

dibam

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS,
ARCHIVOS Y MUSEOS

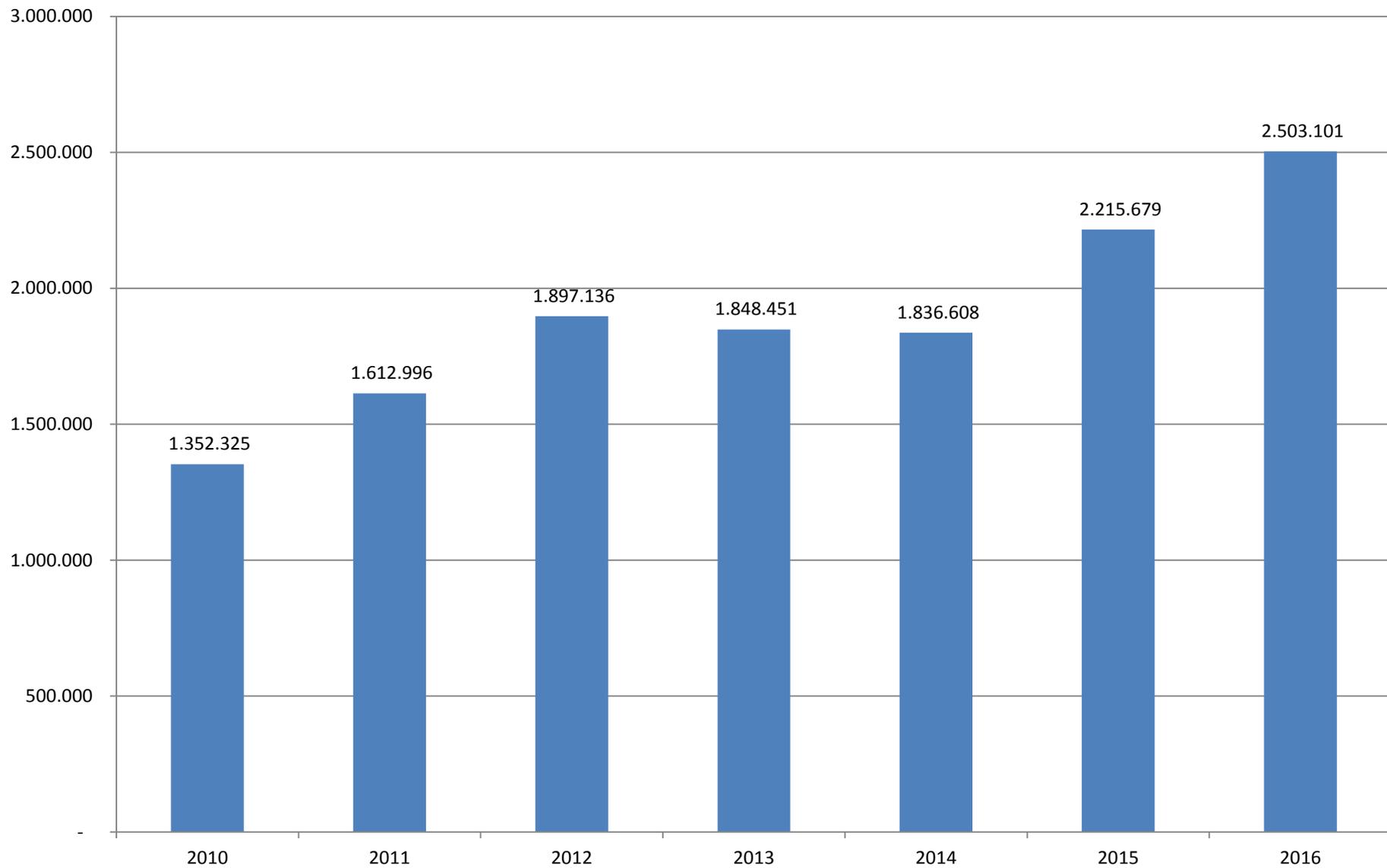


Públicos en los Museos DIBAM

Área de Estudios
Subdirección Nacional de Museos
DIBAM

Febrero 2017

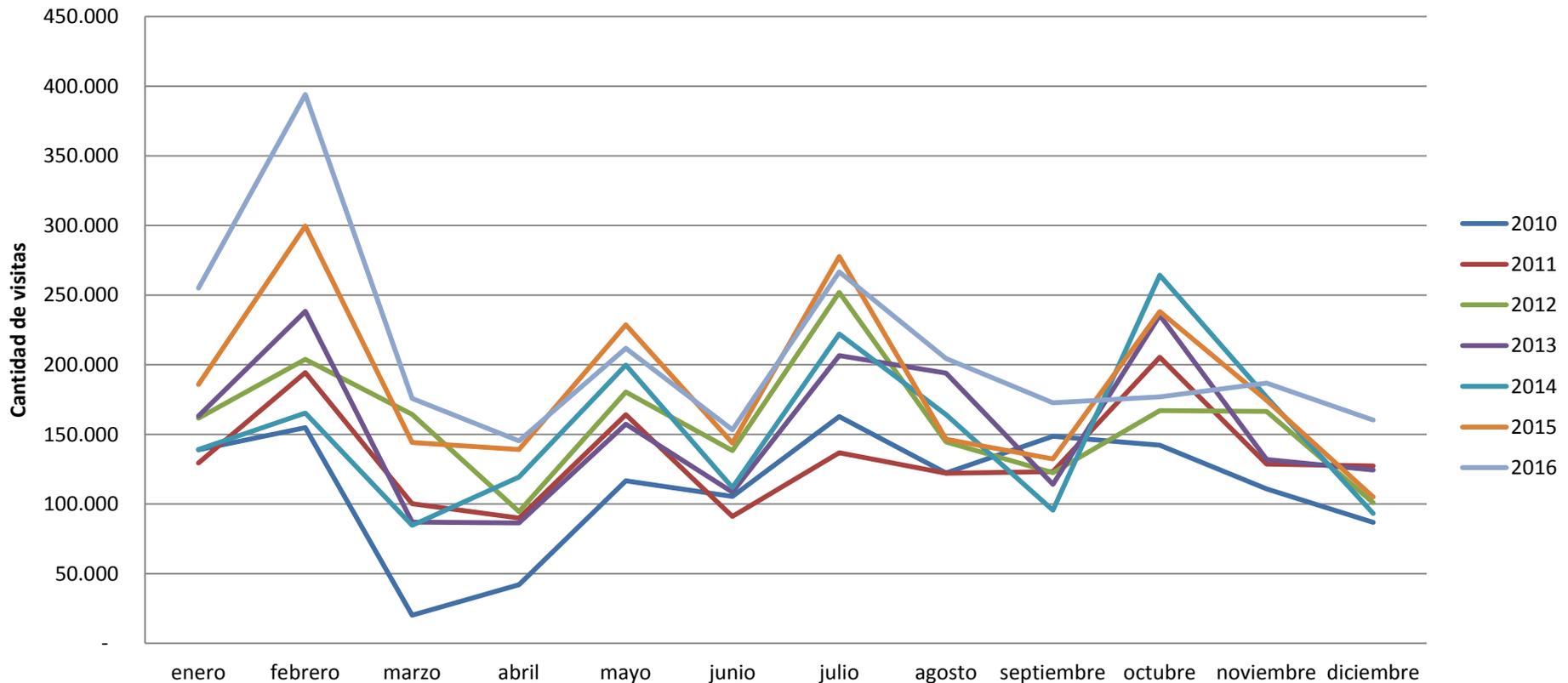
Total de visitas en museos DIBAM 2010-2016



Meses más visitados

- Los meses en que los museos DIBAM reciben más visitas son **febrero** (vacaciones), **julio** (vacaciones invierno), **octubre** (colegios) y **mayo** (mes del patrimonio).
- En 2016 se advierte un **aumento considerable de visitas en febrero** (vacaciones) y levemente en septiembre (fiestas patrias), marzo (colegios) y agosto (colegios), atenuando las diferencias entre mes y mes.
- Por su parte, 2016 muestra una **baja en las visitas de octubre**, probablemente por el paro de la ANEF.

Visitas Museos DIBAM por mes, 2010-2016



Variación porcentual por año

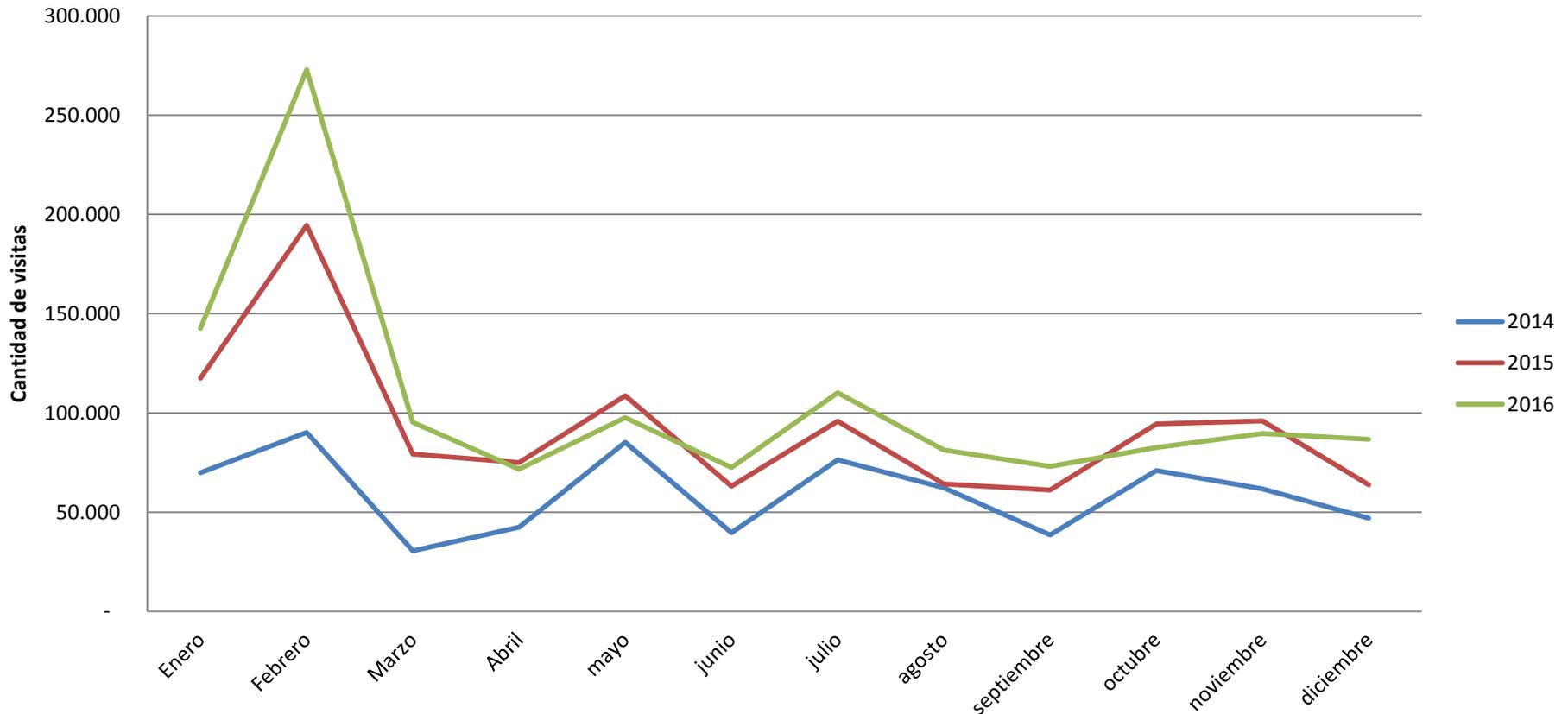
- Entre 2010 y 2016 las visitas a museos DIBAM se ha casi **duplicado** en cantidad.
- En 2016, las visitas a los museos DIBAM aumentaron un **13% respecto de 2015**, alcanzando las 2.503.101 visitas.
- Las visitas a los **museos regionales aumentaron un 15%** , alcanzando las 1.276.068 visitas y las visitas a los **museos nacionales** aumentaron un **11%**, alcanzando las 1.227.033 visitas.

Año	Visitas	Variación
2010	1.352.325	
2011	1.612.996	19%
2012	1.897.136	18%
2013	1.848.451	-3%
2014	1.836.608	-1%
2015	2.215.679	21%
2016	2.503.101	13%

Particularidades de museos SNM

- Durante los últimos 3 años, ha habido un aumento explosivo de visitas a los museos regionales y especializados durante los meses de verano, asociando a los museos a una actividad de turismo.

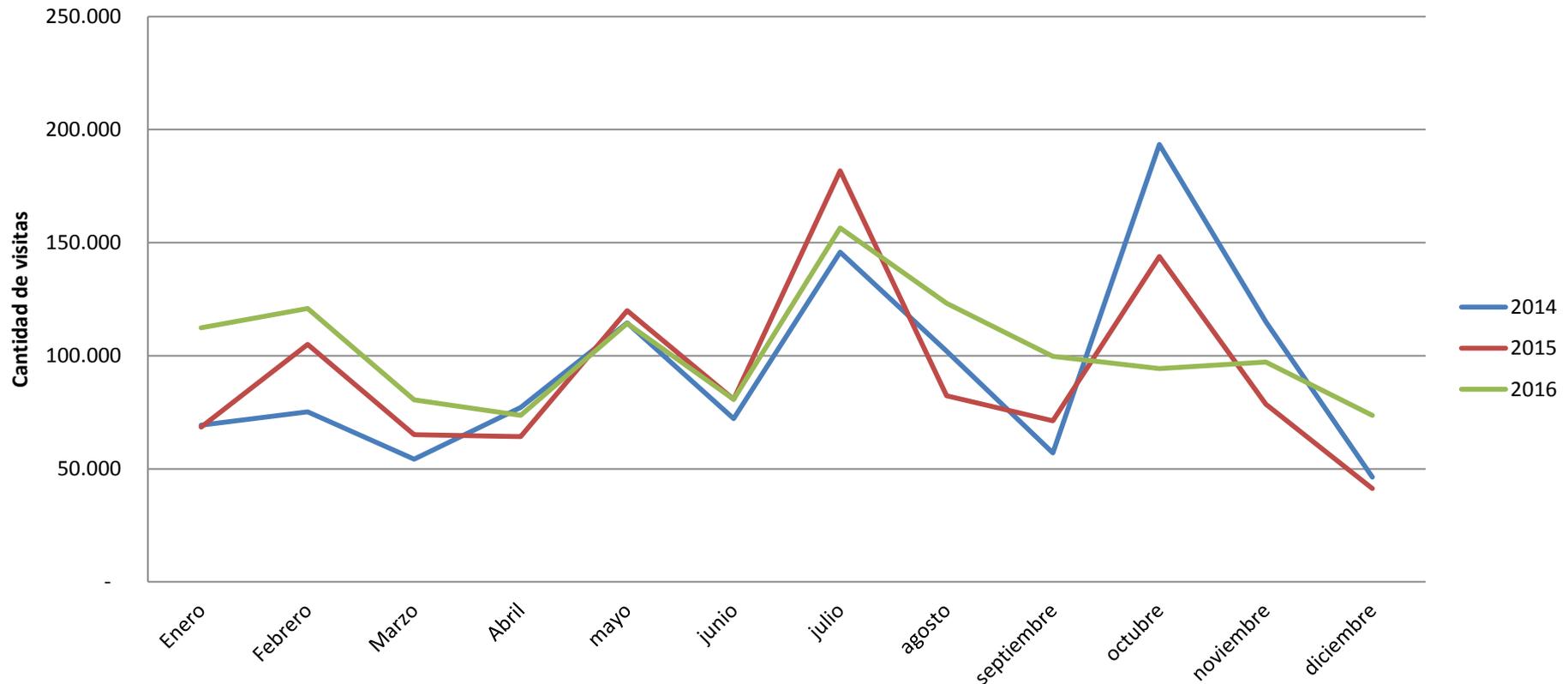
Visitas museos dependientes de la SNM, 2014-2016



Particularidades de museos nacionales

- Para los museos nacionales, los meses más importantes son julio y octubre.
- Durante los últimos 3 años, la cantidad de visitas en estos museos ha aumentado durante enero, febrero (vacaciones), marzo (colegios), agosto (colegios) y septiembre (fiestas patrias), asociándose más al turismo.

Visitas museos nacionales por mes, 2014-2016



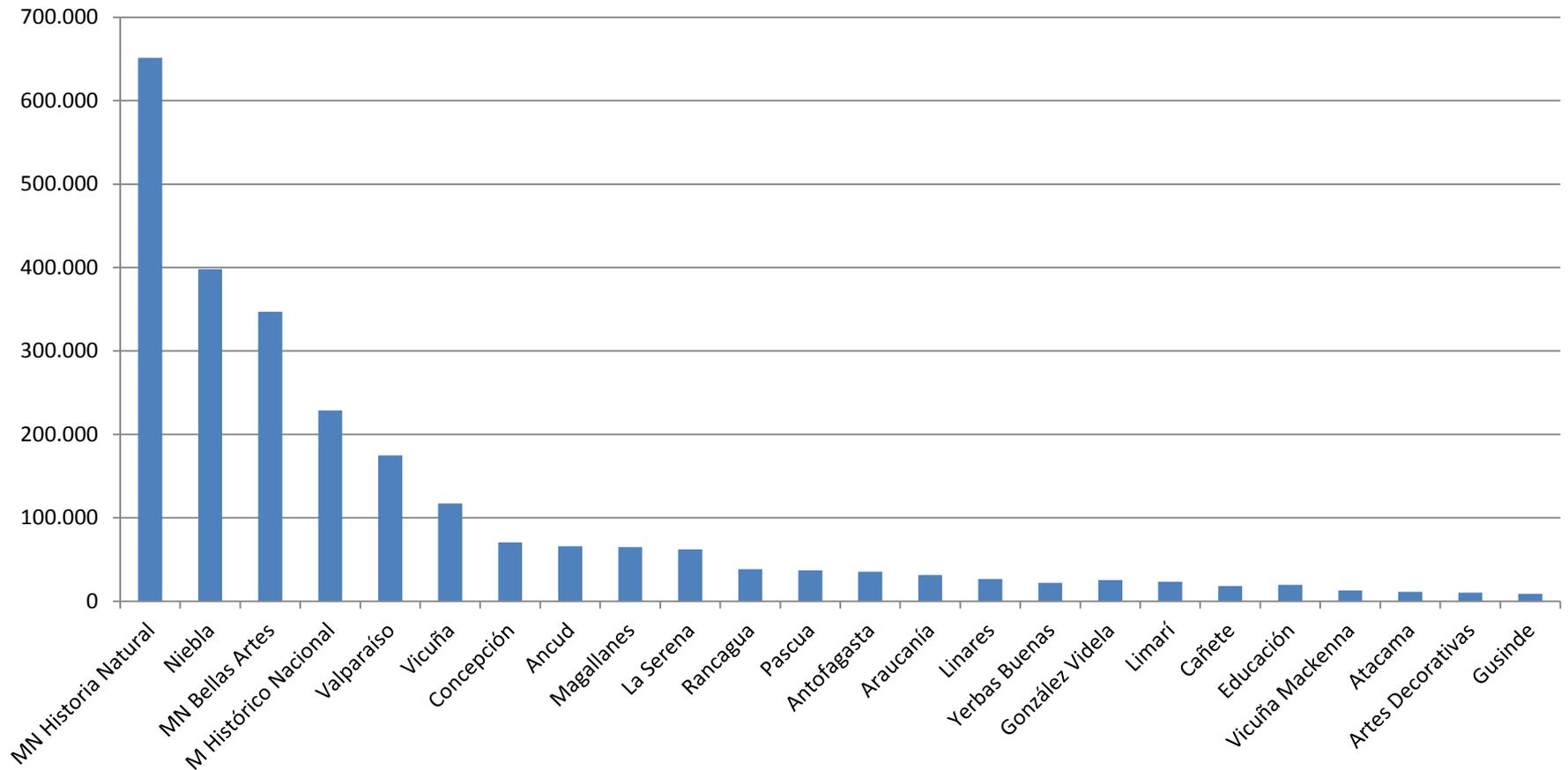
Visitas 2014-2016, por año y por museo

MUSEO	2016	2015	2014
MN Historia Natural	651.380	608.112	634.019
Niebla	398.071	299.194	-
MN Bellas Artes	347.030	297.496	335.915
M Histórico Nacional	228.623	197.262	152.537
Valparaíso	174.986	226.173	185.426
Vicuña	117.317	82.174	84.740
Concepción	70.519	49.900	36.983
Ancud	65.920	31.573	32.435
Magallanes	64.976	54.712	49.605
La Serena	62.406	67.376	49.253
Rancagua	38.441	31.326	23.574
Pascua	37.087	27.447	20.304
Antofagasta	35.476	38.564	23.703
Araucanía	31.592	30.304	30.199
Linares	26.847	18.720	16.785
González Videla	25.536	25.328	12.518
Limarí	23.226	22.604	25.256
Yerbas Buenas	21.905	13.225	13.780
Educación	19.694	28.445	31.217
Cañete	18.421	23.911	21.375
Vicuña Mackenna	13.009	12.976	8.945
Atacama	11.206	8.818	9.746
Artes Decorativas	10.442	11.540	29.143
Gusinde	8.991	8.499	9.150
Talca	-	-	-

Museos DIBAM por orden de visitas

- Desde el punto de vista de la cantidad de visitas, los museos no son iguales, pero se les puede categorizar desde la cantidad de visitas recibidas.

Cantidad de visitas por museo, 2016



1. Museo con más de 500 mil visitas

- El MNHN es el museo más visitado de la DIBAM y el único con más de 600 mil visitas y se separa de los museos que le siguen en cantidad de visitas.
- Para este museo, los meses críticos son julio (vacaciones de invierno) y octubre (colegios y feria científica), siendo relevante también febrero, mayo y noviembre.

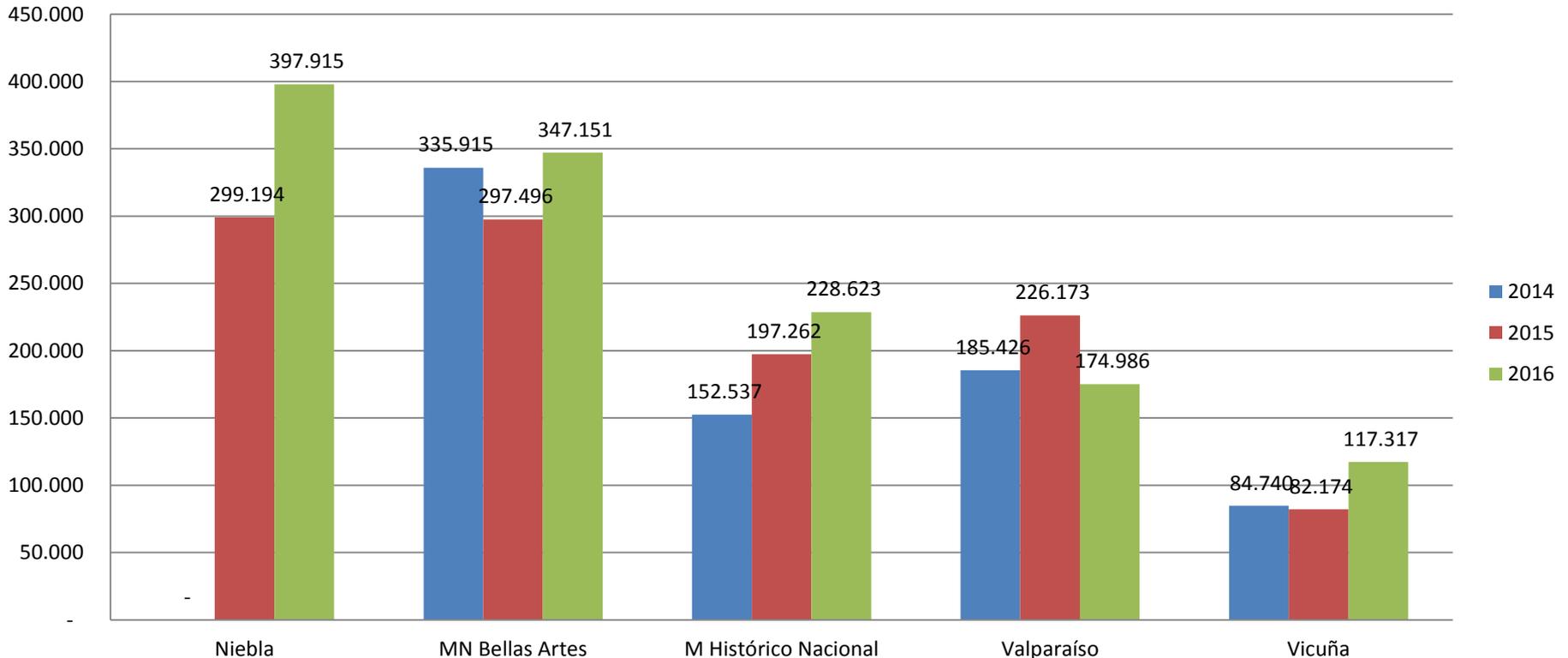
**Museo con más de 500.000 visitas
2014-2016**



2. Museos más visitados

- Cuentan con más de 100 mil visitas, teniendo una orientación masiva.
- Esta categoría agrupa a museos nacionales, museos ubicados en lugares de importante población y en lugares turísticos.
- La mayoría de estos museos aumentó sus visitas en 2016, destacando Vicuña con un aumento de un 43% y Niebla, con un 26%, ambos con gran cantidad de visitas en febrero.

**Museos más visitados
2014-2016**



Comentarios de los museos

*(El aumento de visitas) obviamente tiene que ver con la **afluencia turística al Valle de Elqui** y el interés que suscita **Gabriela Mistral como figura emblemática del valle**, pero también hay que hacer presente que esto **impone un desafío de gestión para esos meses que debiera ser considerado en términos de programación y personal**. De hecho, en estos meses el horario de atención de público se extiende hasta las 20 horas, lo que implica en la práctica que **atendemos cuatro días más al mes** que en períodos normales, además de incrementar la oferta del museo con actividades culturales y exposiciones temporales de calidad.*

Museo Gabriel Mistral

Comentarios de los museos

*El museo tiene las **altas en enero y febrero por las vacaciones de verano**, Valparaíso es una ciudad turística. Los otros meses altos son en **época de clases. Nuestro fuerte son los grupos de colegios.***

En marzo, recién se organizan los grupos de colegios, en abril comienzan a venir. En septiembre, junio y diciembre, hay baja dado vacaciones de colegios, eso hace la diferencia.

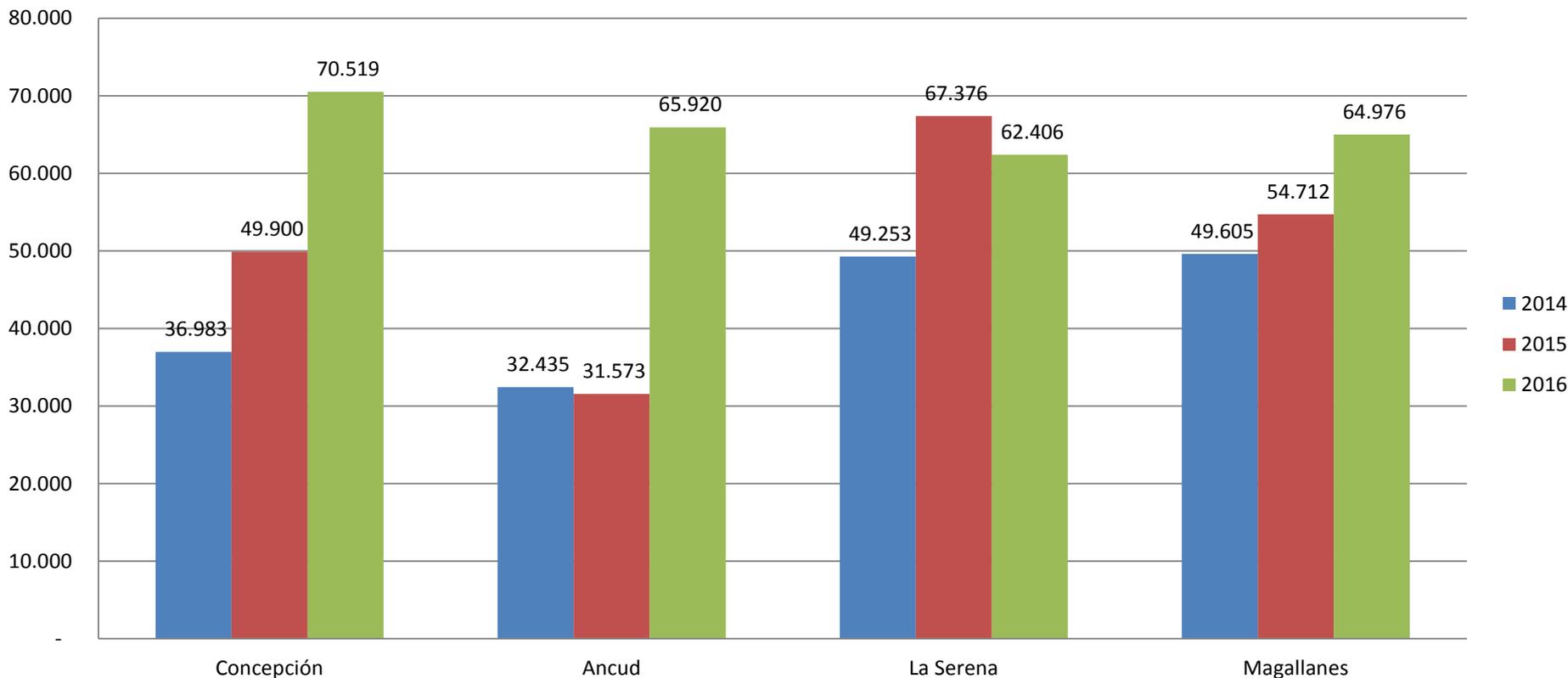
*El MHNV tuvo su **peak el 2015, dada la nueva museografía permanente.***

Museo de Historia Natural de Valparaíso

3. Museos regionales más visitados

- Cuentan con **entre 50 mil y 100 mil visitas anuales**.
- Corresponden a museos regionales ubicados en lugares **altamente poblados** o de carácter **turístico**.
- La mayoría de estos museos aumentó sus visitas en 2016, destacando Ancud con un aumento del 109% de las visitas y Concepción, con un aumento del 41% de sus visitas.

Museos regionales más visitados, 2014-2016



Comentarios de los museos

*Los meses de **febrero y julio** se explican por la **disponibilidad turística que dan los periodos de vacaciones**. Mientras que **mayo** se corresponde con el mes del patrimonio.*

*A partir de julio el museo **cerró las puertas de la exhibición permanente** por la ejecución del proyecto de obras de reparación de infraestructura del edificio tradicional.*

*A contar de **agosto**, abrimos una **muestra abreviada** de la prehistoria regional, que fue montada en el **hall de acceso** del nuevo edificio de este museo. Ello ha contribuido a que estadísticamente por concepto de registro de asistencia de público, este museo **se mantuviera entre los 5 museos regionales más visitados** del país, a pesar de la repercusión que cierre de la exhibición permanente involucró al registro interno.*

Museo Arqueológico de La Serena

Comentarios de los museos

*Se trata de una región con una vocación turística importante, que cuenta con parques y reservas reconocidas internacionalmente y eso implica que **durante los meses de octubre a fin de abril en la región se reciben a turistas nacionales y extranjeros en gran cantidad.** Mayoritariamente a contar de noviembre y diciembre y hasta marzo, especialmente en esos meses ya que las **condiciones climáticas son mejores.***

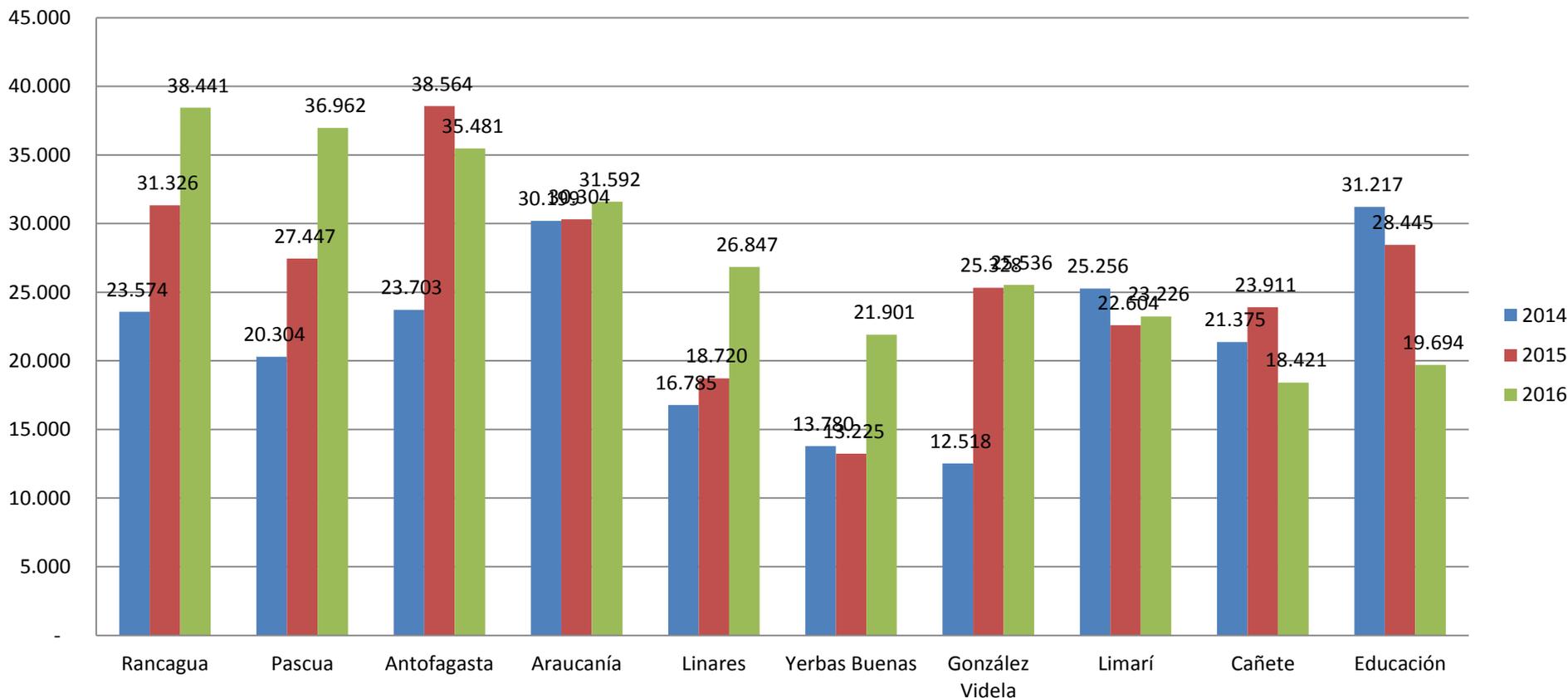
(Los momentos de menor afluencia de público se explican porque) es invierno y las condiciones climáticas no son las mejores, lo que desincentiva la visita de residentes.

Museo Regional de Magallanes

4. Museos regionales y especializados

- Cuentan con entre **15 mil y 50 mil visitas anuales**.
- La mayoría aumentó sus visitas respecto de 2015, destacando Yervas Buenas con un aumento visitas del 66% respecto de 2015 y Linares, con un aumento de un 43%.

Visitas 2014-2016 en museos regionales y especializados



Comentarios de los museos

***Mayo** es el mes que registra alta afluencia, fundamentalmente por las actividades vinculadas al Día del Patrimonio, que en nuestro caso corresponden a **tres días**. Otro mes que registra buena afluencia de público es **enero**, gracias a la implementación de **talleres de verano** complementado con aumento de flujo de **turistas**.*

*Los meses de **febrero, marzo y noviembre registran bajas** en nuestras visitas. Ello se explica en febrero, fundamentalmente por la **reducción de número de talleres** por vacaciones y marzo por la **menor demanda de público escolar**, que en nuestro caso es un segmento importante durante el año. En marzo es el reinicio de clases y los colegios no suelen organizar actividades fuera de sus aulas. En noviembre hay un decrecimiento por exámenes, pruebas y paseos de curso, en el cual la comunidad escolar está más concentrada. Sin embargo lo que afectó negativamente el 2016 fue el paro nacional convocado por ANFUDIBAM / ANEF.*

Comentarios de los museos

*Los períodos de mayor afluencia de público en el 2016, fueron los meses de agosto y septiembre, con más de 3.000 visitas. Lo atribuimos a la oferta de **exposiciones temporales** en nuestro Salón de Extensión Patrimonial y el **aumento de público escolar** tanto por vacaciones de invierno (viajes de estudio desde otras regiones) como en delegaciones.*

*Los períodos de menor afluencia de público en el 2016, fueron los meses de enero y febrero, con menos de 700 visitas y, luego, diciembre, con menos de 1.000 visitas. En los primeros meses del año, lo atribuimos a las **vacaciones de verano**, ya que no contamos con visitantes estudiantes y, dadas las características de perfil poblacional de **Ovalle**, que **no es una ciudad turística**, por tanto no recibimos turistas nacionales y extranjeros, en mayor proporción que en el resto del año.*

*(Es importante considerar que) en el año 2016, **cambió la dirección del museo**, comenzando su trabajo en el mes de abril y, en el mes de **septiembre** ingresó a trabajar la profesional Encargada de Desarrollo Institucional del museo.*

*Además, a partir del mes de noviembre nos afectó el **cierre de la entrada principal del museo**, por reparaciones ante los efectos del terremoto del 2015 y el **paro de funcionarios públicos**, ya que normalmente en este mes, recibimos mayor cantidad de visitantes estudiantes por concepto de delegaciones formales, lo que disminuyó tanto por el cierre, como por encontrarse establecimientos educacionales públicos, también en paro.*

Comentarios de los museos

*Desde fines del año 2015 el **museo estuvo cerrado** debido a la renovación de sus exhibiciones y del Patio de los Tilos, lo que **limitó los espacios y servicios ofrecidos**. Teniendo en cuenta lo anterior, los momentos de menor afluencia de público se registraron en meses en que tradicionalmente contamos con menor audiencia. En primer lugar, **enero y febrero es un periodo que disminuye considerablemente el número de visitas, tanto a nivel de delegaciones como préstamos de espacio**. Esta es una realidad que podemos ver presente en todos los museos especializados de la Región Metropolitana, situación que se agudiza en febrero por el periodo de vacaciones. Además, en nuestro caso, durante estos meses y debido al comienzo del proceso de renovación del museo, no hubo préstamo de espacios ni atención a público. En segundo lugar, **la disminución de audiencia durante los meses de marzo, julio y diciembre, está estrictamente relacionada con el perfil de público del museo, el que fundamentalmente es escolar y estudiante universitario** (delegaciones que pertenecen a instituciones educativas). Estos meses son el comienzo o fin de semestre, o las vacaciones de invierno, donde disminuyen este tipo de actividades.*

*Los momentos de **mayor afluencia de público se registraron durante mayo, septiembre y noviembre**, meses que año a año se caracterizan por contar con más visitantes, principalmente **delegaciones educativas**. En este sentido, durante el primer semestre las visitas corresponden mayoritariamente a grupos de estudiantes de educación superior, mientras que el segundo semestre los grupos de estudiantes representan niveles educativos variados.*

Comentarios de los museos

*El año 2016, desde enero hasta julio, fue **excepcional** porque la cantidad de público recibida se debió a que en Yerbas Buenas se hicieron las grabaciones de la **telenovela "Pobre Gallo" de Mega**. Las grabaciones fueron hasta el mes de mayo y hasta el mes de julio, todavía llegaba público preguntando por la teleserie. Esta es la razón de por qué tuvimos esa cantidad de público los meses que el museo estuvo abierto a público que fue hasta el 21 de julio.*

*(Los momentos de menor afluencia de público) se debe a que el museo tuvo que **cerrar sus puertas** por reparos al inmueble. Sólo se hicieron algunas actividades como el aniversario, el día del patrimonio del niño y la niña y museos de medianoche.*

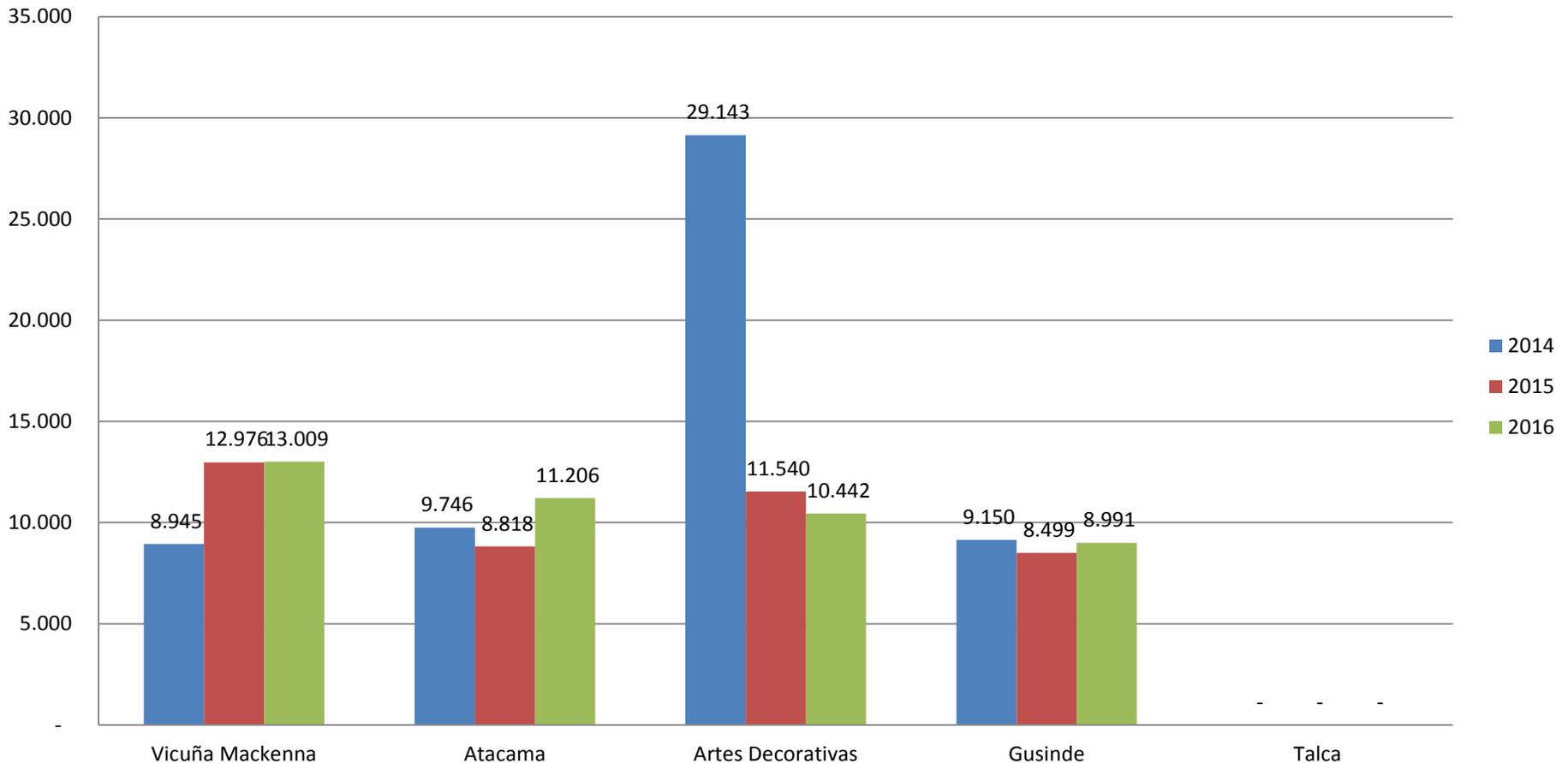
*Estamos emplazados dentro de la zona típica del pueblo, y en un **lugar estratégico** donde llegan todos los **turistas** que visitan el pueblo. Además Yerbas Buenas es un pueblo típico, muy pintoresco, razón por la cual atrae a muchos turistas y **el museo es el único atractivo** (como edificio) que visitar, aparte de recorrer toda la zona típica.*

Museo Histórico de Yerbas Buenas

5. Museos con menos visitas

- **Menos de 15 mil visitas al año.**
- Estos museos cuentan con dificultades para atraer público, por el **tema** que tratan o el contexto en que están **emplazados**.

Museos menos visitados 2014-2016



Comentarios de los museos

*Los momentos de más alta afluencia de público, en nuestro caso, responde a las **visitas de establecimientos educacionales**.*

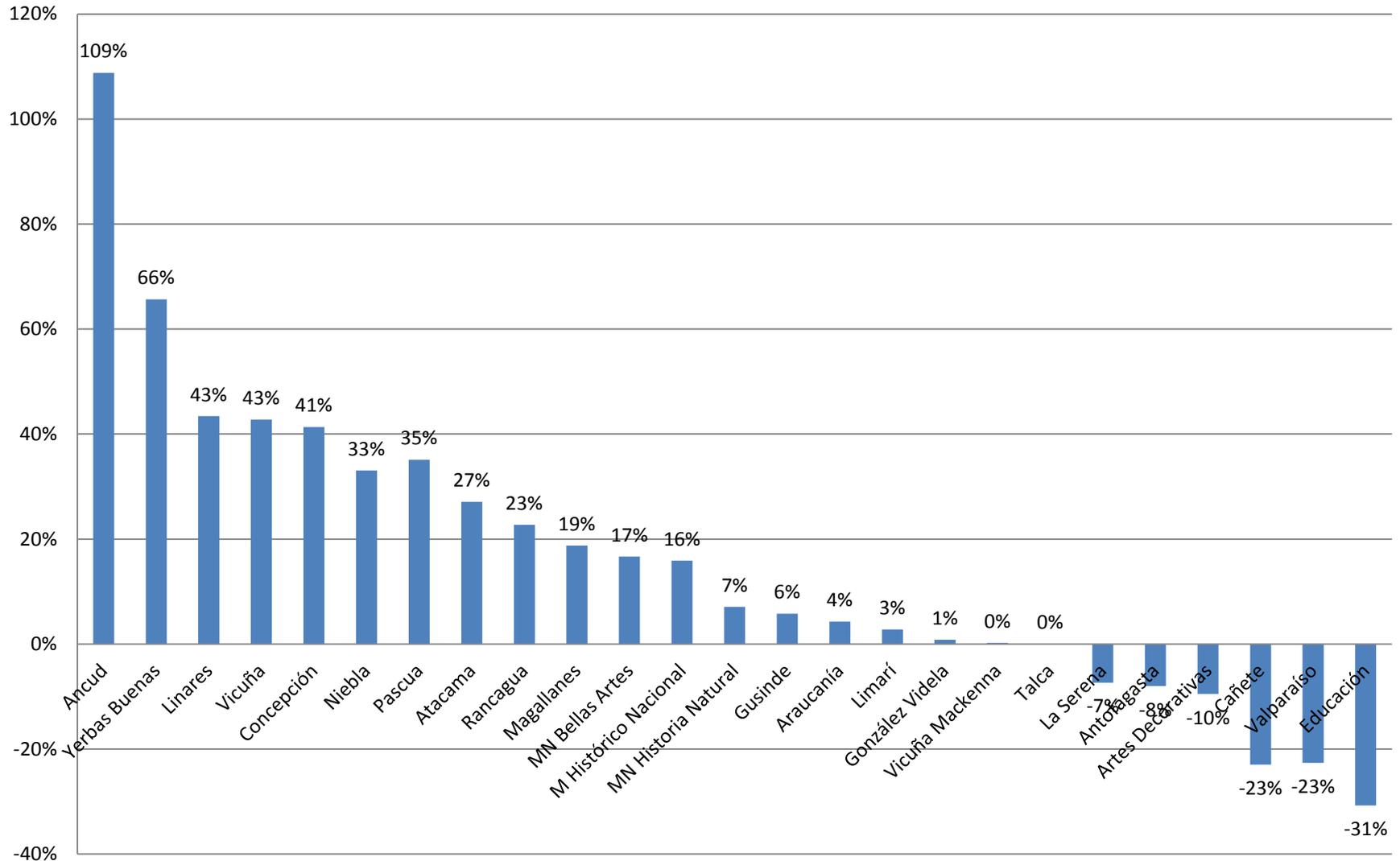
*Las visitas bajan en verano y en las vacaciones de **invierno**, porque nuestras visitas espontáneas son muy pocas; y los colegios están de vacaciones.*

*El año 2014 se creó el **área educativa**, es por eso que al año siguiente creció enormemente la cantidad de visitantes y el año 2016 aumentó un poco más.*

Museo Benjamín Vicuña Mackenna

Variación porcentual de visitas 2016-2015

Variación de visitas 2016, respecto de 2015



Gratuidad de los museos

- En marzo 2017 se cumplirán 2 años de la implementación de la gratuidad en los museos DIBAM.
- Como uno de los pocos datos que existen de museos es la cantidad de visitas que recibe cada espacio, la reacción inmediata en marzo 2016 fue relacionar la implementación de la gratuidad con impacto en la cantidad de visitas.
- **A la fecha no ha sido posible establecer relaciones cuantificables entre la cantidad de público y la gratuidad de los museos.** Ahora bien, sí se ha levantado información cualitativa publicada en el artículo “Interacciones, expectativas y efectos: Gratuidad en los museos DIBAM”, en Revista *Museos* N°34, 2015.
- **De la gratuidad debiéramos esperar, una diversificación de los públicos que van a nuestros museos más que un aumento de públicos.**
- **Es primordial avanzar hacia una tipificación de públicos de nuestros museos.** Para esto, se ha propuesto implementar en 2017 la Encuesta Nacional de Públicos, diseñada en 2016 en conjunto con los directores de museos DIBAM.

dibam

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS,
ARCHIVOS Y MUSEOS



Públicos en los Museos DIBAM

Área de Estudios
Subdirección Nacional de Museos
DIBAM

Febrero 2017