Prácticas de vuelo



Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Sonido directo/ Montaje/ Post producción/
Entrega final.

233

La viuda de Apablaza



Registro de obra completa/ jornada de grabación en Full HD 2 cámaras/ Sonido directo/ Montaje/
Post producción/ Entrega final.

Agosto

Campaña Danza



Búsqueda de imagen de archivo / exploración de soportes/ grabación / conceptualización general/ experimentación gráfica y audiovisual/ producción/ propuesta final.

Septiembre

Expo Cueca



Registro expo/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final viral

235

100% politico



Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

Septiembre

Lamedero



Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

Octubre

Coronación



Horario
12 Oct al 4 Nov, 2016
Mi a Sá - 20.50 h

Sala A2 edificio A, piso II



CORONACIÓN

Dirección:
Alejandro Castillo

Registro de obra/ 2 jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

Noviembre

Concierto Gam



Registro del evento/ jornada de grabación en Full HD 2 cámaras/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

238

Altazor



Registro de obra/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

Noviembre

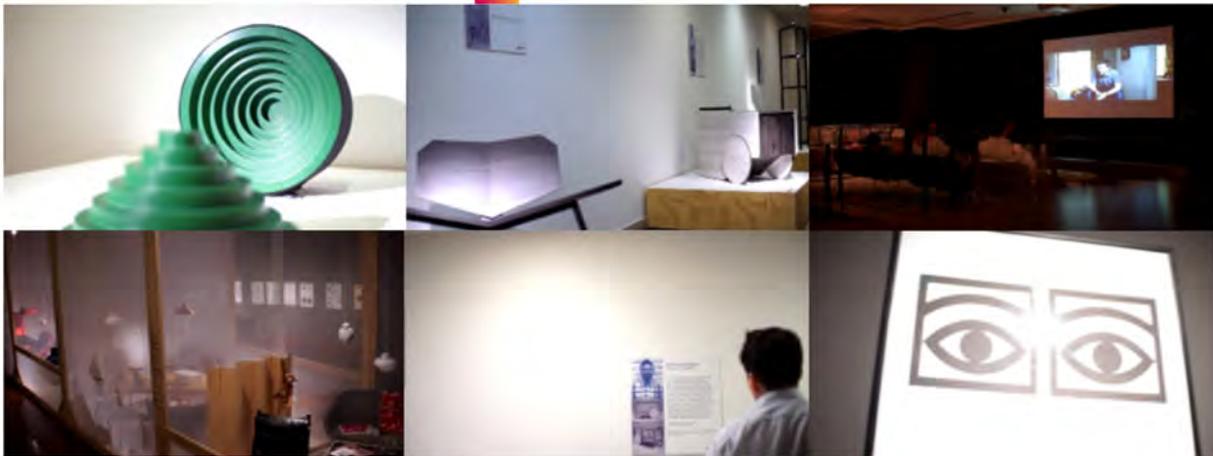
Expo Sala Mapa



Registro expo/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final viral

239

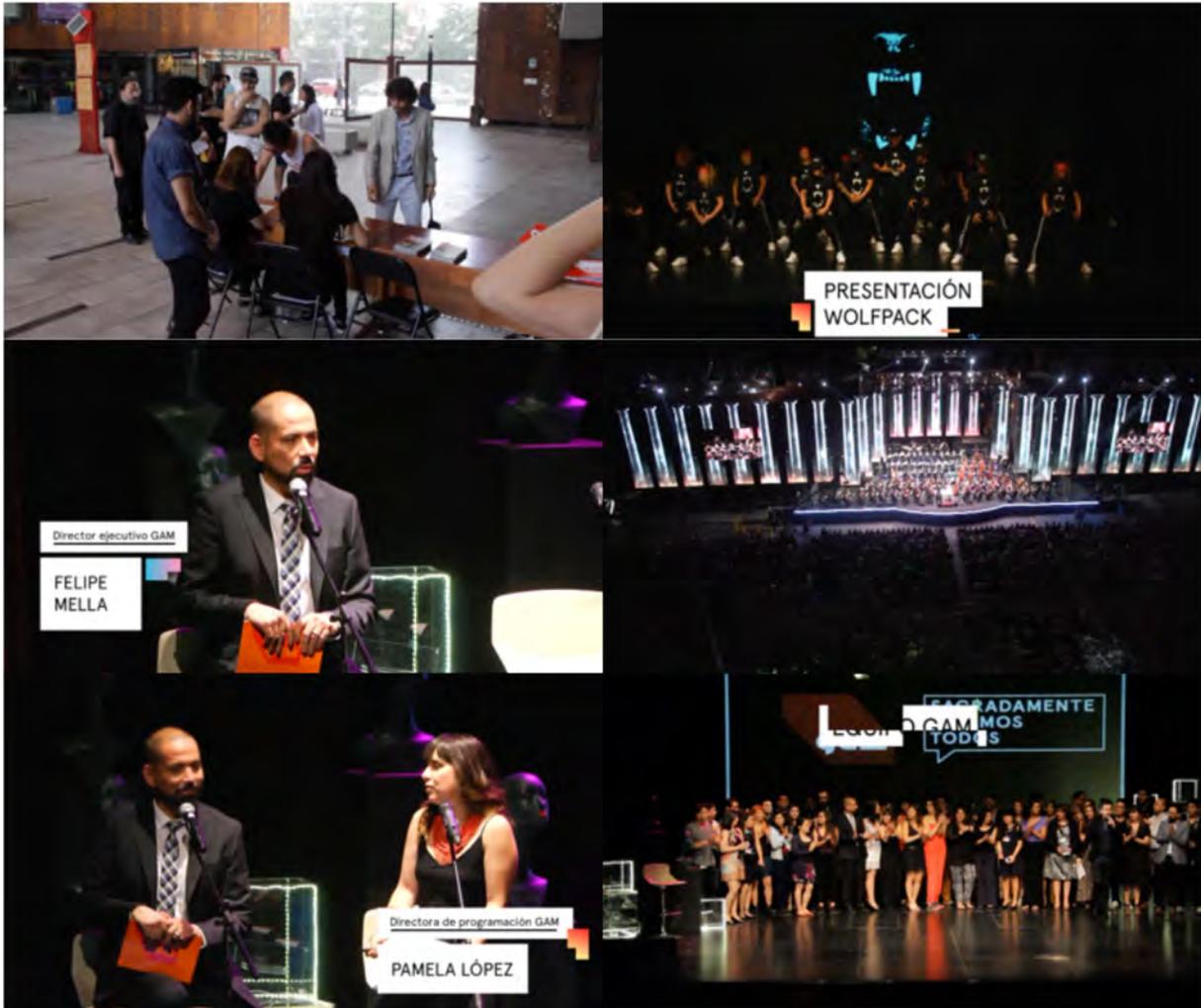
Expo Escandinavo



Registro expo/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final viral

Noviembre

Lanzamiento

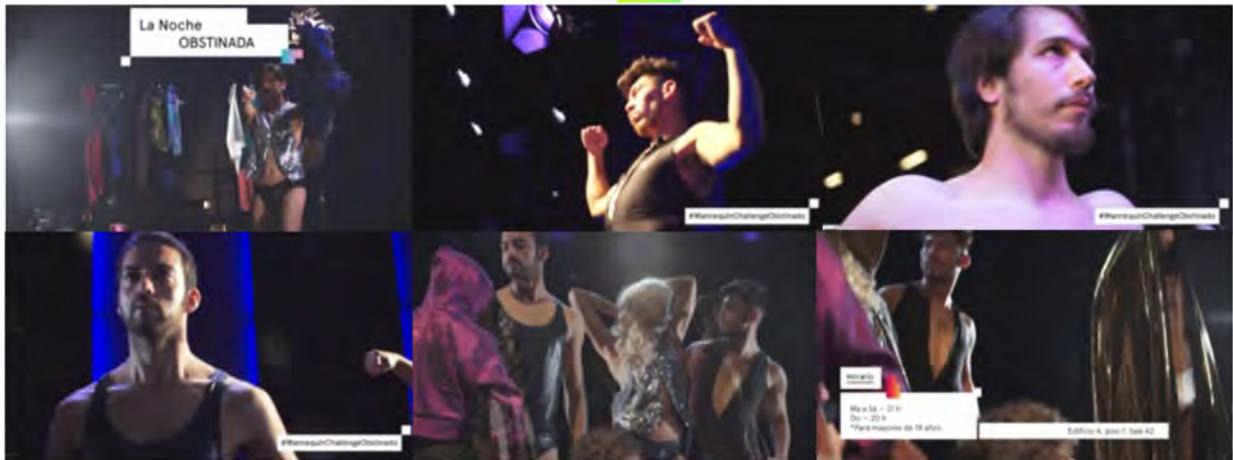


240

Registro de actividad/ jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

Diciembre

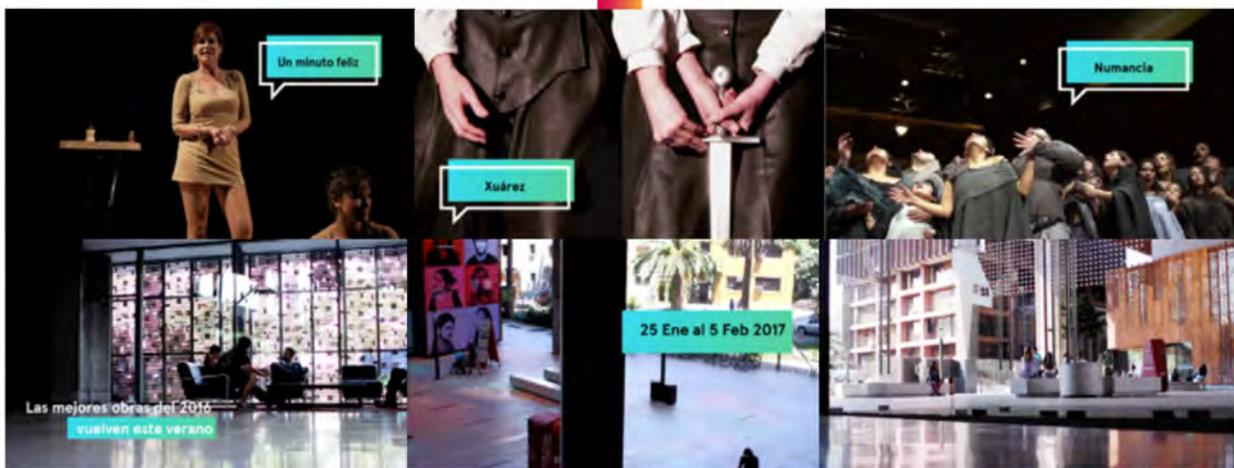
Manequin Challenge



Registro de actividad / jornada de grabación en Full HD/ Montaje/ Post producción/ Entrega final.

241

Spot lo mejor del Gam



Búsqueda de imagen de archivo / exploración de soportes/ conceptualización general/ experimentación gráfica y audiovisual/ propuesta final/ Entrega final.

ANEXO VII

AUDITORÍA CONTABLE Y ESTADOS FINANCIEROS

Informe del Auditor Independiente

Señores
Junta Directiva
Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros adjuntos de Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral, que comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2016 y los correspondientes estados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha y las correspondientes notas a los estados financieros.

Responsabilidad de la Administración por los estados financieros

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo con la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantención de un control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de estados financieros que estén exentos de representaciones incorrectas significativas, ya sea debido a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros a base de nuestra auditoría. Efectuamos nuestra auditoría de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad que los estados financieros están exentos de representaciones incorrectas significativas.

Una auditoría comprende efectuar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representaciones incorrectas significativas de los estados financieros, ya sea debido a fraude o error. Al efectuar estas evaluaciones de los riesgos, el auditor considera el control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de los estados financieros de la Entidad con el objeto de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero sin el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. En consecuencia no expresamos tal tipo de opinión. Una auditoría incluye, también, evaluar lo apropiadas que son las políticas de contabilidad utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables significativas efectuadas por la Administración, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionarnos una base para nuestra opinión.

Opinión

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral al 31 de diciembre de 2016, los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, de acuerdo con la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades.

“Re-expresión de los estados financieros al 31 de diciembre de 2015”

Los estados financieros de Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral al 31 de diciembre de 2015, antes de los ajustes de re-expresión detallados en nota 13, fueron auditados por otros auditores, cuyo informe de fecha 28 de abril de 2016 contenía una opinión sin salvedades.

Como parte de nuestra auditoría de los estados financieros del año 2016, también auditamos los ajustes descritos en nota 13, que fueron aplicados para re-expresar los estados financieros del año 2015 producto del adecuado registro de un contrato suscrito en el año 2014 con IBM para proporcionar servicios de infraestructura tecnológica. En nuestra opinión, tales ajustes son apropiados y han sido aplicados correctamente. No fuimos contratados para auditar, revisar o aplicar cualquier procedimiento sobre los estados financieros del año 2015 de Corporación Centro cultural Gabriela Mistral fuera de esos ajustes y, en consecuencia, no expresamos una opinión ni cualquier otro tipo de seguridad sobre los estados financieros del año 2015 tomados como un todo.



Marcela Muñoz C.

EY Audit SpA.

Santiago, 14 de junio de 2017

Estados Financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

31 de diciembre de 2016 y 2015

Indice

Estados Financieros

Estados de Situación Financiera	1
Estados de Resultados Integrales.....	3
Estados de Flujos de Efectivo (Método Indirecto)	4
Notas a los Estados Financieros	5
Nota 1 - Entidad que Reporta.....	5
Nota 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
Nota 3 - Políticas Contables Significativas	7
a) Período contable.....	7
b) Moneda extranjera	7
c) Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes	7
d) Efectivo y equivalentes al efectivo.....	8
e) Instrumentos financieros	8
f) Propiedades, plantas y equipos	8
g) Intangibles	9
h) Deterioro	9
i) Provisiones	10
j) Beneficios a los empleados.....	11
k) Ingresos ordinarios	11
l) Arrendamientos.....	11
m) Patrimonio.....	12
n) Estado de flujos de efectivo	12
o) Impuesto a las ganancias	13
p) Impuestos diferidos.....	13
q) Actualización de IFRS para Pymes con aplicación efectiva para períodos anuales iniciados en o después del 1 de enero de 2017	14
Nota 4 - Efectivo y Equivalentes al Efectivo	15
Nota 5 - Otros Activos no Financieros Corrientes.....	15
Nota 6 - Deudores Comerciales y otras Cuentas por Cobrar Corrientes	16
Nota 7 - Activos Intangibles Distintos de Plusvalía.....	16
Nota 8 - Propiedad, Planta y Equipo	17
Nota 9 - Impuesto a la Renta e Impuestos Diferidos	18

Estados Financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

31 de diciembre de 2016 y 2015

Indice

Nota 10 - Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes.....	19
Nota 11 - Cuentas por Pagar Comerciales y otras Cuentas por Pagar.....	20
Nota 12 - Provisiones por Beneficios a los Empleados, Corriente	20
Nota 13 - Re-expresión de los Estados Financieros.....	21
Nota 14 - Ingresos.....	24
Nota 15 - Contingencias y Compromisos	25
Nota 16 - Hechos Posteriores	25

CLP : Cifras expresadas en pesos chilenos
M\$: Cifras expresadas en miles de pesos chilenos
UF : Cifras expresadas en unidades de fomento

Estados Financieros

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

31 de diciembre de 2016 y 2015

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estados de Situación Financiera

31 de diciembre de

ACTIVOS	Nota	2016 M\$	Re-expresados 2015 M\$
Activo Corriente			
Efectivo y equivalente al efectivo	(4)	32.677	180.285
Otros activos no financieros, corrientes	(5)	5.525	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	(6)	148.106	124.768
Total activo corriente		<u>186.308</u>	<u>305.053</u>
Activo no Corriente			
Activos intangibles distintos de plusvalía	(7)	104.253	138.408
Propiedades, plantas y equipos (neto)	(8)	64.554	90.329
Total activo no corriente		<u>168.807</u>	<u>228.737</u>
Total Activos		<u>355.115</u>	<u>533.790</u>

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estados de Situación Financiera

31 de diciembre de

PASIVOS Y PATRIMONIO NETO	Nota	2016 M\$	Re-expresados 2015 M\$
Pasivos			
Pasivo Corriente			
Otros pasivos financieros, corrientes	(10)	48.148	346.109
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(11)	201.814	134.385
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	(12)	<u>82.312</u>	<u>63.794</u>
Total pasivo corriente		<u>332.274</u>	<u>544.288</u>
Pasivo no Corriente			
Otros pasivos financieros, no corrientes	(10)	<u>130.765</u>	<u>189.786</u>
Total pasivo no corriente		<u>130.765</u>	<u>189.786</u>
Total pasivos		<u>463.039</u>	<u>734.074</u>
Patrimonio Neto			
(Déficit) acumulado		(200.284)	(128.415)
Excedente (déficit) del ejercicio		<u>92.360</u>	<u>(71.869)</u>
Total patrimonio neto		<u>(107.924)</u>	<u>(200.284)</u>
Total Pasivos y Patrimonio Neto		<u>355.115</u>	<u>533.790</u>

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estados de Resultados Integrales

Por los años terminados al 31 de diciembre de

	Nota	2016 M\$	Re-expresados 2015 M\$
Ingresos de la Operación			
Ingresos por aportes del CNCA	(14)	2.154.441	2.522.931
Otros ingresos operacionales		1.051.886	1.089.694
Total Ingresos operacionales	(14)	3.206.327	3.612.625
Egresos			
Sueldos y beneficios		(1.386.869)	(1.297.327)
Gastos de programación y producción		(435.289)	(424.724)
Gastos de administración y finanzas		(273.494)	(286.616)
Gastos de marketing y difusión		(57.895)	(69.461)
Gastos de tecnología		(116.547)	(82.434)
Mantenimiento y reparaciones		(790.158)	(865.737)
Otros gastos		-	(431.285)
Total egresos operacionales		(3.060.252)	(3.457.584)
Resultado antes del (costo) Ingreso de Financiamiento y Depreciación y Amortización			
		146.075	155.041
Gasto por depreciación y amortización		(63.932)	(174.577)
Resultado antes del costo de financiamiento		82.143	(19.536)
Otros Ingresos y Gastos no Operacionales			
Otros ingresos		19.400	32.504
Ingresos financieros		10.125	9.737
Gastos financieros		(30.148)	(60.328)
Diferencia de cambio		10.840	(34.246)
Total otros ingresos y gastos no operacionales		10.217	(52.333)
Excedente (déficit) del Ejercicio			
		92.360	(71.869)
(Déficit) acumulado al inicio del año		(200.284)	(128.415)
Patrimonio al final del año		(107.924)	(200.284)

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estados de Flujos de Efectivo (Método Indirecto)

Por los años terminados al 31 de diciembre de

	2016	Re-expresados
	M\$	2015
		M\$
Flujo de Efectivo de Actividades Operacionales		
Excedente (Déficit) del ejercicio	92.360	(71.869)
Ajustes por ingresos y gastos distintos a efectivo:		
Depreciación y amortización	63.932	174.577
Otras partidas que no representan flujos		(6.283)
Cambios en activos y pasivos operacionales		
Cuentas por cobrar comerciales y otras	(28.863)	(51.835)
Cuentas por pagar comerciales y otras	85.948	(182.543)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de operación	<u>213.377</u>	<u>(137.953)</u>
Flujo de Efectivo de Actividades de Inversión		
Compras de activo fijo	(4.003)	(15.732)
Compras de activo intangible	-	(1.479)
Flujo de efectivo netos utilizados en actividades de inversión	<u>(4.003)</u>	<u>(17.211)</u>
Flujo de Efectivo de Actividades de Financiamiento		
Pago de otros pasivos financieros	(56.424)	(45.028)
(Pago) obtención de préstamo bancario	(300.558)	300.000
Flujo de efectivo netos utilizados en actividades de financiamiento	<u>(356.982)</u>	<u>254.972</u>
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalente al Efectivo	(147.608)	99.808
Efectivo y Equivalente de Efectivo al Principio del Período	<u>180.285</u>	<u>80.477</u>
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	<u><u>32.677</u></u>	<u><u>180.285</u></u>

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 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.

Nota 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 2016, preparados de acuerdo a NIIF para las Pymes, han sido autorizados para su emisión por el Directorio de la Corporación con fecha 14 de junio de 2017.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 2 - Bases de Preparación (continuación)

b) Bases de medición

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

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 la NIIF para 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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas

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

a) Período contable

Los estados financieros presentan el estado de situación financiera, estado integral de resultados y de excedente acumulado y de flujos de efectivo por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2016 y 2015.

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:

	2016	2015
	\$	\$
Dólar	669,47	710,16
Unidad de Fomento (pesos)	<u>26.347,98</u>	<u>25.629,09</u>

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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

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.

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 mantenciones 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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

f) Propiedades, plantas y equipos (continuación)

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

Concepto	Vida Util Años
Equipos de oficina	3 a 9
Equipos audiovisuales	4
Infraestructura tecnológica	<u>6</u>

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.

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:

Concepto	Vida Util Años
Software computacional	<u>6</u>

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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

h) Deterioro (continuación)

Activos financieros (continuación)

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 con un hecho posterior al reconocimiento del deterioro, se procede a revertir la pérdida por deterioro reconocida previamente.

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.

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 2016 y 2015, 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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

i) Provisiones (continuación)

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.

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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

l) Arrendamientos (continuación)

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 período de arrendamiento. Los incentivos por arrendamiento recibidos son reconocidos como parte integral del gasto total de arrendamiento durante el período de este.

m) Patrimonio

Debido a que los únicos cambios en el patrimonio de la Corporación corresponden al resultado del ejercicio, ésta ha optado por 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.

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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

n) Estado de flujos de efectivo (continuación)

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.

o) Impuesto a las ganancias

El resultado por impuesto a las ganancias del ejercicio resulta de la aplicación del tipo de gravamen sobre la base imponible del período, una vez aplicadas las deducciones que tributariamente son admisibles, más la variación de los activos y pasivos por impuestos diferidos y créditos tributarios, tanto por pérdidas tributarias como por deducciones.

p) Impuestos diferidos

El impuesto diferido se reconoce a partir de las diferencias entre los importes en libros de los activos y pasivos en los estados financieros y sus bases fiscales correspondientes (conocidas como diferencias temporarias).

Los pasivos por impuestos diferidos se reconocen para todas las diferencias temporarias que se espere que incrementen la ganancia fiscal en el futuro. Los activos por impuestos diferidos se reconocen para todas las diferencias temporarias que se espere que reduzcan la ganancia fiscal en el futuro, y cualquier pérdida o crédito fiscal no utilizado. Los activos por impuestos diferidos se miden al importe máximo que, sobre la base de la ganancia fiscal actual o estimada futura, es probable que se recuperen.

Con fecha 29 de septiembre de 2014, se publicó en el Diario Oficial la Ley N°20.780, la que considera el aumento de la tasa de primera categoría de un 20% a un 21% para las rentas que se perciban o devenguen durante el año calendario 2014, y posteriormente, considera un aumento progresivo de la tasa de primera categoría hasta un 25% o 27%, dependiendo del régimen de tributación elegido por la Fundación, en el año calendario 2018.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

q) Actualización de IFRS para Pymes con aplicación efectiva para períodos anuales iniciados en o después del 1 de enero de 2017

Las principales mejoras y modificaciones al compendio de normas e interpretaciones de IFRS para Pyme, que han sido emitidos en mayo de 2015, pero aún no han entrado en vigencia a la fecha de estos estados financieros, se encuentran detalladas a continuación. La Compañía no ha aplicado estas normas en forma anticipada:

	Mejoras y Modificaciones	Principales Materias
Sección 17	Propiedades, planta y equipos	Permitir una opción para usar el modelo de revaluación para propiedades, planta y equipos
Sección 29	Impuesto a las ganancias	Alinear los requerimientos principales para reconocimiento y medición de impuestos diferidos con la NIC 12 de impuesto a las ganancias
Sección 34	Actividades especializadas	Alinear los requerimientos principales para el reconocimiento y medición de activos para exploración y evaluación con la NIIF 6 Exploración y evaluación de recursos minerales

La Corporación se encuentra evaluando los impactos que podrían generar las mencionadas modificaciones, estimando que no afectarán significativamente los estados financieros.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 4 - Efectivo y Equivalentes al Efectivo

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

	2016 M\$	2015 M\$
Bancos (1)	32.385	29.498
Fondos fijos	292	744
Fondos mutuos	-	150.043
Total efectivo y equivalente al efectivo	<u>32.677</u>	<u>180.285</u>

(1) Corresponden a valores mantenidos en cuenta corriente bancaria.

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

Nota 5 - Otros Activos no Financieros Corrientes

La composición de estos rubros al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se detalla a continuación:

	2016 M\$	2015 M\$
Boletas en garantías	2.000	-
Anticipo proveedores	3.525	-
Total otros activos no financieros corrientes	<u>5.525</u>	<u>-</u>

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 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 2016 y 2015, es el siguiente:

	2016 M\$	2015 M\$
Cuentas por cobrar a clientes	98.737	93.103
Otras cuentas por cobrar	49.369	31.665
Total deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	<u>148.106</u>	<u>124.768</u>

Las cuentas por cobrar comerciales y otras se encuentran en pesos chilenos. Al 31 de diciembre de 2016 y 2015 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.

Nota 7 - Activos Intangibles Distintos de Plusvalía

a) Los movimientos de activos intangibles, efectuados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2016, se detalla a continuación:

	Software y Licencias M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2016	50.635	179.805	230.440
Adiciones	-	-	-
Total Intangibles brutos al 31.12.2016	<u>50.635</u>	<u>179.805</u>	<u>230.440</u>
Amortización acumulada			
Saldo inicial al 1.1.2016	(39.589)	(52.443)	(92.032)
Gasto de amortización	(4.188)	(29.967)	(34.155)
Total amortización acumulada al 31.12.2016	<u>(43.777)</u>	<u>(82.410)</u>	<u>(126.187)</u>
Total Intangibles netos al 31.12.2016	<u>6.858</u>	<u>97.395</u>	<u>104.253</u>

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 7 - Activos Intangibles Distintos de Plusvalía (continuación)

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

	Software y Licencias M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2015	49.156	179.805	228.961
Adiciones	1.479	-	1.479
Total Intangibles brutos al 31.12.2015	50.635	179.805	230.440
Amortización acumulada			
Saldo inicial al 1.1.2015	(35.644)	(22.476)	(58.120)
Gasto de amortización	(3.945)	(29.967)	(33.912)
Total amortización acumulada al 31.12.2015	(39.589)	(52.443)	(92.032)
Total Intangibles netos al 31.12.2015	11.046	127.362	138.408

Nota 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 2016, se detalla a continuación:

	Equipos de Oficina M\$	Equipos Audiovisuales M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2016	381.113	107.792	77.059	565.964
Adiciones	4.003	-	-	4.003
Total propiedades, plantas y equipos brutos al 31.12.2016	385.116	107.792	77.059	569.967
Depreciación acumulada				
Saldo inicial al 1.1.2016	(363.439)	(89.721)	(22.476)	(475.636)
Gasto de depreciación	(15.331)	(1.603)	(12.843)	(29.777)
Total depreciación acumulada al 31.12.2016	(378.770)	(91.324)	(35.319)	(505.413)
Total propiedades, plantas y equipos netos al 31.12.2016	6.346	16.468	41.740	64.554

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 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 2015, se detallan a continuación:

	Equipos de Oficina M\$	Equipos Audiovisuales M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2015	372.968	100.205	77.059	550.232
Adiciones	8.145	7.587	-	15.732
Total propiedades, plantas y equipos brutos al 31.12.2015	381.113	107.792	77.059	565.964
Depreciación acumulada				
Saldo inicial al 1.1.2015	(251.769)	(73.569)	(9.632)	(334.970)
Gasto de depreciación	(111.670)	(16.152)	(12.843)	(140.665)
Total depreciación acumulada al 31.12.2015	(363.439)	(89.721)	(22.475)	(475.635)
Total propiedades, plantas y equipos netos al 31.12.2015	17.674	18.071	54.584	90.329

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 2016 y 2015, la Corporación no tiene restricción de titularidad ni garantías para el cumplimiento de obligaciones que afecten a los bienes de propiedad, planta y equipo.

Nota 9 - Impuesto a la Renta e Impuestos Diferidos

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, la Corporación no ha registrado provisión de gasto de impuesto a la renta por presentar pérdida tributaria ascendente a M\$866.759 y M\$982.753, respectivamente.

Asimismo, al 31 de diciembre de 2016 y 2015, la Corporación no ha registrado impuestos diferidos por las diferencias temporarias generadas por activos y pasivos, por cuanto considera que el efecto neto de tales diferencias no será recuperado en un plazo menor a 5 años.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 10 - Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes

La composición de estos rubros al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se detalla a continuación:

Tipo de Obligación	Corriente		No Corriente	
	2016 M\$	2015 M\$	2016 M\$	2015 M\$
Financiamiento IBM	48.148	45.551	130.765	189.786
Préstamo Bancario	-	300.558	-	-
Total	48.148	346.109	130.765	189.786

El préstamo está pactados en pesos chilenos e incluye los intereses devengados al cierre del ejercicio 2015. La tasa de interés para el préstamo era de 0,62% mensual. El saldo del préstamo fue pagado en su totalidad durante el año 2016.

La obligación con IBM corresponde al financiamiento del contrato de infraestructura tecnológica firmado en abril de 2014, está pactado en dólares y tiene una duración de 72 meses desde la fecha de firma. 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 2016 y 2015 el cargo por terminación anticipada equivale a US\$353.395,71 y US\$443.476,97 respectivamente. Al cierre de cada ejercicio, la obligación por este contrato se presenta neta de intereses no devengados.

El vencimiento de la deuda del contrato con IBM, sin descontar intereses no devengados, presenta el siguiente vencimiento al cierre de cada ejercicio:

	Total Al 31.12.2016 M\$	Vencimiento en:			
		2017 M\$	2018 M\$	2019 M\$	2020 M\$
Deuda con IBM	215.295	66.245	66.245	66.245	16.560

	Total Al 31.12.2015 M\$	Vencimiento en:				
		2016 M\$	2017 M\$	2018 M\$	2019 M\$	2020 M\$
Deuda con IBM	298.651	70.271	70.271	70.271	70.271	17.567

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 11 - 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:

	2016 M\$	2015 M\$
Proveedores	61.899	31.081
Otras provisiones	105.863	77.445
Retenciones	34.052	25.859
Total cuentas por pagar	<u>201.814</u>	<u>134.385</u>

Nota 12 - Provisiones por Beneficios a los Empleados, Corriente

Los beneficios a los empleados en cada ejercicio, se presenta a continuación:

	2016 M\$	2015 M\$
Provisión para vacaciones	82.312	63.794
Total	<u>82.312</u>	<u>63.794</u>

El movimiento de esta provisión es el siguiente:

	2016 M\$	2015 M\$
Saldo al 1 de enero	63.794	70.196
Adiciones (disminuciones)	18.518	(6.402)
Saldo al 31 de diciembre	<u>82.312</u>	<u>63.794</u>

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 13 - Re-expresión de los Estados Financieros

Al 31 de diciembre de 2015, se presentan saldos re-expresados por el adecuado reconocimiento del contrato con IBM, en relación a los activos que éste provee. El efecto de esta regularización es un aumento del déficit acumulado de M\$53.391, cuyo detalle se presenta a continuación:

Activos	Saldos Previamente Informados	Ajustes de re- Expresión Aumento (Disminución) de Activos	Ajustes de re- Expresión Aumento (Disminución) de Activos	Saldos Re-expresados
Rubro	Al 31.12.2015 M\$	Al 31.12.2014 M\$	Al 31.12.2015 M\$	Al 31.12.2015 M\$
Activo Corriente				
Efectivo y equivalente al efectivo	180.285	-	-	180.285
Otros activos no financieros, corrientes	45.551	(34.709)	(10.842)	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	124.768	-	-	124.768
Total activo corriente	350.604			305.053
Activo no Corriente				
Otros activos no financieros, no corrientes	189.786	(201.068)	11.282	-
Activos intangibles distintos de plusvalía	11.046	157.329	(29.967)	138.408
Propiedades, plantas y equipos (neto)	35.745	67.427	(12.843)	90.329
Total activo no corriente	236.577			228.737
Total Activos	587.181	(11.021)	(42.370)	533.790

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 13 - Re-expresión de los Estados Financieros (continuación)

Pasivos y Patrimonio	Saldos Previamente Informados	Ajustes de Re-expresión Aumento (Disminución) de Pasivos	Ajustes de Re-expresión Aumento (Disminución) de Pasivos	Saldos Re-expresados
Rubro	Al 31.12.2015 M\$	Al 31.12.2014 M\$	Al 31.12.2015 M\$	Al 31.12.2015 M\$
Pasivo Corriente				
Otros pasivos financieros, corrientes	346.109	-	-	346.109
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	134.385	-	-	134.385
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	63.794	-	-	63.794
Total pasivo corriente	<u>544.288</u>			<u>544.288</u>
Pasivo no Corriente				
Otros pasivos financieros, no corrientes	189.786	-	-	189.786
Total pasivo no corriente	<u>189.786</u>	-	-	<u>189.786</u>
Total pasivos	<u>734.074</u>	-	-	<u>734.074</u>
Patrimonio Neto				-
Excedente (Déficit) acumulado	(117.394)	(11.021)	-	(128.415)
Déficit del ejercicio	(29.499)	-	(42.370)	(71.869)
Total patrimonio neto	<u>(146.893)</u>			<u>(200.284)</u>
Total Pasivos y Patrimonio Neto	<u>587.181</u>	<u>(11.021)</u>	<u>(42.370)</u>	<u>533.790</u>

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 13 - Re-expresión de los Estados Financieros (continuación)

Resultados

Rubro	Saldos Previamente Informados Al 31.12.2015 M\$	Ajustes de Re-expresión Al 31.12.2014 M\$	Ajustes de Re-expresión Al 31.12.2015 M\$	Saldos Re-expresados Al 31.12.2015 M\$
Ingresos de la Operación	-	-	-	-
Ingresos por aportes del CNCA	2.522.931	-	-	2.522.931
Otros ingresos operacionales	1.089.694	-	-	1.089.694
Total Ingresos operacionales	3.612.625			3.612.625
Egresos				
Sueldos y beneficios	(1.297.327)	-	-	(1.297.327)
Gastos de programación y producción	(424.724)	-	-	(424.724)
Gastos de administración y finanzas	(286.616)	-	-	(286.616)
Gastos de marketing y difusión	(69.461)	-	-	(69.461)
Gastos de tecnología	(117.143)	-	34.709	(82.434)
Mantenimiento y reparaciones	(865.737)	-	-	(865.737)
Otros gastos	(431.285)	-	-	(431.285)
Total egresos operacionales	(3.492.293)			(3.457.584)
Resultado antes del (costo) Ingreso de financiamiento y depreciación y amortización	120.332	-	-	155.041
Gasto por depreciación y amortización	(131.767)	-	(42.810)	(174.577)
Resultado antes del costo de financiamiento	(11.435)			(19.536)
Otros Ingresos y Gastos no Operacionales				
Otros ingresos	32.504	-	-	32.504
Ingresos financieros	9.737	-	-	9.737
Gastos financieros	(60.328)	-	-	(60.328)
Diferencia de cambio	23	-	(34.269)	(34.246)
Total otros ingresos y gastos no operacionales	(18.064)			(52.333)
Déficit del Ejercicio	(29.499)	-	(42.370)	(71.869)
Excedente (déficit) acumulado al inicio del año	(117.394)	(11.021)	-	(128.415)
Patrimonio al final del año	(146.893)	(11.021)	(42.370)	(200.284)

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 14 - Ingresos

Los ingresos de actividades operacionales se desglosan como sigue:

	2016	2015
	M\$	M\$
Aportes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (1)	2.154.441	2.522.931
Eventos y auspicios (2)	452.256	552.084
Arriendos (3)	332.027	274.052
Ingreso por entradas (4)	263.503	263.558
Donaciones (5)	4.100	-
Total	<u>3.206.327</u>	<u>3.612.625</u>

(1) 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.

(2) 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.

(3) Arriendos

Corresponden a ingresos asociados a contratos de arrendamiento con las tiendas Puma, BBVinos, Librería del GAM, Restorán Lucila, Café Público, Agrupación Cultural Lastarría y Estacionamiento San Sergio.

(4) Ingresos por Entradas

Corresponden a ingresos percibidos por conceptos de ventas de entradas.

(5) 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.

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2016 y 2015

Nota 15 - Contingencias y Compromisos

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, la Sociedad no presenta compromisos ni contingencias que deban ser reveladas en los presentes estados financieros.

Nota 16 - Hechos Posteriores

Entre el 31 de diciembre de 2016 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.