

Encuesta de Satisfacción de Usuarios 2017

Programa Gestión de Exhibiciones Permanentes

Área de Estudios

Enero de 2018

El informe aborda los resultados de la encuesta de satisfacción de usuarios aplicada en 2017 a museos de la Subdirección Nacional de Museos. Los resultados destacan aspectos relacionados a la evaluación que los usuarios hacen de los museos, así como a su caracterización sociodemográfica.

Tabla de contenido

I.	Resumen.....	4
II.	Introducción	5
III.	Metodología	6
	1. Cambios al cuestionario	6
	1.1. Se mantuvo las secciones Evaluación de la exhibición, Atención del museo y Experiencia de visita:	6
	1.2. Se mantuvo la estructura datos de perfil sociodemográfico:	7
	1.3. Se eliminó la sección Contexto de la visita.....	7
	1.4. Solicitud voluntaria de correo electrónico	7
	2. Cambios en la aplicación de la encuesta.....	11
	2.1. Muestra	11
	2.2. Aplicación del cuestionario	12
	2.3. Período de aplicación	12
IV.	Evaluación de la exhibición, atención y experiencia.....	15
	1. Evaluación de la exhibición permanente	16
	1.1. Evaluación general por museos	16
	1.2. Resultados por ítem evaluado.....	17
	2. Evaluación de la atención de los museos.....	24
	1.1. Evaluación general por museos	25
	1.2. Resultados por ítem evaluado.....	25
	3. Evaluación de la experiencia	26
	1.1. Evaluación general por museos	26
V.	Sugerencias para mejorar la exposición	28
	1. Iluminación y condiciones de lectura de los textos de la exhibición	30
	2. Los objetos y el espacio del museo	35
	3. Mediación humana y no humana	43
VI.	Características de los visitantes	51
	1. Residencia	51
	2. Género.....	56
	2.1. Género y población chilena.....	57

3. Edad.....	57
3.1. Edad y población chilena.....	59
4. Situación de escolaridad	60
VII. Variables incidentes	63
1. Residencia	63
2. Género.....	64
3. Edad.....	64
4. Situación de escolaridad	64
VIII. Conclusiones	67
1. Sobre la información obtenida.....	67
1.1. Evaluación	67
1.2. Caracterización.....	67
1.3. Variables incidentes	68
1.4. Comparación con encuestas anteriores.....	68
2. Sobre el instrumento de evaluación	68
3. Sobre la aplicación de la encuesta	70

I. Resumen

El presente informe aborda los **resultados** de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios 2017, instrumento que tuvo como objetivo medir la evaluación que hacen los usuarios de la exhibición, la atención de los funcionarios y la experiencia de visita en 20 museos dependientes de la Subdirección Nacional de Museos, así como conocer sus principales características sociodemográficas.

Como resultado principal de la evaluación cabe destacar que los **usuarios evalúan muy satisfactoriamente la exhibición, la atención del museo y la experiencia de visita**, destacando la atención de los funcionarios del museo por sobre los demás aspectos y, garantizando que la exhibición cuenta con una calidad por sobre el nivel esperado por los usuarios.

Por su parte, el informe arroja que el **perfil mayoritario de usuarios** de museos Dibam tiende a ser chileno, de género femenino, entre 25 y 34 años, con un nivel de escolaridad alto. A partir de estas variables, se expone también la presencia de turistas extranjeros, turistas nacionales y público local en los usuarios de los museos, así como presencia de inmigrantes.

Cada una de estas **características varía en la particularidad de los museos** considerados en el análisis, destacándose en cada uno de los apartados.

El informe también explora la **influencia de las características de los usuarios en la evaluación de los museos**, concluyendo que las variables sociodemográficas no determinan una evaluación menor a la muy satisfactoria sobre la exhibición, la atención y la experiencia de los usuarios en la visita; salvo la variable de educación, donde quienes no cuentan con escolaridad, evalúan en un nivel menor al resto, la exhibición y la atención del museo.

Para avanzar hacia un análisis que relacione características de los usuarios y de la visita con las evaluaciones de los museos, el informe concluye con algunas **sugerencias**, como mejorar la iluminación y tamaño de los textos en museos específicos; generar protocolos de atención para públicos con menos recursos educacionales; establecer acciones para convocar a públicos que no estarían asistiendo suficientemente a los museos, como varones y mayores de 75 años; incluir la consulta por la situación laboral y mantener el modo de preguntas en próximas encuestas de satisfacción, y; trabajar para que en todos los museos se puedan implementar cuestionarios vía *lpad*.

II. Introducción

Entre el domingo 1 de octubre y el viernes 3 de noviembre de 2017, se aplicó la Encuesta de Satisfacción de Usuarios en 20 de los 24 museos regionales y especializados dependientes de la Subdirección Nacional de Museos. El **objetivo de esta encuesta** fue conocer la evaluación que los visitantes hacen de la exhibición así como sus características sociodemográficas, cumpliendo con los requerimientos del sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes (GEP).

Los **objetivos específicos** del instrumento fueron los siguientes:

- Medir la calidad de la exhibición de los museos de la SNM desde la satisfacción de usuarios.
- Medir la satisfacción de la experiencia general de la visita.
- Presentar una tipología nacional del usuario en función de tendencias mayoritarias.

Este estudio se realizó primeramente en el año 2010 en 9 museos que se encontraban bajo el sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes (GEP) y que habían renovado sus exhibiciones. A partir de 2011 se amplió el estudio al resto de los museos de la Subdirección Nacional de Museos con exhibiciones permanentes abiertas al público.

A continuación se presentan los principales resultados de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios aplicada en 2017, estructurados en dos líneas generales. La primera muestra la evaluación que los usuarios hicieron de la exhibición, la atención del museo y la experiencia de visita, así como las sugerencias que muchos visitantes dejan por escrito, respondiendo a la pregunta “cómo podemos mejorar”. Luego se describen las principales características del público de museos Dibam. Por último, y a modo de conclusión se identifican las perspectivas que entrega la información levantada, el instrumento de evaluación y el modo de aplicación del cuestionario.

En cada uno de estos apartados se exponen los resultados generales para luego analizar la distribución de los resultados en los museos donde se aplicó el cuestionario. Adicionalmente, se explora en la influencia de estas características en la evaluación de la exhibición, la atención del museo y la experiencia de visita.

Se espera que el levantamiento de la información expuesta en este informe, contribuya a un mayor conocimiento de los públicos de museos, de modo que estos espacios puedan orientar sus servicios a los distintos tipos de usuarios que reciben, incluyéndolos en las decisiones de la institución. Desde este punto de vista, esperamos que la información sobre nuestros visitantes sea útil para el mejoramiento de procesos de planificación y gestión en los museos de la Subdirección Nacional de Museos.

III. Metodología

Luego de un examen crítico de esta encuesta y de modificaciones al instrumento aplicadas en 2016, se confirmó la necesidad de implementar una encuesta propiamente de públicos, simplificando la encuesta de satisfacción de usuarios. La encuesta de satisfacción de usuarios se enmarca en el sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes (GEP), cuyo objetivo es asegurar la calidad de las exposiciones. Desde esta perspectiva, la encuesta de satisfacción de usuarios aborda la **evaluación propiamente de la exhibición de los museos**, garantizando que las muestras permanentes se mantengan apropiadamente en el tiempo. Con los años, este instrumento se concibió como una instancia de consulta a los visitantes de museos, transformándose en una encuesta de públicos, pero con el foco puesto en la calidad de la muestra permanente, y no en los posibles problemas que un museo pudiera tener para la gestión de públicos.

Hoy los museos cuentan con necesidades más amplias que la exhibición y directamente relacionadas con los públicos como atender a un público más diverso que el de antes (familias, tercera edad, delegaciones escolares, turistas extranjeros, etc.), manejar amplios números de audiencias en eventos específicos, convocar a públicos que no visitan el museo, mejorar los servicios entregados (más allá de la muestra), convocar a visitantes en épocas de baja concurrencia o mejorar la comprensión de los contenidos de la exhibición, entre otros. Para responder a estos problemas, se ha determinado la aplicación de una encuesta de visitantes elaborada por el Observatorio Iberoamericano de Museos, que recoge muchos de los aspectos incluidos en las encuestas de satisfacción de usuarios anteriores y, que permitirá la comparación de datos con otros países de América Latina.

La **simplificación de la encuesta de satisfacción de usuarios** se refiere a cambios en el cuestionario y en su aplicación.

1. Cambios al cuestionario

Con el objeto de simplificar la encuesta se definió la implementación de un cuestionario de no más de 15 preguntas, en el espacio de una plana, para ser respondida en cinco minutos. Para esto, se mantuvieron las secciones 1) Evaluación de la exhibición, de la atención del museo y de la experiencia de visita y 2) Datos de perfil sociodemográfico; y, se eliminó la 3) Condición de la visita.

1.1. Se mantuvo las secciones Evaluación de la exhibición, Atención del museo y Experiencia de visita:

Se evaluó positivamente la incorporación de nuevos ámbitos de evaluación separados de la exhibición, como son la atención del museo y la experiencia de visita. Ambas permitieron visibilizar que la satisfacción de la visita está determinada por más aspectos que la sola calidad de la exhibición, entregando nuevas perspectivas sobre la labor de un museo y su gestión, por lo que se mantuvo en el cuestionario 2017.

1.2. Se mantuvo la estructura datos de perfil sociodemográfico:

a) *Identidad de género:* En la encuesta de satisfacción 2016 se identificó como un aspecto a mejorar, que la pregunta por la identidad de género entregara como alternativa “femenino” o “masculino”, eliminando la opción “otro”. Si bien la exclusión de esta respuesta puede resultar una desconsideración ante una minoría existente en la sociedad, al ser tan escueta (0,8%) no aportó información relevante para la evaluación de la satisfacción de la visita. Además, en la distribución de esta variable en los museos Dibam, se identificó solo en dos museos, sentando la duda sobre qué quisieron manifestar quienes marcaron la opción “otro”.

b) *Edad:* En la versión 2016 se incluyó la pregunta por la edad exacta, consultando el año de nacimiento. Con el objeto de aumentar la exactitud del dato¹ y simplificar el procesamiento de datos, se optó por consultar directamente la edad. Cabe señalar también, que en 2017, el cuestionario se aplicó a visitantes con una edad mínima de 12 años, y no de 14 años como en años anteriores, siguiendo ejemplos internacionales de este tipo de encuestas.

c) *Situación laboral:* Con la intención de acortar la cantidad de preguntas, se optó por eliminar este dato sociodemográfico. Debido a esto, no sabremos con exactitud el porcentaje de estudiantes dentro de la muestra, mayor consecuencia de esta decisión.

d) *Residencia:* Al igual que en años anteriores se levantó información sobre público local, turistas internos (que viven en Chile) y turistas extranjeros, así como de inmigrantes, pero en esta oportunidad se consultó de un modo más indirecto, sin preguntar por la nacionalidad, aspecto considerado sensible en la actualidad. Además, se elaboró esta pregunta, de modo tal que las respuestas fuesen cerradas, evitando abstenciones en la pregunta y facilitando el análisis de datos. Entonces, en vez de preguntar de modo abierto:

- *¿Cuál es su país de nacionalidad?*
- *¿Cuál es su país de residencia?*
- *Si reside en Chile, indique en qué comuna vive y número de región,*

Se preguntó: *¿Dónde vive?*

- *¿En esta ciudad? Indique su comuna*
- *¿En este país? Indique su comuna*
- *¿En otro país? Indique en cuál*

Y se agregó la pregunta: *Si vive aquí, pero ha nacido en otro país, ¿Cuál es su país de origen?*

1.3. Se eliminó la sección Contexto de la visita

Considerando que esta última sección sobre la condición de visita, mostró importante información respecto de la frecuencia de visita, la compañía de menores de edad y la ausencia de mediación, se considera en la mencionada encuesta de visitantes que se aplicará.

1.4. Solicitud voluntaria de correo electrónico

Con el objetivo de conformar una base de datos de los públicos de los museos, se invitó a los encuestados a señalar su correo electrónico en caso que quisieran conocer los resultados de la encuesta que estaban respondiendo. Para esto, se incluyó la pregunta *Si desea obtener más*

¹ Por ejemplo, no todas las personas que nacieron en 1960 tienen la misma edad. Dependiendo del mes del año en que nacieron, algunos cuentan 56 y otros con 57 años.

información sobre la encuesta, agradecemos nos pueda indicar su correo electrónico para comunicarnos, la cual recopiló 265 direcciones de correo que serán enviadas a los respectivos museos.

Se adjunta a continuación el cuestionario en papel.

Imagen N°1: Cuestionario en español

			Museo a evaluar: _____ Fecha: _____
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN USUARIOS EXHIBICIONES PERMANENTES DE MUSEOS (REG-GC-072; Revisión: 6; Fecha: 30.08.2017) Norma ISO 9001:2008			
Usted es nuestro usuario, por tanto queremos saber su evaluación de la exhibición permanente del museo visitado. Le rogamos dedicar unos minutos para contestar esta encuesta.			
I. Evalúe el grado de satisfacción de cada uno de los aspectos de la exhibición permanente, con nota de 1 a 7, siendo 1 la mínima puntuación y 7 la máxima. 1. Diseño de la exhibición permanente. <input type="checkbox"/> 2. Aporte informativo de los textos de la exhibición. <input type="checkbox"/> 3. Tamaño de letra de los textos de la exhibición. <input type="checkbox"/> 4. El interés de los objetos exhibidos. <input type="checkbox"/> 5. Calidad de las imágenes de la exhibición. <input type="checkbox"/> 6. Iluminación general para recorrer la sala de exposiciones. <input type="checkbox"/> 7. Iluminación para leer los textos. <input type="checkbox"/> 8. Iluminación para observar los objetos. <input type="checkbox"/> 9. Limpieza y mantención de la exhibición. <input type="checkbox"/>	II. Evalúe de 1 a 7 la atención entregada en el museo. 1. Recepción, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del museo. <input type="checkbox"/> 2. Información general entregada por los funcionarios del museo. <input type="checkbox"/>	III. Evalúe de 1 a 7 la satisfacción de su visita. 1. ¿Cómo evalúa su experiencia general en el museo? <input type="checkbox"/>	IV. ¿Tiene alguna sugerencia para mejorar nuestra exposición permanente? <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div>
V. Infórmenos acerca de usted: 1. ¿Cuál es su género? Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> 2. ¿Cuál es su edad? _____ 3. ¿Cuál es su situación de escolaridad?: Sin escolaridad <input type="checkbox"/> Educación Básica <input type="checkbox"/> Educación Media <input type="checkbox"/> Educación Técnico Profesional <input type="checkbox"/> Educación Superior <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/> 4. ¿Dónde vive? a. ¿En esta ciudad? Indique su comuna _____ b. ¿En este país? Indique su comuna _____ c. ¿En otro país? Indique en cuál _____ 5. Si vive aquí, pero ha nacido en otro país, ¿Cuál es su país de origen? _____	VI. Si desea obtener más información sobre la encuesta, agradecemos nos pueda indicar su correo electrónico para comunicarnos: email: <div style="border: 1px solid black; width: 250px; height: 40px; display: inline-block;"></div>		
DIBAM aprecia su atención y valora su respuesta como una contribución significativa para la mejora de nuestro Sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes de Museos. Gracias.			

Imagen N°2: Cuestionario en inglés

	 DIRECCIÓN DE POLÍTICAS ACADÉMICAS Y CALIDAD	 Subsecretaría Nacional de Museos	Museum: _____ Date: _____
VISITOR'S SATISFACTION SURVEY ON MUSEUM EXHIBITS (REG-GC-072; Version 6; Date: 30.08.2017) Norma ISO 9001:2008			
As our customer, we would like to know if our museum satisfies visitor's expectations. <i>Please take a few minutes to answer this questionnaire.</i>			
I. Please evaluate the degree of satisfaction with the permanent exhibition. Please rate with a grade from 1 (poor) to 7 (excellent) each of the following aspects:		V. Please tell us a little bit about yourself.	
1. Exhibition design <input type="checkbox"/>		1. Gender: Male <input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/>	
2. Exhibition contents and labels <input type="checkbox"/>		2. How old are you? _____	
3. Font size on labels <input type="checkbox"/>		3. Which is your educational level?	
4. Objects exhibited <input type="checkbox"/>		Illiterate person <input type="checkbox"/> Primary Education <input type="checkbox"/>	
5. Quality of exhibition images <input type="checkbox"/>		Secondary education/ High school <input type="checkbox"/>	
6. Gallery lighting level <input type="checkbox"/>		Technical/Vocational education <input type="checkbox"/>	
7. Labels lighting level <input type="checkbox"/>		Higher education/ University degree <input type="checkbox"/> Master's degree or PhD <input type="checkbox"/>	
8. Objects lighting level <input type="checkbox"/>		4. Where do you live?	
9. Overall exhibition maintenance <input type="checkbox"/>		a. In this city? Please indicate your county or district	_____
II. Please rate with a grade from 1 to 7 the support services offered by the museum:		b. In this country? Please indicate your county or district	_____
1. Welcome and customer service received from museum staff. <input type="checkbox"/>		c. In other country? Which?	_____
2. Information given by museum staff. <input type="checkbox"/>		5. If you live here but you were born in another country, please tell us, which is your country of origin?	_____
III. Please rate with a grade from 1 to 7 the degree of satisfaction:		VI. If you would like more information about the survey, please tell us your email to communicate:	
1. How do you evaluate your overall experience at the museum? <input type="checkbox"/>		email: _____	
IV. Do you have any suggestions to improve our permanent exhibition?			
Dibam appreciates your cooperation. Your opinion is important to us as we continue to improve our museum exhibits. <i>Thank you.</i>			

2. Cambios en la aplicación de la encuesta

2.1. Muestra

Para definir la cantidad de encuestas por aplicar, se estableció una muestra aleatoria simple, que supone la igualdad de oportunidades de cada persona de participar en la encuesta. Este tipo de muestreo se utiliza cuando se desconocen de antemano las características de la población a estudiar. Para el cálculo de la muestra se consideró un universo de 1.213.662 visitas (visitas totales año 2016 en 20 museos encuestados), con un margen de error igual a 1 (lo que significa que un 5% puede variar entre 4% y 6%), con un nivel de confianza del 97% y una heterogeneidad del 50% (máxima heterogeneidad). Esto dio como resultado una muestra necesaria de 972 encuestas válidas, para lo cual se solicitó la aplicación de una cifra superior de encuestas totales, de modo de garantizar el cumplimiento mínimo de encuestas válidas. La cantidad de encuestas necesarias fue ampliamente superada, ya que se recibieron **1.370 encuestas válidas** de un total de 1.468 recibidas.

Es relevante destacar que si bien la muestra representa al público total de los museos estudiados, a cada museo se le solicitó una cantidad específica de cuestionarios. Esa cantidad de encuestas solicitadas se calculó en proporción a la cantidad de visitas recibidas en 2016. Así, al observar la distribución de las encuestas válidas, destaca fuertemente el Museo de Sitio Castillo de Niebla, el Museo de Historia Natural de Valparaíso y el Museo Gabriela Mistral de Vicuña, que sumados representan más de la mitad de la muestra. Esto se debe a que los museos son diferentes desde la cantidad de público que reciben, siendo algunos más masivos y otros de orientación más local.

A todos estos museos se les solicitó aplicar el cuestionario siguiendo un protocolo mínimo para garantizar cierta representatividad de la variedad de visitantes que recibe cada museo así como la importancia de que los encuestados, respondieran al menos las preguntas suficientes para validar la encuesta, a saber: género, edad, escolaridad y residencia.

Tabla N° 1: Cantidad de encuestas requeridas y encuestas válidas por museo

Museo	Cantidad de encuestas requeridas para la muestra	Cantidad de encuestas solicitadas a los museos	Cantidad de encuestas solicitadas por día	Cantidad de encuestas válidas
MA Martin Gusinde	7	15	1	15
MAP Sebastian Englert	30	33	1	36
MB Vicuña Mackenna	10	15	1	48
M Antofagasta	28	31	1	36
M Artes Decorativas e HD	8	15	1	21
MAA Linares	21	24	1	28
MHN Concepción	56	62	2	83
MHN Valparaíso	140	154	6	194
M Educación GM	16	17	1	33
MSC Niebla	319	351	13	358
M Limarí	19	20	1	29
M Gabriela Mistral de V	94	103	4	150

MH Yerbas Buenas	18	19	1	25
MHG González Videla	20	22	1	32
MM Cañete	15	16	1	31
MR Ancud	53	58	2	105
MR Atacama	9	15	1	23
MR Araucanía	25	28	1	26
MR Magallanes	52	57	2	61
MR Rancagua	31	34	1	36
Total general	972	1.090	43	1.370

2.2. Aplicación del cuestionario

Los cuestionarios fueron redactados en español e inglés, para acceder al público extranjero, que muestra una fuerte presencia en algunos museos.

Por primera vez, fue posible implementar este **cuestionario vía *Ipad***, en **14 de los 20 museos encuestados, facilitando enormemente el levantamiento de datos**. Con la aplicación de la encuesta vía *Ipad* se subieron las respuestas inmediatamente a la plataforma de *Survey Monkey*. Quienes aplicaron la encuesta en papel, subieron manualmente las respuestas a la misma plataforma. Para poder aplicar el cuestionario con *Ipad*, se requirió garantizar el buen uso del Wifi, por lo que se coordinó con el programa Biblioredes un mejoramiento de la señal de Wifi de todos los museos donde era posible.

2.3. Período de aplicación

El cuestionario se aplicó entre el domingo 1 de octubre y el viernes 3 de noviembre de 2017, en todos los museos de la Subdirección Nacional de Museos que se encontraban abiertos a público durante este periodo².

Tabla N°2: Fecha en que fueron aplicados los cuestionarios³.

Museo	Inicio de aplicación	Fin de aplicación
M Antofagasta	01-10-2017	31-10-2017
M Artes Decorativas e HD	13-10-2017	26-10-2017
M Educación GM	02-10-2017	30-10-2017
M Gabriela Mistral V	01-10-2017	31-10-2017
M Limarí	04-10-2017	26-10-2017
MA Martin Gusinde	03-10-2017	31-10-2017
MAA Linares	03-10-2017	26-10-2017
MAP Sebastian Englert	03-10-2017	31-10-2017

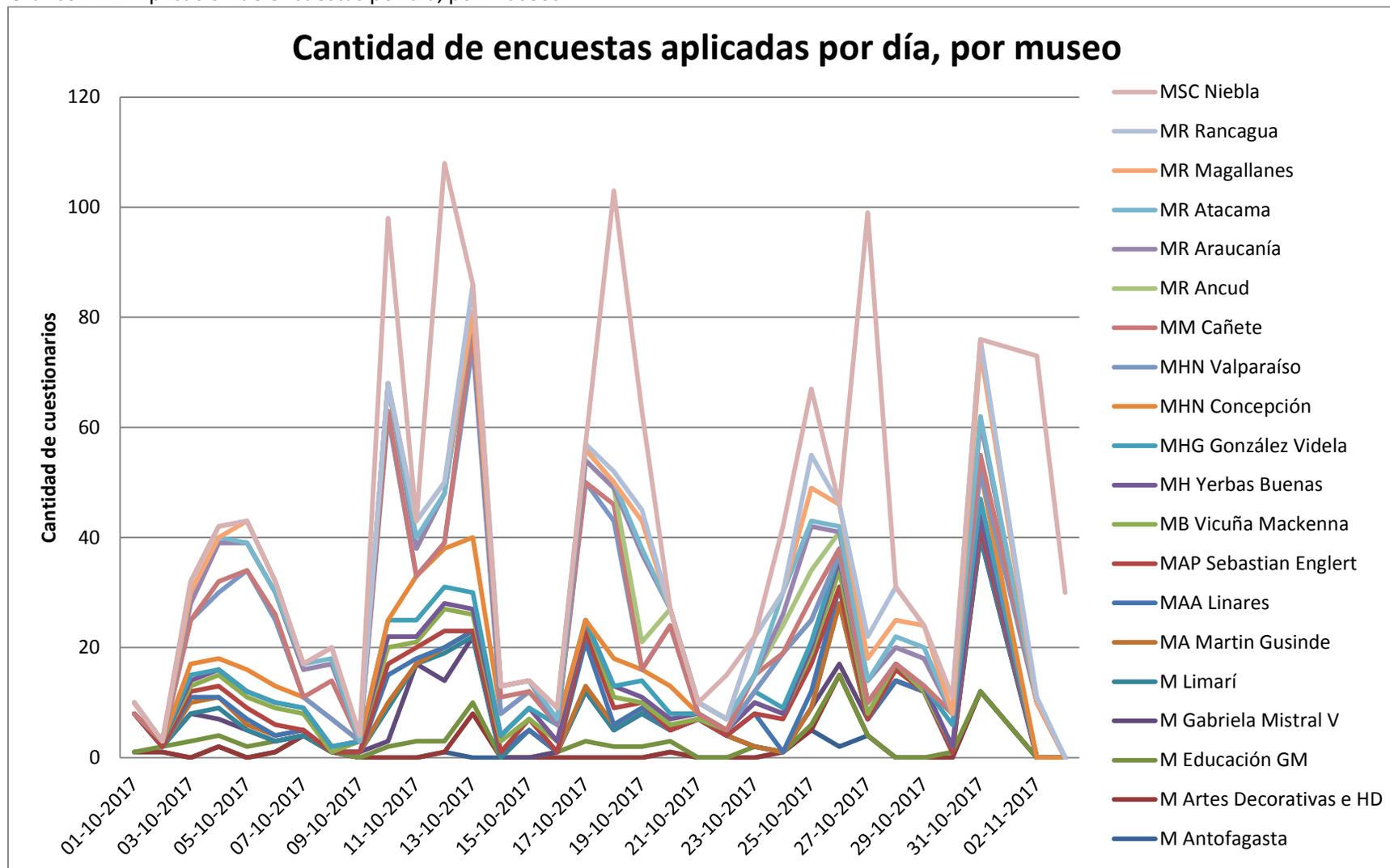
² Los siguientes museos no fueron considerados por tener sus exhibiciones permanentes cerradas durante el período de aplicación: Museo Arqueológico de La Serena, Museo O'Higiniano de Bellas Artes de Talca y Museo Regional de Aysén.

³ La fecha corresponde al día en que las respuestas fueron subidas a la plataforma de análisis Survey Monkey.

MB Vicuña Mackenna	02-10-2017	31-10-2017
MH Yerbas Buenas	03-10-2017	29-10-2017
MHG González Videla	03-10-2017	31-10-2017
MHN Concepción	03-10-2017	31-10-2017
MHN Valparaíso	03-10-2017	02-11-2017
MM Cañete	04-10-2017	31-10-2017
MR Ancud	01-10-2017	31-10-2017
MR Araucanía	19-10-2017	25-10-2017
MR Atacama	03-10-2017	31-10-2017
MR Magallanes	05-10-2017	31-10-2017
MR Rancagua	03-10-2017	02-11-2017
MSC Niebla	10-10-2017	03-11-2017

Como es posible observar, no todos los museos comenzaron ni terminaron el mismo día, pero sí cumplieron con aplicar la encuesta durante el mes de octubre. Ahora bien, al observar la periodicidad de la aplicación, es posible advertir que hubo museos que aplicaron la encuesta de modo constante y otros que la aplicaron de modo más concentrado (ver gráfico N° 1: aplicación de encuestas por día, por museos, en página siguiente). Este dato dice relación también con la aplicación en *Ipad* o papel. Quienes aplicaron en papel tendieron a subir la información a la plataforma en ciertos días puntualmente.

Gráfico N° 1: Aplicación de encuestas por día, por museos



IV. Evaluación de la exhibición, atención y experiencia

Se solicitó a los visitantes de cada museo, evaluar la exhibición permanente, la atención y su experiencia en el museo, de acuerdo a la escala de evaluación establecida por el sistema de gestión de exhibiciones permanentes, con notas de 1 a 7.

Tabla N° 3: Niveles de evaluación y su significado

Nota	Significado
6,0 - 7,0	Muy satisfecho
5,0 - 5,9	Satisfecho
4,0 - 4,9	Medianamente satisfecho
3,0 - 3,9	Bajo nivel de satisfacción
2,0 - 2,9	Insatisfecho
1,0 - 1,9	Muy insatisfecho

Los aspectos a evaluar fueron los siguientes:

Evaluación de la exhibición:

1. Diseño de la exhibición permanente.
2. Aporte informativo de los textos de la exhibición.
3. Tamaño de letra de los textos de la exhibición.
4. El interés de los objetos exhibidos.
5. Calidad de las imágenes de la exhibición.
6. Iluminación general para recorrer la sala de exposiciones.
7. Iluminación para leer los textos.
8. Iluminación para observar los objetos.
9. Limpieza y mantención de la exhibición.

Evaluación de la atención entregada en el museo:

1. Recepción, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del museo.
2. Información general entregada por los funcionarios del museo.

Evaluación de la experiencia de visita:

1. ¿Cómo evalúa su experiencia general en el museo?

Como resultados generales tenemos que **los tres aspectos –exhibición, atención del museo y experiencia de visita- son evaluados muy satisfactoriamente**, destacando la satisfacción con la atención del museo (6,72) y la experiencia general del museo (6,71) por sobre la de la exhibición permanente (6,44).

Tabla N° 4: Evaluación promedio por ítem, por museos

Museo	Exhibición	Atención	Experiencia
M Antofagasta	6,64	6,82	6,72
M Artes Decorativas e HD	6,43	6,88	6,62
M Educación GM	6,70	6,65	6,69
M Gabriela Mistral de V	6,61	6,75	6,85

M Limarí	6,70	6,79	6,93
MA Martin Gusinde	6,16	6,63	6,47
MAA Linares	6,61	6,78	6,82
MAP Sebastian Englert	6,49	6,71	6,40
MB Vicuña Mackenna	6,30	6,85	6,70
MH Yerbas Buenas	6,87	6,94	6,92
MHG González Videla	6,67	6,78	6,75
MHN Concepción	6,65	6,87	6,77
MHN Valparaíso	6,53	6,62	6,71
MM Cañete	5,78	6,87	6,61
MR Ancud	6,19	6,72	6,48
MR Araucanía	6,40	6,78	6,72
MR Atacama	6,12	6,70	6,57
MR Magallanes	6,48	6,71	6,72
MR Rancagua	6,59	6,76	6,64
MSC Niebla	6,30	6,66	6,75
Total general	6,44	6,72	6,71

1. Evaluación de la exhibición permanente

En términos generales, los visitantes encuestados evaluaron muy positivamente la exhibición de los museos, con un **6,44**, nota cercana a la del año anterior (6,51). Por su parte, cada ítem de la exhibición fue evaluado con un nivel muy satisfactorio.

1.1. Evaluación general por museos

La exhibición mejor evaluada por el público fue la del **Museo Histórico de Yerbas Buenas**, con un promedio de 6,87. Destacan también el **Museo del Limarí** (6,70) y el **Museo de la Educación Gabriela Mistral** (6,70). Las evaluaciones más bajas en exhibición estuvieron en el Museo Mapuche de Cañete (5,78), donde la iluminación y el tamaño de la letra fueron evaluados peor que el resto de los museos. Todas estas notas reflejan un alto grado de satisfacción de los visitantes con la exhibición, salvo este museo, que se encuentra en el nivel siguiente de satisfacción. Los promedios de mayor a menor son los siguientes:

Tabla N° 5: Promedio del ítem exhibición por museo

Museo	Promedio
MH Yerbas Buenas	6,87
M Limarí	6,70
M Educación GM	6,70
MHG González Videla	6,67
MHN Concepción	6,65
M Antofagasta	6,64
MAA Linares	6,61

M Gabriela Mistral de V	6,61
MR Rancagua	6,59
MHN Valparaíso	6,53
MAP Sebastian Englert	6,49
MR Magallanes	6,48
M Artes Decorativas e HD	6,43
MR Araucanía	6,40
MSC Niebla	6,30
MB Vicuña Mackenna	6,30
MR Ancud	6,19
MA Martin Gusinde	6,16
MR Atacama	6,12
MM Cañete	5,78
Promedio	6,44

1.2. Resultados por ítem evaluado

Al analizar cada uno de los aspectos de la exhibición, se observa que cada ítem de la exhibición fue evaluado con un nivel muy satisfactorio. El aspecto mejor evaluado fue el de **limpieza y mantenimiento**, con nota promedio 6,73, y lo siguen la **calidad de las imágenes** de la exhibición y el **diseño de la exhibición** permanente, con nota 6,66. Las notas más bajas tienen que ver con la **iluminación** para recorrer salas (6,24), para observar objetos (6,22) y para leer textos (6,14), así como el **tamaño de los textos** escritos de la exhibición (6,2), mostrando un evidente aspecto a mejorar en la exhibición de los museos.

Tabla N°6: Promedio de notas por ítem evaluado de la exhibición.

Ítem	Evaluación promedio
9. Limpieza y mantenimiento de la exhibición.	6,73
5. Calidad de las imágenes de la exhibición.	6,66
1. Diseño de la exhibición permanente.	6,66
4. El interés de los objetos exhibidos.	6,63
2. Aporte informativo de los textos de la exhibición.	6,49
6. Iluminación general para recorrer la sala de exposiciones.	6,24
8. Iluminación para observar objetos.	6,22
3. Tamaño de letra de los textos de la exhibición.	6,20
7. Iluminación para leer los textos.	6,14
Promedio	6,44

Al observar las evaluaciones por cada elemento de la exhibición permanente, se detectaron **aspectos a destacar como la limpieza y la calidad de las exposiciones y, problemas por resolver en materia de iluminación y tamaño de textos**, enfocándose en algunos museos.

El **Museo Histórico de Yerbas Buenas** fue muy bien evaluado por sus visitas en limpieza y mantenimiento, diseño de la exhibición e interés por los objetos. El **Museo del Limarí** también

destacó en la buena evaluación de estos ítems, destacándose además por la calidad de sus imágenes. Otros museos sobresalientes en estos aspectos fueron el **Museo de Arte y Artesanías de Linares**, el **Museo de Artes Decorativas e Histórico Dominicó**, el **Museo de la Educación Gabriela Mistral**, el **Museo Histórico Gabriel González Videla** y el **Museo de Antofagasta**.

En cuanto a la detección de aspectos a resolver, el caso del **Museo Mapuche de Cañete** es el más preocupante, donde el público identificó incomodidades con la iluminación general para recorrer las salas (5,81), observar objetos (5,16) y leer los textos de la exposición (4,45), lo que se agrava con el tamaño de la letra evaluado con una nota inferior al resto de los museos (4,35). Las dificultades en iluminación para recorrer la sala de exhibición, observar los objetos, y leer los textos, también se observaron en el **Museo Regional de Atacama**, **Museo de Sitio Castillo de Niebla** y **Museo Regional de Ancud**, **Museo Antropológico Martín Gusinde** y **Museo Benjamín Vicuña Mackenna**, por lo que vale la pena considerar correcciones a este ítem.

a) Limpieza y mantención de la exhibición

La limpieza y mantención de la exhibición fue el **aspecto mejor evaluado de la exhibición**, con un promedio de 6,73. Destacan el Museo Histórico de Yervas Buenas y el Museo de Artes Decorativas e Histórico Dominicó, con nota 7,0 en este aspecto.

Tabla N° 7: Evaluación de la limpieza y mantención por museos

Museo	9. Limpieza y mantención de la exhibición.
MH Yervas Buenas	7,00
M Artes Decorativas e HD	7,00
M Educación GM	6,97
MHG González Videla	6,97
M Limarí	6,97
MHN Concepción	6,96
M Antofagasta	6,92
MHN Valparaíso	6,88
M Gabriela Mistral de V	6,87
MA Martín Gusinde	6,87
MR Rancagua	6,86
MAA Linares	6,86
MM Cañete	6,84
MB Vicuña Mackenna	6,83
MAP Sebastián Englert	6,72
MR Araucanía	6,72
MR Ancud	6,68
MR Magallanes	6,67
MR Atacama	6,57
MSC Niebla	6,42
Total general	6,73

b) Calidad de las imágenes de la exhibición

La calidad de las imágenes fue el aspecto **segundo mejor evaluado de la exhibición**, con un 6,66. Todos los museos fueron evaluados en un nivel muy satisfactorio, destacando el Museo del Limarí con un 6,96.

Tabla N° 8: Evaluación de la calidad de las imágenes en exhibición

Museo	5. Calidad de las imágenes de la exhibición.
M Limarí	6,96
MAA Linares	6,89
MHG González Videla	6,81
MR Rancagua	6,81
M Gabriela Mistral de V	6,80
M Educación GM	6,79
MH Yerbas Buenas	6,75
MHN Concepción	6,73
M Antofagasta	6,72
MHN Valparaíso	6,71
MSC Niebla	6,68
MAP Sebastian Englert	6,64
MB Vicuña Mackenna	6,57
MR Atacama	6,57
M Artes Decorativas e HD	6,52
MR Magallanes	6,51
MA Martin Gusinde	6,47
MR Araucanía	6,40
MM Cañete	6,39
MR Ancud	6,26
Total general	6,66

c) Diseño de la exhibición permanente

Los visitantes valoraron muy positivamente el diseño de la exhibición permanente de los museos, otorgándole un 6,66. Todos los museos fueron evaluados en un nivel muy satisfactorio, destacando el museo del Limarí con un 6,96.

Tabla N°9: Evaluación del diseño de la exhibición

Museo	1. Diseño de la exhibición permanente.
M Limarí	6,90
MAA Linares	6,89
MH Yerbas Buenas	6,88
M Gabriela Mistral de V	6,81
M Antofagasta	6,78
MR Rancagua	6,75
M Educación GM	6,73
MHG González Videla	6,72

MSC Niebla	6,70
MHN Concepción	6,66
MM Cañete	6,65
MHN Valparaíso	6,62
M Artes Decorativas e HD	6,62
MR Atacama	6,59
MR Magallanes	6,57
MAP Sebastian Englert	6,53
MR Ancud	6,49
MB Vicuña Mackenna	6,33
MA Martin Gusinde	6,20
MR Araucanía	6,12
Total general	6,66

d) Interés de los objetos exhibidos

Los visitantes se mostraron altamente interesados en los objetos de los museos, evaluándolos con un 6,66. Todos los museos fueron evaluados en un nivel muy satisfactorio, destacando el Museo del Limarí con un 7,00.

Tabla N°10: Evaluación del interés de los objetos exhibidos.

Museo	4. Interés de los objetos exhibidos.
M Limarí	7,00
M Antofagasta	6,89
MH Yervas Buenas	6,88
M Gabriela Mistral de V	6,81
MHN Concepción	6,80
M Educación GM	6,79
MAA Linares	6,75
MR Atacama	6,65
MAP Sebastian Englert	6,64
MSC Niebla	6,63
MHG González Videla	6,63
MR Magallanes	6,61
MR Rancagua	6,58
MB Vicuña Mackenna	6,56
MHN Valparaíso	6,53
MR Araucanía	6,52
MA Martin Gusinde	6,47
MM Cañete	6,39
MR Ancud	6,34
M Artes Decorativas e HD	6,24
Total general	6,63

e) Aporte informativo de los textos de la exhibición

Los visitantes evaluaron muy positivamente el aporte informativo de los textos de la exhibición, evaluándolos con un 6,49. Todos los museos fueron evaluados en un nivel muy satisfactorio, destacando el Museo Histórico de Yerbas Buenas con un 6,84.

Tabla N°11: Evaluación del aporte informativo de los textos de la exhibición

Museo	2. Aporte informativo de los textos de la exhibición.
MH Yerbas Buenas	6,84
M Limarí	6,79
M Antofagasta	6,75
M Educación GM	6,70
MHN Concepción	6,60
MAP Sebastian Englert	6,60
MSC Niebla	6,59
MR Magallanes	6,57
M Artes Decorativas e HD	6,57
MR Rancagua	6,56
MHN Valparaíso	6,55
MB Vicuña Mackenna	6,54
MAA Linares	6,46
MR Atacama	6,35
M Gabriela Mistral de V	6,31
MA Martín Gusinde	6,27
MHG González Videla	6,22
MR Araucanía	6,16
MR Ancud	6,10
MM Cañete	6,00
Total general	6,49

f) Iluminación general para recorrer las salas de exposiciones

Si bien este aspecto fue evaluado muy satisfactoriamente por los visitantes, con un promedio de 6,24, **varios museos fueron evaluados con una nota bajo 6,0**, evidenciando una incomodidad con la iluminación general para recorrer las salas de exhibición. Destacan por una evaluación menos satisfactoria, el Museo Regional de Atacama (5,13), el Museo Mapuche de Cañete (5,81), el Museo de Sitio Castillo de Niebla (5,84) y el Museo Regional de Ancud (5,89).

Tabla N°12: Evaluación general para recorrer las salas de exposición.

Museo	6. Iluminación general para recorrer las salas de exposición.
MHG González Videla	6,84
MH Yerbas Buenas	6,80
MHN Concepción	6,71
M Gabriela Mistral de V	6,63
MR Rancagua	6,61

MAA Linares	6,61
M Educación GM	6,56
MHN Valparaíso	6,48
MR Araucanía	6,48
M Antofagasta	6,39
MAP Sebastian Englert	6,36
M Limarí	6,34
MR Magallanes	6,33
M Artes Decorativas e HD	6,05
MA Martin Gusinde	5,93
MB Vicuña Mackenna	5,90
MR Ancud	5,89
MSC Niebla	5,84
MM Cañete	5,81
MR Atacama	5,13
Total general	6,24

g) Iluminación para observar los objetos

Si bien este aspecto fue evaluado muy satisfactoriamente por los visitantes, con un promedio de 6,22; **varios museos fueron evaluados con una nota bajo 6,0**, evidenciando una incomodidad con la iluminación para observar los objetos. Destacan por una evaluación menos satisfactoria, el Museo Mapuche de Cañete (5,16), el Museo Regional de Atacama (5,64), el Museo Antropológico Martin Gusinde (5,73), el Museo de Sitio Castillo de Niebla (5,75) y el Museo Regional de Ancud (5,87).

Tabla N°13: Evaluación de la iluminación para observar objetos.

Museo	8. Iluminación para observar objetos.
MH Yerbas Buenas	6,80
M Educación GM	6,79
MHN Concepción	6,75
MHG González Videla	6,72
M Gabriela Mistral de V	6,61
MR Araucanía	6,60
M Antofagasta	6,58
MR Rancagua	6,53
MHN Valparaíso	6,50
MAA Linares	6,46
M Limarí	6,45
MAP Sebastian Englert	6,36
MR Magallanes	6,31
M Artes Decorativas e HD	6,24
MB Vicuña Mackenna	6,02
MR Ancud	5,87
MSC Niebla	5,75
MA Martin Gusinde	5,73

MR Atacama	5,64
MM Cañete	5,16
Total general	6,22

h) Tamaño de letra de los textos de la exhibición.

El ítem fue muy bien evaluado por los visitantes, con un promedio de 6,20, donde destaca el Museo Histórico de Yervas Buenas con un 7,00. Ahora bien, **algunos museos fueron evaluados con una nota bajo 6,0**, evidenciando una incomodidad con el tamaño de la letra de los textos de exhibición. Destacan por una evaluación menos satisfactoria, el Museo Mapuche de Cañete, con un preocupante 4,35; el Museo Antropológico Martin Gusinde, con un 5,67; y el Museo Benjamín Vicuña Mackenna, con un 5,96.

Tabla N°14: Evaluación del tamaño de la letra de los textos de la exhibición.

Museo	3. Tamaño de letra de los textos de la exhibición.
MH Yervas Buenas	7,00
M Limarí	6,48
MHG González Videla	6,44
MR Magallanes	6,39
M Gabriela Mistral de V	6,32
MSC Niebla	6,32
MAA Linares	6,29
M Educación GM	6,25
M Antofagasta	6,25
M Artes Decorativas e HD	6,24
MAP Sebastian Englert	6,23
MR Rancagua	6,19
MHN Valparaíso	6,19
MR Araucanía	6,16
MR Atacama	6,09
MR Ancud	6,05
MHN Concepción	6,04
MB Vicuña Mackenna	5,96
MA Martin Gusinde	5,67
MM Cañete	4,35
Total general	6,20

i) Iluminación para leer los textos

La iluminación para leer los textos se encontró muy bien evaluada por los visitantes, con un promedio de 6,14, donde destaca el Museo Histórico de Yervas Buenas con un 6,88. Sin embargo, nos encontramos con **algunos museos que presentan incomodidades respecto de la iluminación de los textos**, siendo evaluados con nota bajo 6,0. Destacan aquí el Museo Mapuche de Cañete con un preocupante 4,45; el Museo Regional de Atacama (5,48); el Museo de Sitio castillo de Niebla (5,78); el Museo Antropológico Martin Gusinde (5,87) y el Museo Benjamín Vicuña Mackenna (5,96).

Tabla N°15: Evaluación de la iluminación para leer los textos

Museo	7. Iluminación para leer los textos.
MH Yerbas Buenas	6,88
M Educación GM	6,73
MHG González Videla	6,66
MHN Concepción	6,59
M Antofagasta	6,44
M Artes Decorativas e HD	6,43
MR Rancagua	6,42
MR Araucanía	6,42
M Limarí	6,41
MR Magallanes	6,33
M Gabriela Mistral de V	6,32
MHN Valparaíso	6,32
MAP Sebastian Englert	6,31
MAA Linares	6,29
MR Ancud	6,04
MB Vicuña Mackenna	5,96
MA Martin Gusinde	5,87
MSC Niebla	5,78
MR Atacama	5,48
MM Cañete	4,45
Total general	6,14

2. Evaluación de la atención de los museos

En términos generales, los visitantes encuestados evaluaron muy positivamente la atención entregada en el museo, evaluando con un promedio **6,72**, nota superior a la obtenida en este ítem el año pasado (6,24)⁴. Por su parte, tanto la recepción (6,79) como la información recibida (6,66) fueron evaluadas con un nivel muy satisfactorio.

Tabla N°16: Promedio de ítem de atención por pregunta

Evalúe de 1 a 7 la atención entregada en el museo:	Promedio
1. Recepción, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del museo.	6,79
2. Información general recibida de los funcionarios del museo.	6,66
Promedio	6,72

⁴ Si bien las diferencias entre los promedios nacionales de los años 2016 y 2017 son siempre interesantes, ya que pueden indicar una mejora o un retroceso, hay museos encuestados este año que no lo fueron el año anterior y viceversa, por lo que se recomienda leer esta información con precaución.

1.1. Evaluación general por museos

La atención recibida por el museo fue evaluada con nivel muy satisfactorio en todos los museos, especialmente en el **Museo Histórico de Yerbas Buenas** (6,94), el **Museo de Artes Decorativas e Histórico Dominicó** (6,88), el **Museo Histórico Natural de Concepción** (6,87) y el **Museo Mapuche de Cañete** (6,87). Los promedios de mayor a menor son los siguientes:

Tabla N°17: Promedio del ítem atención, por museo

Museo	Promedio
MH Yerbas Buenas	6,94
M Artes Decorativas e HD	6,88
MHN Concepción	6,87
MM Cañete	6,87
MB Vicuña Mackenna	6,85
M Antofagasta	6,82
M Limarí	6,79
MHG González Videla	6,78
MR Araucanía	6,78
MAA Linares	6,78
MR Rancagua	6,76
M Gabriela Mistral de V	6,75
MR Ancud	6,72
MR Magallanes	6,71
MAP Sebastian Englert	6,71
MR Atacama	6,70
MSC Niebla	6,66
M Educación GM	6,65
MA Martin Gusinde	6,63
MHN Valparaíso	6,62
Total general	6,72

1.2. Resultados por ítem evaluado

Al analizar cada uno de los aspectos de la atención, se observa que la atención, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del museo (6,79), es evaluado levemente mejor que la información general recibida de los funcionarios del museo (6,66).

Tabla N°18: Atención recibida de los funcionarios del museo

Museo	1. Recepción, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del museo.	2. Información general recibida de los funcionarios del museo.	Promedio
MH Yerbas Buenas	7,00	6,88	6,94
M Artes Decorativas e HD	6,95	6,81	6,88
MHN Concepción	6,94	6,81	6,87
MM Cañete	6,87	6,87	6,87
MB Vicuña Mackenna	6,92	6,79	6,85
M Antofagasta	6,89	6,75	6,82

M Limarí	6,89	6,69	6,79
MHG González Videla	6,91	6,66	6,78
MR Araucanía	6,80	6,76	6,78
MAA Linares	6,81	6,74	6,78
MR Rancagua	6,86	6,67	6,76
M Gabriela Mistral de V	6,76	6,74	6,75
MR Ancud	6,82	6,63	6,72
MR Magallanes	6,69	6,74	6,71
MAP Sebastian Englert	6,82	6,59	6,71
MR Atacama	6,83	6,57	6,70
MSC Niebla	6,70	6,63	6,66
M Educación GM	6,82	6,48	6,65
MA Martin Gusinde	6,80	6,47	6,63
MHN Valparaíso	6,74	6,50	6,62
Total general	6,79	6,66	6,72

3. Evaluación de la experiencia

Los usuarios evaluaron muy positivamente la experiencia en el museo, evaluando este ítem con un promedio **6,71**, nota superior a la obtenida en este ítem el año pasado (6,62).

1.1. Evaluación general por museos

La experiencia vivida en el museo fue evaluada con nivel muy satisfactorio en todos los museos, especialmente en el Museo del Limarí (6,93), Museo Histórico de Yerbas Buenas (6,92) y el Museo Gabriela Mistral de Vicuña. Los promedios de mayor a menor son los siguientes:

Tabla N°19: Promedio evaluación experiencia, por museo

Museo	Evaluación
M Limarí	6,93
MH Yerbas Buenas	6,92
M Gabriela Mistral de V	6,85
MAA Linares	6,82
MHN Concepción	6,77
MHG González Videla	6,75
MSC Niebla	6,75
M Antofagasta	6,72
MR Magallanes	6,72
MR Araucanía	6,72
MHN Valparaíso	6,71
MB Vicuña Mackenna	6,70
M Educación GM	6,69
MR Rancagua	6,64

M Artes Decorativas e HD	6,62
MM Cañete	6,61
MR Atacama	6,57
MR Ancud	6,48
MA Martin Gusinde	6,47
MAP Sebastian Englert	6,40
Total general	6,71

V. Sugerencias para mejorar la exposición

La pregunta *¿Tiene alguna sugerencia para mejorar nuestra exposición permanente?* fue respondida de manera abierta y extensiva por los encuestados, y por tanto, analizada cualitativamente con el fin de recabar problemas y soluciones asociados a su experiencia de visita.

Antes de presentar los resultados de este análisis, hay que señalar dos consideraciones metodológicas. En primer lugar, sabemos que el 55% de los visitantes accedió a responder la pregunta, lo que equivale a un total de 749 respuestas de un total de 1.370 encuestas. Sin embargo, son numerosos los que no dejaron ningún contenido informativo, respondiendo que “no” tienen “ninguna” observación ni “nada” que sugerirle al museo, lo cual se condeciría con una satisfacción positiva de su visita. Sumamos a todos aquellos que dan al museo sus “felicitaciones” o señalan que es “muy bueno”, “está todo bien” o “todo perfecto” o “nada que mejorar”, sin agregar más informaciones. El conjunto de esas respuestas ha sido excluido del presente análisis:

Tabla N° 20: Cantidad de respuestas informativas y no informativas por museo

Museo	Respuestas no informativas	Cantidad de respuestas a la pregunta <i>¿Cómo podemos mejorar?</i>	Encuestas totales
M Antofagasta	12	29	36
M Artes Decorativas e HD	1	12	21
M Educación GM	2	23	33
M Gabriela Mistral de V	22	122	150
M Limarí	0	9	29
MA Martin Gusinde	1	6	15
MAA Linares	1	14	28
MAP Sebastian Englert	1	24	36
MB Vicuña Mackenna	6	28	48
MH Yerbas Buenas	5	14	25
MHG González Videla	11	29	32
MHN Concepción	2	40	83
MHN Valparaíso	18	96	194
MM Cañete	1	23	31
MR Ancud	10	83	105
MR Araucanía	7	14	26
MR Atacama	0	14	23
MR Magallanes	4	21	61
MR Rancagua	6	21	36
MSC Niebla	22	127	358
Total general	132	749	1.370

En términos generales, la iluminación para ver objetos y textos es un factor que condiciona fuertemente la satisfacción de una visita. La información cualitativa que presentamos corrobora los problemas de luz que reflejan los promedios presentados y agregan algunas informaciones

importantes, como la causa del problema de iluminación, a saber, principalmente: reflejos en la vitrina por un ángulo incorrecto de foco, fallas de funcionamiento por deterioro del foco y baja intensidad de la luz. Ante ello, cada museo deberá detectar cuáles son sus problemas puntuales.

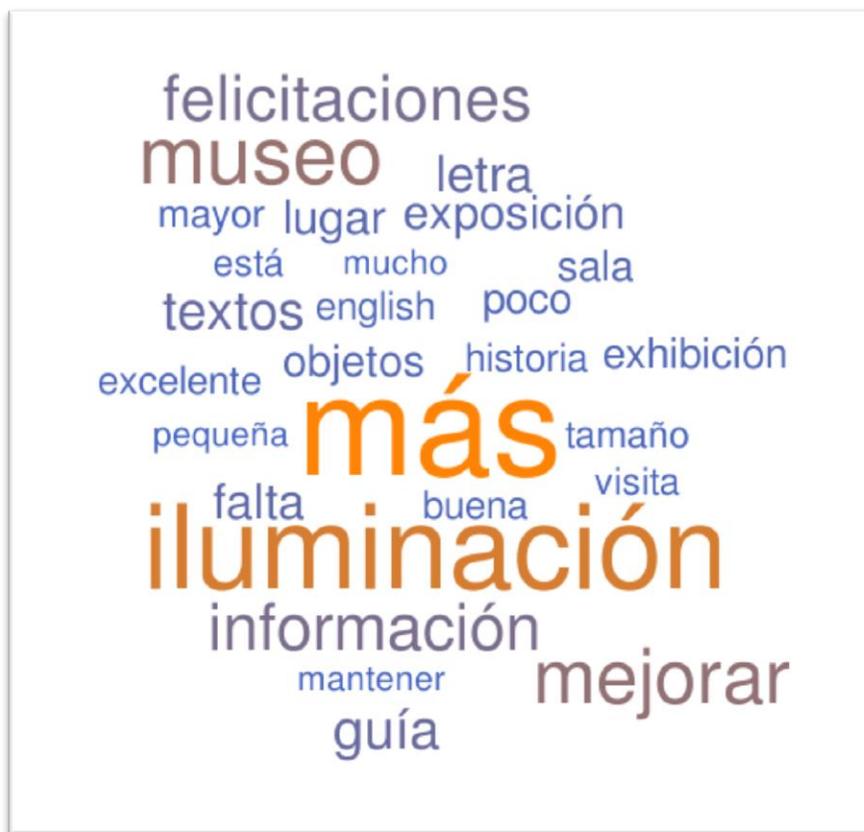
Los visitantes valoran la información recibida, ya sea a través de los textos, de los dispositivos tecnológicos y sobre todo de los funcionarios o guías, pues el conocimiento viene con un agregado humano (la amabilidad, la atención) que es también es valorado por estas personas en situación de esparcimiento. Las citas revisadas muestran que hay una fuerte expectativa de adquirir conocimientos en los visitantes del museo, y no son pocos los que solicitan más información y una mejor manera de transmitirlo, ya sea a través de guías, dispositivos o de la simple distribución de la información en el espacio y en coherencia con los objetos exhibidos. Si bien los niños son vistos como un público prioritario, ellos no agotan la función pedagógica del museo, son muchísimas las informaciones de adultos que esperan aprender algo o que está satisfecho de haber aprendido algo en su visita.

Respecto al tipo de información o conocimientos que esperar encontrar los visitantes, está es muy variable: algunos, probablemente motivados por la experiencia de visita, solicitan más información y más objetos porque la exhibición se les hizo pequeña, otros, en cambio, solicitan informaciones u objetos específicos sobre aspectos de la exhibición que quisieran profundizar. Sin embargo, es difícil a través de esta encuesta poder distinguir entre las expectativas iniciales de visitante y las expectativas suicidadas por su curiosidad personal durante la visita.

Otra función del museo que aparece en el imaginario de los visitantes es el de su misión de conservar el patrimonio común, ya sea a nivel de la localidad como de la nación, lo que se agrega a la expectativa de conocimiento que muestran los visitantes. Esto se ve confirmado por las citas que hacen explícitamente referencia a la importancia de que las generaciones futuras aprendan de la identidad y la cultura de donde provienen. Llama la atención, a respecto, la intensa satisfacción que produce la figura de Gabriela Mistral en los visitantes del museo dedicado a este personaje, tanto de la fuerza de la identificación de los visitantes con figuras importantes de su pueblo como de su inclinación por los vínculos humanos, que también son celebrados cuando existe una correcta mediación de los funcionarios, a la vez cercana y eficiente en la transmisión de conocimientos.

Cabe señalar que al revisar los conceptos más repetidos surge el aumento **de iluminación** y la **necesidad de mayor información y mediación**, así como el requerimiento de traducción idiomática de los textos. A continuación se muestran las nociones que se repiten más de 20 veces en la muestra:

Imagen N°3: Nube de conceptos repetidos 20 veces o más.



A continuación se analizan en detalle las tres líneas temáticas generales que surgieron en este análisis cualitativo, en torno a las cuales se presenta una selección de los testimonios más elocuentes de los visitantes:

- Iluminación y condiciones de lectura de los textos de exhibición.
- Los objetos y el espacio del museo
- Mediación humana y no humana.

1. Iluminación y condiciones de lectura de los textos de la exhibición

En muchas ocasiones el visitante indica el problema con la luz es el objeto, la vitrina o los textos. La mayoría de las veces el visitante no agrega información, por lo cual consideraremos que la sugerencia apunta a la **luz general o luz ambiente de las salas**. Los museos que más muestran este tipo de deficiencia general, son:

Tabla N°21: Cantidad de menciones sobre la iluminación

Museo	Menciones por museo
MR Magallanes	2
MR Ancud	5
MSC Niebla	25
MR Araucanía	2

MM Cañete	1
MAP Sebastian Englert	1
M Artes Decorativas e HD	1
MB Vicuña Mackenna	5
MHN Valparaíso	3
M Gabriela Mistral de V	4
M Antofagasta	1
MR Atacama	4

También encontramos menciones a luces que no están en funcionamiento o que hay que “reparar”:

Tabla N° 22: Cantidad de menciones sobre reparación de luces

Museo	Menciones por museo
MR Ancud	5
MSC Niebla	2

En cuanto a las menciones sobre problemas de luz en los objetos, estas señalan problemas de luz en las “vitrinas”, y muchas veces asociadas al “reflejo”:

Tabla N°23: Cantidad de menciones sobre iluminación de los objetos

Museo	Menciones por museo
MA Martin Gusinde	1
MR Ancud	1
MM Cañete	1
MHN Valparaíso	1
M Gabriela Mistral de V	2
MHG González Videla	3
M Limarí	1
M Antofagasta	1

También encontramos sugerencias para mejorar la luz de objetos y salas específicas, como es el caso del “fogón” (3) en el Museo de Ancud o de la sala de “minería” (3) en el Museo Regional de Atacama y de las siguientes menciones:

Mejor iluminación en el comedor de la casa y habilitar un poco más los espacios para ver cuadros e interiores

(MR Magallanes, Hombre, 28 años, Puerto Montt)

Creo que la iluminación de la exposición de la sala 2 (vida familiar y personal), sobre todo en los textos

(MB Vicuña Mackenna, Mujer, 17 años, San Joaquín)

En la parte de la isla de pascua poner un poco de iluminación en las paredes no se ven los dibujos

(MHN Valparaíso, Hombre, 27 años, Quilpué)

Solo mejoraría un poco la iluminación de la cocina. Pondría velo en el dosel del dormitorio
(MR Rancagua, Mujer, 58 años, Santiago)

La iluminación de los muebles

(M Antofagasta, Hombre, 16 años, Quilpué)

En algunas oportunidades, los usuarios dan cuenta de otros efectos negativos de las luces en salas y públicos específicos:

La iluminación es demasiado oscura para niños pequeños, junto con la exposición de animales embalsamados hacen un escenario un poco tétrico para algunos pequeños

(MHN Valparaíso, Mujer, 23 años, Temuco)

El cuartito oscuro donde están las focas (?) Y cangrejos podría estar un poquito más iluminado (para que no de tanto pánico).

(MHN Valparaíso, Mujer, 16 años, Valparaíso)

En algunos sectores la iluminación es baja por lo que asusta a niños pequeños

(MHN Valparaíso, Hombre, 40 años, Temuco)

Otra falencia recurrente en los públicos es el **tamaño de las letras** de los textos, considerados demasiado pequeños o lejos del alcance del ojo, lo que afecta la legibilidad:

Tabla N° 24: Menciones sobre el tamaño de la letra

Museo	Menciones por museo
MA Martin Gusinde	1
MR Magallanes	1
MR Ancud	2
MSC Niebla	4
MM Cañete	14
MHN Concepción	10
MB Vicuña Mackenna	4
MHN Valparaíso	7
MAP Sebastián Englert	1
M Gabriela Mistral de V	1
M Limarí	1
M Antofagasta	4

También observamos una serie de **sugerencias para mejorar la lectura de los textos**, asociados a su iluminación:

Tabla N°25: Cantidad de menciones sobre la iluminación de los textos

Museo	Menciones por museo
MR Ancud	2
MM Cañete	6
MHN Concepción	2
M Artes Decorativas e HD	1
MB Vicuña Mackenna	1
MHN Valparaíso	3

En ciertas ocasiones, los visitantes especifican cuáles son los textos mal iluminados:

*El tamaño de letras y brillos, ya que cuesta distinguir las letras
(MB Vicuña Mackenna, Mujer, 20 años, Puente Alto)*

*The angle of the light-sometimes it is difficult to read texts from the display boards
(MAP Sebastian Englert, Mujer, 40 años, Países Bajos)*

*Mejorar calidad de los textos y su iluminación. No en el vidrio
(MHN Concepción, Mujer, 38 años, Hualpén)*

Ahora bien, en relación a los textos mismos, algunos visitantes piden mejorar su “calidad”, como cuando detectan errores de redacción u ortográficos:

*Un error ortográfico en uno de los textos, palabra escrita debe [ir] con "V", en el segundo salón.
(MSC Niebla, Mujer, 25 años, Peñalolén)*

*Modificar error en texto de cultrún donde se repite dos veces willimapu.
(MM Cañete, Mujer, 30 años, Valparaíso)*

Lo mismo ocurre cuando la información es errónea o no corresponde con los objetos, o cuando estos se encuentran sin información o con información incompleta:

*Falta información descriptiva de los elementos que se exponen
(M Gabriela Mistral V, Hombre, 25 años, Puente Alto)*

*Indicar en vida cotidiana el detalle de todos los objetos presentes
(MH Yervas Buenas, Mujer, 56 años, Concepción)*

*Great exhibition! Maybe more information about the cave.
(MAP Sebastian Englert, Mujer, 35 años, Francia)*

También solicitan mayor cantidad y calidad de información, sin especificar sobre qué:

*Más información en los textos
(MHG González Videla, Mujer, 17 años, Santiago)*

Mejorar los textos
(MR Araucanía, Mujer, 23 años, Dalcahue)

Y en otras ocasiones sí especifica el tipo de información, el tema de interés o los objetos que debieran tener más información:

Mayor información histórica.
(MHG González Videla, Mujer, 77 años, Santiago)

Debería detallarse más sobre la guerra del Pacífico
(M Antofagasta, Hombre, 37 años, Antofagasta)

Más información de cada especie
(MHN Valparaíso, hombre, años, Concón)

Más información sobre los mitos
(MR Ancud, Mujer, 26 años, Santiago)

Otra solicitud respecto a la información es el emplazamiento al interior del recinto del museo, es decir la “distribución” de la información según como se desenvuelva el guion museográfico en el espacio:

Más información en los sectores del exterior.
(MSC Niebla, Hombre, 37 años, Melipilla)

Más información al inicio del fuerte, de la vida social y cultural de la zona.
(MSC Niebla, Mujer, 40 años, Providencia)

Por lo general, la buena entrega de información es valorada positivamente, lo cual, como veremos, se relaciona con la percepción del museo como un espacio educativo:

Está muy bien explicada y distribuida la información
(M Limarí, Mujer, 31 años, Río Hurtado)

Felicidades por la información entregada
(M Gabriela Mistral V, Mujer, 53 años, Placilla)

No, está muy bien especificada cada cosa
(M Artes Decorativas e HD, Mujer, 33 años, La Granja)

Por último, otra solicitud importante respecto a los textos escritos y audios, es disponer de **traducción** al inglés o a otro idioma extranjero, en los siguientes museos:

Tabla N° 26: Cantidad de menciones sobre la disponibilidad de traducción

Museo	Menciones por museo
MA Martin Gusinde	2
MR Magallanes	2
MR Ancud	10

MSC Niebla	3
MB Vicuña Mackenna	1
MHN Valparaíso	2
MAP Sebastián Englert	2
M Gabriela Mistral de V	5
MR Atacama	1

2. Los objetos y el espacio del museo

En cuanto a los objetos y colecciones, los usuarios piden una **mayor cantidad** de estos, así como una exhibición mayor en un espacio más grande, como se repite en el Museo de Historia Natural de Concepción, tanto para que la visita sea más larga como para poder recorrerla cómodamente:

Deberían de poner más colecciones

(M Antofagasta, Hombre, 37 años, Antofagasta)

Quizás ampliarlo en una muestra más grande y desarrollo de otros conceptos

(M Educación GM, Mujer, 45 años, Curicó)

Tener más cosas en exhibición

(MHN Concepción, Mujer, 28 años, Concepción)

Muy linda experiencia considerando el edificio, las salas son algo pequeñas.

(MHN Concepción, Hombre, 38 años, Villarrica)

Solo que es algo pequeña y uno se queda con ganas de ver más. Pero en general es un privilegio estar tan cerca de palpar la historia.

(MH Yervas Buenas, Mujer, 53 años, Puerto Varas)

Está entrete, pero tal vez necesita un poco más de espacio.

(MHN Valparaíso, Mujer, 17 años, Santiago)

Que sea un poco más grande y tal vez con sonido ambiental.

(MHG González Videla, Hombre, 26 años, Perú)

Y asimismo varios visitantes solicitan un mayor tiempo para poder recorrer el espacio, lo cual está asociado a los horarios de acceso:

Que sea más larga la exposición

(M Educación GM, Mujer, 15 años, La Florida)

Más tiempo de exposición

(M Educación GM, Mujer, 16 años, Renca)

Extender el horario de funcionamiento

(M Educación GM, Mujer, 27 años, Puente Alto)

Pero no solamente piden más objetos, sino también señalan el **tipo de objetos** que quisieran encontrar en el museo, o los temas asociados a ellos:

Estaría excelente poner en la exposición unos sofiles [fósiles] encontrados por un joven en el cerro la virgen, sería muy interesante

(MHN Valparaíso, Mujer, 16 años, Valparaíso)

Dinosaurios

(MHN Valparaíso, Mujer, 18 años, Valparaíso)

Fetos muertos en cloroformo

(MHN Valparaíso, Hombre, 18 años, Valparaíso)

Podría haber más armas de guerra.

(MSC Niebla, Hombre, 31 años, San Felipe)

Gestionar más objetos pertenecientes a Gabriela Mistral o Violeta Parra.

(M Educación GM, Mujer, 61 años, Recoleta)

Llama la atención que varios **visitantes solicitan mapas y fotografías**, como complementos de la exposición, y **objetos antiguos**:

Mejorar la calidad de las fotografías usadas como fondo

(MB Vicuña Mackenna, Hombre, 36 años, Providencia)

Incluir mapas

(MR Araucanía, Hombre, 24 años, Temuco)

Very informative... Loved the map. Perhaps more photos of trains and other pieces of lost history. Also would love to learn more about the mythology.

(MR Ancud, Mujer, 34 años, Australia)

Exhibir más objetos antiguos en patio central

(MR Atacama, Hombre, 60 años, Maipú)

De las solicitudes de información y objetos específicos, queremos destacar aquellas dirigidas a aquellos que tienen un **valor local**, ya sea a nivel de la nación, de la región, de la comuna o del territorio geográfico, como es el caso de la isla de Chiloé, que se repite en el Museo Regional de Ancud.

Dar más importancia a los artistas locales.

(MAA Linares, Mujer, 44 años, Linares)

Hablar de actividades propias de la isla. Ejemplo la minga

(MR Ancud, Hombre, 42 años, México)

*Deberían poner énfasis en las tradiciones e identidad chilota al mostrar los objetos
(MR Ancud, Hombre, 51 años, Chillán)*

*Mayores artículos de La Serena.
(MHG González Videla, Hombre, 79 años, La Serena)*

*Mayor muestra de objetos chilenos
(M Artes Decorativas e HD, Hombre, 57 años, Ñuñoa)*

*Que sepan los extranjeros que el museo existe y que tanto el chileno como el extranjero reconozca los méritos del museo y de Copiapó
(MR Atacama, Hombre, 70 años, Reino Unido)*

*Felicitaciones por mantener la historia de Valdivia disponible al público en general.
(MSC Niebla, Mujer, 32 años, Valdivia)*

*Mostrar más al pueblo mapuche y dejar de venerar tanto a los españoles y sus tácticas de represión cultural.
(MSC Niebla, Hombre, 22 años, Valdivia)*

Por su parte, las **críticas negativas asociadas a los objetos**, como cuando se encuentran deteriorados o cuando su conservación corre algún riesgo, a juicio de los visitantes:

*Me pareció que algunos animales disecados estaban muy antiguos. Lo mismo con algunas imágenes y objetos en resina. Lo demás muy entretenido, interesante y muy agradable.
(MHN Concepción, Mujer, 34 años, Pirque)*

*Hace falta una mejor curación de los animales disecados (mantenimiento).
(MHN Valparaíso, Hombre, 36 años, La Serena)*

*Mejorar la seguridad de los jarrones chinos
(MR Magallanes, Hombre, 48 años, Chillán)*

*Mejorar la seguridad de tan importantes objetos, como por ejemplo del estandarte del Batallón Atacama, el mueble podría ser fácilmente abierto
(MR Atacama, Hombre, 47 años, Copiapó)*

Como señalamos más arriba, los visitantes no solo solicitan espacio para poner más objetos, sino también para ellos mismos. Las personas manifiestan requerir **condiciones** adecuadas para una buena experiencia de visita, tanto para ver los objetos como para circular en el museo, sin poner el riesgo las colecciones:

*Too many people in a very small space. Making it hard to view objects and explanations.
(MAP Sebastian Englert, Mujer, 63 años, Estados Unidos)*

*Distribución de las obras mejorar el tránsito en el museo.
(MHG González Videla, Hombre, 41 años, Coquimbo)*

En el museo de Recoleta Domínica, falta espacio para exhibir los objetos, puesto que los cursos son grandes en cantidad, el espacio es muy reducido.

(M Artes Decorativas e HD, Hombre, 32 años, Rancagua)

Ampliar más las salas de exhibición para la capacidad de personas

(M Educación GM, Mujer, 15 años, San Joaquín)

Y proponen **abrir espacios** específicos que permanecen cerrados:

Deberían abrir la capilla

(M Educación GM, Mujer, 16 años, Lo Prado)

Acceso a las torres que hay en el patio

(MR Ancud, Hombre, 23 años, Valparaíso)

Sería bueno habilitar el segundo piso.

(MR Magallanes, Hombre, 46 años, San Pedro de la Paz)

Así como separar ciertos espacios dedicados a funciones diferentes:

Aislar la zona de vídeo informativo, para mejor apreciación de este.

(MAP Sebastian Englert, Mujer, 29 años, Florida)

Diversificar espacios,

(M Educación GM, Mujer, 22 años, Quinta Normal)

O reubicar los objetos, en función del público infantil:

Pienso que quizás hay mucha altura para algunos objetos, por lo que no se logran ver muy claramente. Me gustaría que el museo fuera más grande, pero especialmente la sala de exposiciones

(MHN Concepción, Hombre, 22 años, Concepción)

Algunas de las exhibiciones se encontraban altas en relación a alguien de estatura pequeña

(MHN Concepción, Mujer, 34 años, Concepción)

A partir de su experiencia de visita, los visitantes proponen recorridos y distintas estrategias para resolver el problema de la circulación, como por ejemplo una **señalización** clara de los espacios y los recorridos, y **solicitan información al inicio de la visita**, para que esta tenga una **orientación**, pero también información sobre lo que está permitido (tocar los objetos).

Enumerar las salas para ir en orden

(MR Magallanes, Mujer, 24 años, Los Ángeles)

Se podría mejorar la señalética

(MR Araucanía, Mujer, 27 años, Angol)

Considero necesario entregar al visitante quizás un mapa orientativo de las salas de exposiciones del museo

(MHN Valparaíso, Mujer, 31 años, La Serena)

Se podría poner el orden en que se debe recorrer, de modo de poder entender mejor la historia del fuerte de Niebla y [...] una introducción en la entrada, en qué consiste todo.

(MSC Niebla, Mujer, 33 años, Santiago)

Más mapas e infografías a lo largo de las pasarelas que indiquen puntos que se observan desde *ellas.*

(MSC Niebla, Hombre, 33 años, Santiago)

La visita al exterior, debería estar un poco más orientada, no se sabe si se puede tocar o acercar a la exposición.

(MR Ancud, Hombre, 28 años, Chonchi)

Proponen además revisar el **orden del recorrido**, para que se ajuste al relato histórico o la cronología. La información escrita muchas veces aparece como el hilo conductor de la visita:

Mejorar el orden cronológico de la exposición

(MHN Concepción, Hombre, 22 años, Hualpén)

Orden del museo de manera cronológica, señalización de este orden para ver la progresión histórica

(MHN Concepción, Mujer, 22 años, Hualpén)

También en relación al uso del espacio, los visitantes echan de menos en ocasiones el uso de **recursos auditivos**, ya sea para crear una sensación de acogida o para crear atmósfera relacionada con el tema:

Incorporar sonido

(M Antofagasta, Hombre, 48 años, Quilpué)

Solo tener prendido el computador para escuchar la voz de G.Mistral

(M Gabriela Mistral V, Hombre, 45 años, La Serena)

Se sugiere en lo posible contar con suave música ambiental o clásica, dando un mayor realce a todo el montaje, gracias.

(MB Vicuña Mackenna, Hombre, 47 años, Providencia)

Música folklórica de fondo

(MH Yervas Buenas, Hombre, 40 años, La Cisterna)

Colocar música ambiental.

(MHG González Videla, Hombre, 72 años, Copiapó)

Implementar parlantes con audio para el recorrido y así que sea aún más emocionante

(MHN Concepción, Hombre, 15 años, Hualqui)

En la última sala se podría incorporar música ambiental, porque se pierde con los otros audios

(MHN Concepción, Mujer, 29 años, Cañete)

Música ambiental según el lugar y animales que se ven.

(MHN Valparaíso, mujer, 30 años, Valparaíso)

En algunos puntos que haya parlantes simulando cañones.

(MSC Niebla, Hombre, 23 años, Temuco)

Música = Lugar acogedor.

(MSC Niebla, Mujer, 44 años, San Antonio)

Ahora bien, esto no quita que el silencio sea muy valorado por ciertos visitantes, principalmente quienes ven al museo como un espacio de **tranquilidad**, lo que podría entrar en tensión con la vocación pedagógica del museo, que abordaremos enseguida:

Menos niños de 14 hacia abajo, corren y gritan mucho

(M Educación GM, Mujer, 17 años, Viña del Mar)

Incorporar letreros indicativos, en calidad y llamativos que promuevan el silencio .Prohibir comer dentro del lugar y cobrar una entrada mínima pero que haga sentir un aspecto de hogar y valorización a este maravilloso lugar

(M Gabriela Mistral V, Mujer, 36 años, Concepción)

Poner carteles de silencio y cuidado, hay niños muy molestos.

(MHN Valparaíso, Mujer, 19 años, Valparaíso)

Un motivo constante de felicitaciones al museo es el mantenimiento del **orden y el aseo** del mismo, del cual responsabilizan a los funcionarios del museo.

El lugar está en perfectas condiciones, limpio y ordenado. Un agrado llegar y visitar con niños.

(MAA Linares, Mujer, 35 años, Linares)

Felicitaciones x mantener este museo impecable.

(MR Rancagua, Hombre, 43 años, Machalí)

Felicitaciones por el orden y la conservación del fuerte. Ojalá sigan permaneciendo en el tiempo.

(MSC Niebla, Mujer, 55 años, Puente Alto)

Esta última remite a una función esencial del museo, que es la conservación del patrimonio material público valioso para la “cultura”, en el sentido tanto de la educación personal del visitante como de los símbolos colectivos de su país o región. Nuevamente, el visitante concibe a estos objetos como parte del **patrimonio común** y a los museos como una función pública dedicada a su cuidado. Algunas de estas citas son de gran intensidad:

Agradecemos la gestión de Dibam. Un trato cordial en todo momento de todos sus colaboradores.

(MR Rancagua, Mujer, 50 años, Rancagua)

Me parece muy bien cuidado, para ser público.

(MSC Niebla, Mujer, 39 años, Punta Arenas)

Felicidades y gracias por tener y mantener al museo en lindas condiciones; esto habla del valor que le dan a su patrimonio.

(MSC Niebla, Mujer, 50 años, Copiapó)

Felicitaciones y que continúen trabajando en pro del conocimiento cultural.

(MAP Sebastian Englert, Mujer, 61 años, México)

Felicitaciones por lo lindo hace crecer el alma se ve llena de espíritu de poesía

(M Gabriela Mistral V, Mujer, 63 años, La Serena)

Estos museos son muy importantes conocerlos para saber más de nuestros antepasados y nos cultivamos mejor.

(M Limarí, Mujer, 71 años, Maipú)

Felicidades patrimonio que nos brindan a cada chileno por la gran poetisa

(M Gabriela Mistral V, Hombre, 30 años, Vicuña)

Y por las razones anteriores, consideran también que debe haber **condiciones de seguridad** para estos recintos, sus objetos y sus visitantes:

Falta guardia de seguridad

(MR Magallanes, Hombre, 49 años, Puerto Montt)

Culturalmente lo encuentro extraordinario para las personas que visitan este museo. Seguir cuidando el lugar y mantener constante vigilancia para evitar que desalmados hagan grabados o rayen el lugar. Todo es hermoso y funcional.

(MSC Niebla, Hombre, 59 años, Santiago)

Crear un museo en un emplazamiento seguro

(M Antofagasta, Mujer, 33 años, Antofagasta)

Por otra parte, cuando los visitantes consideran que el espacio y los objetos están desordenados, lo hacen notar, como es el caso del MR de Ancud:

Mejorar mantención

(MA Martin Gusinde, Mujer, 32 años, Ñuñoa)

Solo mantener el aseo

(MAP Sebastian Englert, Hombre, 38 años, Independencia)

Visualmente me parece bonita composición y en general bien iluminada, solo me hizo un poco de ruido un material que es parte de la muestra y se encuentra almacenado en un rincón. Bello lugar y muy limpio

(MR Ancud, Hombre, 39 años, Mostazal)

Lo mismo sucede con el espacio exterior, para el cual solicitan **cuidado de jardinería**:

Que se cuide más el jardín, ya que es bello y algunas plantas que se están secando. Gracias
(M Artes Decorativas e HD, Hombre, 36 años, Lo Prado)

El estado de los jardines es poco cuidado. Las dependencias de la biblioteca no están abiertas en días sábado ni domingo y deberían abrirse esos días.

(M Gabriela Mistral V, Hombre, 25 años, Vicuña)

Hacerse cargo de podar la Camelia del patio, patio más ordenado y conservar el árbol en su esplendor.

(MAA Linares, Mujer, 63 años, Linares)

Por último, en relación al espacio, notamos **demandas de inversión en infraestructura**, sobre todo para el acceso de las personas con dificultades de **movilidad**:

Adaptar las escaleras para los minusválidos

(M Antofagasta, Mujer, 19 años, Antofagasta)

Ramblas de acceso para discapacitados

(MHN Valparaíso, Mujer, 23 años, La Ligua)

No todos los accesos son inclusivos para personas con movilidad reducida.

(MM Cañete, Mujer, 27 años, Tirúa)

En el caso del MSC Niebla, donde se hizo una importante intervención con nueva infraestructura, la gente por lo general las valora positivamente:

Me hubiera gustado estar más cerca de los cañones.

(MSC Niebla, Hombre, 47 años, Puente Alto)

Yo conocí el Museo sin pasarelas, en cambio ahora está más cómodo y mejor para cuidar los cañones, ya que la gente se subía a los cañones. Buena idea... Genial.

(MSC Niebla, Hombre, 46 años, Santiago)

Maravillosa recuperación histórica. Maravillosa construcción de pasarelas. Maravilloso cuidado ecológico. Un ejemplo para el turista y los niños.

(MSC Niebla, Mujer, 72 años, Argentina)

Felicitaciones por las remodelaciones. ¡Muy bien todo!

(MSC Niebla, Mujer, 52 años, La Reina)

Las **opiniones negativas** de los visitantes son principalmente **estéticas y sobre la seguridad**, pues las consideran resbalosas, y por no satisfacer las condiciones de acceso universal:

Las pasarelas metálicas quizás impactan mucho el museo. Los conocí antes y añoraba esa sensación más salvaje. Ojo con próximas instalaciones.

(MSC Niebla, Hombre, 28 años, La Reina)

Un camino desde las pasarelas al museo, ya que se forma barro y es peligroso para adultos mayores resbalarse.

(MSC Niebla, Mujer, 46 años, Temuco)

Pasarelas muy modernas, pero muy invasivas, disminuyó publicidad. Faltan escritos en Braille para no videntes. Mejorar iluminación y tamaño de letra de los contenidos.

(MSC Niebla, Hombre, 49 años, Puerto Varas)

3. Mediación humana y no humana

Lo primero que llama la atención es lo positivo que resulta la presencia y la **mediación humana** para buena parte de los visitantes. Al igual que la conservación, la mantención y el aseo, cuando la mediación es brindada correctamente, el trato directo de los funcionarios del museo con el público es muy celebrado por los visitantes, valorando el esfuerzo y el la atención cordial:

Es mi primera vez que visito este museo y me voy feliz. Felicitaciones a todos los que trabajan, siempre sonrientes y cálidos! Todo muy interesante. Excelente museo!

(MHN Concepción, Mujer, 48 años, Concepción)

Se hace necesario destacar la buena atención y acogida que brinda el personal a los visitantes.

(MHN Concepción, Mujer, 40 años, Concepción)

Lindo trabalho, parabens

(M Limarí, Mujer, 41 años, Brasil)

Muchos visitantes reconocen explícitamente el **rol educativo**, y por diferentes razones, ya sea porque ven que los niños aprenden o porque los mismos tienen una experiencia personal de aprendizaje, lo que explicitan con palabras muy positivas:

Felicitaciones por qué es una gran muestra educativa y muestra lo que uno no aprende en el colegio.(M Gabriela Mistral V, Hombre, 56 años, Rancagua)

Felicitales por el espacio y voluntad de atendernos y explicar

(MHN Valparaíso, Mujer, 35 años, Quilpué)

Está muy entretenido y educativo

(MHN Valparaíso, Mujer, 20 años, Limache)

Pero de la mediación humana, lo que más destaca es el **trabajo de los guías**, lo que confirma la vocación educativa los museos:

Lo principal seguir apoyando al personal que trabaja en este museo de sitio. El señor que me atendió tenía muchos conocimientos. Gente así hay que mantenerla. Att. Christian Ligueño G.

(MSC Niebla, Hombre, 56 años, Macul)

Felicitaciones a la guía que forma parte de este museo y así mantiene viva la educación que nos dejó nuestra poetisa

(M Gabriela Mistral V, Mujer, 41 años, Vicuña)

No Me pareció excelente la exposición y la guía muy preparada, atenta y con muy buena disposición para responder las preguntas.

(MB Vicuña Mackenna, Mujer, 28 años, La Florida)

La importancia del trato con los funcionarios es grande en los museos. Incluso ciertos visitantes empatizan con las dificultades del oficio del guía, siendo la **falta de personal** para hacer visitas guiadas y responder a las preguntas de los visitantes es uno de principales falencias, según sus expectativas:

Aumentar personal para consultar permanente, agregar más objetos antiguos.

(MSC Niebla, Hombre, 38 años, Quilicura)

Más personal para atención al público con la señorita Paulina es demasiado poco

(M Gabriela Mistral V, Hombre, 62 años, Santiago)

Tener más números de guías para acompañar a toda la gente que ingresa al museo, no solo a los grupos

(MHN Valparaíso, Mujer, 20 años, Valparaíso)

Por lo general, cuando los usuarios especifican sus demandas, señalan si se trata de una visita guiada o de otras modalidades, como los **guías de punto fijo**, ya sea a las salas o nuevamente a la entrada para cumplir con una función orientadora.

Más guía para el turismo

(M Gabriela Mistral V, Hombre, 17 años, Vicuña)

Un guía de bienvenida

(MH Yervas Buenas, Mujer, 43 años, Santiago)

Más personas para las dudas

(MHN Concepción, Mujer, 39 años, San Pedro de la Paz)

Un guía para las personas adulta mayor

(MHN Valparaíso, Hombre, 23 años, Argentina)

Guía permanente en el segundo piso que vaya explicando la historia de la isla para así hacerlo más interactivo

(MR Ancud, Hombre, 38 años, Concepción)

Las escasas críticas dirigidas a los guías y a los funcionarios de los museos dicen relación justamente con la **trasmisión de conocimiento**, ya sea porque el funcionario no sabe dar una respuesta sobre algún tema del museo, ya sea porque no emplea el lenguaje ni los recursos didácticos adecuados:

Usar vocabulario acorde a la edad de los niños en caso de tener los recorridos guiados.

(MR Rancagua, Mujer, 50 años, Rancagua)

Una manera más dinámica para exponer la información

(MR Rancagua, Mujer, 16 años, Rancagua)

Consulte con mis hijos por el nombre del pez de las profundidades que tiene una lamparita en su cabeza, pero el encargado no sabía y me envió a consultar en un lugar donde no había información

(MHN Valparaíso, Mujer, 44 años, Quilpué)

Realizar muestras con una participación del visitante, que se integre a la visita y se enseñe el lugar con su historia de manera didáctica.

(MSC Niebla, Hombre, 29 años, Viña del Mar)

Al igual que en las encuestas anteriores, está muy presente la necesidad de encontrarse con formas didácticas de presentación de los contenidos, lo cual nuevamente está relacionado con los niños como público objetivo, pero no exclusivamente. En estos casos, esto no aparece como crítica a los mediadores sino justamente a que haya espacios en los cuales la ausencia de mediación permita adquirir conocimientos. Es lo que señalan los visitantes cuando hablan de elementos interactivos, que les permitan acercarse a los contenidos de manera autónoma y entretenida:

Que haya un espacio didáctico

(M Antofagasta, Hombre, 23 años, Antofagasta)

Ampliar uso de metodologías activas

(M Artes Decorativas e HD, Mujer, 37 años, Santiago)

La parte marítima está bien ambientado pero la haría más interactivo

(MHN Valparaíso, Mujer, 21 años, Valparaíso)

Nombre de especies debe ser más ilustrativo

(MHN Valparaíso, Hombre, 24 años, Quilpué)

Faltan más áreas interactivas pensadas en los niños, como poder interactuar con los objetos de la casa, pero en replica

(MR Magallanes, Hombre, 28 años, Punta Arenas)

Las citas anteriores hacen referencia a la mediación no humana, principalmente asociada a la **tecnología** disponible para el uso del visitante, como por ejemplo dispositivos audiovisuales, audioguías o códigos QR:

Más videos vinculados a las temáticas expuestas, para así complementar sus contenidos
(M Educación GM, Hombre, 27 años, Santiago)

More films
(MR Ancud, Mujer, 23 años, Francia)

Audioguías
(M Gabriela Mistral V, Mujer, 23 años, Alemania)

Identificar las salas y el uso de audiolibros en los textos largos
(MB Vicuña Mackenna, Mujer, 32 años, Santiago)

Códigos QR
(M Gabriela Mistral V, Hombre, 24 años, Santiago)

Si bien las tecnologías están presentes en las expectativas de los visitantes, llama la atención que prácticamente nunca son explícitamente celebradas por los visitantes. En cambio, su **mal funcionamiento** es destacado y se solicita su reparación:

Arreglar iluminación de los datos (porque en algunos módulos no están encendidos todos)
(MHN Valparaíso, Hombre, 18 años, Valparaíso)

Más que nada mantener todas las pantallas led encendidas y ojala subir un poco la altura a los stand que tienen rejilla para mirar.
(MHN Valparaíso, Hombre, 21 años, Viña del Mar)

Se requiere dar mantención a los elementos didácticos e iluminar un poco más ciertas exhibiciones de cerámicas.
(MR Ancud, Mujer, 30 años, Pudahuel)

Faltan equipos táctiles en las salas de época de la casa.
(MR Magallanes, Hombre, 32 años, Punta Arenas)

En relación a las fallas tecnológicas, agregamos también las quejas respecto al **servicio de internet** brindado a los visitantes y el uso de la Tablet que se le puso a disposición para completar la encuesta:

Mejorar funcionamiento de tablet's
(MHN Valparaíso, Mujer, 25 años, Viña del Mar)

No sirve el wifi
(MHN Valparaíso, Hombre, 25 años, Colombia)

Incluir wifi

(M Educación GM, Mujer, 24 años, Quilicura)

La mediación, sea esta humana o tecnológica, es entonces fundamental para cumplir con el objetivo de los museos de conformarse como instituciones transmisoras de conocimientos para todos los públicos. Sin embargo, no hay que omitir la fuerte presencia de los niños como actores principales de la experiencia de visita. Así, los visitantes celebran la **atención especial brindada a los niños** y explicitan su carencia cuando no obtienen este tipo de atención y ese tipo de espacios:

Hacer más accesible la información e imágenes para niños y niñas

(MR Ancud, Hombre, 59 años, Ancud)

Se deben agregar espacios para niños.

(MR Magallanes, Hombre, 38 años, Florida)

algunos stands más bajos, para que los más pequeños puedan ver de igual manera

(MHN Valparaíso, Mujer, 22 años, Valparaíso)

Otra herramienta educativa importante solicitada por los públicos son los **folletos**, pueden cumplir distintas funciones para el visitante: orientar el recorrido de la visita, explicar los contenidos del museo, servir de ayuda-memoria después de la visita para no olvidar lo aprendido, medio de difusión del museo, etc.:

Folleto explicativo para acompañar la muestra

(M Educación GM, Mujer, 39 años, Maipú)

Folleto de la exposición, y la historia del edificio donde está el museo

(M Limarí, Mujer, 39 años, Santiago)

Venta de folletos informativos, elaboración de textos para leer y réplicas de la cultura Diaguita para vender

(M Limarí, Mujer, 39 años, Viña del Mar)

La información y las imágenes fueron muy claras, pero claro que es demasiada información me gustaría que tuviesen unos folletos que contengan o complementen esa información

(MHN Valparaíso, Hombre, 20 años, Temuco)

Deberían tener una especie de folleto instructivo del Castillo de Niebla. Es para poder llevárselo.

(MSC Niebla, Mujer, 49 años, San Antonio)

Asimismo, numerosos visitantes solicitan un espacio para comprar objetos relacionados con la muestra. Los museos en los que se solicita “sala de ventas” o “souvenirs” son los siguientes:

Tabla N°27: Cantidad de menciones sobre tienda en el museo

Museo	Menciones por museo
MAP Sebastian Englert	4
M Educación GM	1
MHN Valparaíso	1
M Gabriela Mistral de V	9

Los museos en los que se solicita venta de libros son los siguientes:

Tabla N°28: Cantidad de menciones sobre libros

Museo	Menciones por museo
MSC Niebla	1
MAP Sebastian Englert	1
M Educación GM	1
M Gabriela Mistral de V	15
M Limarí	1

En la misma línea de solicitar elementos que hagan más cómoda y agradable la visita, no son pocos los visitantes que solicitan **elementos de comodidad**, que van desde lugares de descanso y restauración hasta lugares donde guardar sus pertenencias mientras dura su visita:

Patio de comida

(M Gabriela Mistral V, Mujer, 17 años, Vicuña)

Lugar para dejar bolsos

(M Gabriela Mistral V, Mujer, 37 años, Los Ángeles)

Guaguatoca

(M Gabriela Mistral V, Mujer, 37 años, Ñuñoa)

Más asientos para las personas

(MHN Concepción, Hombre, 34 años, Tomé)

Agregar una pequeña cafetería, sobre todo para días de lluvia.

(MAP Sebastian Englert, Femenino, 63 años, Uruguay)

También en relación al objetivo de atraer al público hacia formas más amables de aprendizaje, hay que notar que un tipo específico de observaciones que dejan los usuarios toca el tema de la expectativa de visitar un museo dinámico, que no ofrezca siempre lo mismo. De estas observaciones, destaca la **demandas de exhibiciones temporales** y de realizar **actividades especiales**, como talleres y charlas.

En cuanto a las primeras encontramos las siguientes citas:

*Faltan exhibiciones itinerantes
(M Antofagasta, Hombre, 38 años, Antofagasta)*

*Que varíen más las exhibiciones ;)
(MHN Valparaíso, Hombre, 18 años, Valparaíso)*

*Traer muestras variadas y con contenido lúdico
(MHN Valparaíso, Mujer, 24 años, Villa Alemana)*

*Más exposiciones y que no sea siempre lo mismo, más variedad
(MR Rancagua, Mujer, 19 años, Rancagua)*

Y en cuanto a las segundas, están las siguientes **actividades especiales**, en su mayoría orientadas a niños, quienes en numerosas citas demuestran ser un público prioritario:

*Mantener a los cuenta cuentos
(M Artes Decorativas e HD, Mujer, 27 años, Santiago)*

*Noche de museo más seguido.
(MSC Niebla, Hombre, 40 años, Rancagua)*

*Que se hagan actividades para los jóvenes
(M Antofagasta, Hombre, 24 años, Antofagasta)*

Encontramos también, en una sola respuesta, la solicitud de renovar la exhibición permanente:

*renovación de exhibición
(MB Vicuña Mackenna, Hombre, 43 años, San Miguel)*

Pero, curiosamente, son más las menciones de visitantes que recuerdan exhibiciones permanente anteriores y que esperan volver a encontrar en el museo, pero que ya no están:

*Me gustaría que tuvieran aunque sea por un tiempo los objetos raros que poseía el museo muchos años, atrás, sería muy entretenido.
(MHN Valparaíso, Mujer, 35 años, Valparaíso)*

*La falta de pergaminos antiguos y mapas de aquella época, que antes eran de exhibición.
(MSC Niebla, Mujer, 47 años, Valdivia)*

*Faltan muchos objetos de la historia que antes había y hoy ya no están
(MB Vicuña Mackenna, Mujer, 39 años, Peñalolén)*

También en cuanto a la relación entre el museo y su vinculación con el medio, una de las principales solicitudes es la difusión (“promoción”, “publicidad”) de éste:

Tabla N° 29: Cantidad de menciones sobre necesidad de difusión

Museo	Menciones por museo
MSC Niebla	1
MHN Concepción	3
M Artes Decorativas e HD	2
MB Vicuña Mackenna	2
MHN Valparaíso	3
MHG González Videla	1
M Antofagasta	2

Algunos visitantes especifican que tipo de información con la que se debe publicitar el museo, como la ubicación de este o sus horarios de apertura, así como medidas de difusión concretas (carteles, redes sociales):

*Que la entrada principal al museo sea más llamativa
(M Artes Decorativas e HD, Hombre, 47 años, Recoleta)*

*Dar mayor difusión a este museo a través de sernatur o algún estamento gubernamental, ya que es muy interesante
(MH Yervas Buenas, Hombre, 45 años, Santiago)*

*Carteles promocionales de la ubicación del museo
(MR Atacama, Hombre, 45 años, Viña del Mar)*

VI. Características de los visitantes

Desde 2013, la Encuesta de Satisfacción de Usuarios Externos considera datos sociodemográficos de los encuestados, específicamente, residencia, género, edad y nivel educacional.

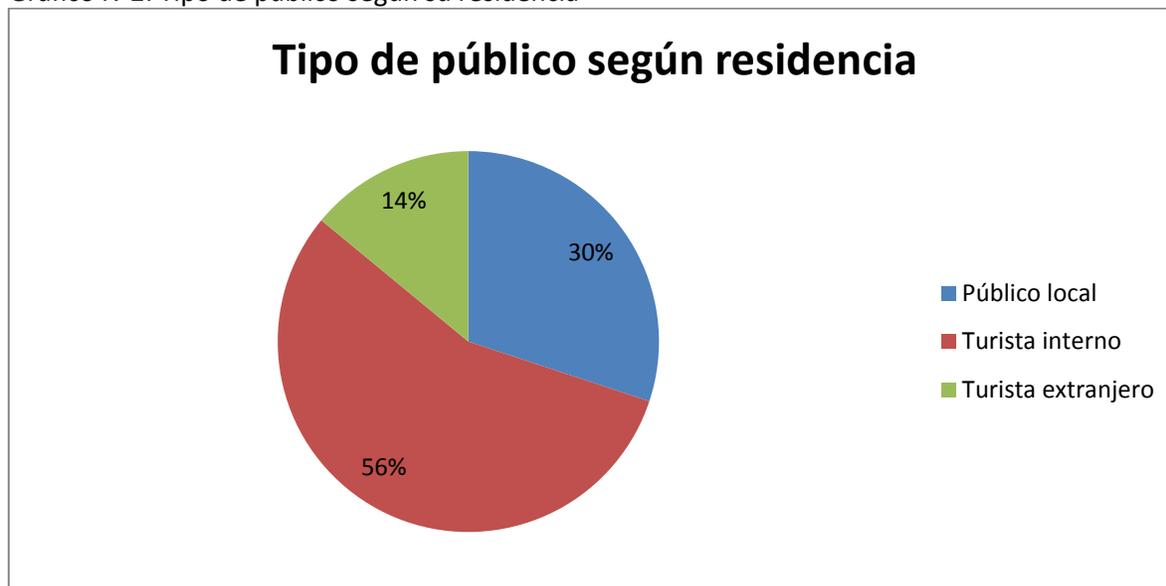
En términos generales, sabemos que el 30% de los 1.370 encuestados son visitantes locales y que el resto son turistas, siendo un 56% son turistas nacionales y un 14% son turistas extranjeros. Por su parte, sabemos que el 3% de los encuestados vive en Chile, pero nació en otro país; que el 57% son mujeres, que la edad promedio del público es de 38 años, pero que la mayoría de los visitantes se concentra entre los 25 y los 34 años, con un 28% del público total encuestado. También podemos decir que el público de nuestros museos tiende a contar con un nivel educacional alto (un 53% tiene educación superior o posgrado).

Al revisar la situación de cada museo en particular, este panorama general varía, pues algunos se orientan más a un público local más que turístico, otros reciben más hombres que mujeres, otros reciben más visitantes jóvenes y otros destacan por concentrar visitantes de una edad más avanzada.

1. Residencia

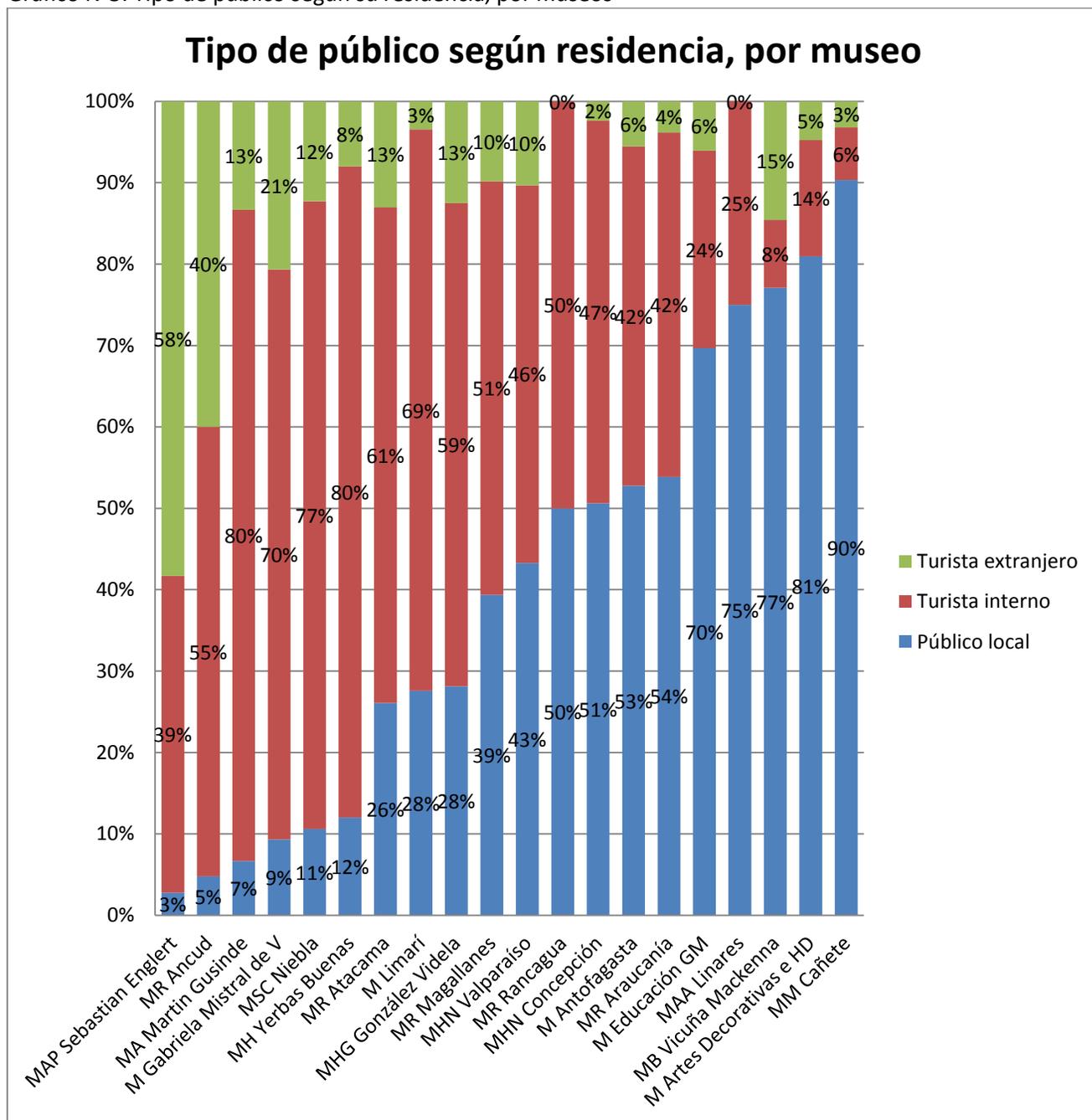
Al observar la residencia de los museos, es posible observar que **la mayoría de los visitantes son turistas**, mostrando la íntima relación entre los museos y el turismo nacional e internacional. Del total de visitantes encuestados, el **30%** reside en la misma ciudad donde se encuentra el museo, siendo **público local** y; un 70% proviene de otros lugares, por lo que para efectos de este estudio son considerados como turistas. Aquellos que provienen de otros países, les llamamos **turistas extranjeros** y corresponden al **14%** de los usuarios externos de los museos estudiados. Aquellos que provienen de otras ciudades, pero residen en Chile, les llamamos **turistas internos** y corresponden al **56%** de los usuarios de los museos estudiados.

Gráfico N°2: Tipo de público según su residencia



Al observar los tipos de público según su residencia, en cada museo, se observa que algunos museos están tienen una orientación clara hacia un público local como el Museo Mapuche de Cañete, el Museo de Artes Decorativas e Histórico Dominicó, y el Museo Benjamín Vicuña Mackenna; y hay otros museos que tienen una orientación muchísimo más turística, como el Museo Antropológico Sebastian Englert y el Museo Regional de Ancud, que reciben un porcentaje importante de público extranjero; o el Museo Antropológico Martin Gusinde y el Museo Histórico de Yervas Buenas, que reciben un porcentaje muy relevante turistas nacionales.

Gráfico N°3: Tipo de público según su residencia, por museos



Los **turistas extranjeros** provienen de países de América del Sur (Argentina, Brasil, Colombia), Europa (España, Francia, Reino Unido) y América del Norte (México, Estados Unidos).

Gráfico N°4: Continente de origen de turistas extranjeros

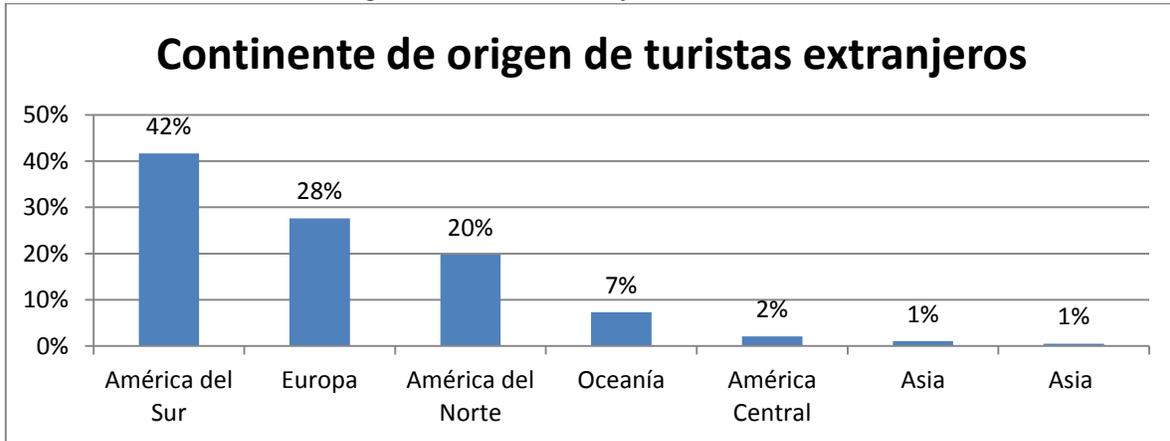
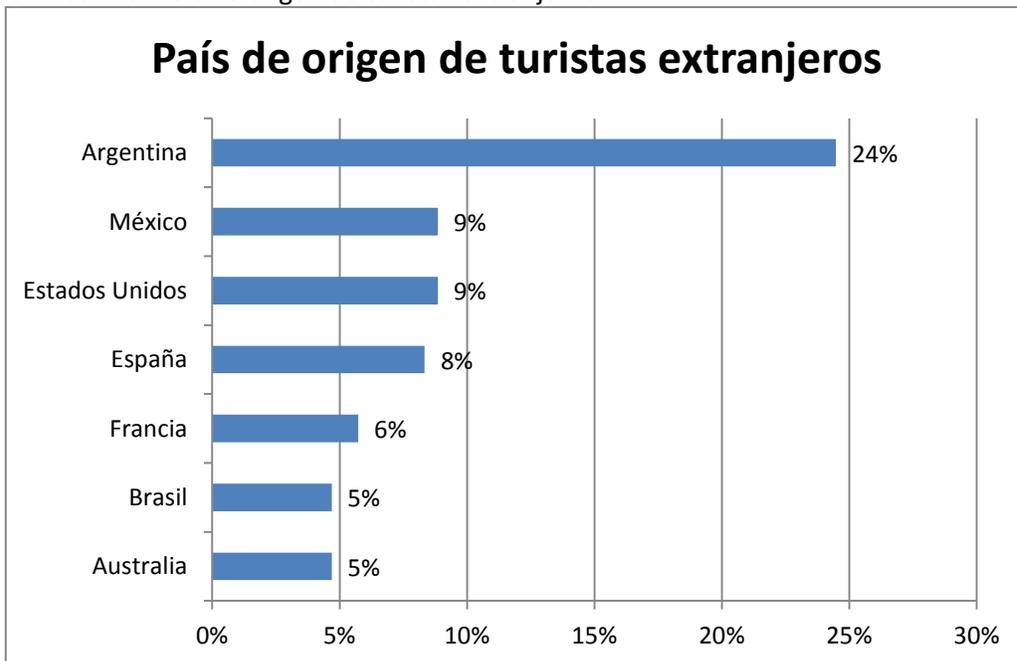


Gráfico N°5: País de origen de turistas extranjeros⁵



⁵ Gráfico elaborado con países que tienen un 5% o más de representación, del total de turistas extranjeros.

Al revisar el origen de los **turistas nacionales**, se advierte que provienen principalmente Santiago, Viña del Mar, Temuco y Concepción, siendo los turistas nacionales por excelencia. Al observar las regiones de origen, destacan la Región Metropolitana, Valparaíso, Biobío y La Araucanía.

Gráfico N°6: Comunas de residencia de turistas internos⁶

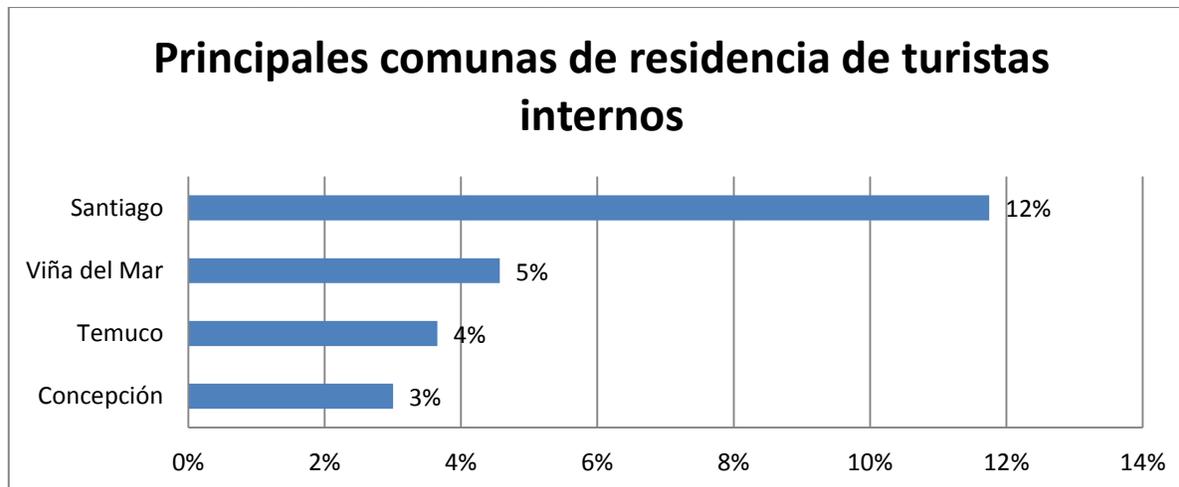
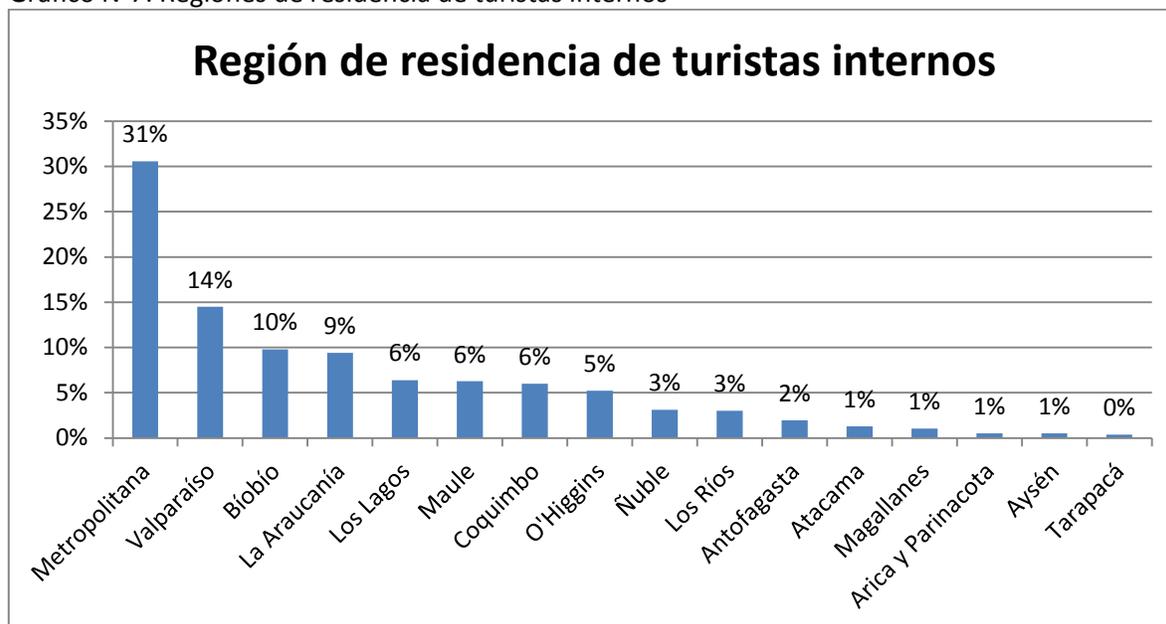


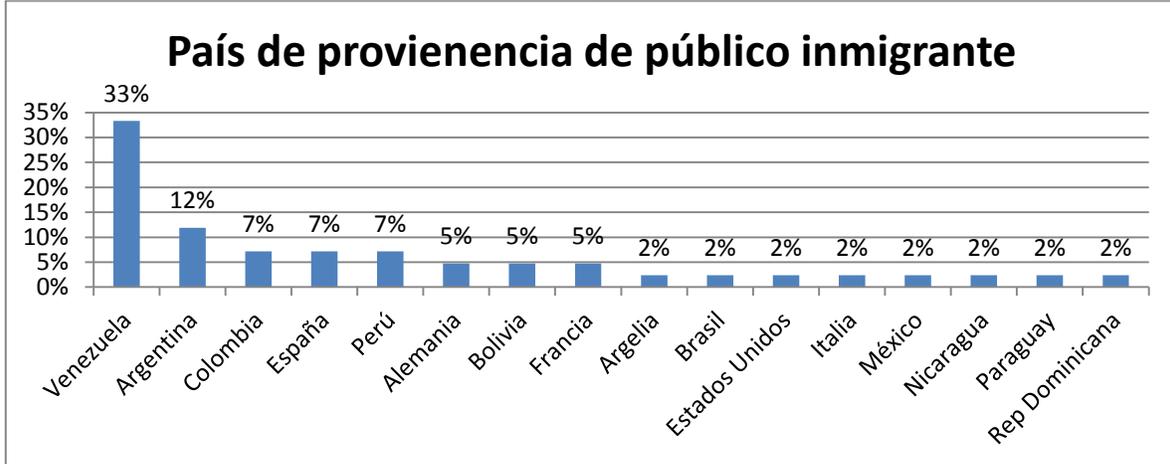
Gráfico N°7: Regiones de residencia de turistas internos



Un dato relevante sobre la residencia es el porcentaje del público extranjero que vive en el país. De acuerdo a los resultados de la encuesta de satisfacción de usuarios 2017, sabemos que un 3% de los visitantes de nuestros museos viven en Chile, pero nacieron en otros países, lo que para efectos de este estudio comprenderemos como **inmigrantes**. Este 3% de inmigrantes proviene principalmente de América del Sur (Venezuela, Argentina, Colombia) y de Europa (España, Alemania).

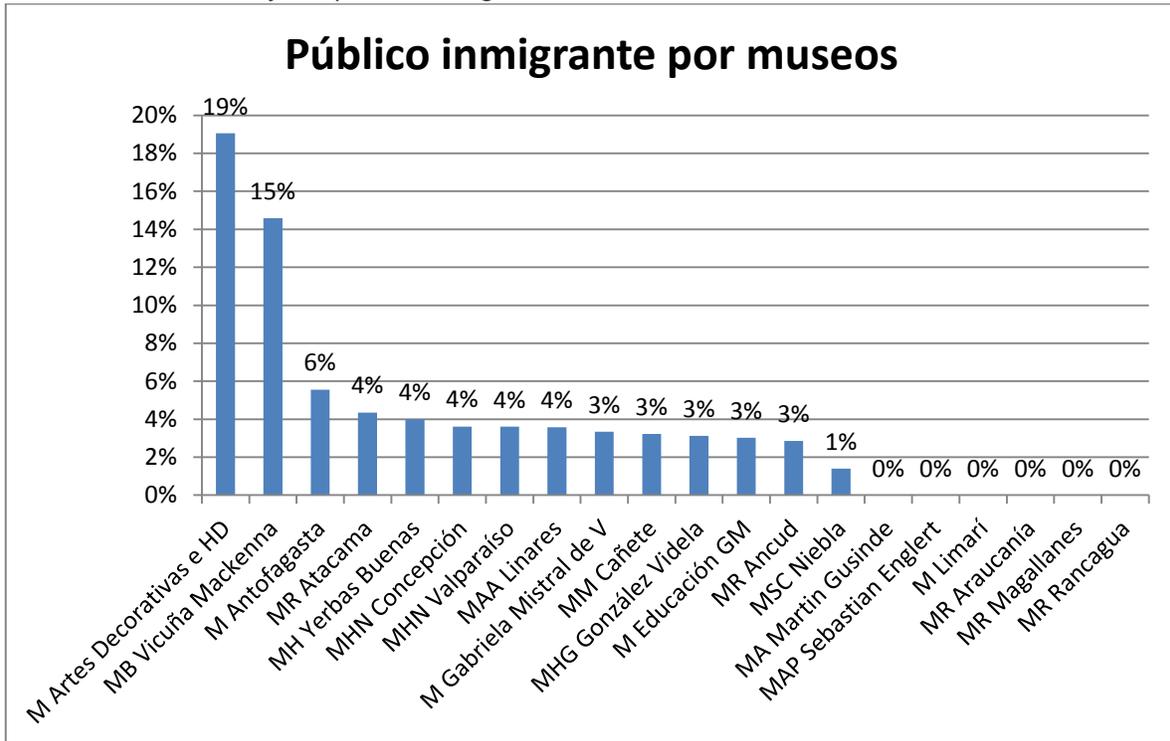
⁶ Gráfico elaborado con comunas que tienen más un 2% de representación del total de turistas internos.

Gráfico N°8: País de proveniencia de público inmigrante



Si bien en el total de la muestra, los inmigrantes corresponden a un 3%, al observar el público de cada museo, se advierte que algunos museos no cuentan con usuarios que viven en Chile, pero que nacieron en otro país y otros, donde el porcentaje de este tipo de público es mayor.

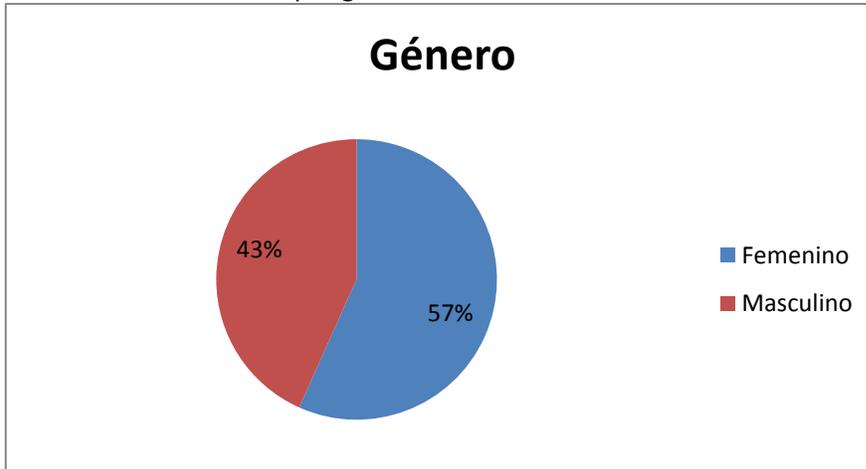
Gráfico N° 9: Porcentaje de público inmigrante en cada museo



2. Género

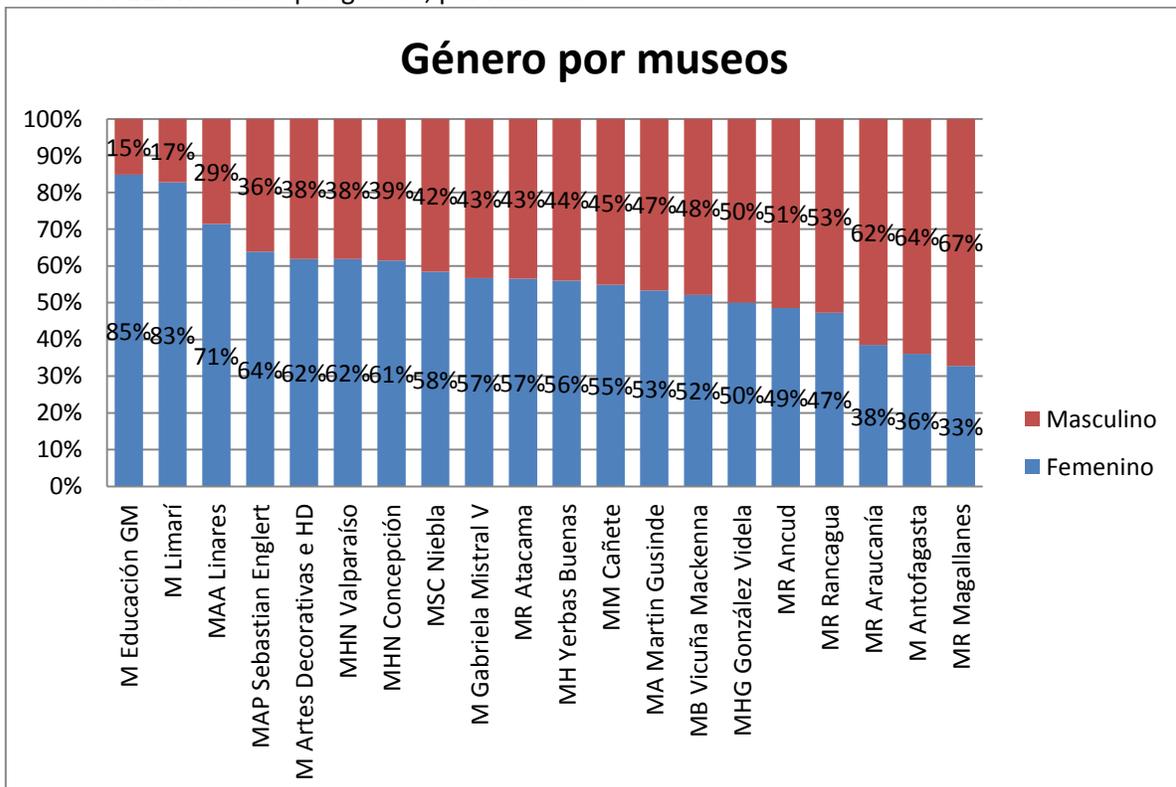
De las 1.370 encuestas válidas analizadas, el **57% se identificó con el género femenino** y el 43% con el género masculino, porcentaje casi idéntico al del año anterior.

Gráfico N°10: Visitantes por género



Al observar la distribución de género en cada museo, es posible constatar que existen museos que reciben un público mayoritariamente femenino, como el Museo de la Educación Gabriela Mistral (85%) y el Museo del Limarí (83%) y, otros que reciben un público mayoritariamente masculino, como el Museo Regional de Magallanes (67%) y el Museo de Antofagasta (64%).

Gráfico N°11: Visitantes por género, por museos.



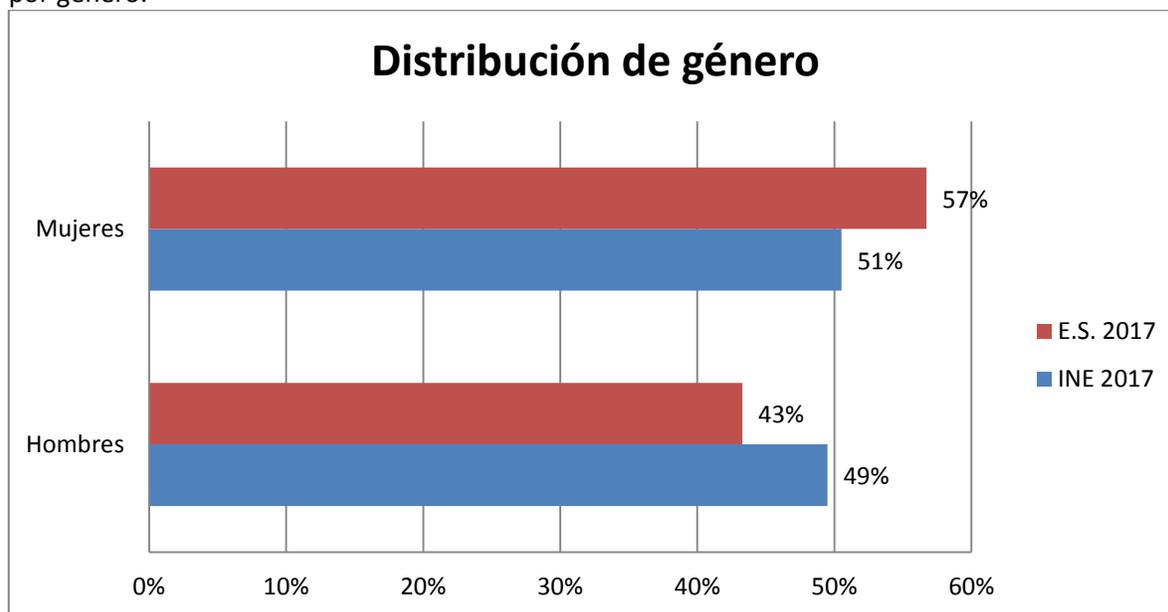
2.1. Género y población chilena

Al comparar la distribución por género de nuestros usuarios, con la distribución en la población chilena, es posible advertir que el público femenino se encuentra sobre representado y que por tanto, **nuestros museos no estarían convocando suficientemente a un público masculino.**

Tabla N°29: Distribución por género, de población nacional y de encuesta de satisfacción de usuarios 2017

Género	Población chilena INE 2017	Encuesta de satisfacción de usuarios 2017	Diferencia
Hombres	49%	43%	-6%
Mujeres	51%	57%	6%

Gráfico N°12: Distribución de población nacional y de encuesta de satisfacción de usuarios 2017, por género.



3. Edad

El cuestionario se aplicó a personas de 12 años o más. La edad promedio del visitante de nuestros museos es de 38 años –similar a los resultados 2016-, la que más se repite (moda) es 25 años, y la mediana es de 35, lo cual se ajusta con la mayor densidad del tramos que va de **25 a 34 años** y la disminución progresiva de público con mayor edad hasta alcanzar edades muy avanzadas.

Gráfico N°13: Visitantes por edad

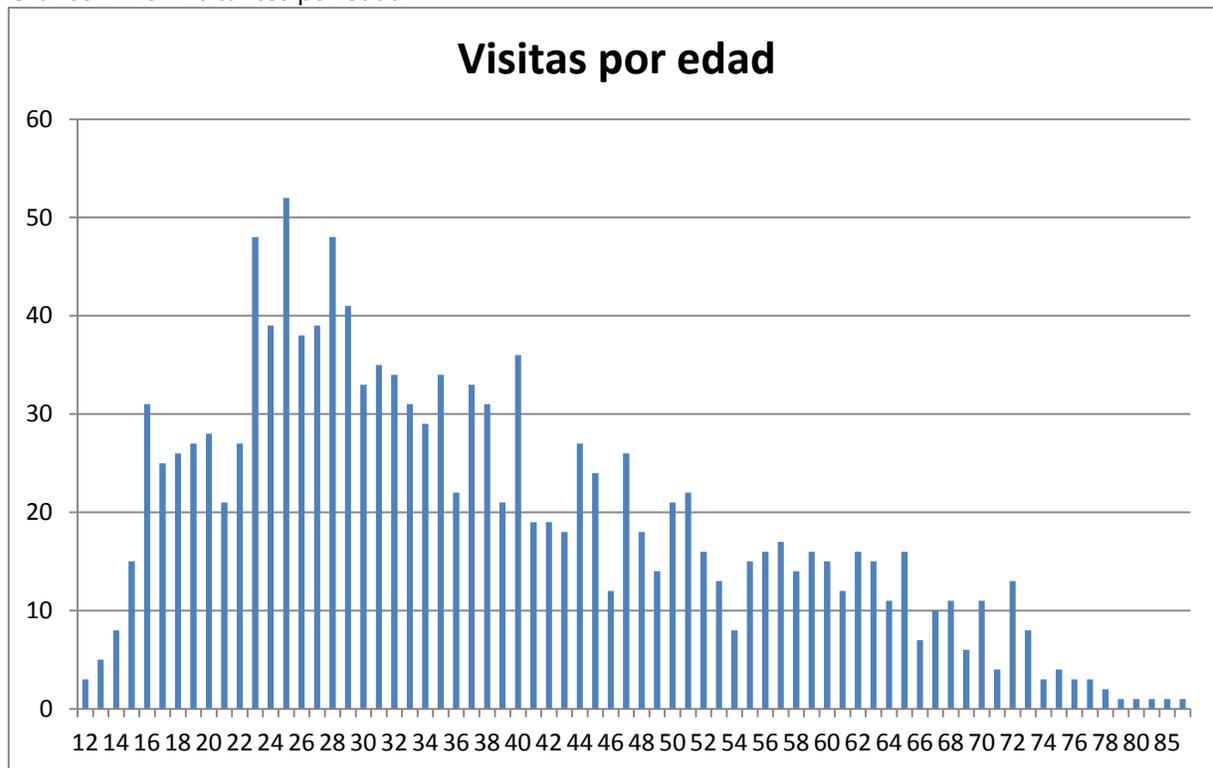
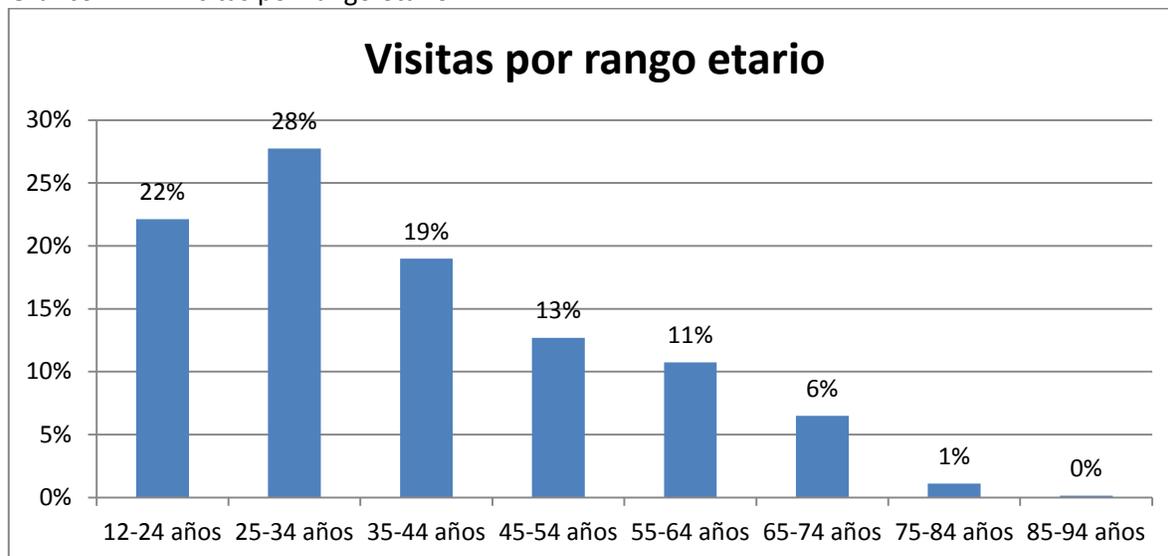


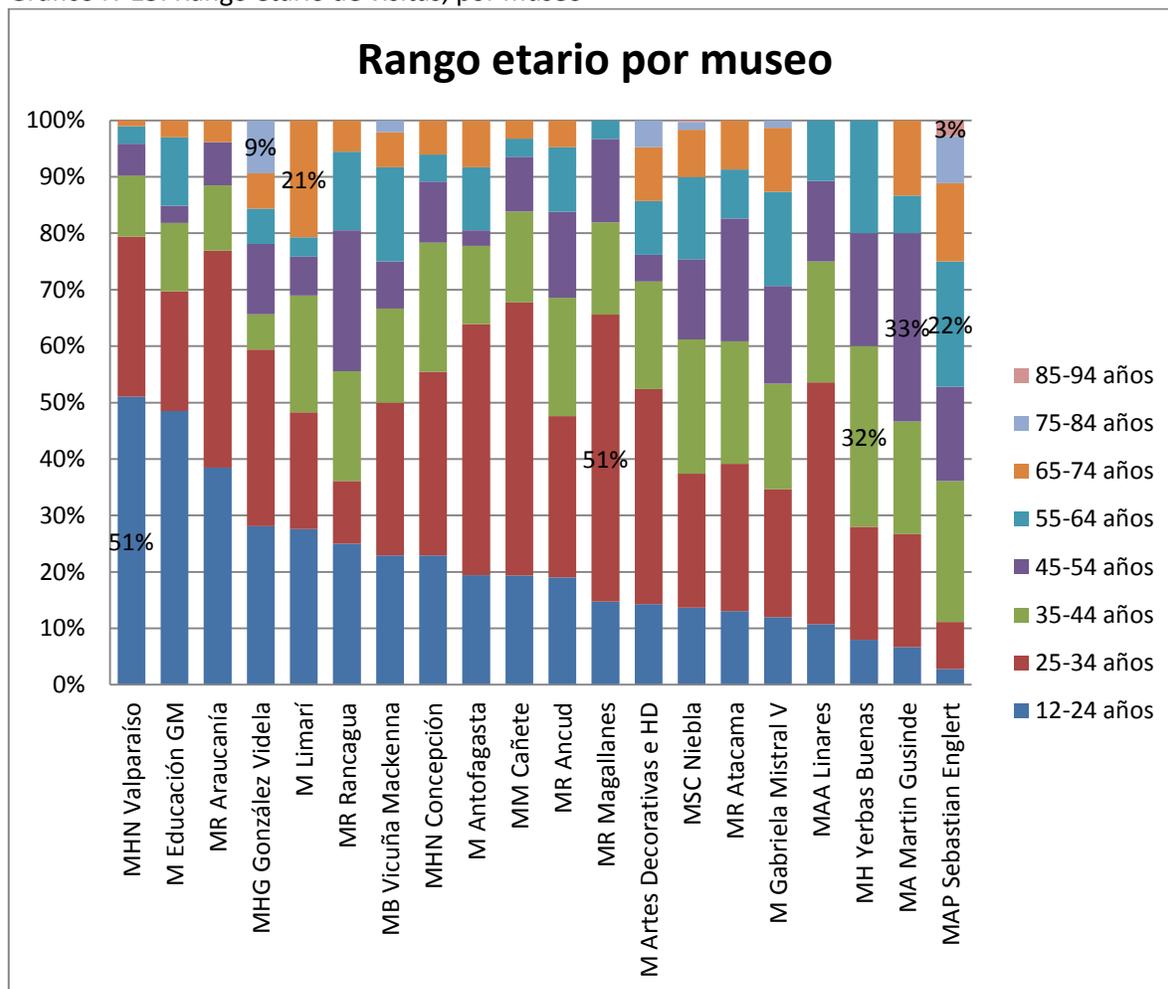
Gráfico N°14: Visitas por rango etario



Al observar el rango de edad de los visitantes de los distintos museos, advertimos diferencias entre los públicos que reciben. Algunos museos concentran un mayor porcentaje de público joven, de entre 12 y 24 años, como el Museo de Historia Natural de Valparaíso (51%), o de adultos jóvenes, como el Museo Regional de Magallanes, que recibe un 51% de visitas de entre 25 y 34 años. Otros museos reciben más público adulto como el Museo Histórico de Yervas Buenas, que recibe un 32% de personas de entre 35 y 44 años; como el Museo Antropológico Martín Gusinde,

que recibe un 33% visitas de entre 45 y 54 años; o el Museo Antropológico Sebastian Englert, que recibe un 22% de entre 55 y 64 años. Por último, encontramos museos que concentran un mayor público de la tercera edad como el Museo del Limarí, que tiene un 21% de visitantes de entre 65 y 74 años; el Museo Histórico Gabriel González Videla, que concentra un 9% de público de entre 75 y 84 años, y; el Museo Antropológico Sebastián Englert, que cuenta con un 3% de usuarios de más de 85 años.

Gráfico N°15: Rango etario de visitas, por museo



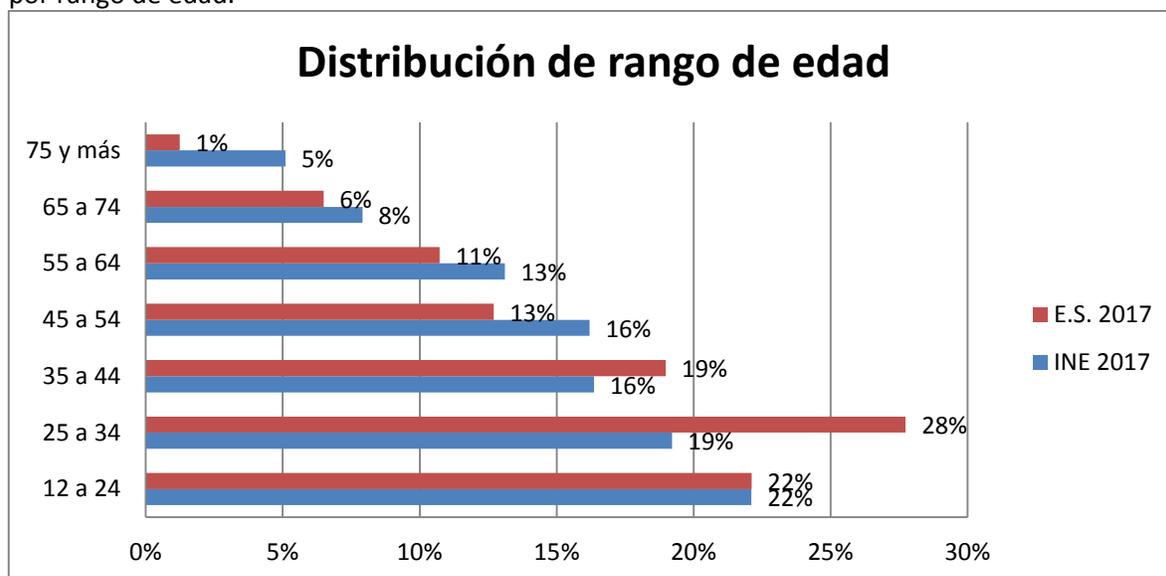
3.1. Edad y población chilena

Ahora bien, al comparar la distribución por rango de edad, de nuestros usuarios, con la distribución en la población chilena, es posible advertir que el público entre 25 y 44 años se encuentra sobre representado y que se **requeriría contar con acciones para convocar a un público adulto y de tercera edad.**

Tabla N°30: Distribución por rango de edad, de población nacional y de encuesta de satisfacción de usuarios 2017

Rango etario	Población chilena INE 2017	Encuesta de satisfacción de usuarios 2017	Diferencia
12 a 24 años	22%	22%	0%
25 a 34 años	19%	28%	9%
35 a 44 años	16%	19%	3%
45 a 54 años	16%	13%	-3%
55 a 64 años	13%	11%	-2%
65 a 74 años	8%	6%	-1%
75 y más años	5%	1%	-4%

Gráfico N°16: Distribución de población nacional y de encuesta de satisfacción de usuarios 2017, por rango de edad.



4. Situación de escolaridad

Tal como en años anteriores, **el público de nuestros museos suele concentrar altos niveles de escolaridad**. El grupo mayoritario se concentra en quienes declaran tener educación superior (43%) y un 10% cuenta con posgrado, por lo que más de la mitad de las visitas cuenta con un nivel alto de escolaridad (53%).

Gráfico N°17: Visitas por escolaridad

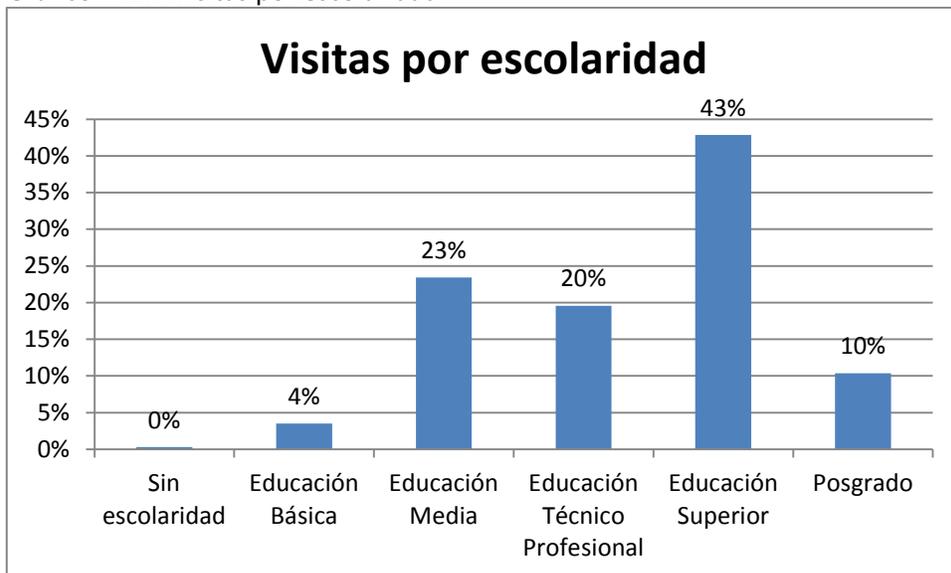
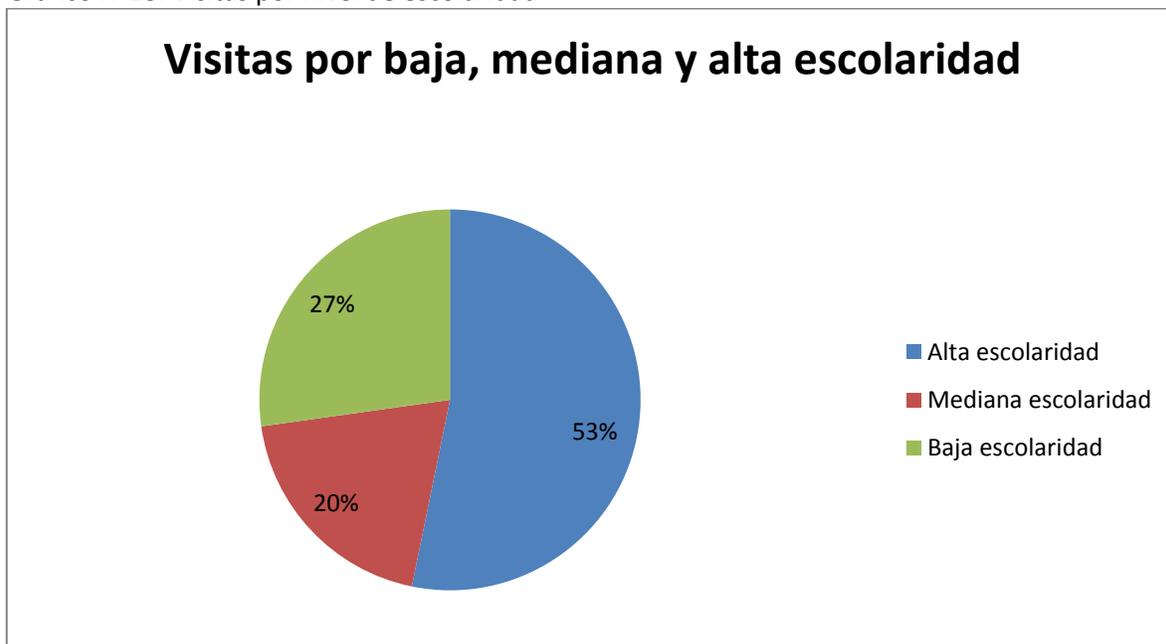
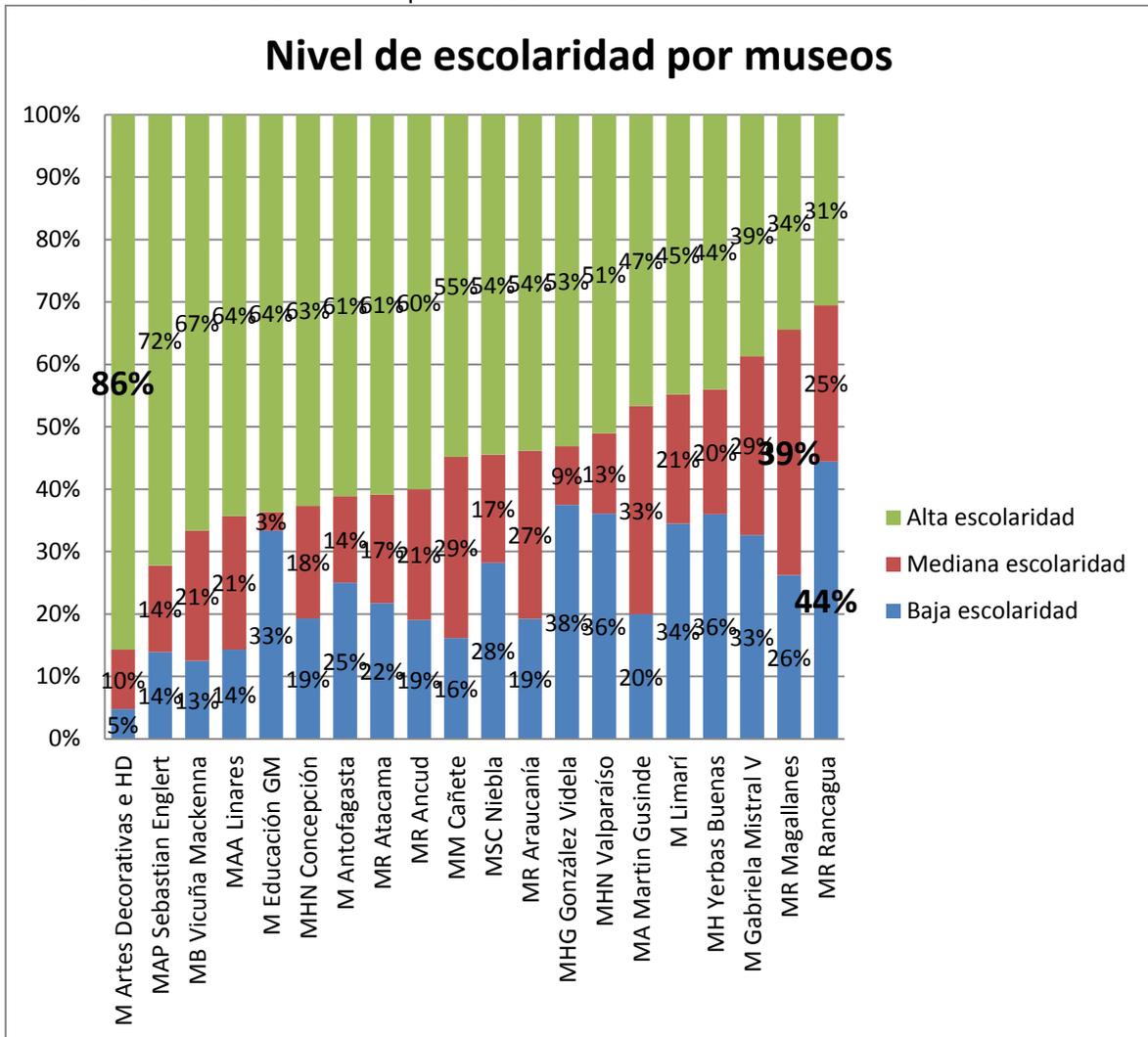


Gráfico N°18: Visitas por nivel de escolaridad



Al observar el público de cada museo por su situación de escolaridad, vemos que hay museos que concentran mayores porcentajes de público con alta escolaridad, como el Museo de Artes Decorativas e Histórico Dominicó; museos que concentran más público con mediana escolaridad, como el Museo Regional de Magallanes, y; museos que concentran un mayor porcentaje de visitas con baja escolaridad, como es el Museo Regional de Rancagua.

Gráfico N°19: Nivel de escolaridad por museos



VII. Variables incidentes

Una vez develadas las evaluaciones generales, quisimos explorar la influencia de las características de los usuarios en la evaluación de los museos, identificando si existen variables incidentes. Por variable incidente, entendemos aquellas variables sociodemográficas que inciden en una mejor o peor evaluación del museo (exhibición, atención, experiencia), obteniendo como resultados de la evaluación, un nivel de satisfacción mayor o menor a los resultados mayoritarios.

Los resultados detallados a continuación muestran que **la mayoría de las variables sociodemográficas no determinan una evaluación menor a la muy satisfactoria sobre la exhibición, la atención y la experiencia de los usuarios en la visita**, salvo la variable educación, donde aquellos visitantes que **no cuentan con escolaridad**, evalúan con un nivel de satisfacción menor, tanto la exhibición como la atención de los funcionarios del museo.

1. Residencia

Al observar la variable residencia desde el punto de vista de la satisfacción de la visita, se advierte que tanto el público local, como el turista nacional y extranjero, tienden a evaluar muy satisfactoriamente la exhibición, la atención de los funcionarios del museo y la experiencia de visita.

Tabla N° 31: Evaluación de los visitantes según su residencia

Tipo de visitantes según residencia	Promedio Exhibición	Promedio Atención	Promedio Experiencia
Público local	6,44	6,74	6,72
Turista extranjero	6,41	6,61	6,52
Turista interno	6,45	6,74	6,76
Total general	6,44	6,72	6,71

Al observar la variable de nacionalidad desde el punto de vista de la satisfacción de la visita, se advierte que tanto el público nacido en Chile, como el extranjero e inmigrantes (residen en Chile pero nacieron en otro país), tienden a evaluar muy satisfactoriamente la exhibición, la atención de los funcionarios del museo y la experiencia de visita.

Tabla N° 32: Evaluación de los visitantes según su nacionalidad

Tipo de visitantes según residencia	Promedio Exhibición	Promedio Atención	Promedio Experiencia
Chilenos	6,44	6,74	6,75
Extranjeros	6,41	6,61	6,52
Inmigrantes	6,49	6,71	6,67
Promedio	6,44	6,69	6,65

2. Género

Al observar la variable de género desde el punto de vista de la satisfacción de la visita, se advierte que tanto el público femenino como masculino, tienden a evaluar muy satisfactoriamente la exhibición, la atención de los funcionarios del museo y la experiencia de visita.

Tabla N° 33: Evaluación de los visitantes según su género

Tipo de visitantes según su género	Promedio Exhibición	Promedio Atención	Promedio Experiencia
Femenino	6,50	6,74	6,74
Masculino	6,37	6,70	6,67
Total general	6,44	6,72	6,71

3. Edad

Al observar la variable de edad desde el punto de vista de la satisfacción de la visita, no se advierten diferencias significativas en la evaluación según el rango de edad del visitante.

Tabla N° 34: Evaluación de los visitantes según su rango de edad

Tipo de visitantes según su rango de edad	Promedio Exhibición	Promedio Atención	Promedio Experiencia
12-24 años	6,47	6,67	6,68
25-34 años	6,48	6,73	6,69
35-44 años	6,41	6,73	6,70
45-54 años	6,40	6,77	6,76
55-64 años	6,40	6,81	6,78
65-74 años	6,38	6,64	6,77
75-84 años	6,65	6,77	6,67
85-94 años	6,17	6,50	7,00
Total general	6,44	6,72	6,71

4. Situación de escolaridad

Al observar la variable de escolaridad, desde el punto de vista de la satisfacción de la visita, no se advierten diferencias significativas en la evaluación según el nivel educacional, evaluando muy satisfactoriamente, tanto visitantes con alta, mediana como baja escolaridad.

Tabla N° 35: Evaluación de los visitantes según su nivel educacional

Tipo de visitantes según nivel educacional	Promedio Exhibición	Promedio Atención	Promedio Experiencia
Alta escolaridad	6,46	6,72	6,68
Mediana escolaridad	6,39	6,75	6,77
Baja escolaridad	6,44	6,71	6,73
Total general	6,44	6,72	6,71

Ahora bien, al mirar en detalle situación de escolaridad de los usuarios, se advierte que **quienes declaran no tener escolaridad, evalúan la exhibición y la atención de los funcionarios del museo, en un nivel de satisfacción menor al resto de los usuarios.** Si bien la cantidad de personas en esta situación es menor –un 0,3% de la muestra, equivalente a 4 personas-, vale la pena considerarlo para futuras acciones respecto de este tipo de visitantes.

Tabla N° 36: Evaluación de los visitantes según su situación de escolaridad

Tipo de visitantes según situación de escolaridad	Promedio Exhibición	Promedio Atención	Promedio Experiencia
Sin escolaridad	5,74	5,54	6,00
Educación Básica	6,61	6,80	6,87
Educación Media	6,43	6,71	6,72
Educación Técnico Profesional	6,39	6,75	6,77
Educación Superior	6,47	6,71	6,69
Posgrado	6,40	6,78	6,67
Promedio general	6,34	6,55	6,62

Este hecho permite cuestionar si efectivamente las exhibiciones están orientadas a todo público, incluyendo a aquellos que cuentan con menos conocimientos. Al mirar en detalle, qué aspectos de la exhibición evalúan en un nivel inferior quienes no cuentan con escolaridad, se advierte que el **mayor énfasis está en el diseño de la exhibición, el tamaño de la letra y el interés de los objetos.**

Tabla N°37: Evaluación de la exhibición según la situación de escolaridad de los visitantes

Tipo de usuario según situación de escolaridad	Diseño exhibición	Aporte informativo de los textos	Tamaño de letra de los textos	Interés de los objetos	Calidad de las imágenes	Iluminación para recorrer la sala	Iluminación para leer los textos.	Iluminación para observar objetos	Limpieza y mantenimiento exhibición.
Sin escolaridad	5,50	5,75	5,50	5,50	5,75	5,67	5,75	6,25	6,00
Educación Básica	6,77	6,60	6,25	6,81	6,67	6,50	6,35	6,65	6,90
Educación Media	6,70	6,48	6,17	6,70	6,68	6,18	6,13	6,17	6,63
Educación Técnico Profesional	6,69	6,51	6,20	6,67	6,65	6,13	5,98	6,07	6,60
Educación Superior	6,62	6,51	6,25	6,61	6,68	6,28	6,20	6,28	6,82
Posgrado	6,61	6,36	6,08	6,45	6,56	6,29	6,17	6,23	6,85
Promedio general	6,66	6,49	6,20	6,63	6,66	6,24	6,14	6,22	6,73

Al observar la evaluación de la atención del museo, por parte del grupo sin escolaridad, se muestra una evaluación inferior al resto de los grupos, de la recepción por parte de los funcionarios, pero sobre todo de la información recibida. Esto permite identificar la necesidad de entregar más información y acogida a este público específico, definiendo **protocolos de atención** para quienes cuentan con menos recursos educacionales.

Tabla N°38: Evaluación de la atención del museo según la situación de escolaridad de los visitantes

Tipo de visitantes según situación de escolaridad	Recepción, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del museo.	Información general recibida de los funcionarios del museo.	Promedio atención
Sin escolaridad	5,75	5,33	5,54
Educación Básica	6,83	6,77	6,80
Educación Media	6,77	6,65	6,71
Educación Técnico Profesional	6,78	6,72	6,75
Educación Superior	6,79	6,62	6,71
Posgrado	6,84	6,72	6,78
Promedio general	6,79	6,66	6,72

VIII. Conclusiones

1. Sobre la información obtenida

1.1. Evaluación

1. **Los museos cuentan con una muy buena evaluación de su exhibición permanente** (6,44), manteniendo la buena evaluación de años anteriores. Cabe destacar que las mejoras de las exhibiciones se relacionan con mejorar la **iluminación** para recorrer salas (6,24), observar objetos (6,22) y leer textos (6,14), así como el **tamaño de los textos** escritos de la exhibición (6,2). Estas necesidades de mejora se hacen más evidentes en museos como el Museo Mapuche de Cañete, Museo Regional de Atacama, Museo de Sitio Castillo de Niebla y Museo Regional de Ancud, Museo Antropológico Martín Gusinde y Museo Benjamín Vicuña Mackenna, donde el público identificó ciertas incomodidades para recorrer la sala de exhibición, observar los objetos, y leer los textos, por lo que vale la pena considerar correcciones a la iluminación y los textos en estos museos.

2. **Los museos cuentan con una muy buena evaluación de la atención entregada** (6,72), siendo el mejor ítem evaluado, superando la evaluación de años anteriores. Tanto la recepción (6,79) como la información recibida (6,66) fueron evaluadas con un nivel muy satisfactorio. Destacan por la buena atención el Museo Histórico de Yerbas Buenas (6,94), el Museo de Artes Decorativas e Histórico Dominicó (6,88), el Museo Histórico Natural de Concepción (6,87) y el Museo Mapuche de Cañete (6,87). Para mantener esta buena evaluación, se sugiere **mejorar la información a públicos específicos** como **extranjeros** (traducción) y **personas sin recursos educacionales** (mediación y protocolos de atención).

3. **Los museos cuentan con una muy buena evaluación de la experiencia general que ofrecen** (6,71), superando la nota de encuestas anteriores. El hecho que la experiencia y la atención hayan sido mejor evaluadas que la exhibición, muestra que existen elementos diferentes de la exhibición que agregan valor a la visita y que es relevante considerar. En futuras evaluaciones se sugiere **explorar cuáles pueden ser esos elementos que agregan valor a la experiencia de la visita** y que no han sido considerados en la encuesta de satisfacción. Destacan por la buena evaluación en este ítem el Museo del Limarí (6,93), el Museo Histórico de Yerbas Buenas (6,92) y el Museo Gabriela Mistral de Vicuña.

1.2. Caracterización

4. Los visitantes de nuestros museos tienden a ser **turistas chilenos** (56%), **mujeres** (57%), con entre **25 y 34 años** (28%) y con un **nivel educacional alto** (53%). Al comparar las características del público mayoritario de los museos de la SNM con la composición de nuestra sociedad, se advierte que no estamos convocando a ciertos tipos de usuarios como **hombres** y **mayores de 75 años**. Se sugiere definir estrategias para **convocar a estos usuarios**.

5. Al observar la distribución del perfil de público dominante, es posible concluir que **no todos los museos reciben el mismo perfil de público, existiendo ciertas variaciones**. Mientras la mayoría cuenta con un público mayoritario de turistas chilenos, algunos museos se orientan al público extranjero como el Museo Antropológico Sebastián Englert y el Museo Regional de Ancud; o bien, cuentan con una orientación más local como el Museo Mapuche de Cañete y el Museo de Artes Decorativas e Histórico Dominicó. Mientras los museos tienden a recibir más mujeres como visitantes, existen museos que reciben un público mayoritariamente masculino como el Museo Regional de Magallanes y el Museo de Antofagasta. Por su parte, mientras la mayoría de los

museos reciben una mayoría de público entre 25 y 34 años, existen museos que se orientan a un público mayoritariamente joven como el Museo de Historia Natural de Valparaíso o que concentran grupos de personas de la tercera edad como el Museo del Limarí, el Museo Histórico Gabriel González Videla y el Museo Antropológico Sebastian Englert. Por último, si bien el perfil como el Museo Regional de Magallanes, y; museos que concentran un mayor porcentaje de visitas con baja y mediana escolaridad, como el Museo Regional de Rancagua y el Museo Regional de Magallanes.

1.3. Variables incidentes

6. Al observar la relación entre las características sociodemográficas de los visitantes influyen en la evaluación de la exhibición, la atención del museo y la experiencia de visita, se advierte que la mayoría de las **variables sociodemográficas no inciden en una mejor o peor evaluación del museo**, salvo la situación de no tener escolaridad. Esto significa que no existen variaciones significativas en los resultados de estas evaluaciones. Es decir, si se consulta a visitantes de distinto género, distinta residencia o distinta edad, por ejemplo, evaluarán muy satisfactoriamente la exhibición, la atención y la experiencia (rango de 6,0 a 7,0).

7. Ahora bien, al observar las evaluaciones de quienes declaran no tener escolaridad, se advierte una evaluación por debajo del nivel muy satisfactorio, tanto de la exhibición como de la atención de los funcionarios del museo. Este hecho permite cuestionar si las exhibiciones están suficientemente orientadas a todo público, incluyendo aquellos que cuentan con menos conocimientos; así como nos permite definir la necesidad de entregar más información y acogida a este público específico, definiendo **protocolos de atención para quienes cuentan con menos recursos educacionales**.

1.4. Comparación con encuestas anteriores

8. Por último, cabe destacar que la encuesta de satisfacción 2017 arrojó resultados similares a los obtenidos en años anteriores, sobre todo en caracterización sociodemográfica, complementando la **confianza** en el sistema de levantamiento de datos por medio de esta **encuesta** (sistema muestral y aplicación de encuestas).

2. Sobre el instrumento de evaluación

1. La primera conclusión es que **fue posible cumplir con los objetivos de esta encuesta** con el cuestionario aplicado, a saber: a) medir la calidad de la exhibición de los museos Dibam desde la satisfacción de usuarios, b) medir la satisfacción de la experiencia general de la visita y c) presentar una tipología nacional del usuario en función de tendencias mayoritarias. El instrumento permitió levantar la información requerida, cumpliendo con las exigencias del Sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes.

2. Ahora bien, **el uso de la escala de 1 a 7** para evaluar la exhibición, la atención y la experiencia de los museos **permitió medir escasamente la discriminación entre niveles de satisfacción de los usuarios**. Desde el Área de Estudios comprendemos la necesidad de usar esta escala para cumplir con la meta propuesta por el sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes. Sin embargo, es innegable que la escala no permite discriminar entre niveles de alta, media y baja satisfacción de los usuarios. Así, si bien los resultados de la encuesta mostraron variaciones de notas, en su gran mayoría, estas transitaban entre el 6,0 y el 7,0, arrojando como resultado una escasa incidencia de

todas las variables en la evaluación de la exhibición, la atención y la experiencia del museo. Esto nos hace reflexionar si esto se debe a que los usuarios de nuestros museos evalúan efectivamente muy bien estos servicios, o bien, no usan la escala de 1 a 7. Si los encuestados evalúan mal un servicio ¿Lo evalúan con una nota 1 ó 2? ¿Cuál es la real escala de evaluación que utilizan los encuestados para evaluar? El no uso de la escala completa de notas por parte de los encuestados dificulta la identificación de variables críticas y con ello, el análisis de resultados. Desde esta perspectiva, es posible mantener la escala de 1 a 7 en una encuesta de satisfacción de usuarios que busque medir la meta del sistema de gestión de exhibiciones permanentes, pero no es posible sostener esta escala de evaluación en una encuesta de públicos que busque variables incidentes en la evaluación del museo.

3. **Se evaluó positivamente la división del cuestionario en dos dimensiones:** evaluación y perfil sociodemográfico de los visitantes, permitiendo cumplir con la exigencia del sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes –consistente en medir la calidad de la exhibición de los museos Dibam desde la satisfacción de usuarios-, así como explorar las características del público, estableciendo relaciones entre estos ámbitos.

4. Por su parte, se evaluó positivamente la mantención de la evaluación de la atención del museo y de la experiencia de visita, separado de la evaluación de la exhibición del museo, mostrando que la **satisfacción de la visita está determinada por más aspectos que la sola calidad de la exposición.**

5. Se evaluó positivamente las modificaciones en el modo de consultar las características sociodemográfica de los usuarios:

- La entrega de dos alternativas en la pregunta por el género (femenino y masculino), permitió levantar información concisa del universo estudiado.
- La consulta directa por la edad resultó ser eficiente, así como la aplicación del cuestionario a visitantes de una edad mínima de 12 años.
- Si bien la omisión de la **situación laboral** de los usuarios permitió acortar la cantidad de preguntas, impidió conocer con exactitud el porcentaje de estudiantes dentro de la muestra. Siendo este público sensible para los museos, **se sugiere incorporar nuevamente esta variable en próximas encuestas de satisfacción.**
- Por último, el modo de preguntar la residencia, permitió identificar el porcentaje de público local, turistas extranjeros y turistas nacionales con que cuentan cada museo, mejorando la sistematización de este dato. Las respuestas cerradas de la variable residencia favorecieron enormemente el análisis.

6. La **eliminación de la sección contexto de la visita** (frecuencia de visita, compañía, compañía de menores de edad) permitió aplicar un cuestionario más corto y centrado en los objetivos del sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes. Sin embargo, considerando su relevancia para el conocimiento de los públicos de museos, esta información se incluye en el cuestionario del Observatorio Iberoamericano de Museos, para la recopilación de datos de públicos de museos.

7. Por último, la **consulta por el correo electrónico** al final del cuestionario, permitió comenzar a generar una base de datos de públicos de los museos de la Subdirección Nacional de Museos, a partir del envío de los resultados de este estudio.

3. Sobre la aplicación de la encuesta

1. El uso de un sistema de muestra aleatoria simple, con un nivel de confianza del 97% y un margen de error equivalente a 1%, permitió contar con una **cantidad de encuestas mínimas que represente el universo nacional de visitantes de museos de la SNM** –y con ello su caracterización y nivel de satisfacción-, pero no necesariamente de la particularidad de cada uno de los museos participantes. Esta fue una decisión tomada conscientemente desde el Área de Estudios de la Subdirección Nacional de Museos y dice relación con la cantidad de cuestionarios que efectivamente se pueden aplicar en cada museo diariamente. En otras palabras, un sistema muestral que represente la particularidad de cada museo requeriría de más cuestionarios aplicados por día, y por tanto, de una persona dedicada a cumplir esta labor en cada museo. Y esta situación no es posible con la cantidad de funcionarios existentes por museo.

2. **La aplicación del cuestionario vía *Ipad***, en 14 de los 20 museos encuestados, fue un gran logro para el análisis de información, ya que permitió contar con una base de datos el mismo día que se cerró la aplicación de la muestra, facilitando la identificación de encuestas válidas y acortando el tiempo dedicado al análisis de la información. De ahí que se sugiere trabajar para poder implementar futuros cuestionarios vía *Ipad* en todos los museos de la Subdirección.

3. Por su parte, el **seguimiento semanal** a la cantidad de cuestionarios aplicados permitió mejorar el cumplimiento de los tiempos para aplicar el cuestionario, logrando aplicar la encuesta durante el mes de octubre.