



Cuestionario de Opinión y Satisfacción de Usuarios Museo Regional de Rancagua

Julio – agosto de 2017

Unidad de Estudios
Subdirección Nacional de Museos

1.	Introducción	2
1.1	Contenido de la encuesta y modificaciones.....	2
1.2.	Muestra estadística y aplicación de la encuesta.....	3
2.	Resultados generales Evaluación de la Exhibición Permanente.	4
2.1.	Contenidos temáticos	4
	Cuadros	7
2.2.	Satisfacción de usuarios	10
2.3.	Otras informaciones relevantes	11
3.	Características de los visitantes y evaluación por grupo	15
3.1.	Origen y residencia de los visitantes	16
	País	16
	Región.....	19
	Comuna	22
3.2.	Edad.....	26
3.3.	Género.....	30
3.4.	Escolaridad	33
3.5.	Ocupación Laboral.....	38
4.	Aspectos cualitativos de la encuesta	43
4.1.	Objetos más recordados	43
4.2.	Sugerencias temáticas.....	44
4.3.	Otras sugerencias y felicitaciones	45
5.	Conclusiones.....	43

1. Introducción

Luego de tres años de trabajo en sus distintas salas, el Museo de Regional de Rancagua inauguró oficialmente su nueva museografía el pasado 25 de mayo de 2017, que propone un viaje a por la historia, la vida cotidiana y la cultura de la región del Libertador Bernardo O'Higgins. En este contexto, el Área de Estudios y el Área de Administración y Finanzas de la SNM han elaborado, en conjunto con los funcionarios del Museo Regional de Rancagua, un *Cuestionario de Opinión y Satisfacción de Usuarios*, con el fin de poder medir el impacto de la renovación del museo en su público de visitantes . Este cuestionario fue aplicado desde el 4 de julio hasta el 8 de agosto de 2017, periodo en el que el total de usuarios en este fue de 4.539 personas, de los cuales 4.290 fueron visitas Individuales y 249 formaron parte de delegaciones.

Considerando que el MRR permaneció cerrado durante la aplicación de *Encuesta de Satisfacción Usuarios Exhibiciones Permanentes de Museos* de 2016, que se aplica simultáneamente año a año a los museos de la subdirección para conocer el grado de satisfacción de los usuarios, se consideró oportuno agregar las preguntas básicas de esta encuesta. Así, el *Cuestionario* pregunta por contenidos temáticos específicos de la Nueva exhibición, en términos de si éstos favorecieron o no algún aprendizaje, mientras que la *Encuesta* solicita al visitante una evaluación de sus aspectos más genéricos y formales. Ambos instrumentos coinciden en buscar el mejoramiento de la exhibición a partir de resultados empíricos sobre la percepción de los visitantes.

Los objetivos planteados para este estudio son los siguientes:

Objetivo General

- Medir el nivel de satisfacción que expresan los usuarios del Museo Regional de Rancagua, con relación a distintos ámbitos referidos a la exhibición permanente del museo.

Objetivos Específicos

- Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de la forma en que se presenta la exposición permanente en el Museo Regional de Rancagua.
- Establecer una caracterización sociodemográfica de los visitantes a las exhibiciones del Museo Regional de Rancagua.
- Explorar en el tipo de comprensiones declaradas por los usuarios del Museo Regional de Rancagua, a partir de las percepciones acerca de diferentes temas de interés, una vez finalizada la visita a las exposiciones del patrimonio regional.
- Comparar las percepciones de los visitantes a partir de características de género, etarias y geográficas, que constituyen a los visitantes del Museo Regional de Rancagua.

1.1 Contenido de la encuesta y modificaciones

Al igual que la Encuesta aplicada en 2016 y 2017, se han agregado preguntas que no tocan directamente a la exhibición, pero que podrían tener alguna importancia para la gestión de los museos: dos de ellas buscan levantar información sobre el **desempeño de los funcionarios** del museo (recepción e información brindadas) y una pregunta busca conocer la **satisfacción de la experiencia general** de la visita, la cual fue formulada solamente en la versión 2016 de la Encuesta.¹ Asimismo, para este estudio hemos agregado preguntas relativas al conocimiento previo sobre la exhibición y el museo, sobre la duración de la visita y sobre la frecuencia de visita al MRR. Muestra estadística y aplicación de la encuesta

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, lo que es el caso de este museo, donde solo se conoce el número de visitantes.

Para el cálculo de la muestra se consideró un universo de 38.441 visitas (visitas totales de 2016 el museo), 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 116 encuestas válidas, para lo cual se solicitó la aplicación de una cifra superior de encuestas totales. La cantidad de encuestas necesarias fue ampliamente superada, ya que contamos con 140 encuestas válidas de un total de 157 recibidas. Fueron descartadas 17 encuestas por no presentar los datos sociodemográficos básicos, a saber año de nacimiento (a partir del que creamos tramos etarios para el presente análisis) y género.

La encuesta fue aplicada en formato digital, por medio de una iPad reservada solo para este efecto, a través la plataforma *survey monkey*, que ofrece una vista general previa y una base de datos con la información de la encuesta, que luego fue procesada a través del software de análisis estadístico SPSS.

Si bien la muestra aleatoria existe para garantizar neutralidad en la selección de los encuestados, debemos considerar dos factores materiales que pueden haber condicionado el tipo de visitantes que accedieron a responder la encuesta. En primer lugar, el soporte digital, que podría resultar ajeno a los públicos de mayor edad y, en segundo lugar, el hecho de que la encuesta está redactada solamente en español, lo que podría poner una distancia con los públicos extranjeros no hispanoparlantes (uno de los resultados, de hecho, es que todos los extranjeros que respondieron la encuesta son latinoamericanos). Por último, en esta ocasión hemos aplicado la encuesta a menores de 15 años, lo que no hicimos en las encuestas anteriores de la SNM. Así, en los análisis, hemos incorporado un tramo etario que no estaba en los informes anteriores.

Expondremos a continuación los resultados estas dos pesquisas (Cuestionario de contenidos y Encuesta de satisfacción de los elementos de la exhibición, atención y experiencia), para luego

¹ Se ha modificado en esta encuesta la pregunta nº5 de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios, “Relación de los objetos exhibidos con los temas del Museo”, que antes estaba planteada en términos de “el interés de los objetos”. También se han agregado dos preguntas en función de la renovación de la exhibición permanente: nº2 “Diseño en patios y corredores” y nº6 “Aporte de los contenidos audiovisuales.”

agregar un breve análisis de las características generales del público, de manera bastante similar a lo realizado en el informe emitido por el Área de Estudios de la SNM con los resultados de la Encuesta de Satisfacción.

Finalmente, presentaremos los resultados de la parte cualitativa de la información recabada por la encuesta.

2. Resultados generales.

2.1. Contenidos temáticos

En lo que concierne a la evaluación que hacen los usuarios de los contenidos de la nueva muestra permanente, podemos afirmar con seguridad la gran mayoría de los visitantes comprendieron los contenidos de la muestra, reconociendo el valor educativo de la nueva exhibición del museo. Esto se ve reflejado en la pregunta más general del cuestionario, sobre la ‘comprensión y valoración de la época colonial y la historia de la Región de O’Higgins’, en la que el 70,5% está muy de acuerdo en afirmar que la exhibición consigue este objetivo. Un 18,2% está de acuerdo en afirmar lo mismo, y solamente un 11,4% queda indiferente o con algún grado de desacuerdo con el objetivo de la muestra.

En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O’Higgins.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	9	6,4	6,8	6,8
	En desacuerdo	3	2,1	2,3	9,1
	Indiferente	3	2,1	2,3	11,4
	De acuerdo	24	17,1	18,2	29,5
	Muy de acuerdo	93	66,4	70,5	100,0
	Total	132	94,3	100,0	
Perdidos	Sistema	8	5,7		
Total		140	100,0		

Si analizamos las demás preguntas del cuestionario sobre los temas específicos de cada espacio del museo (y ya no sobre la visita en general), notamos vemos que esta tendencia se mantiene en la pregunta por las salas de ambientaciones, ya que el 71,3% está muy de acuerdo con que las ‘ambientaciones son un aporte para la comprensión de un espacio doméstico del siglo XIX’ y solo un 11% se muestra indiferente o con algún grado de desacuerdo sobre esta misma pregunta.

Las ambientaciones (escritorio, comedor, dormitorio, cocina y salón) me ayudaron a comprender las características del espacio doméstico de una casona del siglo XIX.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	11	7,9	8,1	8,1
	En desacuerdo	2	1,4	1,5	9,6
	Indiferente	2	1,4	1,5	11,0
	De acuerdo	24	17,1	17,6	28,7
	Muy de acuerdo	97	69,3	71,3	100,0
	Total	136	97,1	100,0	
Perdidos	Sistema	4	2,9		
Total		140	100,0		

Algo similar ocurre con el aporte de la Sala Rancagua, sobre la cual un 69,9% está muy de acuerdo en afirmar que es una ayuda para ‘la comprensión de los hechos históricos relativos a la Batalla de Rancagua’ y un 12,5% se muestra indiferente o con algún grado de desacuerdo.

La Sala Rancagua en la Independencia me ayudó a comprender los hechos ocurridos antes, durante y después del encuentro bélico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	12	8,6	8,8	8,8
	En desacuerdo	3	2,1	2,2	11,0
	Indiferente	2	1,4	1,5	12,5
	De acuerdo	24	17,1	17,6	30,1
	Muy de acuerdo	95	67,9	69,9	100,0
	Total	136	97,1	100,0	
Perdidos	Sistema	4	2,9		

Total	140	100,0		
-------	-----	-------	--	--

Luego, mostrando una muy leve baja, un 66,2% de los visitantes considera que el recorrido exterior del museo le permitió ‘conocer los elementos arquitectónicos y decorativos de una casa colonial’. Pero solo un 11% se muestra indiferente o con algún grado de desacuerdo.

El recorrido exterior me permitió conocer los elementos arquitectónicos y decorativos propios de una casa colonial.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	12	8,6	8,8	8,8
	En desacuerdo	1	,7	,7	9,6
	Indiferente	2	1,4	1,5	11,0
	De acuerdo	31	22,1	22,8	33,8
	Muy de acuerdo	90	64,3	66,2	100,0
	Total	136	97,1	100,0	
Perdidos	Sistema	4	2,9		
Total		140	100,0		

Por último, donde sí encontramos una baja es en la percepción y la valoración que tienen los usuarios de la sala dedicada a la religiosidad popular, pues solamente un 52,6% se muestra *muy de acuerdo* en afirmar que le ‘ayudó a conocer mejor las prácticas religiosas de la región y su origen’. Cabe señalar que esto no significa un juicio negativo de los demás visitantes, pues un 34,3% se muestra de acuerdo y solamente un 13,1% se muestra indiferente o con algún grado de desacuerdo.

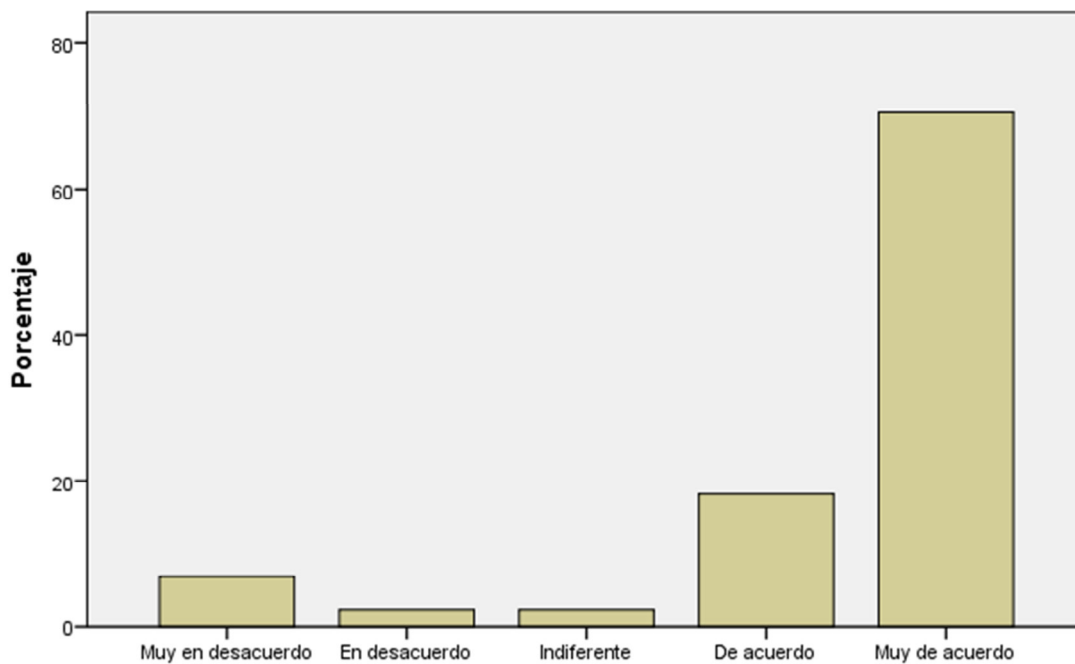
La Sala de Religiosidad Popular me ayudó a conocer las prácticas religiosas tradicionales de la región, y su origen y permanencia hasta nuestros días.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	9	6,4	6,6	6,6
	En desacuerdo	6	4,3	4,4	10,9
	Indiferente	3	2,1	2,2	13,1
	De acuerdo	47	33,6	34,3	47,4

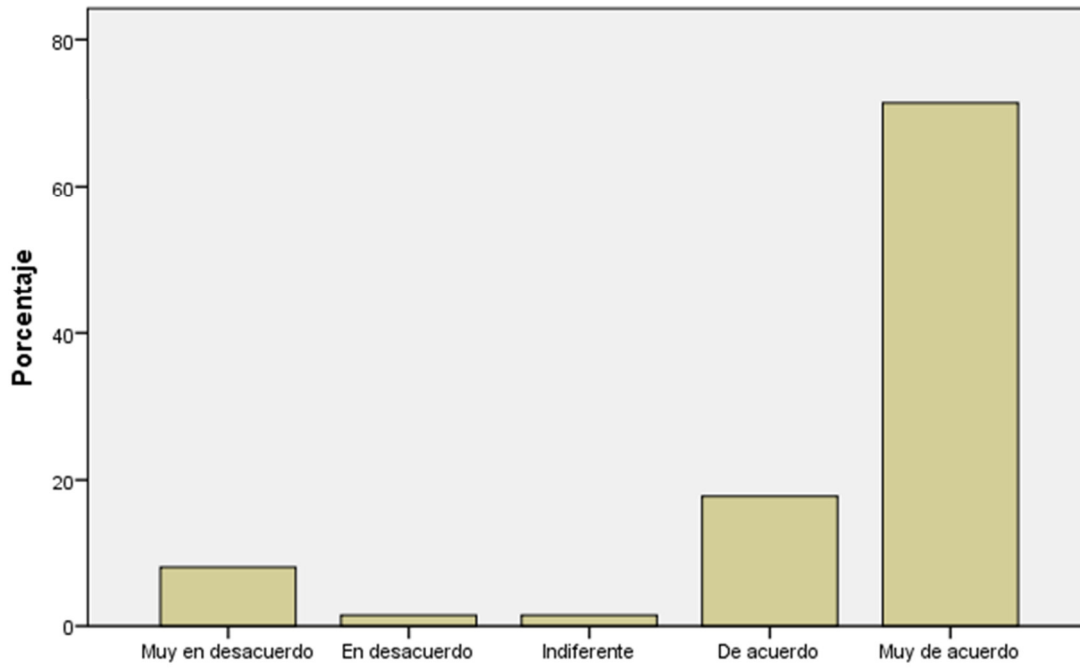
	Muy de acuerdo	72	51,4	52,6	100,0
	Total	137	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,1		
Total		140	100,0		

En las tres otras preguntas, vemos un alza importante en el nivel máximo de aprobación de los usuarios.

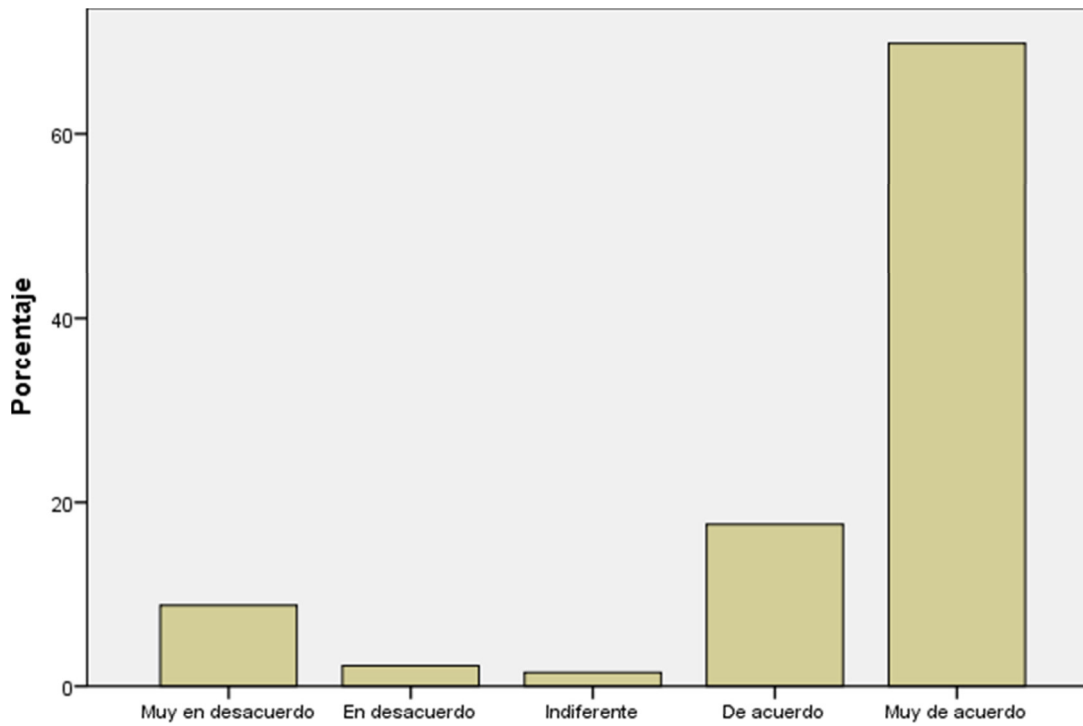
Cuadros



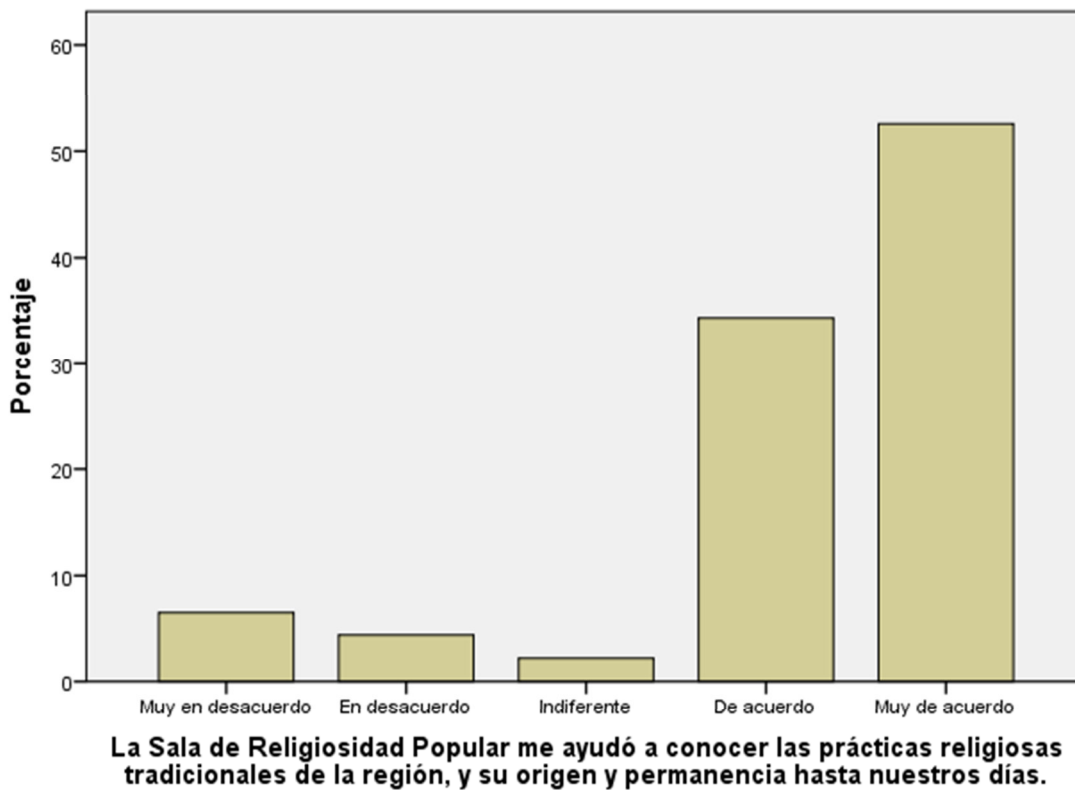
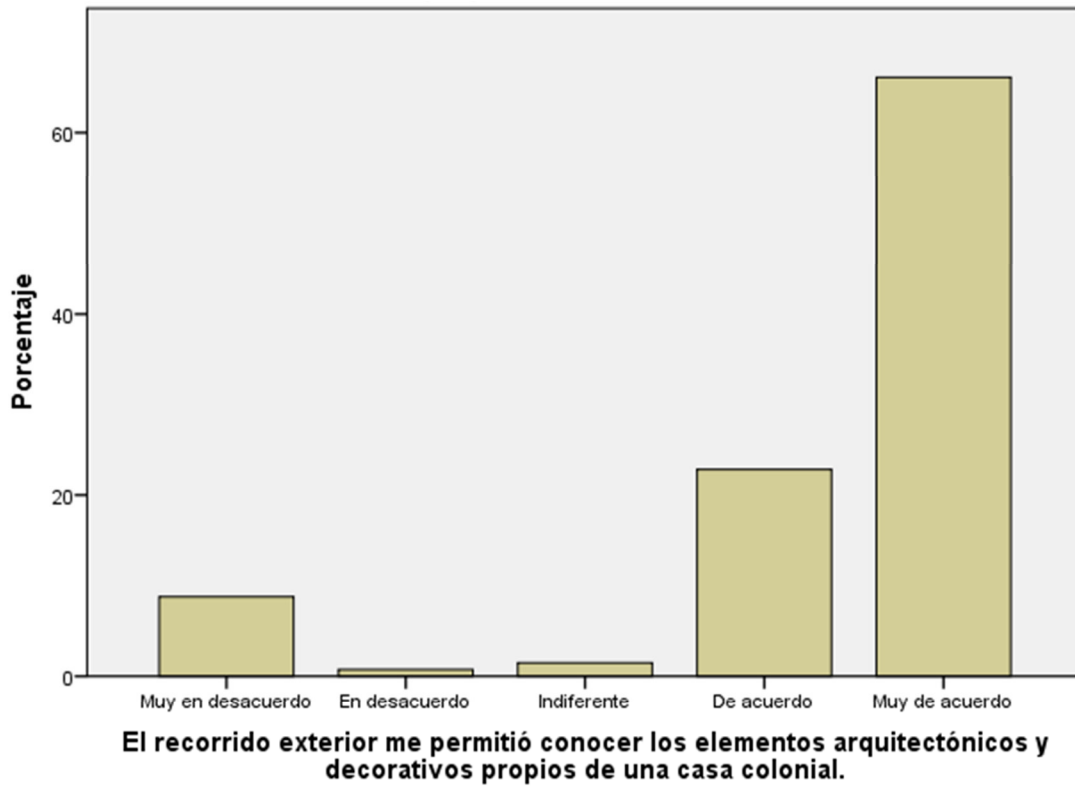
En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.



Las ambientaciones (escritorio, comedor, dormitorio, cocina y salón) me ayudaron a comprender las características del espacio doméstico de una casona del siglo XIX.



La Sala Rancagua en la Independencia me ayudó a comprender los hechos ocurridos antes, durante y después del encuentro bélico.



1.2. Satisfacción de usuarios

En cuanto a las preguntas sobre los aspectos formales de la exhibición –vale decir, sobre la manera y el contexto de presentación de los contenidos museográficos–, y genéricos –vale decir, aplicados en todos los museos de la SNM–, el promedio (media) general es de un 6,4, lo cual se acerca al promedio de la Encuesta de Satisfacción aplicada en 2016 a los museos de la SNM (6,5).

En cuanto a los de los promedios por ítem, el más bajo es el aporte de contenidos audiovisuales, evaluado con nota 5,9, seguido del tamaño de los textos escritos de la exhibición, con nota 6,1. Estos dos elementos suelen tener una baja evaluación en las anteriores encuestas de satisfacción aplicadas a otros museos. La nota más alta la obtiene el ítem limpieza y mantención, con un promedio 6,7.

Las dos preguntas nuevas que agregamos para efectos de esta encuesta en particular resultaron bien evaluadas: estos son el diseño de patios y corredores (6,4) y la relación de los objetos con los temas del museo, que de algún modo puede ser entendida como un elemento más de contenido que formal, pues apunta a la coherencia temática del museo (6,6).

Los promedios de cada ítem son los siguientes:

	N ²	Media
1. Diseño de las salas de exhibición permanente	137	6,50
2. Diseño en patios y corredores	136	6,46
3. Aportes de los textos escritos en la exhibición	135	6,44
4. El tamaño de las letras de los textos en los paneles de apoyo	135	6,14
5. Relación de los objetos exhibidos con los temas del Museo	138	6,64
6. Aporte de los contenidos audiovisuales (vídeo, animaciones, pantallas)	139	5,99
7. Iluminación general para recorrer las salas de exposiciones.	137	6,60
8. Iluminación para leer los textos.	137	6,53
9. Iluminación para observar objetos.	135	6,62
10. Limpieza y mantención de la exhibición en general.	138	6,72
Exhibición (promedio)	127	6,44

² N indica cantidad de casos. Estos varían en función de la tasa de respuesta de la pregunta.

Como señalamos en la introducción, la aplicación de esta encuesta fue también la oportunidad para medir la calidad de la atención del visitante por parte de los funcionarios en dos aspectos fundamentales: la recepción y la información. Ambas fueron bien evaluadas, por sobre el Exhibición (promedio), y con una mayor nota a la recepción (6,8) que a la información brindada (6,5), todo lo cual es la tendencia observada en los demás museos de la SNM.

	N	Media
1. Recepción, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del Museo	139	6,83
2. Información general recibida de los funcionarios del museo	138	6,51
Funcionarios (promedio)	138	6,67

Asimismo, la pregunta por la experiencia general de la visita, que resume todas las anteriores en una sola respuesta y que apela a la subjetividad del visitante, arrojó muy buenos resultados, con un promedio 6,7, superando el promedio de la exhibición y la atención, lo cual refleja que la experiencia de la visita puede ser provechosa con cierta autonomía de cada elemento de la exhibición y la atención.

¿Cómo evalúa su experiencia general en el Museo?	140	6,73
--	-----	-------------

Otro indicador de satisfacción de la visita es la pregunta de si recomendaría o no la visita al museo, a lo cual la gran mayoría de los encuestados (98,5) respondió favorablemente.

¿Recomendaría la visita a este museo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	128	91,4	98,5	98,5
	No	2	1,4	1,5	100,0
	Total	130	92,9	100,0	
Perdidos	Sistema	10	7,1		
Total		140	100,0		

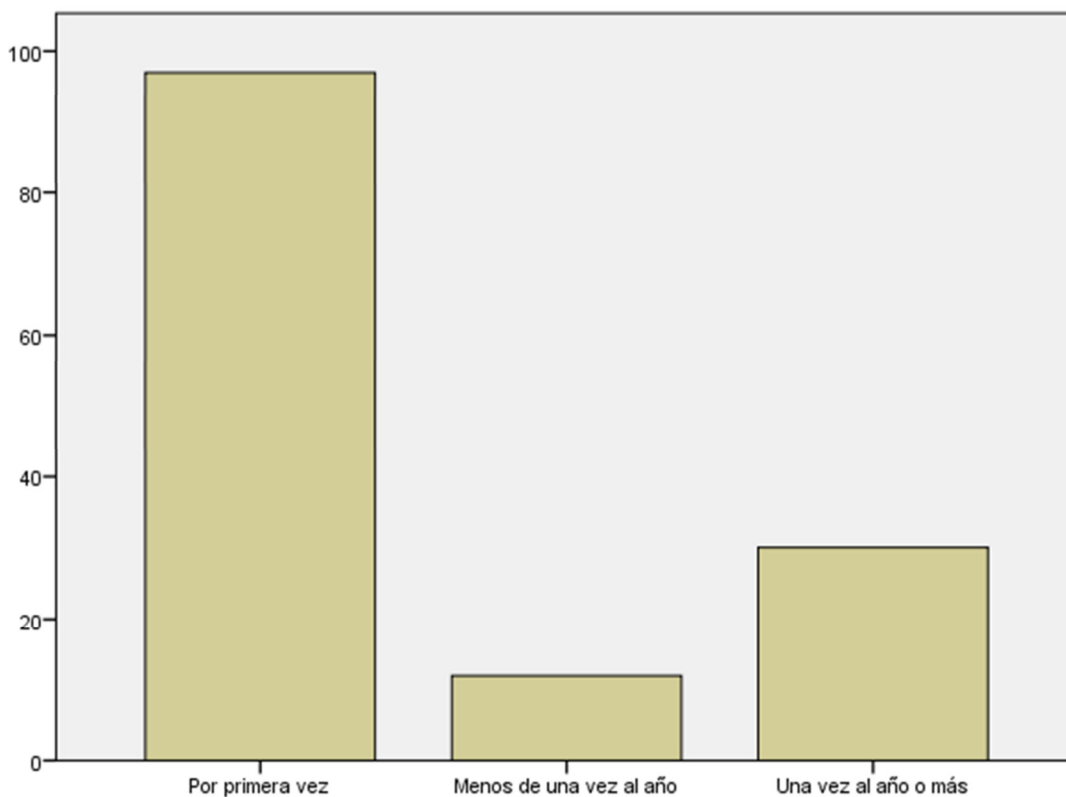
1.3. Otras informaciones relevantes

Para obtener un mejor conocimiento de los públicos y de su comportamiento de visita, hemos agregado en la encuesta tres preguntas, cuyos resultados desglosaremos más adelante en función

de las características sociodemográficas de los visitantes. La primera, –siguiendo el ejemplo de la Encuesta de Satisfacción aplicada en los museos de la SNM desde 2015– busca dar luces sobre el hábito de visita y el grado de fidelización de los visitantes del museo, que en su mayoría son visitantes nuevos (69,3%).

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

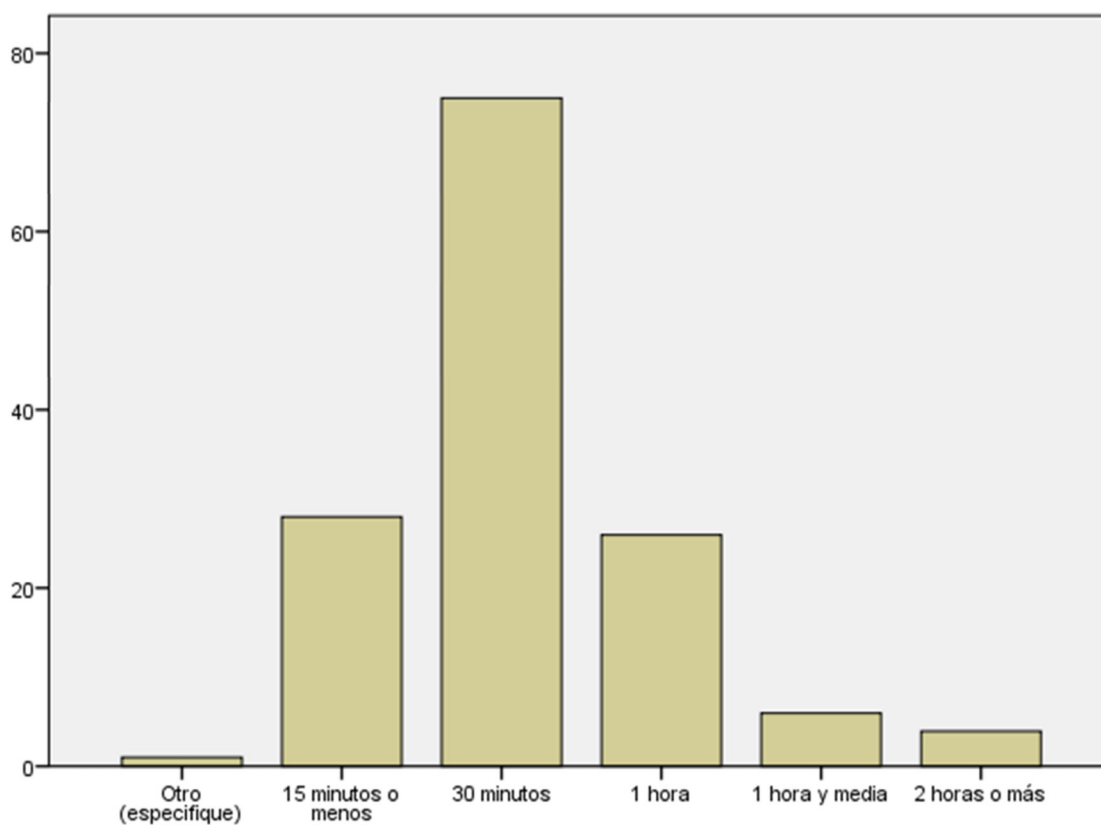
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por primera vez	97	69,3	69,8	69,8
	Menos de una vez al año	12	8,6	8,6	78,4
	Una vez al año o más	30	21,4	21,6	100,0
	Total	139	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		140	100,0		



La segunda pregunta aborda la duración de la visita, que es mayoritariamente de 30 minutos, con un 53,6%.

¿Cuánto duró su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Otro	1	,7	,7	,7
	15 minutos o menos	28	20,0	20,0	20,7
	30 minutos	75	53,6	53,6	74,3
	1 hora	26	18,6	18,6	92,9
	1 hora y media	6	4,3	4,3	97,1
	2 horas o más	4	2,9	2,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	



Por último, para conocer los efectos de la difusión y la manera en que los visitantes llegan al museo, hemos preguntado sobre el conocimiento previo de la existencia de su exhibición o, en su defecto, del mismo museo. Notamos que en general, los visitantes no se enteraron de que existía

la nueva exhibición, sino al momento de ingresar al museo. A la pregunta ‘¿Cómo supo que existía esta exhibición?’, mencionaron mayoritariamente tres fuentes de información.

La primera es por un aviso señalización en la calle (29,2%). Considerando que el museo no ha instalado avisos o señalizaciones sobre la nueva exhibición, entendemos que los encuestados se refieren al museo y que por tanto, no se enteraron particularmente de la renovación museográfica. La segunda opción nos muestra que los visitantes se enteraron por un conocido, amigo o familiar (19%). Y el tercer medio de información nos indica que los usuarios no sabían que existía esta exhibición, solo venían al museo (18,2%).

¿Cómo supo que existía esta Exhibición?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Otro	15	10,7	10,9	10,9
	Por un aviso o señalización en la calle	40	28,6	29,2	40,1
	Por un avisos en medios de comunicación: prensa, TV, radio	4	2,9	2,9	43,1
	A través de redes sociales o internet	13	9,3	9,5	52,6
	Por la página web del museo	5	3,6	3,6	56,2
	Por un conocido, amigo o familiar	26	18,6	19,0	75,2
	Por un libro o información turística	3	2,1	2,2	77,4
	A través de un establecimiento educacional	6	4,3	4,4	81,8
	No sabía que existía esta exhibición, solo venía al museo	25	17,9	18,2	100,0
	Total	137	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,1		
Total		140	100,0		

Para descartar equívocos, pues para muchos el museo es más visible y más conocido que la exhibición, hemos complementado esta variable con una segunda pregunta, en caso de que el visitante eligiera la última alternativa de la pregunta anterior (“No sabía que existía esta exhibición, solo venía al museo”), Es interesante destacar que de este último grupo, un 23,1%

reconocen haberse enterado de la existencia del museo por medio de un aviso o señalización en la calle y un 19,2% por un establecimiento educacional.

¿Cómo supo que existía este Museo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Otro	9	6,4	34,6	34,6
	Por un aviso o señalización en la calle	6	4,3	23,1	57,7
	A través de redes sociales o internet	2	1,4	7,7	65,4
	Por un conocido, amigo o familiar	2	1,4	7,7	73,1
	Por un establecimiento educacional	5	3,6	19,2	92,3
	Por un libro o información turística	2	1,4	7,7	100,0
	Total	26	18,6	100,0	
Perdidos	Sistema	114	81,4		
Total		140	100,0		

En resumen, si bien la mayoría de los visitantes no se enteró de la renovación museográfica que visitaron, sí es posible identificar que avisos o señalizaciones de la calle y los establecimientos educacionales, cumplen una labor importante de comunicación del museo, ya que es identificada por los visitantes del MRR.

2. Características de los visitantes y evaluación por grupo

Desde 2013, la Encuesta de Satisfacción de Clientes Externos considera datos sociodemográficos de los encuestados, que son independientes de la forma en que visitan los museos. Esta decisión metodológica responde a la necesidad de conocer a los públicos de los museos Dibam, lo cual podría servir como principio para conocer a los públicos de museos a nivel nacional.

A continuación, se presentan los datos sociodemográficos de los encuestados, que corresponden a aquellas características estables de los visitantes, esto es, la nacionalidad, residencia, edad, género, nivel educativo y situación laboral. Entre paréntesis dejamos los valores nacionales, es

decir, el promedio los museos de la SNM en los que se aplicó recientemente la Encuesta de satisfacción de Usuarios.

En términos generales, sabemos que el 97,5% de encuestados reside en Chile (89,2% a nivel nacional); que el 93,2% es chileno (86,3% a nivel nacional); que el 52,5% se identifica con el género femenino (56,4% a nivel nacional); que la edad del público se concentra entre los 15 y 24 años, con un 28,1% del público total encuestado en ese tramo (22,4% a nivel nacional). En cuanto a las informaciones socioculturales, podemos decir que el 39,3% del público del museo cuenta con educación superior (43,7% a nivel nacional) y con una situación laboral activa, pues un 39,2% son trabajadores dependientes y 17,5% son independientes (46,2% y 16% respectivamente a nivel nacional).

Al mirar las características del público del MRR y de todo el país, es posible advertir que los grupos mayoritarios coinciden a excepción de la edad del público, que en el caso del MRR se concentra entre los 15 y 24 años, siendo más joven que la muestra nacional 2016.

A continuación presentaremos algunos detalles de estos indicadores, así como sus diferencias en la evaluación de los contenidos temáticos, museográficos, sociales y experienciales del museo. Con el fin de no extendernos demasiado en dichos cruces, revisaremos solamente los resultados generales de las evaluaciones: en el caso de los **contenidos temáticos**, analizaremos la pregunta “comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O’Higgins”; para los **aspectos genéricos** y formales, revisaremos los promedios generales de la exhibición y de la atención de funcionarios, así como la experiencia del usuario.

Asimismo, cruzaremos estas variables con el tiempo de duración de la visita y el hábito de visita de los usuarios en relación a este museo en específico.

3.1. Origen y residencia de los visitantes

3.1.1. País de nacionalidad

La mayoría de los visitantes al Museo Regional de Rancagua son chilenos (93,2%). Sin embargo, conviene señalar que la tasa de no respuesta a esta pregunta es alta (22 encuestados la omitieron, 15,7%), lo cual podría indicar que la pregunta por la nacionalidad sea sensible para ciertos encuestados. Aun así, llama la atención que la totalidad de los extranjeros provenga de países latinoamericanos.

¿Cuál es su país de nacionalidad?

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Argentina	1	,7	,8	,8
	Chile	110	78,6	93,2	94,1
	Colombia	1	,7	,8	94,9
	Ecuador	4	2,9	3,4	98,3
	Venezuela	2	1,4	1,7	100,0
	Total	118	84,3	100,0	
Perdidos	Sistema	22	15,7		
Total		140	100,0		

Al observar la frecuencia de visitas al MRR de chilenos y de extranjeros, vemos que ambos grupos visitan mayoritariamente el museo por primera vez, y se concentran en segundo lugar entre los que visitan frecuentemente el museo (una vez al año o más), aunque estos sean proporcionalmente más entre los chilenos (19,1%) que entre los extranjeros (12,5%).

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

		En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?				
			Por primera vez	Menos de una vez al año	Una vez al año o más	Total
Chilenos y extranjeros	Chileno	N	79	10	21	110
		%	71,8%	9,1%	19,1%	100,0%
	Extranjeros	N	7	0	1	8
		%	87,5%	0,0%	12,5%	100,0%
	NS/NR	N	11	2	8	21
		%	52,4%	9,5%	38,1%	100,0%
Total		N	97	12	30	139
		%	69,8%	8,6%	21,6%	100,0%

Al observar el tiempo de visita de estos dos grupos, se advierte que el público tiende a visitar la muestra en 30 minutos. Al observar el grupo de chilenos en detalle, vemos que existe un segundo grupo que visita el museo por 1 hora (20,9%). Por su parte, al mirar el grupo de extranjeros, vemos que existe un segundo grupo que tiende a visitar la muestra en 15 minutos o menos (37%).

		¿Cuánto duró su visita?							
		Otro	15 minutos o menos	30 minutos	1 hora	1 hora y media	2 horas o más	Total	
Chilenos y extranjeros	Chileno	N	1	20	58	23	5	3	110
		%	0,9%	18,2%	52,7%	20,9%	4,5%	2,7%	100,0%
	Extranjeros	N	0	3	4	0	0	1	8
		%	0,0%	37,5%	50,0%	0,0%	0,0%	12,5%	100,0%
	NS/NR	N	0	5	13	3	1	0	22
		%	0,0%	22,7%	59,1%	13,6%	4,5%	0,0%	100,0%
Total		N	1	28	75	26	6	4	140
		%	0,7%	20,0%	53,6%	18,6%	4,3%	2,9%	100,0%

Al observar la valoración de chilenos y extranjeros vemos que ambos grupos consideran que ‘comprenden y valoran mejor la época colonial y los hechos históricos de la región’, luego de su visita al museo. Ahora bien, al observar a los chilenos en detalle, vemos que en su mayoría tienden a estar muy de acuerdo con esta afirmación (74%), mientras que el grupo de extranjeros señala, en su mayoría, estar de acuerdo con esta aseveración (50%).

En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O’Higgins.

		Muy desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Total	
Chilenos y extranjeros	Chileno	N	8	1	2	16	77	104
		%	7,7%	1,0%	1,9%	15,4%	74,0%	100,0%
	Extranjeros	N	0	1	1	4	2	8
		%	0,0%	12,5%	12,5%	50,0%	25,0%	100,0%
	NS/NR	N	1	1	0	4	14	20
		%	5,0%	5,0%	0,0%	20,0%	70,0%	100,0%
Total		N	9	3	3	24	93	132
		%	6,8%	2,3%	2,3%	18,2%	70,5%	100,0%

En lo que atañe a la evaluación genérica de la exhibición, de la atención de los funcionarios y de la experiencia general, no se observan diferencias significativas entre chilenos y extranjeros.

Chilenos y extranjeros		Exhibición (promedio)	Funcionarios (promedio)	Experiencia General
Chilenos	Media	6,45	6,69	6,72
	N	102	108	110
Extranjeros	Media	6,43	6,60	6,77
	N	25	30	30
Total	Media	6,44	6,67	6,73
	N	127	138	140

3.1.2. Región

El lugar de residencia de los visitantes es principalmente Chile, con un 97,5%, lo cual, si consideramos las informaciones que tenemos sobre nacionalidad, indicaría una bajísima presencia de turistas extranjeros. Ahora bien, esta variable también muestra una alta tasa de omisión, con 20 casos de no respuesta.

La región de residencia más importante es la región del museo, del Libertador Bernardo O'Higgins, con una presencia de 65% de los visitantes, existiendo un considerable porcentaje de visitantes de otras regiones (35%), provenientes principalmente de la Región Metropolitana, con 10,8% del total.

Si vive en Chile, marque su región de residencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	XV Arica y Parinacota	1	,7	,8
	IV Coquimbo	5	3,6	5,0
	V Valparaíso	8	5,7	11,7
	VI O'Higgins	78	55,7	76,7
	VII Maule	2	1,4	78,3
	VIII Biobío	4	2,9	81,7

	IX La Araucanía	2	1,4	1,7	83,3
	X Los Lagos	4	2,9	3,3	86,7
	Región Metropolitana	13	9,3	10,8	97,5
	No vivo en Chile	3	2,1	2,5	100,0
	Total	120	85,7	100,0	
Perdidos	Sistema	20	14,3		
Total		140	100,0		

Al observar la frecuencia de visita de los usuarios según su residencia en Chile, vemos que en ambos grupos, la mayoría de los visitantes son nuevos (69, 6%). También, vemos que un segundo grupo de visitantes frecuentes (21,6%), que es proporcionalmente mayor entre los lugareños que entre los afuerinos, con un 26,9% en el caso de los primeros y un 14,8% en el caso de los segundos.

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

			Por primera vez	Menos de una vez al año	Una vez al año o más	Total
Lugareños y afuerinos (turismo interno)	Habitantes de la región	N	50	7	21	78
		%	64,1%	9,0%	26,9%	100,0%
	Visitantes de otras regiones	N	47	5	9	61
		%	77,0%	8,2%	14,8%	100,0%
Total		N	97	12	30	139
		%	69,8%	8,6%	21,6%	100,0%

Como sabemos, la mayoría de los usuarios visita el museo en 30 minutos (53,6%). Al observar en detalle los habitantes de la región y los visitantes de otras regiones, vemos que en ambos grupos existe un segundo grupo de visitantes que recorre el museo en 15 minutos o menos, y un tercero que lo visita en una hora.

¿Cuánto duró su visita?

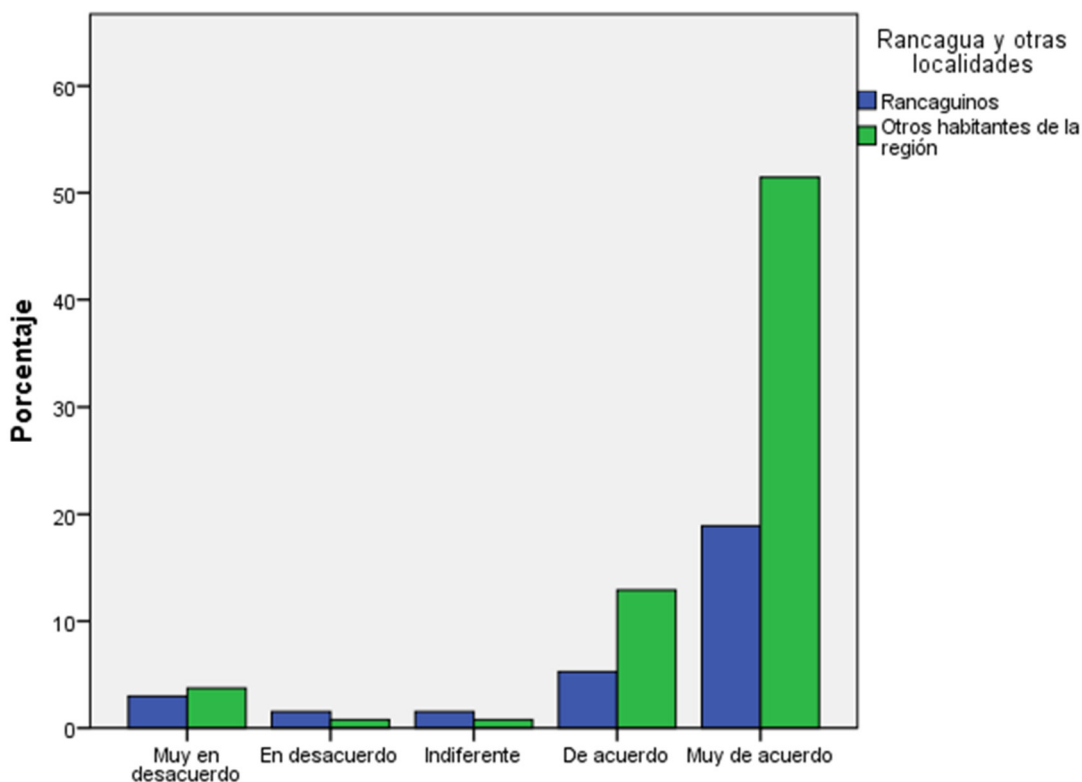
Total

			Otro	15 minutos o menos	30 minutos	1 hora	1 hora y media	2 horas o más	
Lugareños y afuerinos (turismo interno)	Habitantes de la región	N	0	13	46	12	4	3	78
		%	0,0%	16,7%	59,0%	15,4%	5,1%	3,8%	100,0%
	Visitantes de otras regiones	N	1	15	29	14	2	1	62
		%	1,6%	24,2%	46,8%	22,6%	3,2%	1,6%	100,0%
Total		N	1	28	75	26	6	4	140
		%	0,7%	20,0%	53,6%	18,6%	4,3%	2,9%	100,0%

Respecto del aprendizaje de los contenidos, tanto habitantes de la región como visitantes de otras regiones están muy de acuerdo con que la visita del museo les ha ayudado a comprender y valorar la época colonial y los hechos históricos de la región.

En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.

			Muy de acuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Total
Lugareños y afuerinos (turismo interno)	Habitantes de la región	N	6	2	2	13	50	73
		%	8,2%	2,7%	2,7%	17,8%	68,5%	100,0%
	Visitantes de otras regiones	N	3	1	1	11	43	59
		%	5,1%	1,7%	1,7%	18,6%	72,9%	100,0%
Total		N	9	3	3	24	93	132
		%	6,8%	2,3%	2,3%	18,2%	70,5%	100,0%



En lo que atañe a la evaluación genérica de la exhibición, de la atención de los funcionarios y de la experiencia general, notamos que la experiencia de visita es un poco más satisfactoria entre los lugareños que entre los visitantes de otras regiones.

Lugareños y afuerinos (turismo interno)		Exhibición (promedio)	Funcionarios (promedio)	Experiencia General
Habitantes de la región	Media	6,45	6,75	6,80
	N	66	69	71
Visitantes de otras regiones	Media	6,45	6,59	6,56
	N	36	39	39
Total	Media	6,45	6,69	6,72
	N	102	108	110

3.1.3. Comuna

De los visitantes locales, también la mayor parte reside en la comuna del museo, Rancagua, con 43 personas (55,1%).

O'Higgins ¿Cuál es su comuna de residencia?

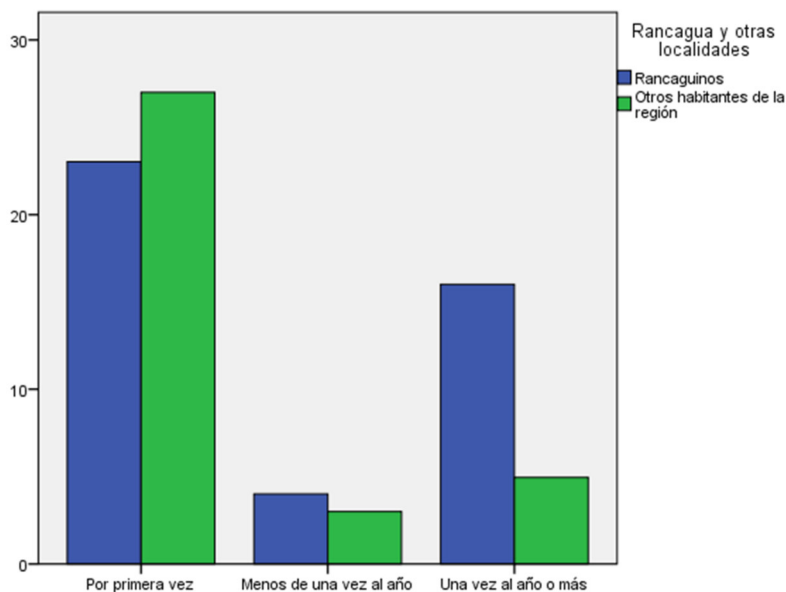
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Codegua	3	2,1	3,8	3,8
	Coinco	2	1,4	2,6	6,4
	Coltauco	1	,7	1,3	7,7
	Doñihue	3	2,1	3,8	11,5
	Graneros	3	2,1	3,8	15,4
	Machalí	6	4,3	7,7	23,1
	Mostazal	1	,7	1,3	24,4
	Olivar	2	1,4	2,6	26,9
	Rancagua	43	30,7	55,1	82,1
	Rengo	4	2,9	5,1	87,2
	Requínoa	4	2,9	5,1	92,3
	Chimbarongo	1	,7	1,3	93,6
	Pumanque	2	1,4	2,6	96,2
	San Fernando	2	1,4	2,6	98,7
	Santa Cruz	1	,7	1,3	100,0
	Total	78	55,7	100,0	
Perdidos	Sistema	62	44,3		
Total		140	100,0		

Al observar la frecuencia de visitas de rancagüinos y visitantes de otras comunas de la región, vemos que ambos grupos concentran una mayoría de visitantes nuevos. Aunque cabe señalar que al observar que los rancagüinos concentran un grupo relevante de visitantes frecuentes (37,2%).

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

Por vez	primera vez	Menos de una vez al año	Una vez al año o más	Total
---------	-------------	-------------------------	----------------------	-------

Rancagua y otras localidades	Rancagüinos	N	23	4	16	43
		%	53,5%	9,3%	37,2%	100,0%
	Otros habitantes de la región	N	27	3	5	35
		%	77,1%	8,6%	14,3%	100,0%
Total		N	50	7	21	78
		%	64,1%	9,0%	26,9%	100,0%

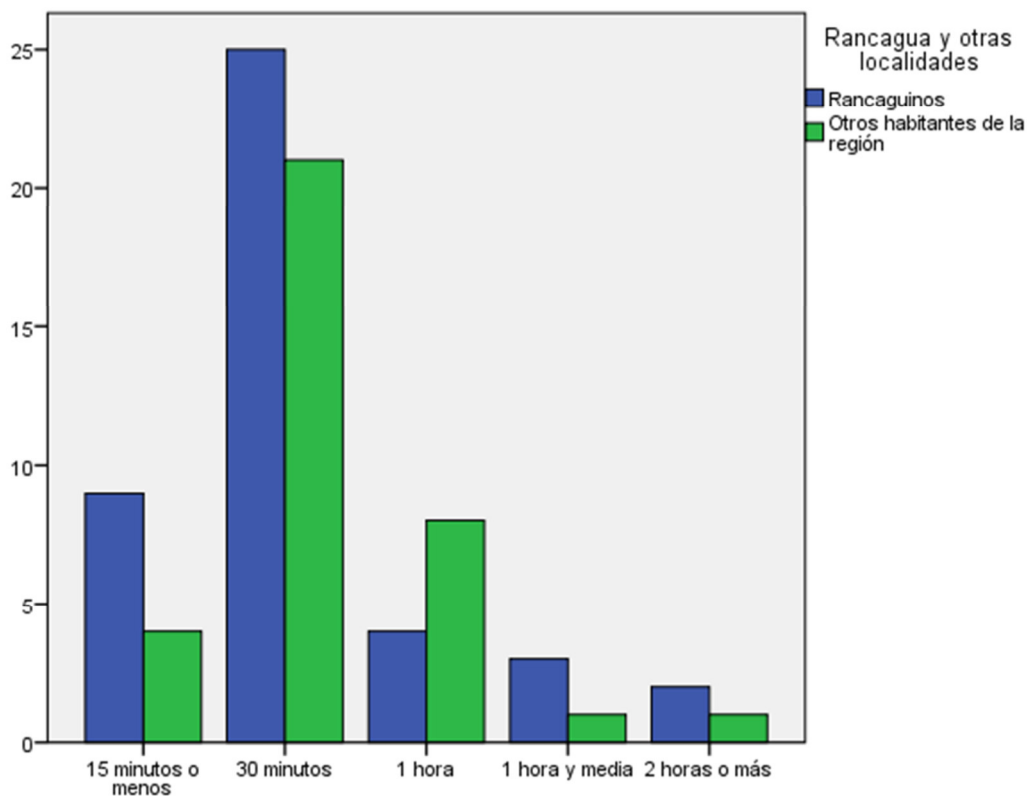


Al observar los tiempos de visita de estos dos grupos, se advierte la tendencia a visitar la muestra en 30 minutos. Ahora bien, al observar ambos grupos por separado, vemos que los rancagüinos cuentan con un segundo grupo mayoritario de usuarios que visitan el museo en 15 minutos o menos, mientras que los habitantes de otras comunas de la región cuentan con un segundo grupo mayoritario que permanece en el museo durante 1 hora.

¿Cuánto duró su visita?

			15 minutos o menos	30 minutos	1 hora	1 hora y media	2 horas o más	Total
Rancagua y otras localidades	Rancagüinos	N	9	25	4	3	2	43
		%	20,9%	58,1%	9,3%	7,0%	4,7%	100,0%
	Otros	N	4	21	8	1	1	35

habitantes de la región	%	11,4%	60,0%	22,9%	2,9%	2,9%	100,0%
Total	N	13	46	12	4	3	78
	%	16,7%	59,0%	15,4%	5,1%	3,8%	100,0%



Al observar el aprendizaje de los visitantes, destaca que la mayoría de los usuarios de la Región de O'Higgins comprenden y valoran los contenidos de la muestra (86,3% está de acuerdo o muy de acuerdo con esta aseveración). Ahora bien, cabe observar el 15% de rancagüinos que no considera que comprendió y valora y la época colonial y los hechos históricos de la región, y el 5% que se mantiene indiferente.

En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Total
-------------------	---------------	-------------	------------	----------------	-------

Rancagua y otras localidades	Rancagüinos	N	4	2	2	7	25	40
		%	10,0%	5,0%	5,0%	17,5%	62,5%	100,0%
	Otros habitantes de la región	N	2	0	0	6	25	33
		%	6,1%	0,0%	0,0%	18,2%	75,8%	100,0%
Total		N	6	2	2	13	50	73
		%	8,2%	2,7%	2,7%	17,8%	68,5%	100,0%

Al igual que las evaluaciones emitidas por lugareños y afuerinos que revisamos anteriormente, notamos que el hecho de que los usuarios sean moderados a la hora de evaluar la transmisión de contenidos no significa que tengan una experiencia de visita negativa o una mala impresión de la exhibición. Aquí podemos ver que la evaluación genérica de la exhibición, de la atención de los funcionarios y de la experiencia general es muy positiva, siendo incluso un poco más alta en el caso de los rancagüinos.

Rancagua y otras localidades		Exhibición (promedio)	Funcionarios (promedio)	Experiencia General
Rancagüinos	Media	6,49	6,79	6,84
	N	39	42	43
Otros habitantes de la región	Media	6,34	6,66	6,71
	N	33	34	35
Total	Media	6,42	6,73	6,78
	N	72	76	78

2.2. Edad

Los visitantes del MRR tienden a concentrarse en los grupos de menor edad que el público de museos nacional³, concentrándose entre los 25 y 34 años. Cabe destacar, para efectos de este informe y de la comparación de esta variable, que es la primera vez que incorporamos a los menores de 15 años, que aparecen como el cuarto tramo más importante.

³ Los resultados de la encuesta de satisfacción 2017 muestran que el público de museos tiende a concentrarse entre los 25 y 34 años.

Llama la atención asimismo la fuerte caída entre los tramos 35/44 años y 45/54 años. La edad del visitante promedio es de 30 años, y coincide con la mediana (línea que divide en dos mitades al conjunto de los datos) y con la moda (valor que más se repite), lo cual habla de una fuerte tendencia a esa edad y una distribución muy normal.

Grupo de edad

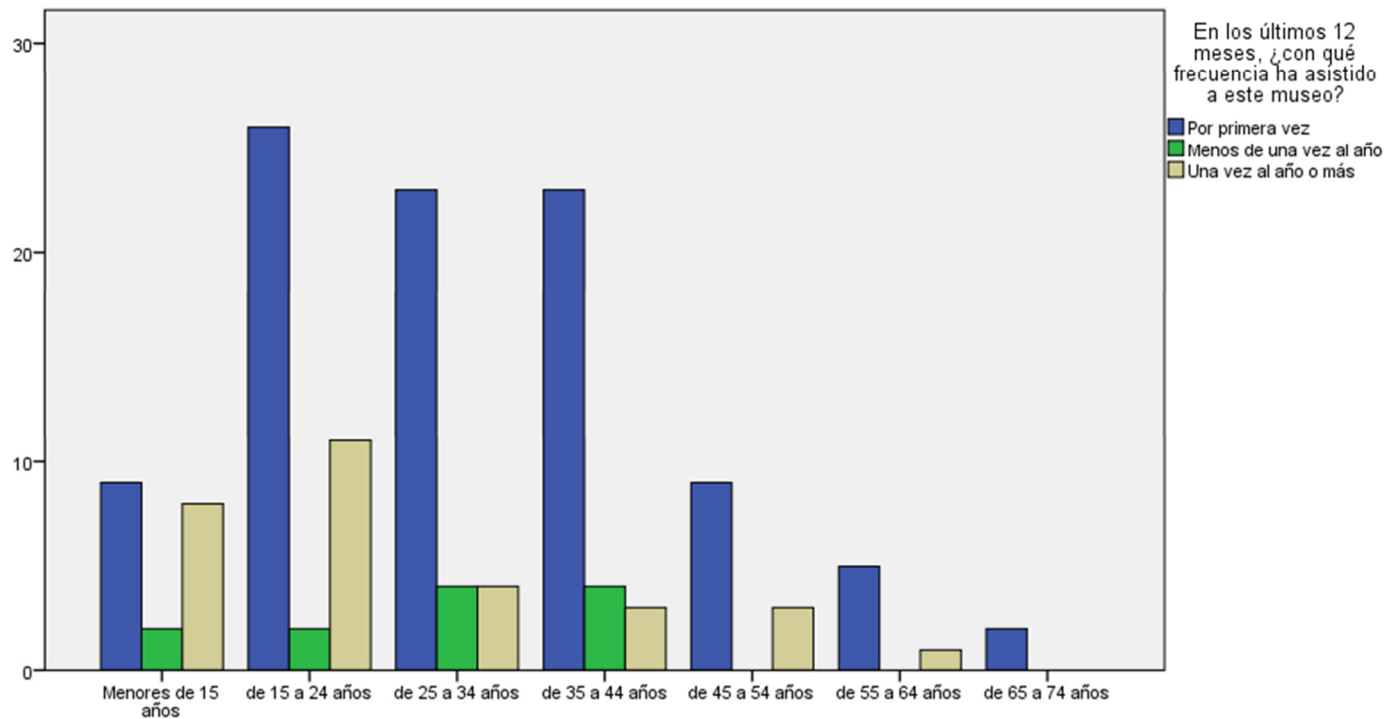
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menores de 15 años	19	13,6	13,7	13,7
	de 15 a 24 años	39	27,9	28,1	41,7
	de 25 a 34 años	31	22,1	22,3	64,0
	de 35 a 44 años	30	21,4	21,6	85,6
	de 45 a 54 años	12	8,6	8,6	94,2
	de 55 a 64 años	6	4,3	4,3	98,6
	de 65 a 74 años	2	1,4	1,4	100,0
	Total	139	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		140	100,0		

Al observar la edad de los usuarios, por la frecuencia de visitas al museo, se advierte que más de la mitad visita el museo por primera vez (69,8%), situación que se repite en todos los rangos de edad, menos en los menores de 15 años, donde este grupo representa el 47,4% y el grupo de visitantes frecuentes (que visita el museo una vez al año o más), representa un 42,1%. De hecho, es interesante observar que el grupo de visitantes nuevos aumenta en representación, con el avance de la edad, lo que de alguna manera nos habla de la fidelización que ha hecho el museo con el público escolar.

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

		Por primera vez	Menos de una vez al año	Una vez al año o más	Total
Grupo de edad	Menores de 15 años	N 9	2	8	19
		% 47,4%	10,5%	42,1%	100,0%

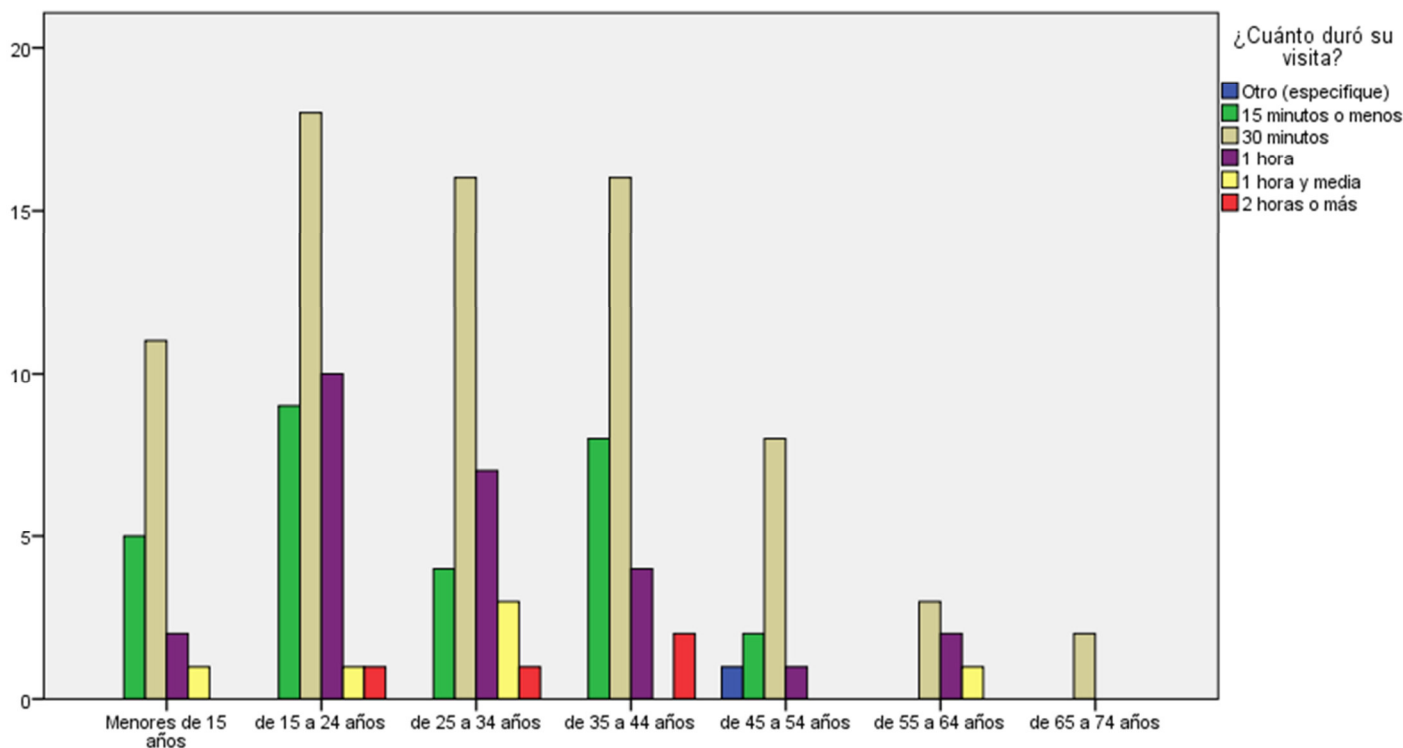
de 15 a 24 años	N	26	2	11	39
	%	66,7%	5,1%	28,2%	100,0%
de 25 a 34 años	N	23	4	4	31
	%	74,2%	12,9%	12,9%	100,0%
de 35 a 44 años	N	23	4	3	30
	%	76,7%	13,3%	10,0%	100,0%
de 45 a 54 años	N	9	0	3	12
	%	75,0%	0,0%	25,0%	100,0%
de 55 a 64 años	N	5	0	1	6
	%	83,3%	0,0%	16,7%	100,0%
de 65 a 74 años	N	2	0	0	2
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	N	97	12	30	139
	%	69,8%	8,6%	21,6%	100,0%



La mayoría de los usuarios visita el museo en 30 minutos (53,2%), situación que se repite en todos los tramos, menos en el de 15 a 24 años (46,2%), donde se observan dos grupos secundarios importantes: aquellos que visitan el museo en 1 hora (35,6%) y aquellos que lo visitan en 15 minutos o menos (23,1%). Asimismo, los mayores tienden a hacer a hacer visitas más largas, pues todos los mayores de 55 años hacen visitas de más de media hora.

¿Cuánto duró su visita?

		Otro	15 minutos o menos	30 minutos	1 hora	1 hora y media	2 horas o más	Total
Grupo de edad	Menores de 15 años	N 0	5	11	2	1	0	19
	%	0,0%	26,3%	57,9%	10,5%	5,3%	0,0%	100,0%
	de 15 a 24 años	N 0	9	18	10	1	1	39
	%	0,0%	23,1%	46,2%	25,6%	2,6%	2,6%	100,0%
	de 25 a 34 años	N 0	4	16	7	3	1	31
	%	0,0%	12,9%	51,6%	22,6%	9,7%	3,2%	100,0%
	de 35 a 44 años	N 0	8	16	4	0	2	30
	%	0,0%	26,7%	53,3%	13,3%	0,0%	6,7%	100,0%
	de 45 a 54 años	N 1	2	8	1	0	0	12
	%	8,3%	16,7%	66,7%	8,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	de 55 a 64 años	N 0	0	3	2	1	0	6
	%	0,0%	0,0%	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	100,0%
	de 65 a 74 años	N 0	0	2	0	0	0	2
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	N	1	28	74	26	6	4	139
	%	0,7%	20,1%	53,2%	18,7%	4,3%	2,9%	100,0%



2.3. Género

La mayoría de los visitantes al museo son mujeres, con un 52,1%, lo cual coincide con la tendencia nacional.

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Otro	1	,7	,7	,7
	Masculino	65	46,4	46,8	47,5
	Femenino	73	52,1	52,5	100,0
	Total	139	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		140	100,0		

En cuanto a la valoración que hacen estos públicos de la exhibición permanente, notamos que tanto hombres como mujeres comprenden y valoran la época colonial y los hechos históricos ocurridos en la región (70,5%). Llama la atención el 4,9% de visitantes hombres que dicen estar indiferentes ante esta aseveración de comprensión y aprendizaje del contenido.

En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.

			Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Total
Género	Otro	N	1	0	0	0	0	1
		%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Masculino	N	4	1	3	13	40	61
		%	6,6%	1,6%	4,9%	21,3%	65,6%	100,0%
	Femenino	N	4	2	0	11	53	70
		%	5,7%	2,9%	0,0%	15,7%	75,7%	100,0%
Total		N	9	3	3	24	93	132
		%	6,8%	2,3%	2,3%	18,2%	70,5%	100,0%

Esta diferencia se mantiene principalmente en la evaluación formal de la exhibición, pues el promedio de los hombres es de 6,2, mientras que el de las mujeres es de 6,6. En la evaluación de funcionarios y de la propia experiencia, los hombres repuntan y se acercan a la evaluación de las mujeres.

Género		Exhibición (promedio)	Funcionarios (promedio)	Experiencia General
Otro	Media		7,00	7,00
	N		1	1
Masculino	Media	6,26	6,66	6,69
	N	59	65	65
Femenino	Media	6,60	6,67	6,75
	N	68	71	73
Total	Media	6,44	6,67	6,73
	N	127	137	139

Respecto de la frecuencia de visitas, tanto mujeres como hombres tienden a visitar el museo por primera vez (69.8%). Y en segundo lugar, se observa un grupo de visitantes frecuentes (21,6%), que en el caso de las mujeres, supera un cuarto del grupo (26%).

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

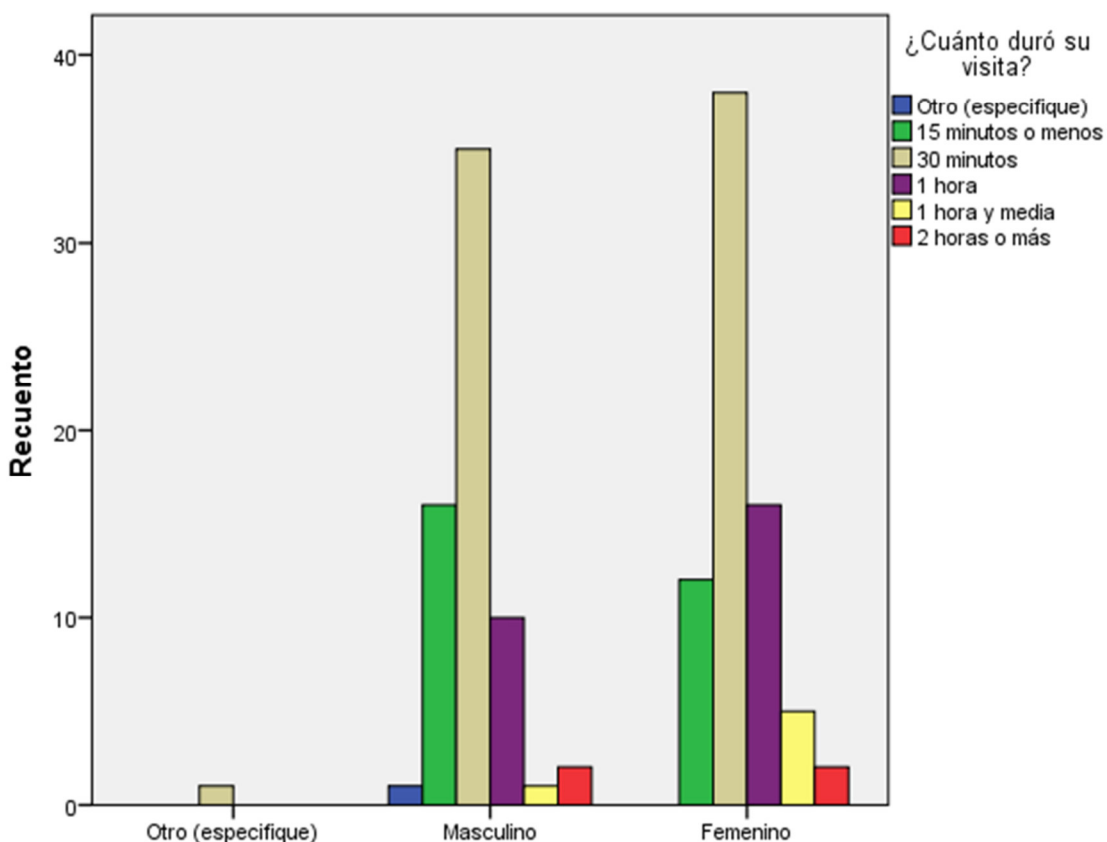
			Por primera vez	Menos de una vez al año	Una vez al año o más	Total
Género	Otro	N	1	0	0	1
		%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Masculino	N	47	7	11	65
		%	72,3%	10,8%	16,9%	100,0%
	Femenino	N	49	5	19	73
		%	67,1%	6,8%	26,0%	100,0%
Total		N	97	12	30	139
		%	69,8%	8,6%	21,6%	100,0%

los usuarios tienden a recorrer el museo en media hora (53,2%). En el caso de los hombres, existe un segundo grupo que recorre el museo en 15 minutos o menos (24,5%). Y en el caso de las mujeres, existe un segundo grupo que recorre el museo en una hora (21,9%).

¿Cuánto duró su visita?

			Otro	15 minutos o menos	30 minutos	1 hora	1 hora y media	2 horas o más	Total
Género	Otro	N	0	0	1	0	0	0	1
		%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Masculino	N	1	16	35	10	1	2	65
		%	1,5%	24,6%	53,8%	15,4%	1,5%	3,1%	100,0%
	Femenino	N	0	12	38	16	5	2	73

	%	0,0%	16,4%	52,1%	21,9%	6,8%	2,7%	100,0%
Total	N	1	28	74	26	6	4	139
	%	0,7%	20,1%	53,2%	18,7%	4,3%	2,9%	100,0%



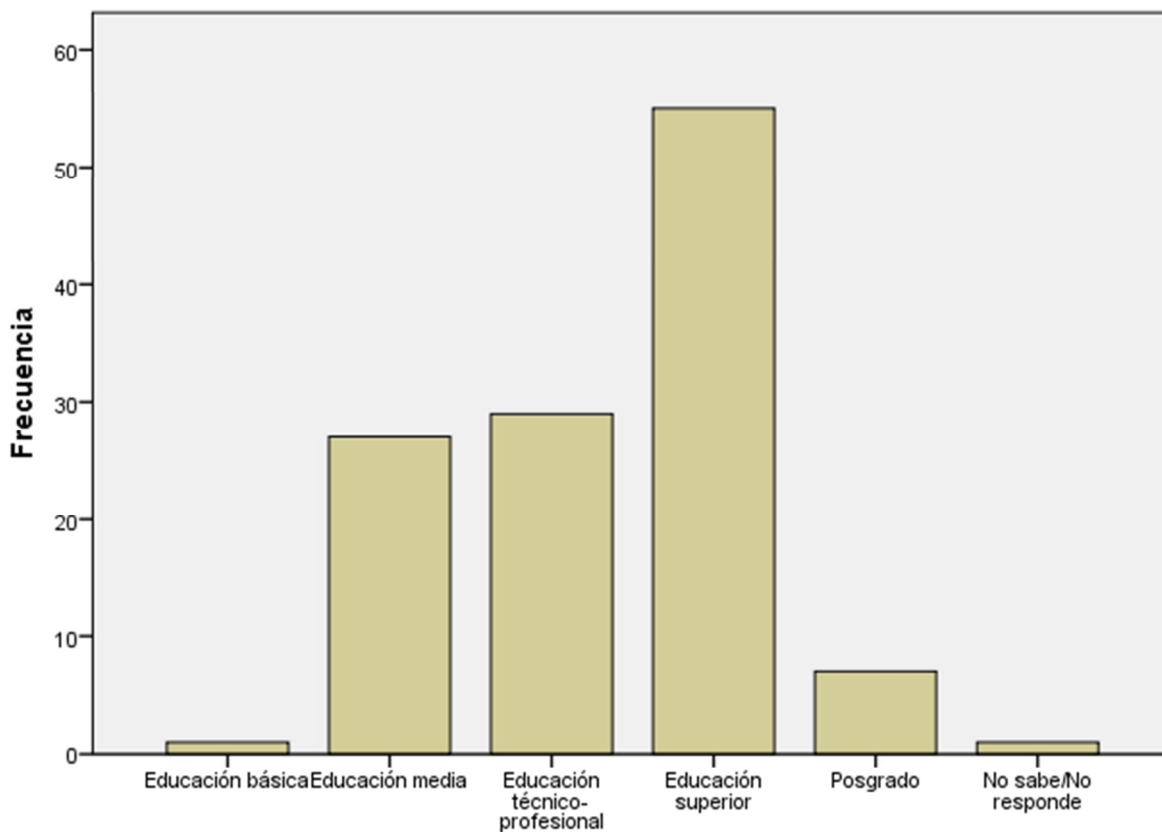
2.4. Escolaridad

Como señalamos al comienzo, la mayor parte de los visitantes cuenta con educación superior (45,8%), pero también son importantes, en porcentaje, los visitantes que cuentan con educación técnico-profesional (24,2%) y educación media (23,3%). Ningún encuestado marcó la opción sin escolaridad.

¿Cuál es su escolaridad?

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Educación básica	1	,7	,8	,8
	Educación media	27	19,3	22,5	23,3
	Educación técnico- profesional	29	20,7	24,2	47,5
	Educación superior	55	39,3	45,8	93,3
	Posgrado	7	5,0	5,8	99,2
	NS/NR	1	,7	,8	100,0
	Total	120	85,7	100,0	
Perdidos	Sistema	20	14,3		
Total		140	100,0		



En cuanto a la valoración que hacen estos públicos de la exhibición permanente, notamos que el 70,8% de los encuestados está muy de acuerdo con que la visita al museo le ha ayudado a comprender y valorar la época colonial y los hechos históricos de la región de O'Higgins. Al observar la evaluación de los encuestados según su nivel de escolaridad, vemos que la tendencia a estar muy de acuerdo con esta aseveración se repite en los distintos grupos educacionales, a

excepción del grupo con posgrado, en que un 42,9% está muy de acuerdo con haber aprendido y valorado el contenido y un 42,9% está de acuerdo.

En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.

			Muy desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Total
¿Cuál es su escolaridad?	Educación básica	N	0	0	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Educación media	N	0	1	2	4	15	22
		%	0,0%	4,5%	9,1%	18,2%	68,2%	100,0%
	Educación técnico-profesional	N	2	0	0	4	23	29
		%	6,9%	0,0%	0,0%	13,8%	79,3%	100,0%
	Educación superior	N	5	1	1	9	37	53
	%	9,4%	1,9%	1,9%	17,0%	69,8%	100,0%	
	Posgrado	N	1	0	0	3	3	7
		%	14,3%	0,0%	0,0%	42,9%	42,9%	100,0%
	NS/NR	N	0	0	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total		N	8	2	3	20	80	113
		%	7,1%	1,8%	2,7%	17,7%	70,8%	100,0%

Esta misma tendencia se confirma en la evaluación de los aspectos genéricos de la encuesta, siendo los visitantes con postgrado quienes peor evalúan la exhibición (5,2).

¿Cuál es su escolaridad?		Exhibición (promedio)	Funcionarios (promedio)	Experiencia General
Educación básica	Media	7,00	7,00	7,00
	N	1	1	1
Educación media	Media	6,45	6,56	6,63

	N	22	26	27
Educación	Media	6,49	6,79	6,76
técnico-profesional	N	26	29	29
Educación superior	Media	6,48	6,74	6,78
	N	55	54	55
Posgrado	Media	5,27	6,07	6,14
	N	5	7	7
NS/NR	Media	7,00	7,00	7,00
	N	1	1	1
Total	Media	6,43	6,68	6,71
	N	110	118	120

Casi tres cuartos de los usuarios son visitantes nuevos (73,3%) y un segundo grupo corresponde a visitantes frecuentes (18,3%), donde se concentran mayoritariamente visitantes con educación superior.

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

			Por primera vez	Menos de una vez al año	Una vez al año o más	Total
¿Cuál es su escolaridad?	Educación básica	N	1	0	0	1
		%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Educación media	N	22	1	4	27
		%	81,5%	3,7%	14,8%	100,0%
	Educación técnico-profesional	N	21	3	5	29
		%	72,4%	10,3%	17,2%	100,0%
	Educación superior	N	38	6	11	55
		%	69,1%	10,9%	20,0%	100,0%
	Posgrado	N	6	0	1	7
		%	85,7%	0,0%	14,3%	100,0%

NS/NR	N	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	N	88	10	22	120
	%	73,3%	8,3%	18,3%	100,0%

Más de la mitad de los usuarios efectúan su visita en 30 minutos (52,5%), con otros dos grupos preponderantes que realizan la visita en 15 minutos o menos (19,2%) y en 1 hora (20%). Esta tendencia se repite en todos los niveles educacionales, aunque llama la atención que el grupo de encuestados con educación superior tiende a contar con una mayor concentración de público que visita en más tiempo (14,6% visita el museo en 1 hora y media o 2 horas o más). Los que cuentan con estudios de enseñanza media son quienes más hacen visitas cortas (22,2%).

		¿Cuánto duró su visita?							
		Otro	15 minutos o menos	30 minutos	1 hora	1 hora y media	2 horas o más	Total	
¿Cuál es su escolaridad?	Educación básica	N	0	0	1	0	0	0	1
		%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Educación media	N	0	6	14	7	0	0	27
		%	0,0%	22,2%	51,9%	25,9%	0,0%	0,0%	100,0%
	Educación técnico-profesional	N	1	4	17	6	1	0	29
		%	3,4%	13,8%	58,6%	20,7%	3,4%	0,0%	100,0%
	Educación superior	N	0	12	26	9	4	4	55
		%	0,0%	21,8%	47,3%	16,4%	7,3%	7,3%	100,0%
	Posgrado	N	0	1	4	2	0	0	7
		%	0,0%	14,3%	57,1%	28,6%	0,0%	0,0%	100,0%
	NS/NR	N	0	0	1	0	0	0	1
		%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	N	1	23	63	24	5	4	120
		%	0,8%	19,2%	52,5%	20,0%	4,2%	3,3%	100,0%

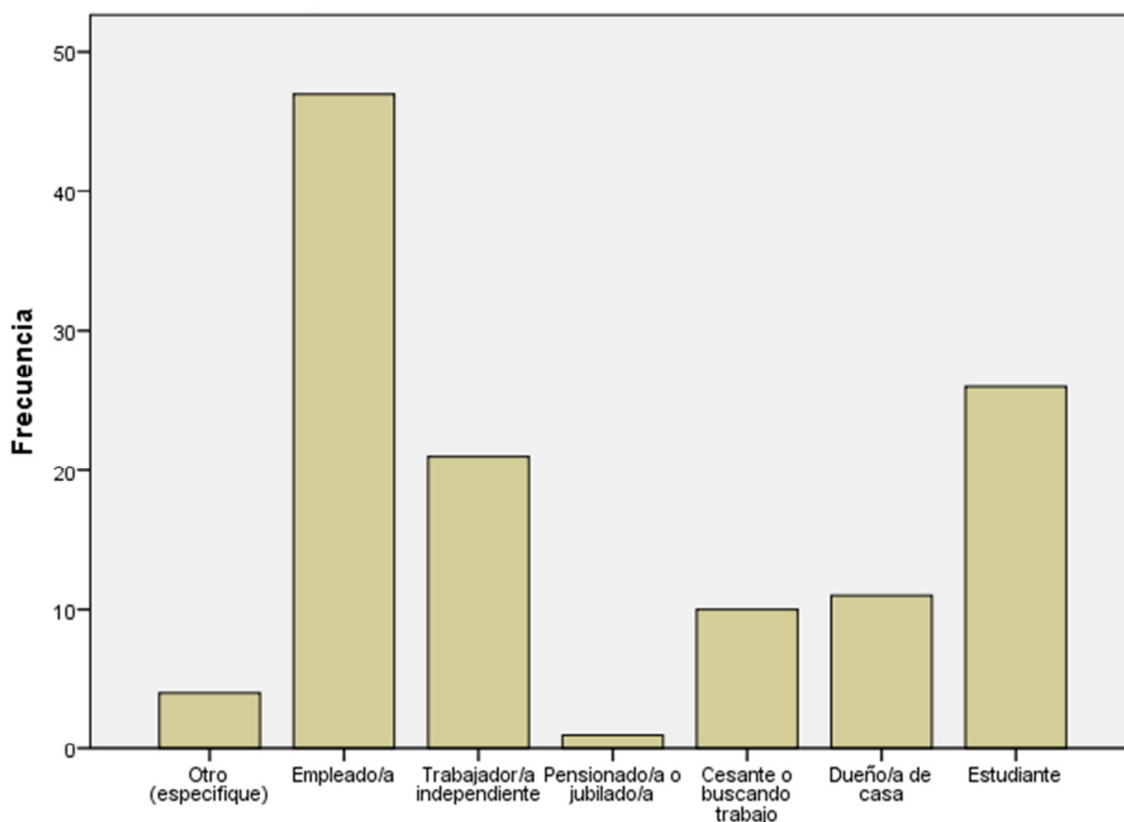
2.5. Ocupación Laboral

La situación laboral más frecuente en el público del Museo Regional de Rancagua son los empleados, con un 39,2%.

La variable ocupación laboral tiene la principal utilidad de dar luces sobre un segmento de público de particular interés: los estudiantes. Secundariamente, resulta interesante también por lo que señala sobre ciertos públicos, por sus condiciones laborales, podrían tener un uso del tiempo más flexible, condición necesaria para la visita de museos. Sin embargo, como veremos a continuación, vemos que también los trabajadores independientes muestran características significativas.

¿Cuál es su situación laboral actual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Otro	4	2,9	3,3	3,3
	Empleado/a	47	33,6	39,2	42,5
	Trabajador/a independiente	21	15,0	17,5	60,0
	Pensionado/a o jubilado/a	1	,7	,8	60,8
	Cesante o buscando trabajo	10	7,1	8,3	69,2
	Dueño/a de casa	11	7,9	9,2	78,3
	Estudiante	26	18,6	21,7	100,0
	Total	120	85,7	100,0	
	Perdidos	Sistema	20	14,3	
Total		140	100,0		



Casi tres cuartos de los usuarios son visitantes nuevos (73,3%) y un segundo grupo corresponde a visitantes frecuentes (18,3%), situación que se repite en los distintos grupos ocupacionales, a excepción quienes son empleados, donde destaca un segundo grupo mayor de visitantes ocasionales (10,6%). Notamos además que el público más frecuente del museo se encuentra en una proporción importante entre los estudiantes (30,8%) y cesantes (30%), pero trabajadores independientes, con un 23,8%, muy por encima de los trabajadores dependientes (8,5%).

En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha asistido a este museo?

			Por primera vez	Menos de una vez al año	Una vez al año o más	Total
¿Cuál es su situación laboral actual?	Otro	N	3	1	0	4
		%	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	Empleado/a	N	38	5	4	47
		%	80,9%	10,6%	8,5%	100,0%
	Trabajador/a	N	15	1	5	21

independiente	%	71,4%	4,8%	23,8%	100,0%
Pensionado/a	N	1	0	0	1
o jubilado/a	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Cesante o	N	7	0	3	10
buscando	%	70,0%	0,0%	30,0%	100,0%
trabajo					
Dueño/a	N	8	1	2	11
de casa	%	72,7%	9,1%	18,2%	100,0%
Estudiante	N	16	2	8	26
	%	61,5%	7,7%	30,8%	100,0%
Total	N	88	10	22	120
	%	73,3%	8,3%	18,3%	100,0%

Asimismo, notamos que las visitas más largas también son efectuadas por trabajadores independientes, pues cerca del 90% permanece en el museo entre 30 y 60 minutos, mientras que los empleados dependientes y los estudiantes concentran las visitas breves de 15 minutos (29,8% y 26,9% respectivamente).

¿Cuánto duró su visita?

		Otro	15 minutos o menos	30 minutos	1 hora	1 hora y media	2 horas o más	Total
¿Cuál es su situación laboral actual?	Otro	N 0	0	0	2	1	1	4
		% 0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Empleado/a	N	1	14	23	6	1	2	47
	%	2,1%	29,8%	48,9%	12,8%	2,1%	4,3%	100,0%
Trabajador/a independiente	N	0	1	12	7	0	1	21
	%	0,0%	4,8%	57,1%	33,3%	0,0%	4,8%	100,0%
Pensionado/a o jubilado/a	N	0	0	1	0	0	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Cesante buscando trabajo	oN	0	0	5	3	2	0	10
	%	0,0%	0,0%	50,0%	30,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Dueño/a de casa	deN	0	1	10	0	0	0	11
	%	0,0%	9,1%	90,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Estudiante	N	0	7	12	6	1	0	26
	%	0,0%	26,9%	46,2%	23,1%	3,8%	0,0%	100,0%
Total	N	1	23	63	24	5	4	120
	%	0,8%	19,2%	52,5%	20,0%	4,2%	3,3%	100,0%

Independientemente de su situación laboral, la mayoría de los encuestados está de acuerdo y muy de acuerdo con que 'la visita al museo les ha ayudado a comprender y valorar la época colonial y los hechos históricos de la región'. Llama la atención que sean los estudiantes los más moderados a la hora de evaluar positivamente los contenidos específicos ofrecidos por el museo, con solamente un 60% de muy de acuerdo con haber mejorado sus conocimientos; sin embargo, es prácticamente nulo el desacuerdo (4%). Por su parte, también llama la atención que los visitantes no empleados formalmente –vale decir, dueño/a de casa y cesantes– quienes mejor evalúen su aprendizaje de contenidos, con un 80% que está muy de acuerdo.

En resumen, luego de mi visita al Museo, comprendo y valoro mejor la época colonial y hechos históricos que caracterizan a la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.

			Muy desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Total
¿Cuál es su situación laboral actual?	Otro	N	1	0	0	1	2	4
		%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	50,0%	100,0%
Empleado/a		N	4	1	0	8	33	46
		%	8,7%	2,2%	0,0%	17,4%	71,7%	100,0%
Trabajador/a independiente		N	2	0	0	2	14	18
		%	11,1%	0,0%	0,0%	11,1%	77,8%	100,0%
Cesante		oN	1	0	0	1	8	10

buscando trabajo	%	10,0%	0,0%	0,0%	10,0%	80,0%	100,0%
	N	0	0	0	2	8	10
Dueño/a de casa	%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%
	N	0	1	3	6	15	25
Estudiante	%	0,0%	4,0%	12,0%	24,0%	60,0%	100,0%
	N	0	1	3	6	15	25
Total	N	8	2	3	20	80	113
	%	7,1%	1,8%	2,7%	17,7%	70,8%	100,0%

Curiosamente, en la evaluación de los aspectos genéricos de la exhibición, son los cesantes quienes muestran la peor evaluación (5,9), muy por debajo de los dueños/as de casa (6,5). Los estudiantes, por su parte, mantienen una evaluación moderada en relación al promedio total.

¿Cuál es su situación laboral actual?	Exhibición (promedio)	Funcionarios (promedio)	Experiencia General
Otro	Media	6,25	7,00
	N	4	3
Empleado/a	Media	6,59	6,71
	N	44	47
Trabajador/a independiente	Media	6,61	6,83
	N	16	20
Pensionado/a jubilado/a	Media	7,00	7,00
	N	1	1
Cesante o buscando trabajo	Media	5,99	6,60
	N	10	10
Dueño/a de casa	Media	6,52	6,82
	N	10	11
Estudiante	Media	6,22	6,42
	N	26	26
Total	Media	6,43	6,68

N	110	118	120
---	-----	-----	-----

3. Aspectos cualitativos de la encuesta

Las preguntas abiertas de la encuesta fueron tres. La primera, sobre los tres objetos más recordados, con el fin de sondear el impacto de los elementos que componen la exhibición. La segunda, sobre los temas que le gustaría incorporar y que no están presentes en la exhibición (está relacionada con el Cuestionario sobre contenidos). Y la tercera, sobre lo que podría mejorar (relacionada más con los aspectos formales).

4.1. Objetos más recordados

De los 140 encuestados que conforman la muestra, todos anotaron los objetos o palabras que más recuerdan del recorrido por la exhibición. En la siguiente nube de palabras, los que más se repiten son los de mayor tamaño y mayor oscuridad, como cocina, dormitorio, maqueta, batalla o piano.



3.2. Sugerencias temáticas

A la pregunta *¿Qué temas le gustaría incorporar en la exhibición?*, los encuestados propusieron temas que esperan encontrar, aumentar o mejorar en la exhibición. De estos, destacan con fuerza los temas históricos, como personajes, hitos oficiales de la historia de Chile:

Bernardo O'Higgins como individuo / La división y pugna entre O'Higgins y Carrera / Más historia de Manuel Rodríguez / Más sobre los personajes de la época / Historia de más personajes / La huida de O'Higgins / Héroes / Mayor información sobre la batalla de Rancagua/ Detallar aún más la batalla de Rancagua / Independencia / Toda la época de la colonia / Camino real / Guerra civil chilena [¿cuál?] / Independencia / Mujeres que lucharon en la independencia / La política de los primeros años

Pero también solicitan explicaciones o temas más específicos o tal vez menos oficiales, como por ejemplo temas de género o infancia, entre muchos otros:

Falta un museo mucho más explicativo sobre la sociedad en esos tiempos, que acontecer social ocurría después las batallas y antes. / Vida social de la época / Historias desde el punto de vista de los habitantes de Rancagua / La administración de justicia de la época / Historia sobre las mujeres de Rancagua / Un salón dedicado a los niños de esa época / Los criollos por q también están en la historia

En relación a esto último, existe también el deseo por parte de los visitantes de ver y conocer elementos costumbristas del pasado de la región, más relacionados con la vida cotidiana antes durante y después de la colonia:

Costumbres coloniales / Saber cómo obtenían alimentos. Además de información del día a día o rutina de la gente en general. / Vida en familia de la época colonial y post colonial / Me gustaría que incorporaran más sobre la religión

Destacamos entre estos la comida y las vestimentas:

Comidas típicas de la época / Comida colonial y cultura de la región / Comida de la época / La alimentación una mención / Vestimenta de la época / Ropa de mujer antigua / Vestimenta y costumbres de los mestizos y criollos / Vestuario de la época / Vestimentas de la época

Así como el tema del trabajo y la economía de la región

Hablar de los utensilios agrícolas de la colonia / Animales de esos tiempos y sus crías / Agricultura y artesanía / Minería / Minería / Minería / Cobre/ Un poco de historia de la mina / Economía regional

Y la historia de la ciudad de Rancagua y su emplazamiento geográfico:

Más sobre la ciudad en la época / Detalle de la fundación de Rancagua / Más cosas sobre arquitectura de Rancagua / La evolución de Rancagua / Valles de Rancagua / Sociedad y Territorio

Destacamos también las solicitudes de elementos de historia y prehistoria indígena, que aún no se encuentran presentes en la muestra y que, desde el punto de vista de los visitantes, en ocasiones se escapa de los límites territoriales de la región.

Indígenas / Imágenes del pasado (permanente) o pueblos originarios del lugar. / Saber más sobre los pueblos originarios de la zona / Cómo vivían los indígenas / Pueblos indígenas mapuches y originarios / Momias chinchorro

Por último, observamos algunas menciones menos pertinentes todavía:

Más info de Buzz Lightyear / Arte contemporáneo / Grafitis / Servidumbre y dinosaurios / Actualidad paisajista, ruta del vino

3.3. Otras sugerencias y felicitaciones

A la pregunta *¿Tiene alguna sugerencia para mejorar en nuestra exposición permanente?*, los encuestados plantearon problemas y soluciones para mejorar los aspectos museográficos o contextuales de la exhibición, que podemos organizar en los siguientes tópicos, que responden a la matriz de análisis desplegada en el informe final de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios realizada en los museos de la SNM:

Elementos de recreación teatral, centrados en la experiencia subjetiva de los visitantes:

Figuras de cera de personas de la época, con su respectiva vestimenta / Personas vestidas con la ropa de la época / Sacarse fotos caracterizados de la época para un recuerdo / Me gustaría alguna vez ver alguna actuación de la vida de la época / Un guía caracterizado de la época

Elementos ambientales, centrados en la experiencia subjetiva de los visitantes:

Música / Música / Música de la época, es muy silenciosa / Música de la época

Elementos culinarios típicos de la cultura de la zona, centrados en la experiencia subjetiva de los visitantes:

Si, recomendamos que exista una especie de recreación de la comida típica chilena y de ese siglo. / Gustaciones productos típicos de la región

Recursos auditivos o audiovisuales:

Sonidos en las maquetas, que las expliquen / Más elementos audiovisuales / Excelente la muestra, aunque falta material audiovisual / Videos o guía de exhibición

Recursos interactivos:

El interactuar con la exhibición podría incrementar las visitas, además de hacer más gratificante el recorrido y aprendizaje. / El interactuar con la exhibición. / Que las computadoras se pudieran usar más fácilmente / Pantallas interactivas / Los led táctil no funcionan

Ampliar el acceso a los espacios del museo y facilitar la cercanía de los objetos y el desplazamiento:

Incluir más salones / Más habitaciones / Además, si fuera posible entrar a las salas y no exclusivamente que nos priven de interiorizarnos en el lugar. / Que las salas permanentes como el salón, deberían poder ser libres al paso de los visitantes, como en el museo de historia de Santiago. O simplemente agrandar un poco la zona de visión. / La sala de baño / La sala de baño / Caballeriza / Sacar los autos

Dar importancia a cierto tipo de objetos o colecciones históricas y artísticas:

Armas / Armería / Armamentos de la época / Que hubiera más armas de la época / Armas de la época / De más instrumentos / Instrumentos antiguos / Estatuas / Esculturas / Más retratos / Más arte / Arte nacional de la época Saber más de la cultura o sea los cuadros de ese tiempo / Más obras / Poner más exposiciones de pintura / Más maquetas

Elementos de comodidad, en este caso principalmente de temperatura, considerando que las salas dan al exterior:

Calefacción / Calefacción / Calefacción / Calefacción / Calefacción en ambas casas, alumnos y docentes sufren a causa del frío

Difusión y medidas de acercamiento públicos específicos:

Todo hermoso, como sugerencia, que exista más información del museo, siento que un lugar tan importante se pierde de dar a conocer. / Mayor difusión / Mayor difusión en colegios, buses de acercamiento, charlas educativas, visitas guiadas / Realizar invitaciones a instituciones educacionales y hacer nuevas exposiciones con temas que interesen al público juvenil / Más publicidad

Mayor cantidad de información histórica:

Poner más datos históricos o tener gente que explique las cosas / Bibliografía de los pensadores republicanos

Visitas Guiadas o mediación humana:

Visitas Guiadas / Incorporar guías historiadores / Poner guías / Personal interactivo y además apoyo audio visual / Podría haber un guía que vaya ayudando o explicando la historia mostrada en el museo. / Falta más conocimiento del personal / Un guía para las personas en visita al museo

Otras falencias relacionadas con los textos y la luz (muy pocas en comparación con los demás museos):

Faltas de ortografías no les diré búsqúenlas, se expone algo importante y crucial en la historia de Chile, quita seriedad a la exposición. / Mejor iluminación

Felicitaciones varias:

Absolutamente ninguna todo es hermoso / Sigan así, está muy lindo / No, quedé maravillado y con un sentimiento de nostalgia / Felicitaciones un 7, recomendado. / Cariños desde La Serena." / Está muy bien con lo que tienen. Menos es más. / Todo lindo, limpio, y muy ordenado / Solo cuidado para que perduren las cosas / No, muy clara la guía. Todo perfecto

4. Conclusiones

Como primera conclusión podemos decir que los visitantes del Museo Regional de Rancagua evalúan muy positivamente la mayoría de los aspectos presentados en la nueva exhibición, mostrando satisfacción con la forma en que se presenta la exposición.

El público cuenta con una muy buena evaluación de la nueva exhibición, evaluándola con un 6,44 promedio en sus aspectos formales, donde todos los ámbitos son calificados con nota sobre 6,0, a excepción del aporte de los contenidos audiovisuales (5,99), donde los usuarios piden mayor presencia de estos elementos.

Los visitantes evalúan muy positivamente la atención de los funcionarios, calificando con un 6,67 tanto la recepción, como la información general entregada.

La experiencia en el museo es el ámbito con mejor evaluación por parte de los usuarios (6,73), lo cual refleja que la experiencia aborda elementos más amplios que la exhibición y la atención del museo.

Como segunda conclusión cabe señalar que la muestra sí cumple con los objetivos educativos que se propuso, siendo un elemento de educación informal exitoso. Un 88,8% de los encuestados estuvo de acuerdo y muy de acuerdo con que la nueva muestra ayuda a comprender y valorar la época colonial y de los hechos históricos sucedidos en la Región de O'Higgins. Las ambientaciones ayudan a comprender las características del espacio doméstico del siglo XIX (88,9%); la sala Rancagua en la Independencia facilita la comprensión de los hechos asociados al encuentro bélico (87,5%); el recorrido por el exterior permite conocer los elementos arquitectónicos y decorativos de la casa colonial (89,0%) y; la sala de Religiosidad Popular permite conocer las prácticas religiosas tradicionales de la región (86,9%).

Los objetos más recordados de la exhibición refuerzan la idea de que las ambientaciones ayudaron a comprender los contenidos de la muestra, destacando la cocina, el dormitorio, las maquetas y el

piano. En las sugerencias temáticas, podemos ver con mayor detalle elementos más ligados a la historia política, militar o económica de la región y el país.

En cuanto a la caracterización de los usuarios del museo, destaca la similitud con el público de otros museos dependientes de la Subdirección, mostrando similares características sociodemográficas: mayoría de chilenos y mujeres, provenientes de la región donde está emplazado el museo, con educación superior y trabajador remunerado. La edad de los visitantes muestra diferencias con el público nacional, tendiendo a ser más jóvenes. El público del Museo Regional de Rancagua tiende a tener entre 25 y 34 años, lo que muestra el trabajo de fidelización que ha hecho el museo.

Al observar la frecuencia y duración de la visita al museo, sucede algo similar. Destaca la gran cantidad de visitantes nuevos (69,8%) lo cual es la tendencia nacional identificada en las encuestas de satisfacción de usuarios en años anteriores. Interesante resulta complementar esta información con la forma en que los visitantes se enteraron de la exhibición y el museo, constatando dos cosas relevantes. La primera, es que tanto la evidente falta de conocimiento del museo o de la exhibición previa visita al museo. Y la segunda, es el relevante rol de difusión del museo que cumplen tanto la señalización o avisos en la calle, como los establecimientos educacionales.

Por último, cabe destacar los tiempos de visita del público, que se concentran en la media hora (53,2%), con dos segundos grupos que visitan en 15 minutos o menos la muestra (20,1%) y un potencial público cautivo, pues mostraría mayor interés, que visita el museo en una hora (18,7%).