

# Estudio de medición de la incidencia del Festival Internacional Teatro a Mil en el bienestar social y la economía

---

Coloquio “El rol de los festivales y las políticas públicas en la cultura”  
20 de enero 2023

20  
*años*

**Centro UC**  
Políticas Públicas

# Objetivo y metodología

## Objetivo

Realizar un primer estudio que analice el efecto del **Festival, proyecto de la Fundación Teatro a Mil**, tanto en la audiencia como en la economía del país.

- Identificar el bienestar generado por un espectáculo del Festival Teatro a Mil en sus espectadores
- Cuantificar el impacto en la economía de la Región Metropolitana del Festival Teatro a Mil
- Identificar la contribución al desarrollo económico local que genera el Festival Teatro a Mil

## Trabajo de campo realizado en el marco del Festival Internacional Teatro a Mil 2022

### Metodología

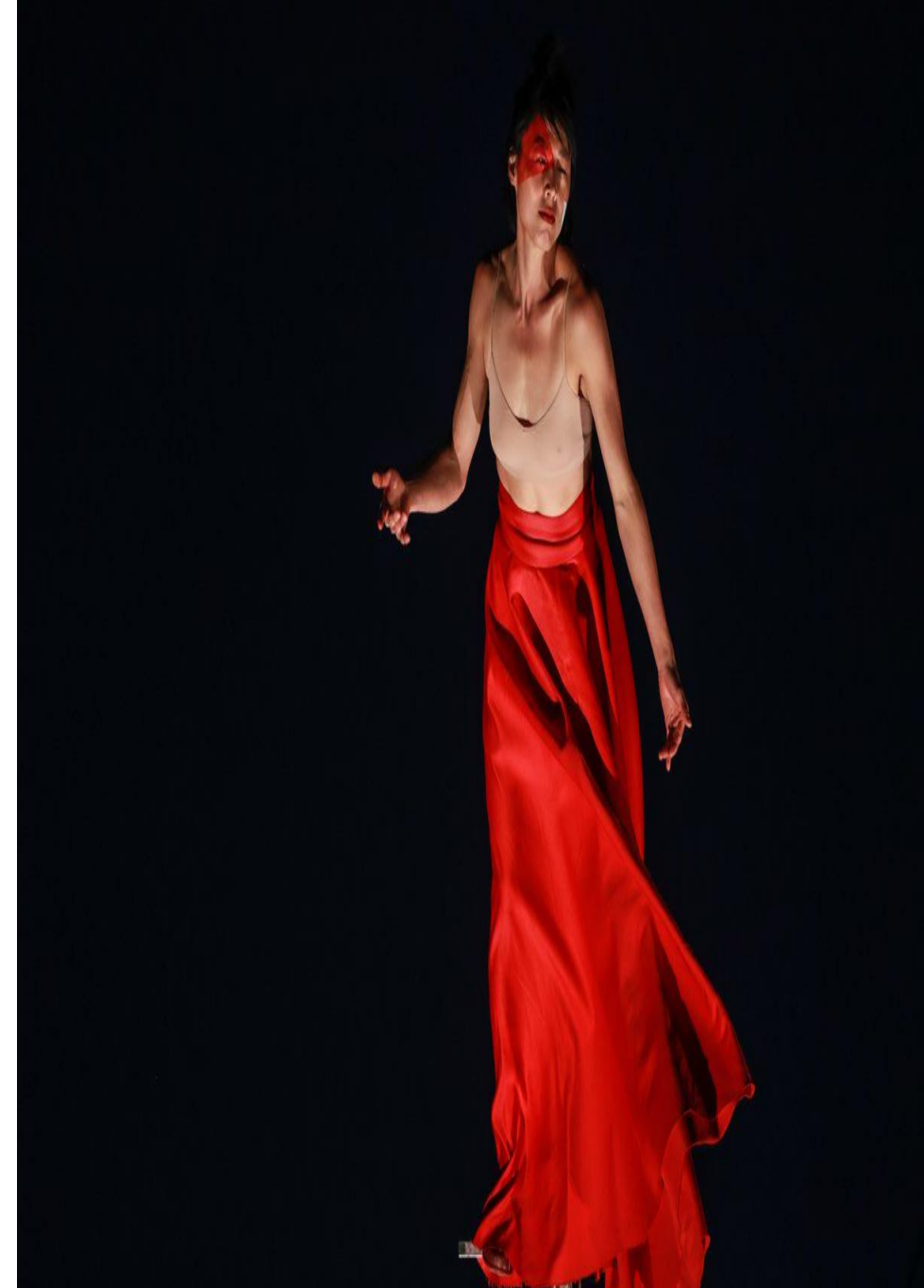


- El estudio fue realizado entre enero y julio de 2022.
- Encuestas a audiencia del espectáculo *Rouge!* de las comunas de Ñuñoa, La Pintana, Maipú y Santiago, con una muestra final de 201 personas.
- Encuestas a locatarios aledaños al GAM hasta un radio de 1.250 metros, llegando a un total de 60 encuestas.
- Entrevistas a representantes del mundo artístico y cultural relacionados directa e indirectamente con el Festival.
- Se utilizó la metodología insumo-producto para la estimación del impacto económico, y valoración contingente para determinar la disposición a pagar de la audiencia.
- Se analizan en perspectiva algunas cifras de la encuesta nacional de participación cultural de 2017

## Espectáculo de la muestra

Las encuestas a audiencias fueron levantadas a asistentes del **espectáculo internacional de acrobacias áreas Rouge!**

- Principal espectáculo internacional gratuito del Festival en 2022
- Congrega mayor número de audiencia
- Se presenta en las comunas que son sedes del Festival



20  
*años*

**Centro UC**  
Políticas Públicas

# Aporte del Festival al desarrollo cultural

## Audiencias



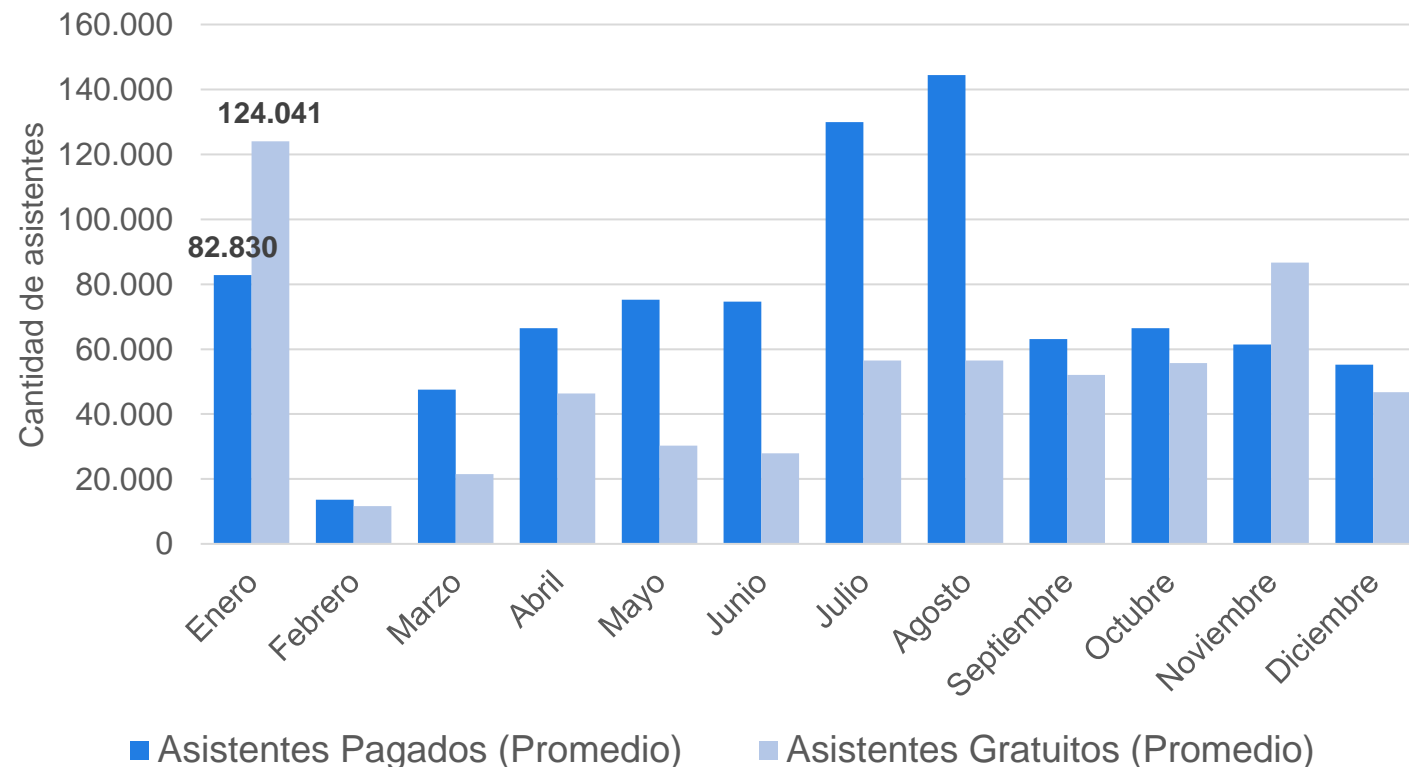
- **El Festival se ha consolidado como la plataforma de artes escénicas más importante del país.** Hasta su versión 29° de 2022 han concurrido más de 12 millones de personas y se han presentado 1.265 espectáculos nacionales y 578 espectáculos internacionales.
- Fundación Teatro a Mil desarrolla cuatro líneas de trabajo, durante el año, las cuales atraviesan el Festival: (1) acceso, (2) formación, (3) circulación, y (4) creación.
- El estudio realizado da cuenta de que la contribución más evidente del Festival se evidencia en el **acceso, donde el 80% del público asiste a funciones gratuitas por lo que el Festival entrega un subsidio directo al consumo cultural**, dada la presentación de espectáculos de estándar mundial en múltiples territorios de nuestro país.

## Audiencias

**El acceso equitativo** a la cultura que aporta el Festival se evidencia en que el mes de enero, el cual coincide con la realización del Festival, destaca como el mes del año en que se concentra la mayor cantidad de asistentes a espectáculos gratuitos

**El Festival ha sido el gran gatillante** de que en el mes de enero se dinamice y concentre la actividad cultural en nuestro país y haya transformado a enero en el mes del teatro.

Asistentes a espectáculos de artes escénicas: teatro, danza y circo. Región Metropolitana. Promedio mensual entre años 2014-2019.



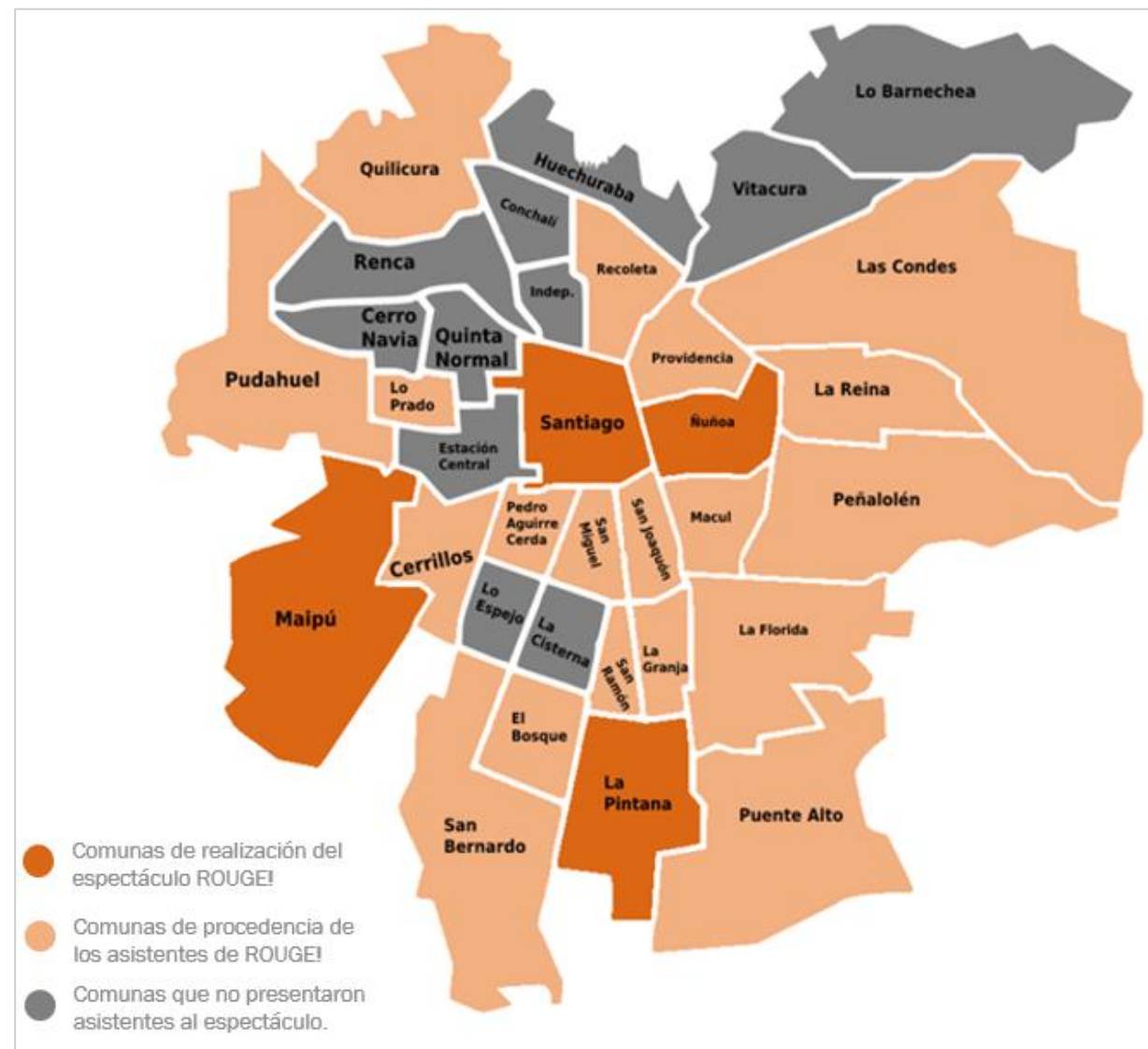
Fuente: Datos de Encuesta de Espectáculos Públicos 2014-2019 (INE).



# Audiencias

El Festival tiene un gran alcance territorial y provoca un dinamismo importante en la ciudad. En el caso del espectáculo Rouge!, logró **convocar a asistentes provenientes de al menos 23 comunas del Gran Santiago**, además se le suman comunas del periurbano de la Región Metropolitana.

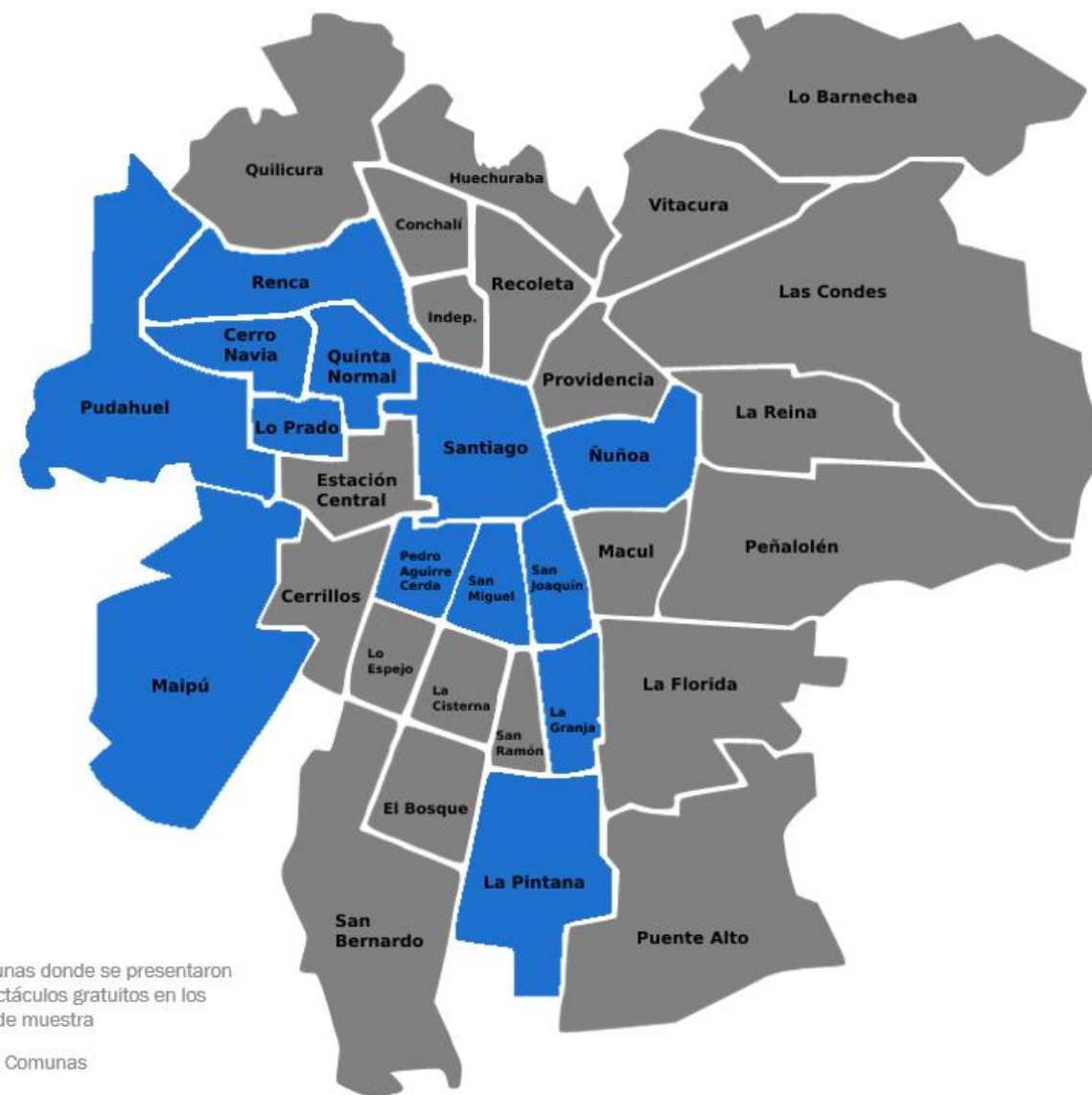
De acuerdo a los datos, **el 57,2% de los encuestados se trasladó de comuna para ver Rouge!**, y en esos días se presentaban paralelamente otros 3 espectáculos en otras comunas.



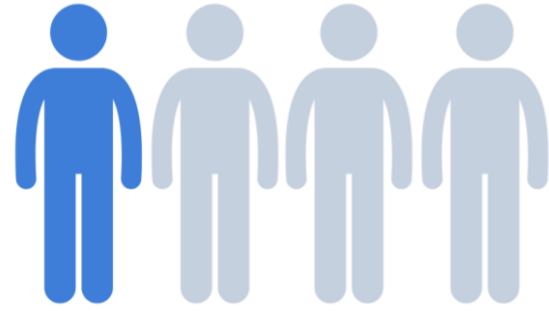
## Audiencias

A su vez, durante cada función de Rouge! en las comunas donde se aplicó el estudio, se estaban realizando en paralelo otros espectáculos gratuitos del festival, varios de ellos masivos. Por tanto, **durante los días de la muestra, el Festival realizó funciones gratuitas en 13 comunas de la Región Metropolitana.**

La diversidad de espacios brindada por el Festival permite ampliar la oferta de espectáculos, **contribuyendo a la democracia y transversalidad en el acceso a la cultura, y a la recuperación de espacios** en aquellas comunas con mayor vulnerabilidad social.

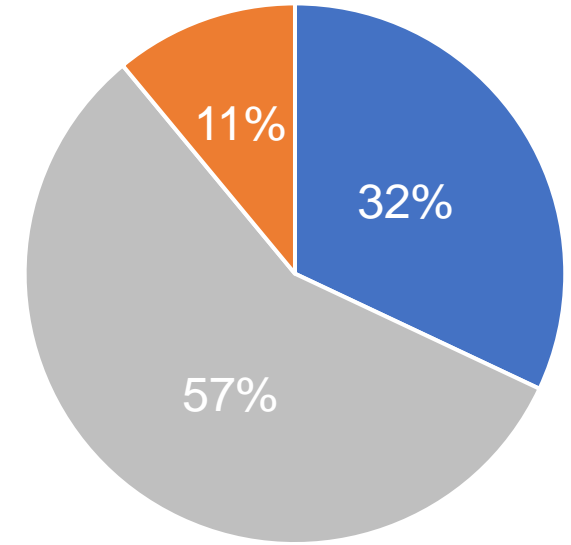


## Audiencias



**1 de cada 4  
asistentes de  
Rouge!**  
no había visualizado algún  
espectáculo cultural durante los  
últimos 12 meses.

Última visualización de algún espectáculo cultural  
nacional o internacional



■ Más de 3 años   ■ Menos de 3 años   ■ Nunca

Fuente: Encuesta de audiencias Centro de Políticas Públicas UC - Ekhos

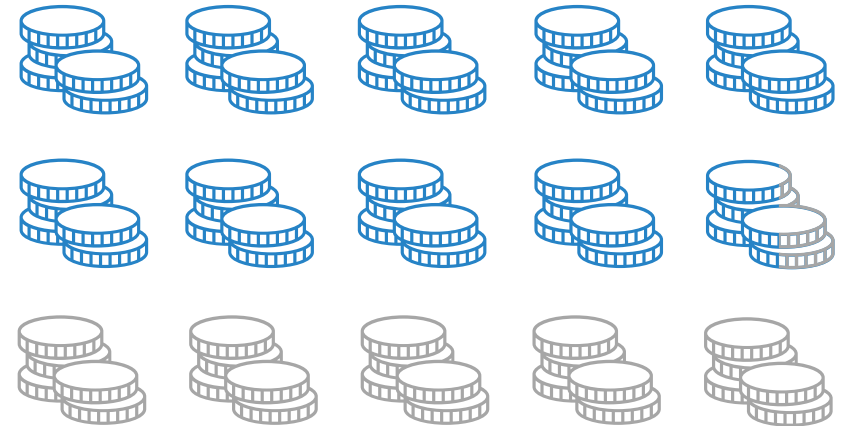
Los datos de la encuesta de Participación Cultural de 2017, dan cuenta de que el 35,8% de la población no había presenciado nunca un espectáculo de teatro anteriormente. Esto da cuenta de que **el Festival logra formar audiencia, pero también llegar a personas que tienen un “habitus” en participación cultural.**

# Audiencias



El **36%** de los asistentes declara **nunca antes haber asistido a un espectáculo de artes escénicas internacional**, y, de estos:

**El 65% vive en hogares cuyos ingresos totales son menores a \$800.000.** Incluso, el 20% tiene ingresos menores a \$400.000



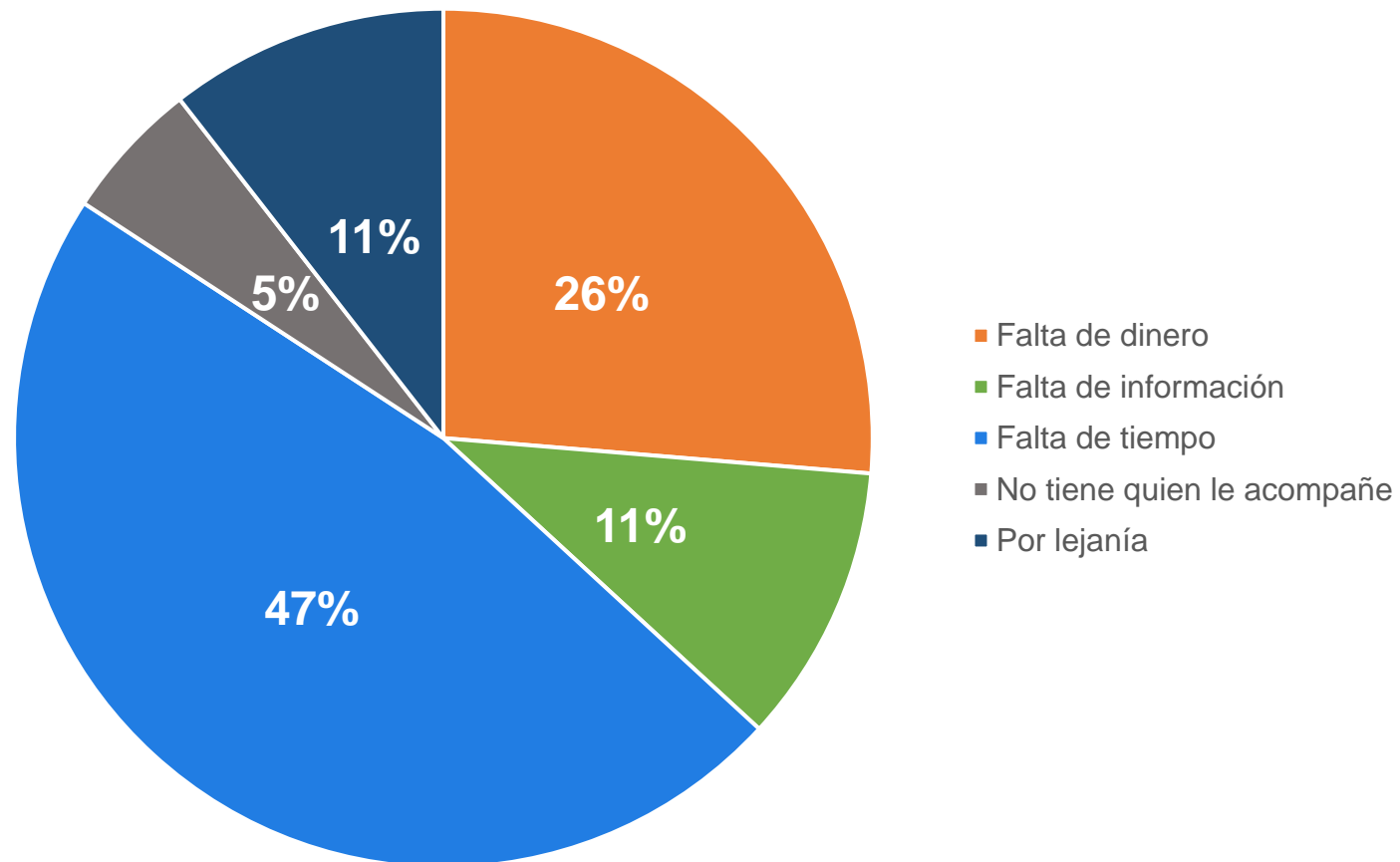
- Ingreso total del hogar menor a \$800.000
- Ingreso total del hogar mayor a \$800.000 o no responde

## Audiencias

Dentro de los principales motivos para no asistir a espectáculos culturales se encuentra la falta de dinero, además también se menciona la falta de tiempo y la lejanía.

En la encuesta de participación cultural, el 15% de los encuestados alude a falta de dinero y el 46% a falta de tiempo

Principales motivos para no visualizar contenido cultural con mayor frecuencia  
(entre quienes no asistían a espectáculos de artes escénicas)

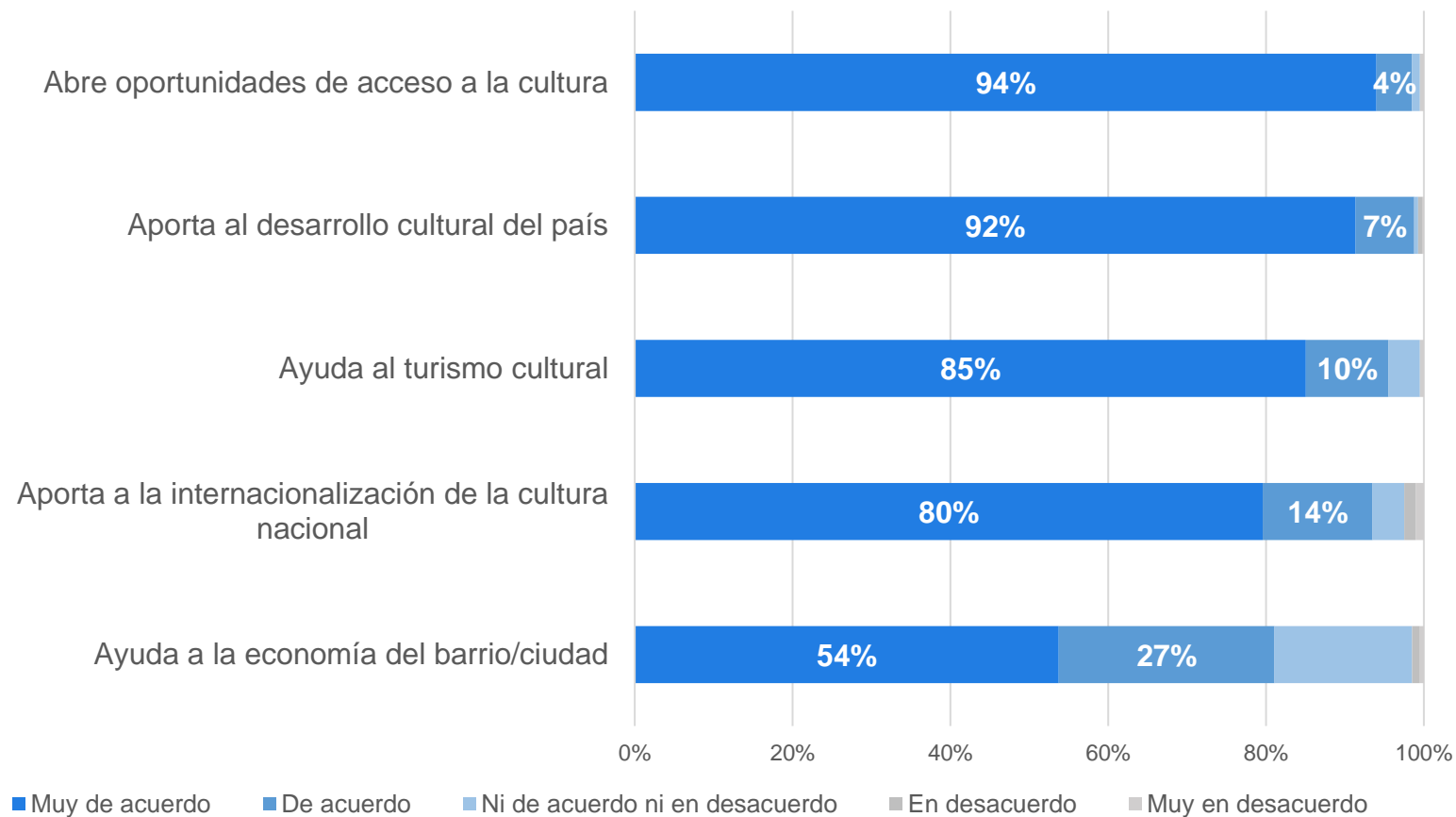




## Aporte al desarrollo cultural

Se puede visualizar que, **la mayor parte de los encuestados concuerda de que el Festival aporta al desarrollo cultural del país y abre oportunidades de acceso a la cultura.**

Sobre el **aporte cultural del Festival al país**, los asistentes opinaron que:

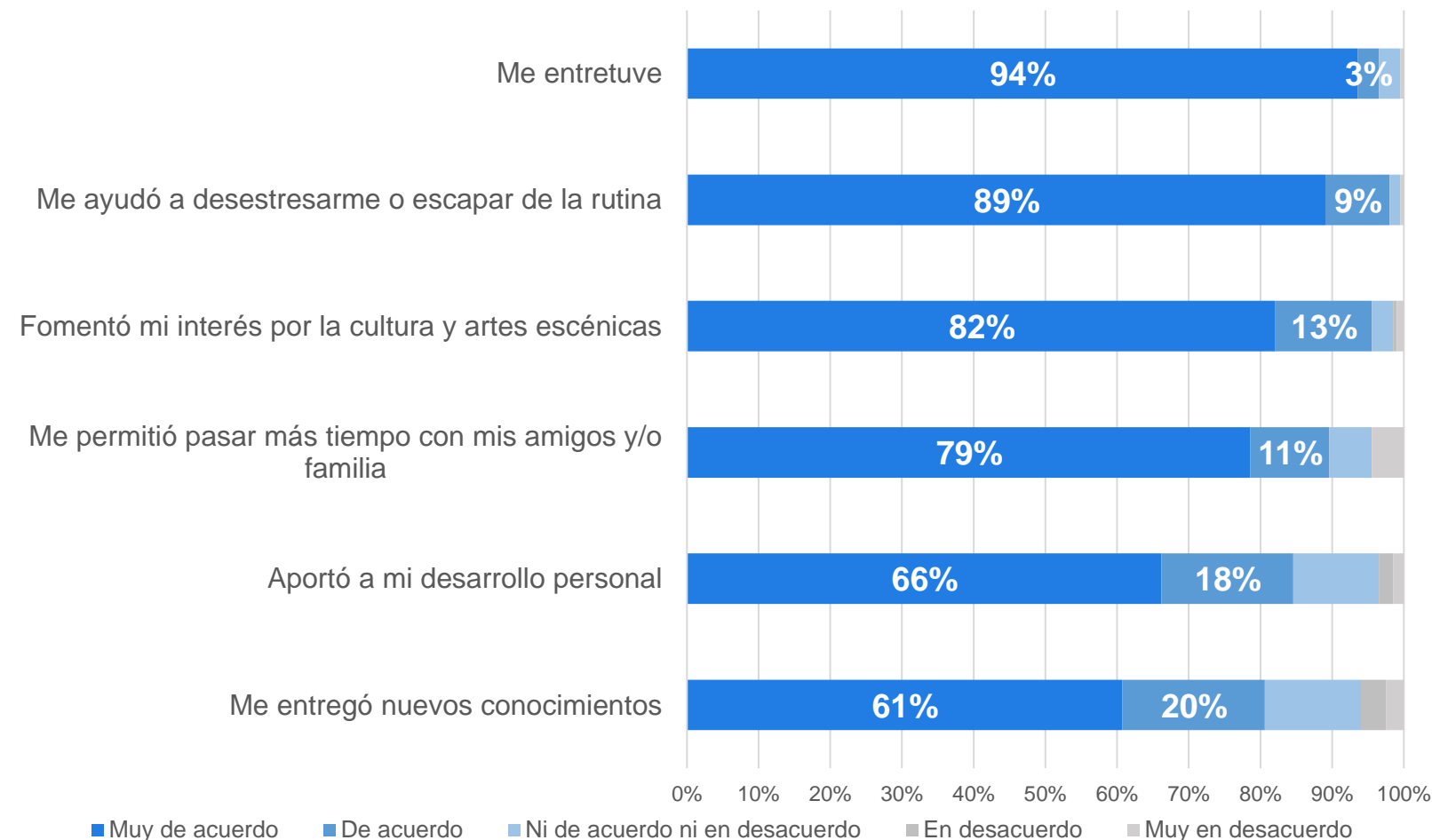


Fuente: Encuesta de audiencias Centro de Políticas Públicas UC - Ekhos

## Aporte al desarrollo cultural

Respecto a la contribución personal, **casi el total de asistentes (más del 90%) considera que el espectáculo aportó en entretenimiento, desestrés, tiempo de calidad con sus seres queridos y el fomento del interés por la cultura.**

Respecto a la **contribución personal que aporta el Festival** (específicamente, asistir al espectáculo Rouge!), los asistentes opinaron que:



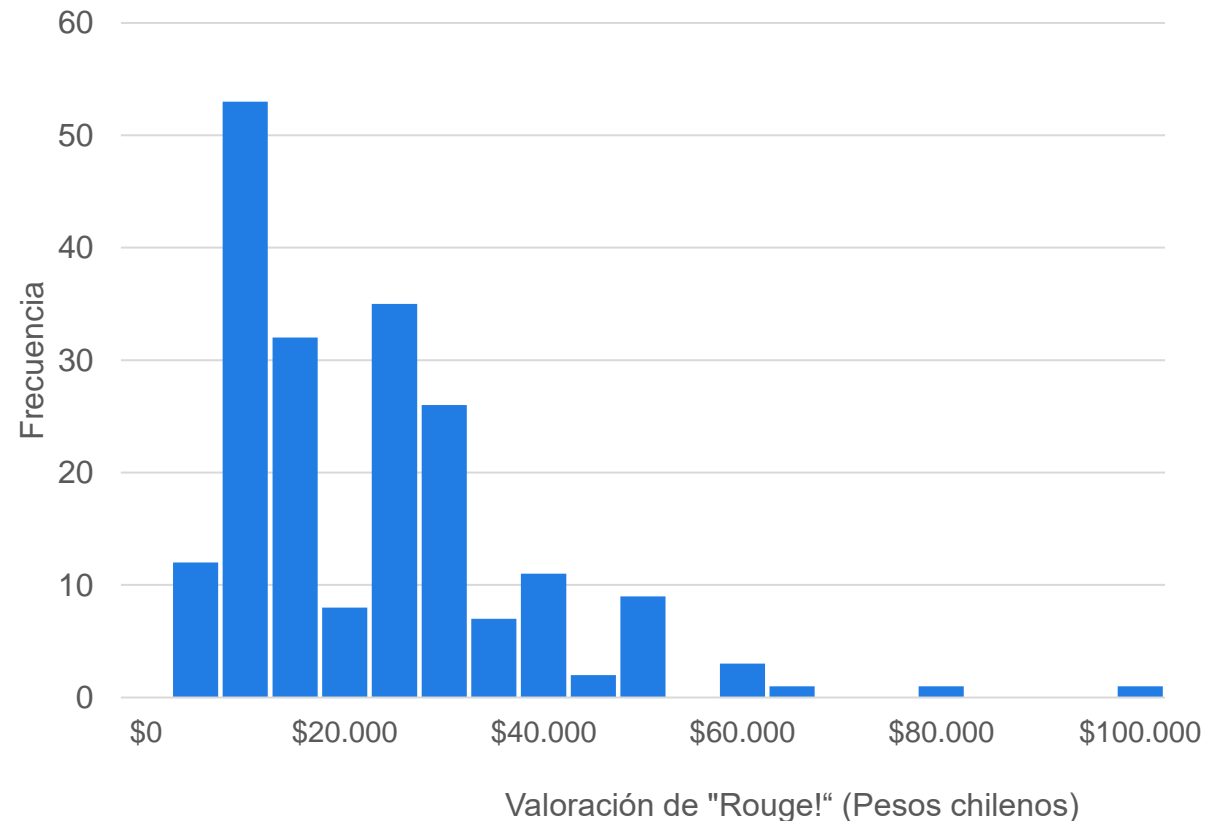
## Valoración contingente

La disposición a pagar de los asistentes al espectáculo Rouge! tiene un promedio de \$22.249.

**Un 80% de los encuestados respondieron una disposición a pagar entre \$8.000 a \$40.000 (entre 9 y 45 dólares)**

Quienes tienen mayor disposición a pagar son personas de ingresos más altos, provenientes de comunas con menores índices de pobreza y que suelen asistir a espectáculos culturales.

Distribución de disposición de pago por "Rouge!".





20  
*años*

**Centro UC**  
Políticas Públicas

# Aporte del Festival al comercio local

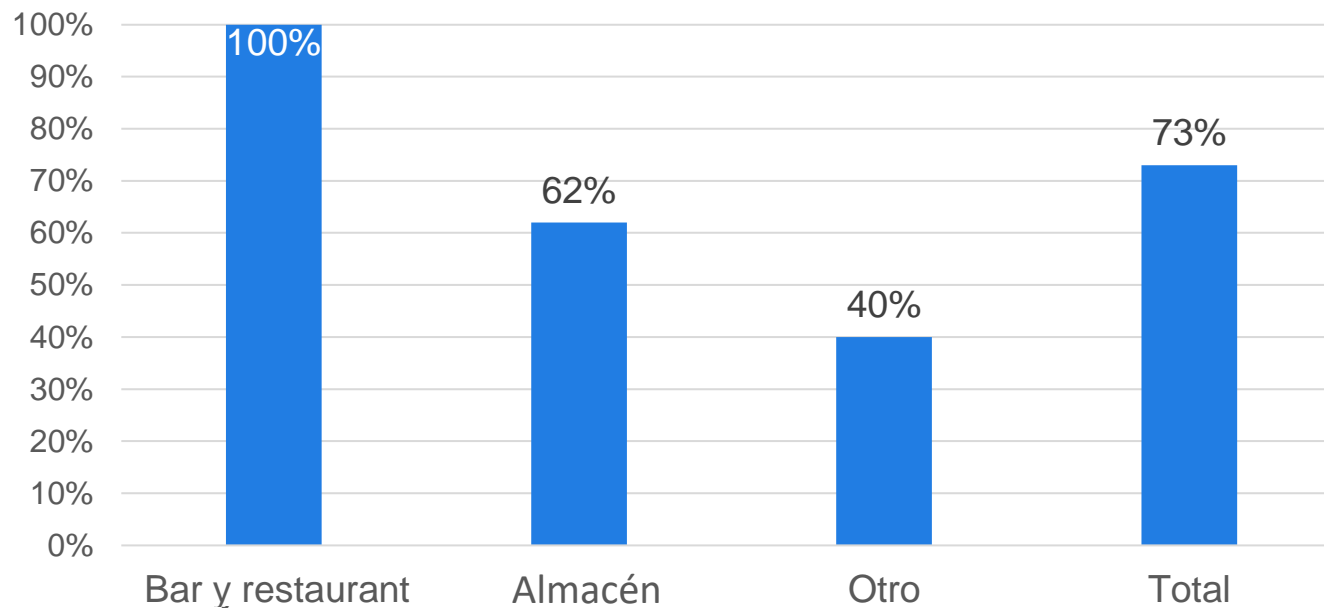
## Aporte al comercio local



**El 73% de los locales encuestados indica que hay un aumento en los ingresos semanales cuando se realiza el Festival.**

Este efecto se visualiza principalmente para los locales tipo “Bar y restaurant”, los cuales todos afirmaron alguna ganancia durante la realización del Festival.

Porcentaje de locatarios que afirman percibir un aumento en ingresos durante la realización del Festival, según tipo de local.



Fuente: Encuesta a locatarios Centro de Políticas Públicas UC – Ekhos.

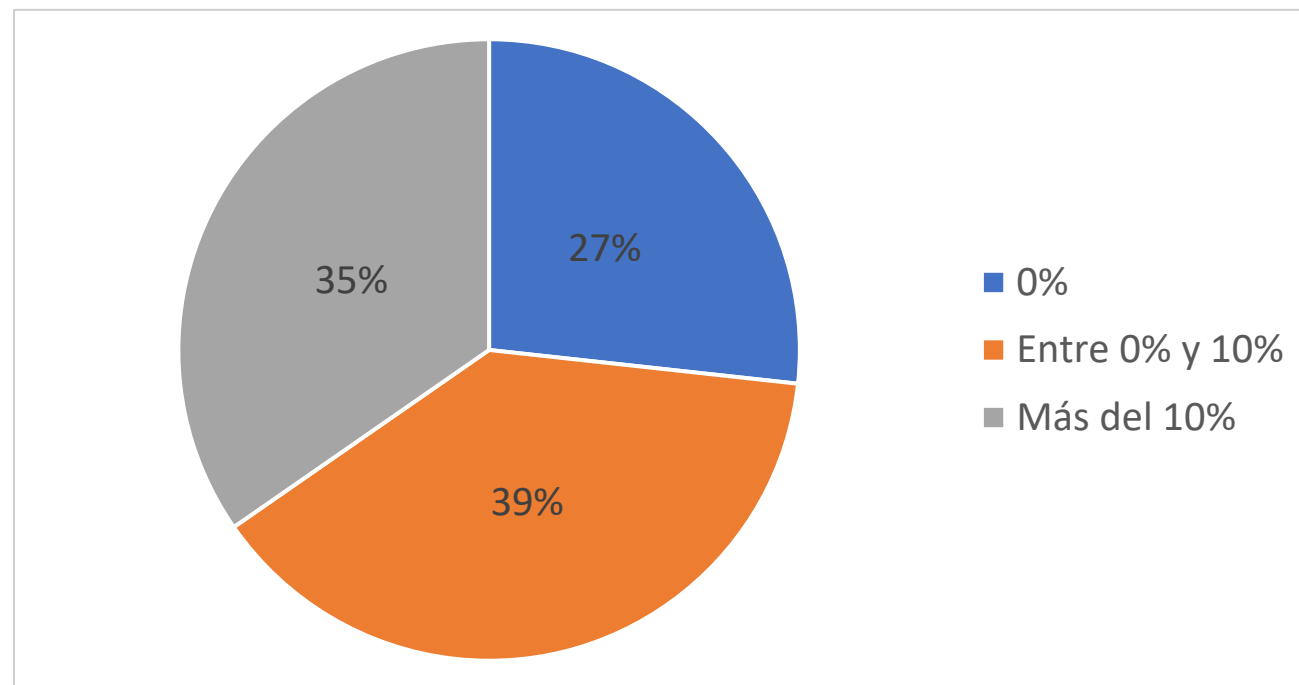
## Aporte al comercio local



Aumento porcentual de ingresos semanales percibido por los locatarios.

Considerando a todos los locatarios encuestados:

- **Más de un tercio indica que el aumento de sus ingresos es sobre el 10%**



Fuente: Encuesta a locatarios Centro de Políticas Públicas UC – Ekhos.

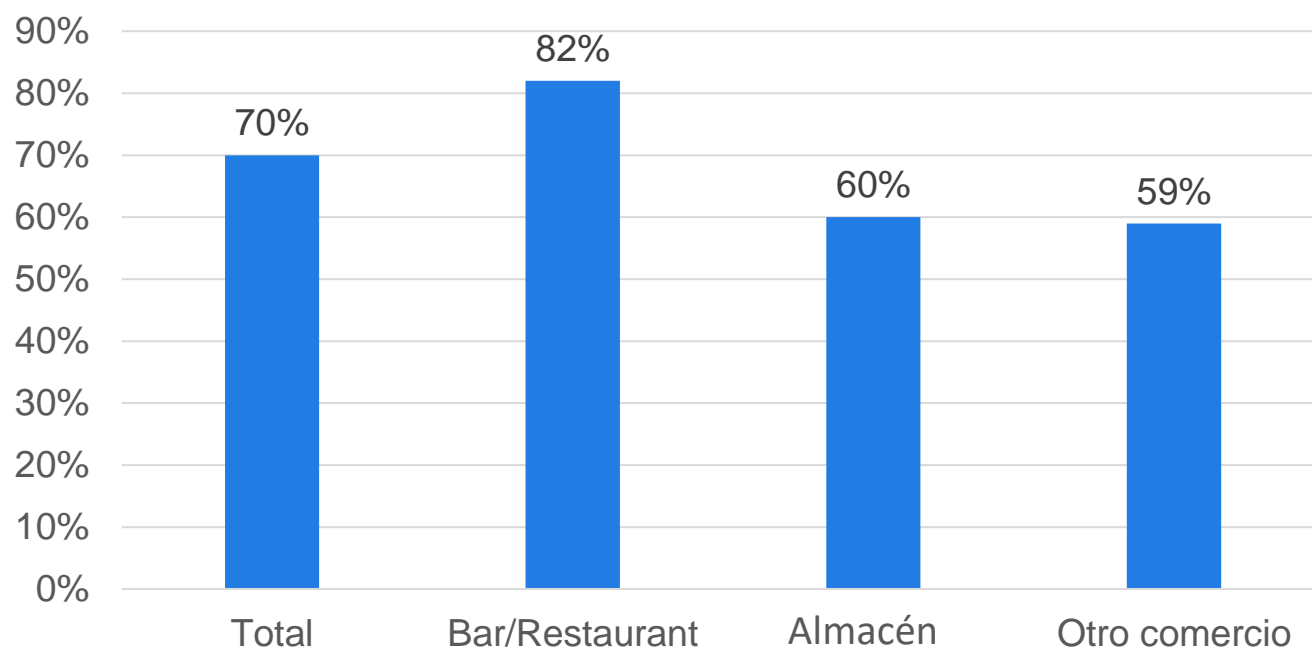
## Aporte al comercio local



Es importante señalar que el aumento de los ingresos tiene una correlación positiva con el aumento en el flujo de clientes durante la realización del Festival.

- **El 70% de los locales encuestados indica que hay un aumento en la afluencia de clientes.**
- **Entre los locales que reportan aumento de ingreso, el 94% declara una mayor afluencia de público.**

Porcentaje de locales que declara aumento de afluencia de público durante el Festival, según tipo de local.



Fuente: Encuesta a locatarios Centro de Políticas Públicas UC – Ekhos.



## Aporte al comercio local



**Se visualiza una oportunidad en que el Festival pueda plantear objetivos de desarrollo comercial para los espacios en donde se desarrolla, al igual como lo hacen otros festivales en el mundo.**

*“De que tiene un impacto, tiene un impacto económico; lo que no hay es una intencionalidad sistemática...Pero yo creo que **el Festival no tiene un área donde piense en la experiencia del público más allá del espectáculo y que pueda encadenar productiva o económicamente a otros (...)** Sería totalmente deseable que desde otros sectores se pudiera encadenar” (Entrevista a representante del Festival).*

20  
*años*

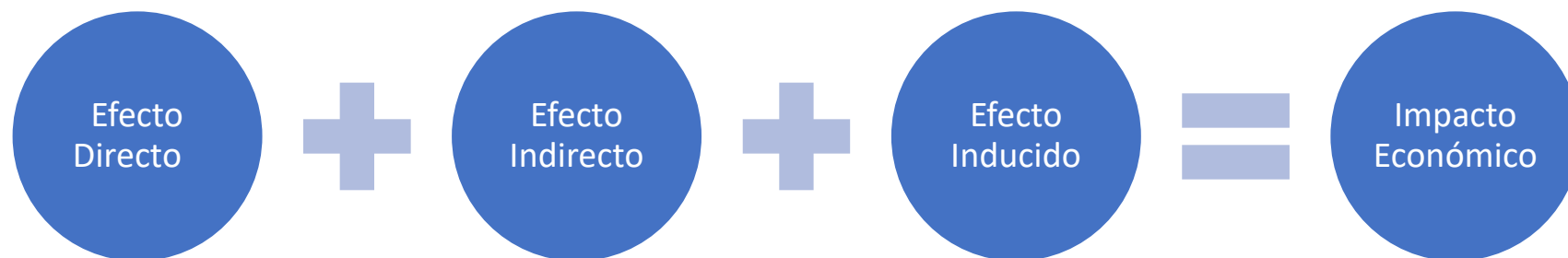
**Centro UC**  
Políticas Públicas

# Impacto económico del Festival:

## Metodología Insumo- Producto

Para la estimación del impacto económico del Festival en la Región Metropolitana, se utiliza la metodología de Insumo-Producto, que cuantifica el gasto realizado en un territorio en específico y que es únicamente atribuible a la realización del Festival.

**Para su estimación solo se consideran a los asistentes que visualizan un espectáculo presencial y que además se hayan trasladado de comuna.**



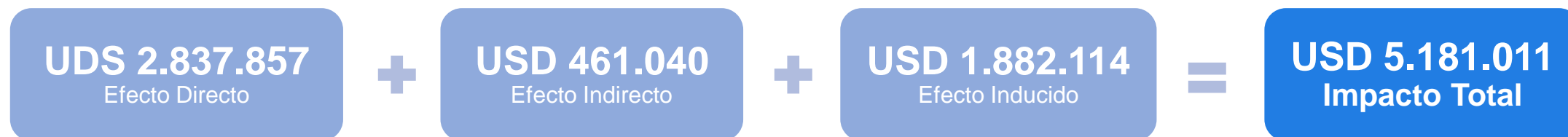
Corresponden a los gastos realizados por la organización del Festival en la región de análisis, en este caso, la Región Metropolitana.

Consisten en los gastos realizados por los asistentes, únicamente atribuibles a la realización del Festival (en la Región Metropolitana).

Corresponden a aquellos recursos adicionales que se originaron por la nueva cantidad de recursos que entró en la economía.

## Impacto económico

- Se estima un total de **73.111 asistentes presenciales** en la edición 2022 en la Región Metropolitana
- Del impacto económico total atribuible al Festival, **14% corresponde a gasto de los asistentes**, mientras que el restante **86% viene de lo ejecutado por la propia organización**.

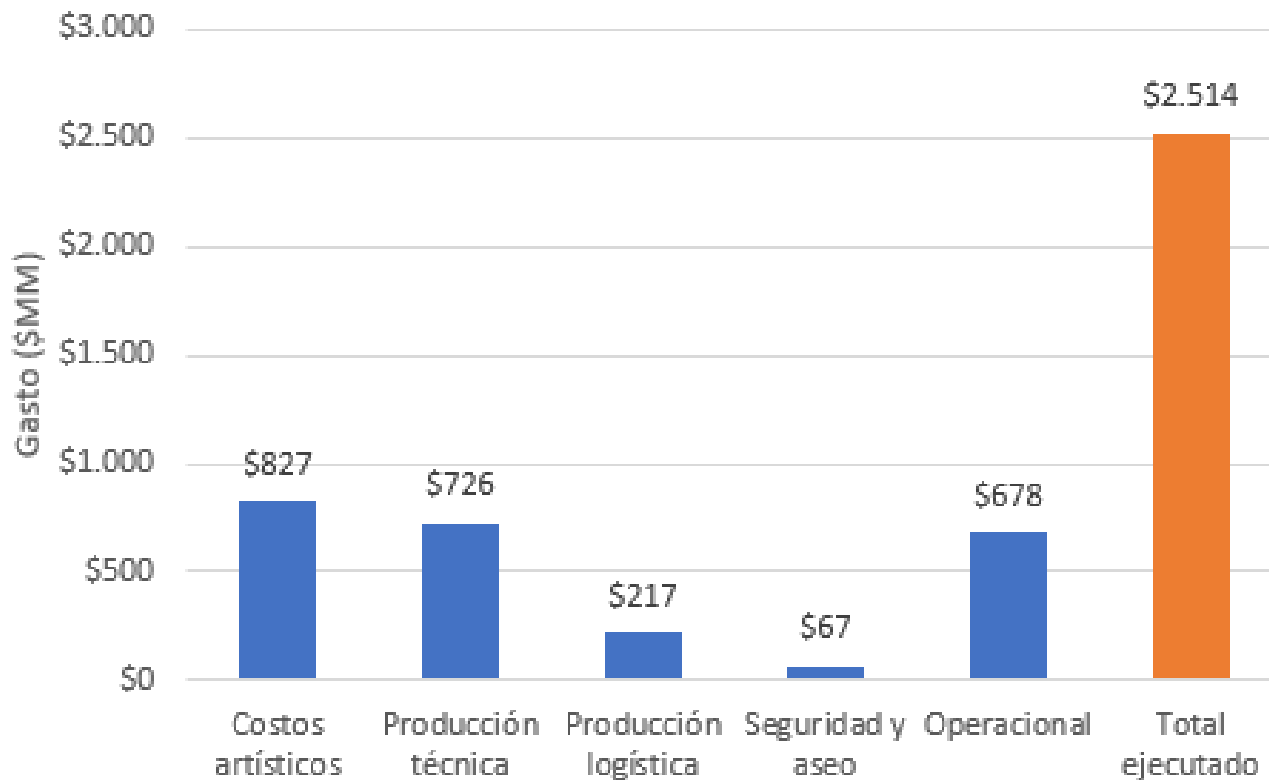




## Efecto Directo

Cada USD invertido en el efecto directo del Festival **equivale a una contribución de USD 1,8 en la economía.**

Gastos efectuados (en pesos) para la realización del Festival en la RM en 2022.

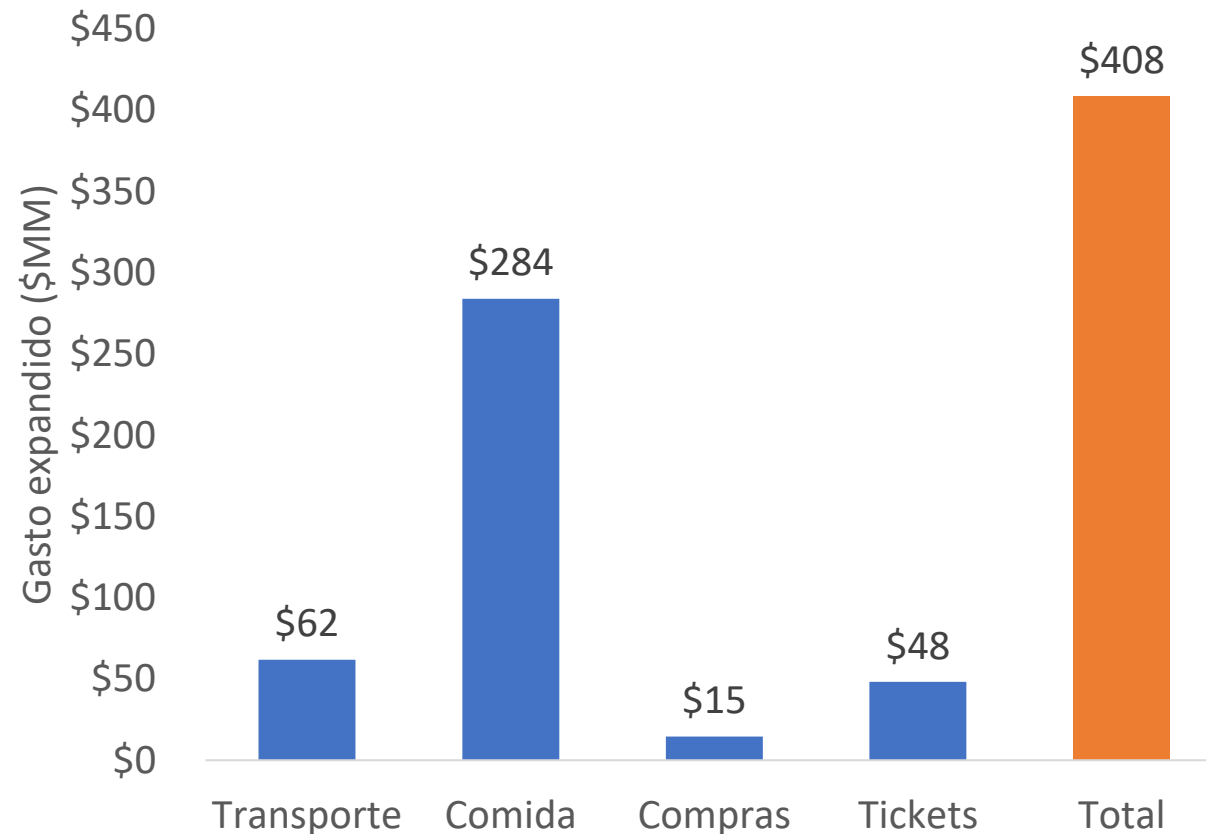


Fuente: Centro de Políticas Públicas UC a partir de base de datos entregada por FITAM (2022).

## Efecto Indirecto

Cada USD gastado por los espectadores dada su asistencia al Festival **equivale a una contribución de USD 11,2 en la economía.**

Efecto indirecto (en pesos) de Teatro a Mil en la Región Metropolitana, 2022.



Fuente: Centro de Políticas Públicas UC a partir de base de datos entregada por FITAM (2022).

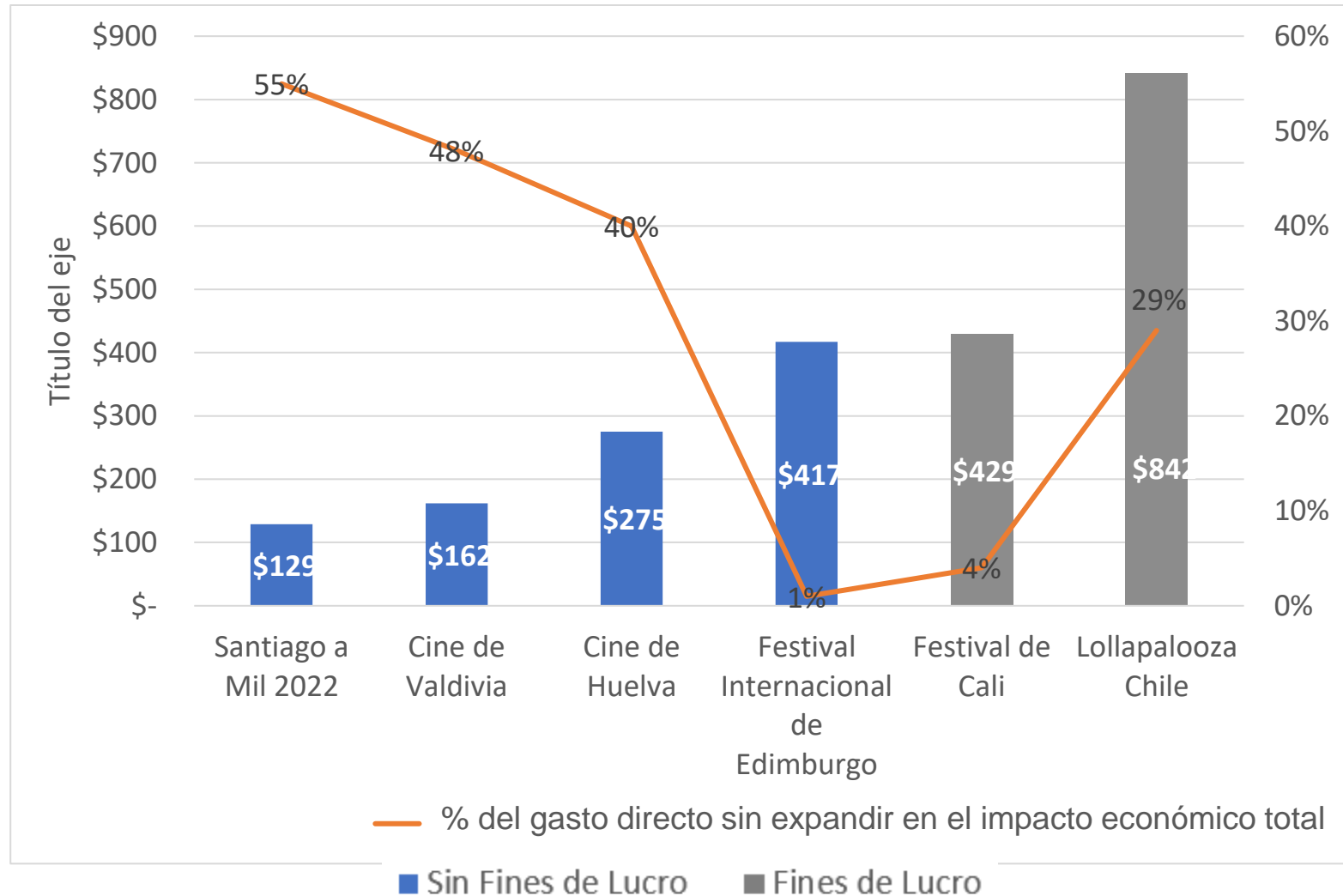
# Comparativa de festivales

El Festival presenta un **efecto directo grande, en comparación al tamaño de su efecto indirecto, es decir, que la mayor parte del efecto económico proviene del gasto que hace la organización**

La diferencia se asocia a

1. Los propósitos del Festival de otorgar acceso a la cultura.
2. No existe una búsqueda intencionada por aumentar el impacto económico.
3. Las cifras representan una asistencia al Festival en escenario de pandemia.

Comparación de impactos económicos entre festivales.



(\*) La cantidad de público asistente promedio de las últimas ediciones fue estimada en 205.000 personas.

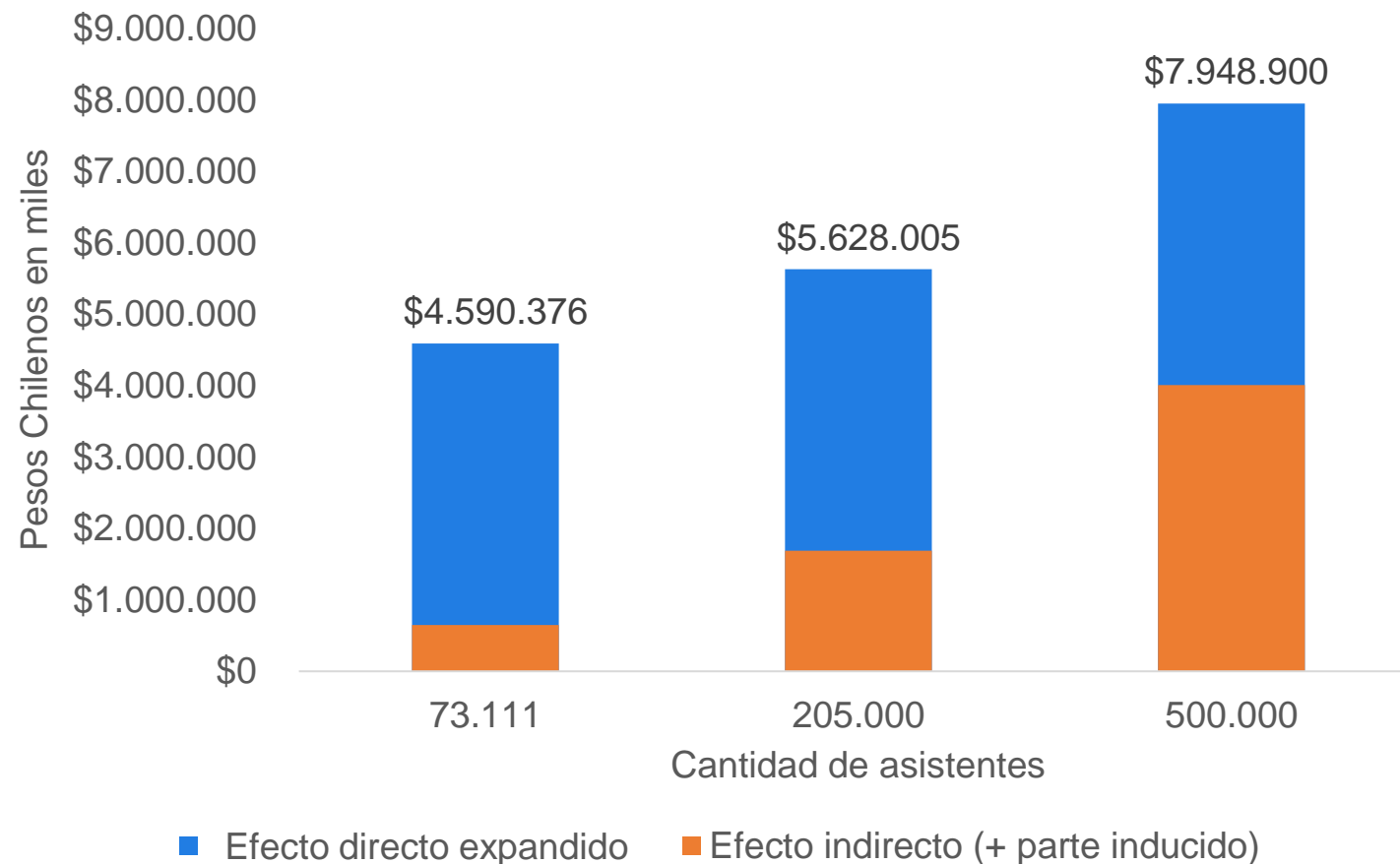
Fuente: Elaboración propia en base a Devesa et al. (2012), Anónimo (2015), BOP (2015), Ruiz (2015) y OIM (2018).

## Proyecciones de aumento de asistentes

El Festival, posee una gran **potencialidad económica**, se puede decir que el Festival tiene la posibilidad de llegar a tener un impacto económico de entre cinco mil quinientos a ocho mil millones de pesos.

**Potenciar este efecto permitiría beneficiar fuertemente a las comunidades que deciden recibir espectáculos y a su audiencia.**

Estimación del impacto económico del Festival ante distintas cantidades de asistentes



Fuente: Centro de Políticas Públicas UC.

20  
*años*

**Centro UC**  
Políticas Públicas

# Conclusiones

## Conclusiones

- En sus 30 años de historia el Festival es una de las **iniciativas culturales más importante del país**
- En su eje de acceso es donde se evidencia de manera más clara la contribución del Festival, en un contexto **donde la asistencia a espectáculos culturales sigue fuertemente mediada por los ingresos.**
- Los resultados de la valoración contingente dan cuenta de la **alta apreciación que tiene la audiencia por los espectáculos.**





## Desafíos

- Mayor posicionamiento de los ejes de formación, circulación y creación, para lo cual el fomento de la creación artística regional es clave, tal como se ha hecho con “Territorios Creativos”.
- Delinear una acción planificada e intencionada que incremente el impacto económico del Festival y su arrastre en la economía local.
- Seguir potenciando la articulación con distintos espacios culturales, especialmente aquellos alojados en municipios, de modo de aumentar la apropiación territorial que produce el Festival.

20  
*años*

**Centro UC**  
Políticas Públicas

# Gracias

**Resultados del Festival Internacional Teatro  
a Mil en el bienestar social y la economía**

---





PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

## Centro de Políticas Públicas UC

### **Casa Central UC**

Avda. Libertador Bernardo O'Higgins 340, piso 3.  
Santiago, Chile  
Teléfono (56) 22354 6637

### **Edificio Patio Alameda UC**

Avda. Libertador Bernardo O'Higgins 440, piso 12.  
Santiago, Chile  
Teléfono (56) 22354 5658

 @centrodepoliticaspUBLICASUC

 @cppUBLICASUC

  Centro de Políticas Públicas UC