

dibam

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS,
ARCHIVOS Y MUSEOS

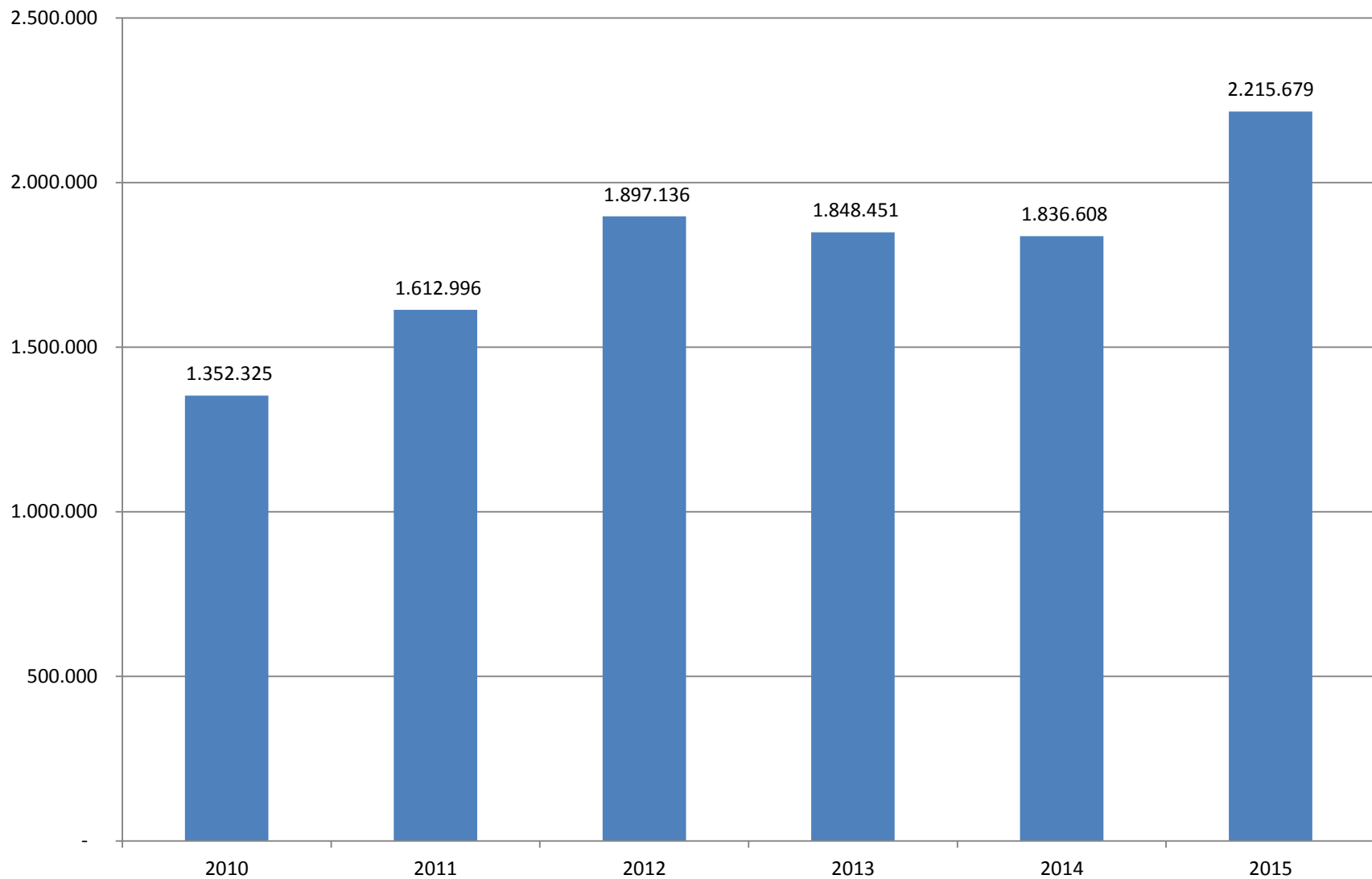


Públicos en los Museos DIBAM

Área de Estudios
Subdirección Nacional de Museos
DIBAM

Marzo 2016

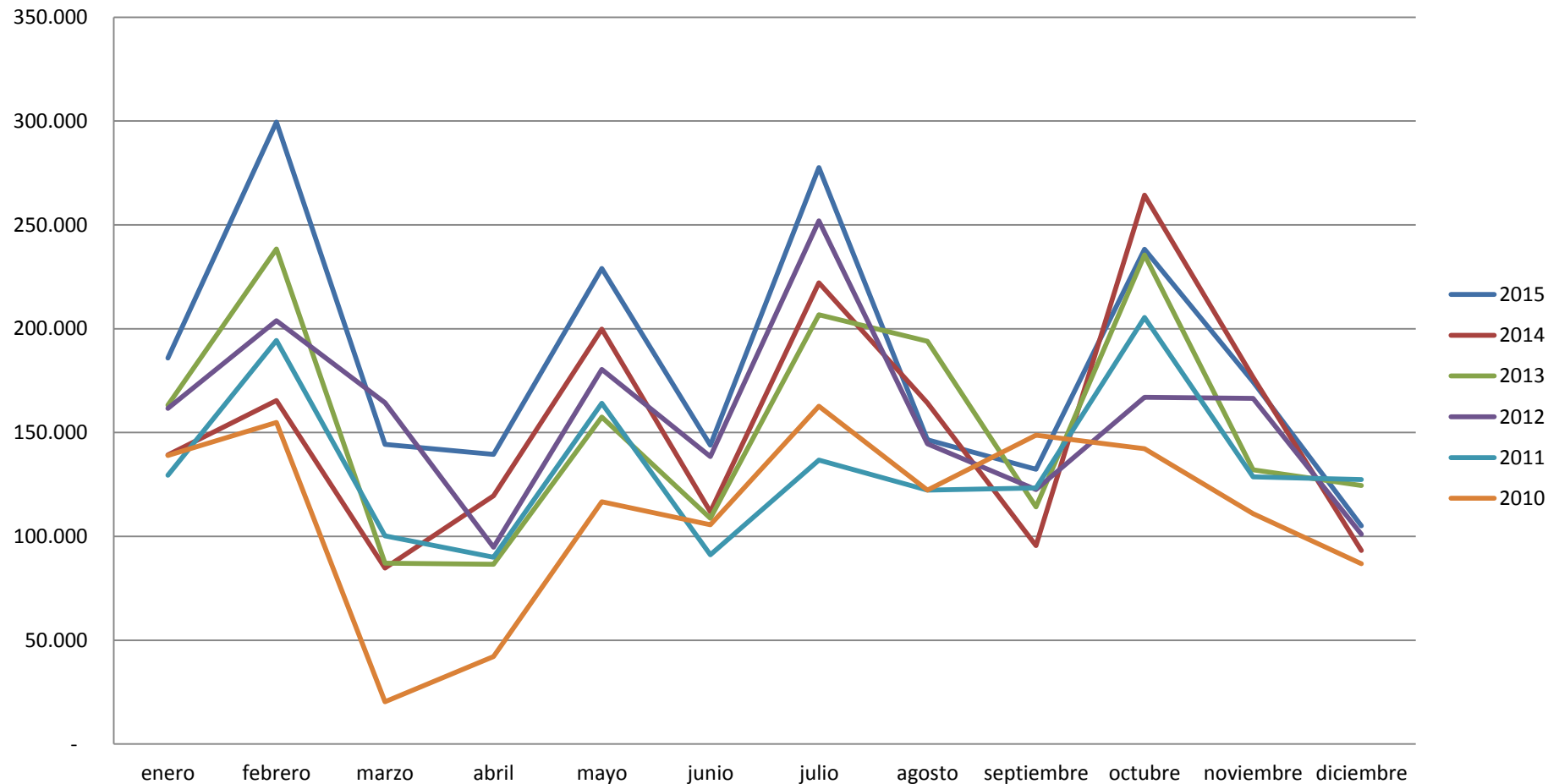
Total de visitas en museos DIBAM 2010-2015



Meses más visitados

- Si bien varía de acuerdo a la realidad de cada museo, en general los meses más visitados son **febrero, mayo, julio y octubre**.

Cantidad de visitas a museos DIBAM por mes y por año



Variación porcentual por año

- Entre 2010 y 2015 las visitas a museos DIBAM se ha casi **duplicado** en cantidad.
- Al observar el comportamiento de las visitas en los últimos años, es posible advertir que el aumento de visitas a los museos DIBAM en 2015 de un 21% respecto del año anterior, es una **excepción** que difícilmente volverá a repetirse en los próximos años.

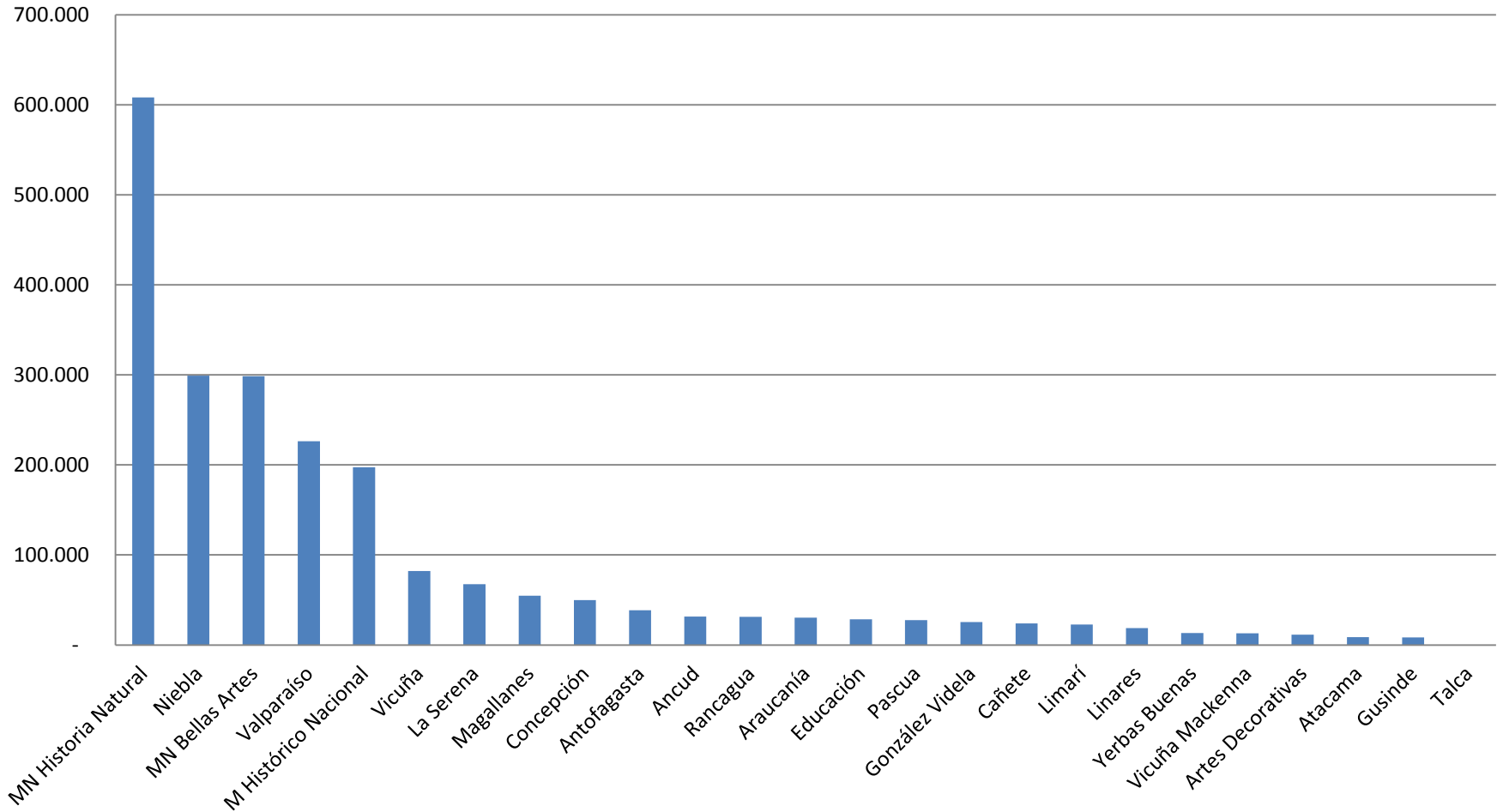
Año	Visitas	Variación	Observaciones
2010	1.352.325		
2011	1.612.996	19%	Reaperturas post terremoto
2012	1.897.136	18%	MNHN
2013	1.848.451	-3%	
2014	1.836.608	-1%	
2015	2.215.679	21%	MHNV y MSCN

Visitas 2010-2015, por año y por museo

Museo	2015	2014	2013	2012	2011	2010
MN Historia Natural	608.112	634.019	659.609	801.810	515.085	436.188
Niebla	299.194	-	101.212	162.069	137.478	101.029
MN Bellas Artes	297.496	335.915	295.487	242.993	276.714	233.313
Valparaíso	226.173	185.426	103.602	2.350	717	50.458
M Histórico Nacional	197.262	152.537	173.680	167.230	188.432	121.363
Vicuña	82.174	84.740	80.989	102.759	97.215	47.043
La Serena	67.376	49.253	47.192	49.126	41.046	37.871
Magallanes	54.712	49.605	33.025	19.281	37.228	36.378
Concepción	49.900	36.983	34.805	34.025	32.482	51.765
Antofagasta	38.564	23.703	27.986	32.069	28.501	25.452
Ancud	31.573	32.435	30.608	31.270	22.710	7.972
Rancagua	31.326	23.574	19.541	11.068	12.026	10.849
Araucanía	30.304	30.199	28.149	29.128	29.513	33.055
Educación	28.445	31.217	31.056	29.639	30.189	23.673
Pascua	27.447	20.304	19.968	27.942	27.190	15.272
González Videla	25.328	12.518	15.796	15.259	15.744	19.259
Cañete	23.911	21.375	20.494	25.125	23.947	13.452
Limarí	22.604	25.256	26.178	27.969	24.156	22.401
Linares	18.720	16.785	23.600	19.978	22.543	17.154
Yerbas Buenas	13.225	13.780	17.832	15.674	420	2.527
Vicuña Mackenna	12.976	8.945	10.986	10.330	9.148	10.166
Artes Decorativas	11.540	29.143	24.988	18.183	20.339	14.601
Atacama	8.818	9.746	14.223	14.258	13.007	11.505
Gusinde	8.499	9.150	7.445	7.601	7.166	6.394
Talca	0	0	0	0	0	3.185

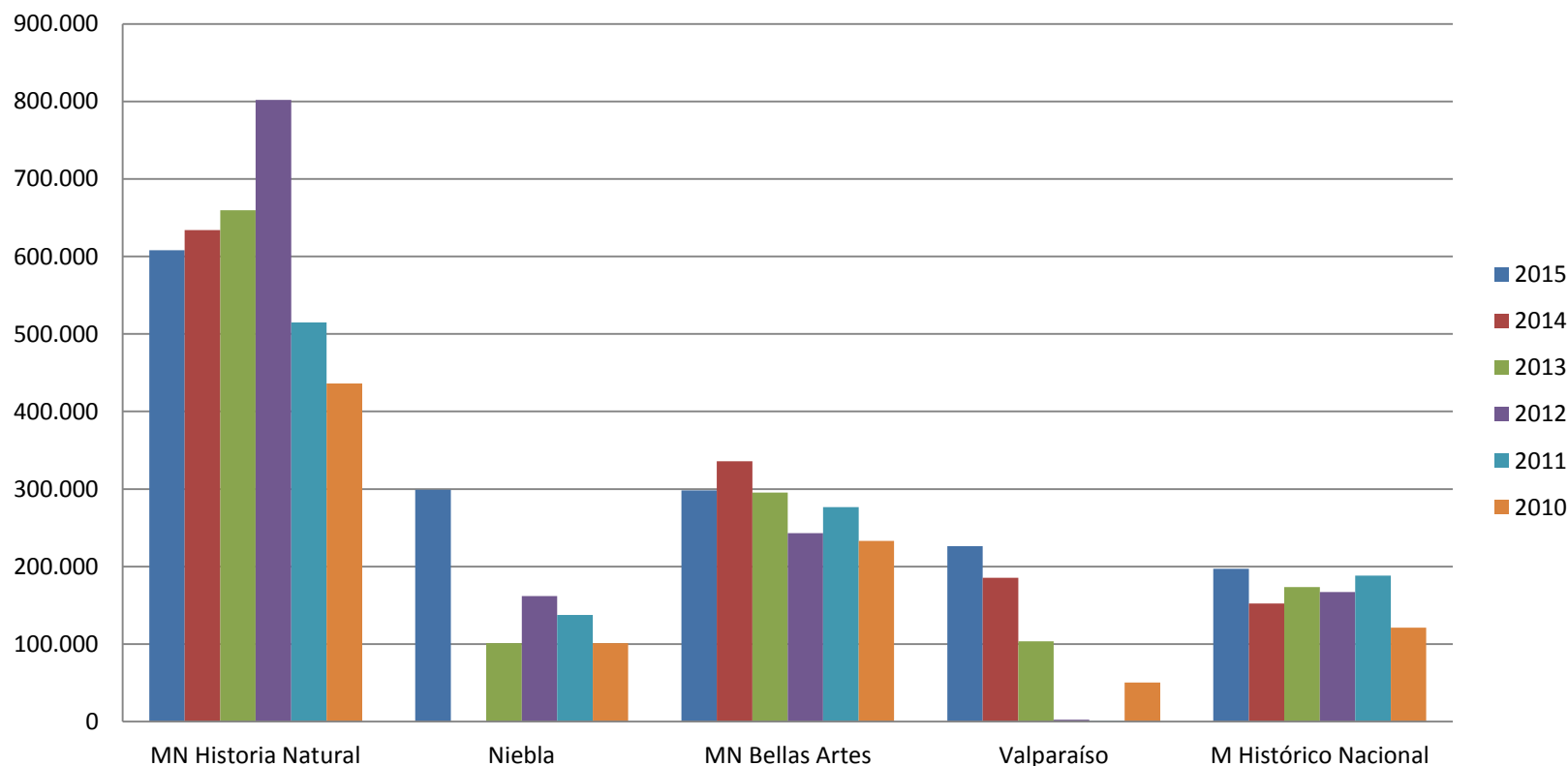
Museos DIBAM por orden de visitas

Cantidad de visitas por museo, 2015



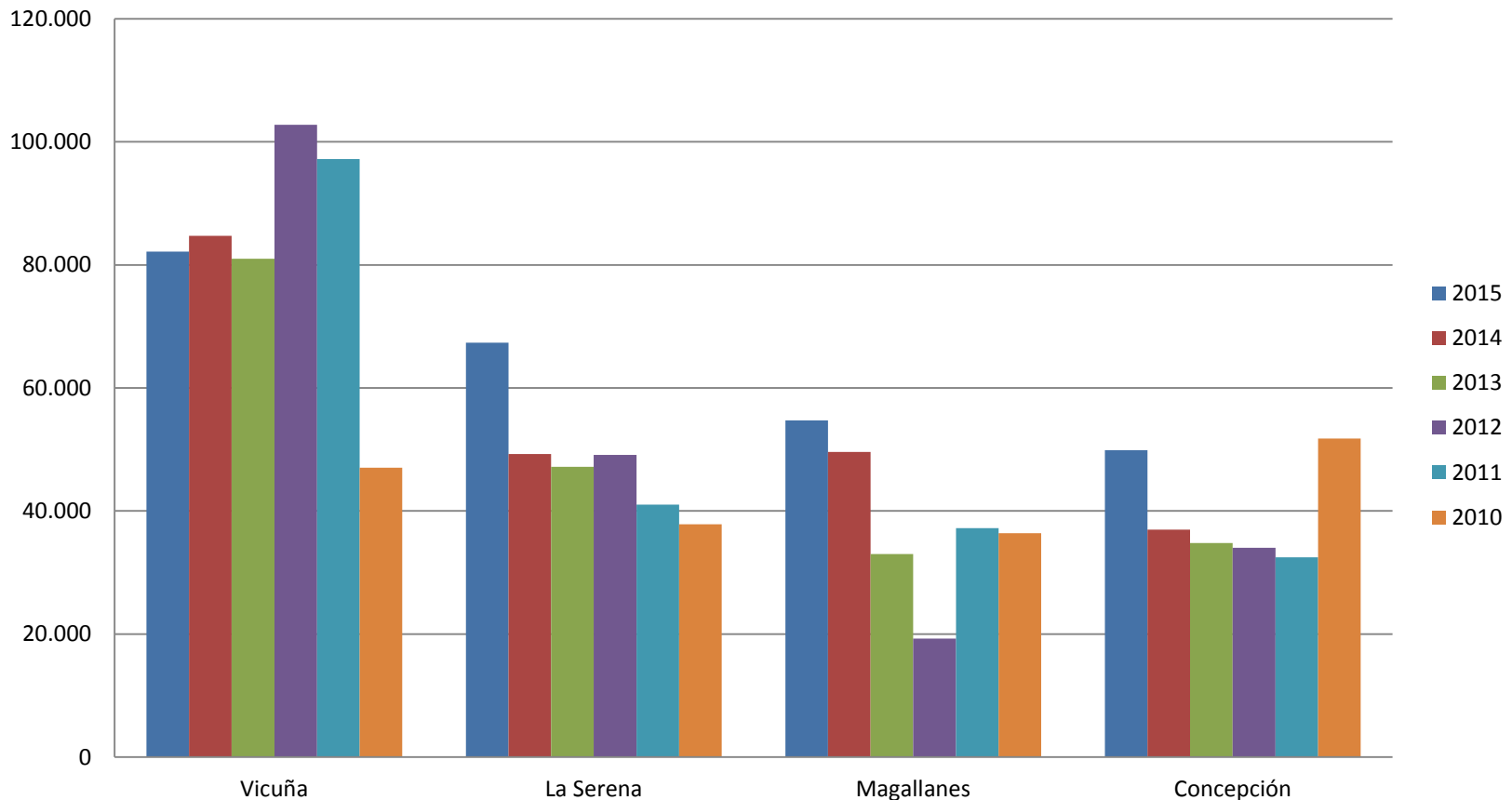
Museos más visitados

- Cuentan con más de **100 mil visitas** por año, aumentando a un mínimo de **200 mil visitas** por año en 2015.
- **MNHN** se escapa del grupo con más de **600 mil visitas** desde 2012.
- Museos **nacionales** o recientemente **renovados** en ciudades turísticas.
- Destacan por su aumento de público en 2015, el MHN (29%) y el MHNV (22%).



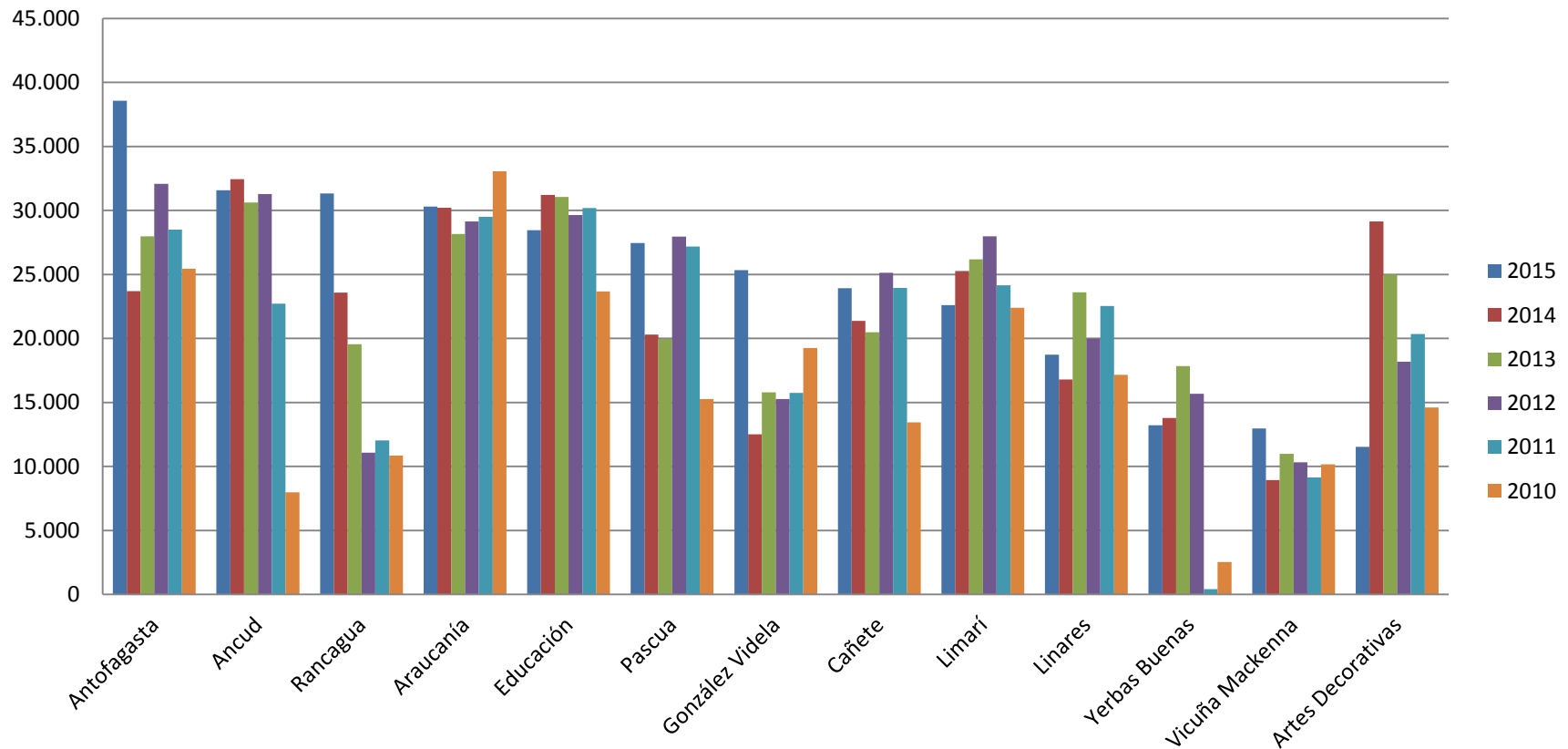
Museos regionales más visitados

- Cuentan con **entre 50 mil y 100 mil visitas anuales**.
- Se encuentran en lugares **altamente poblados** o de carácter **turístico**.
- Concepción se está integrando a este grupo en 2015.
- Ninguno de estos museos ha sido renovado recientemente.

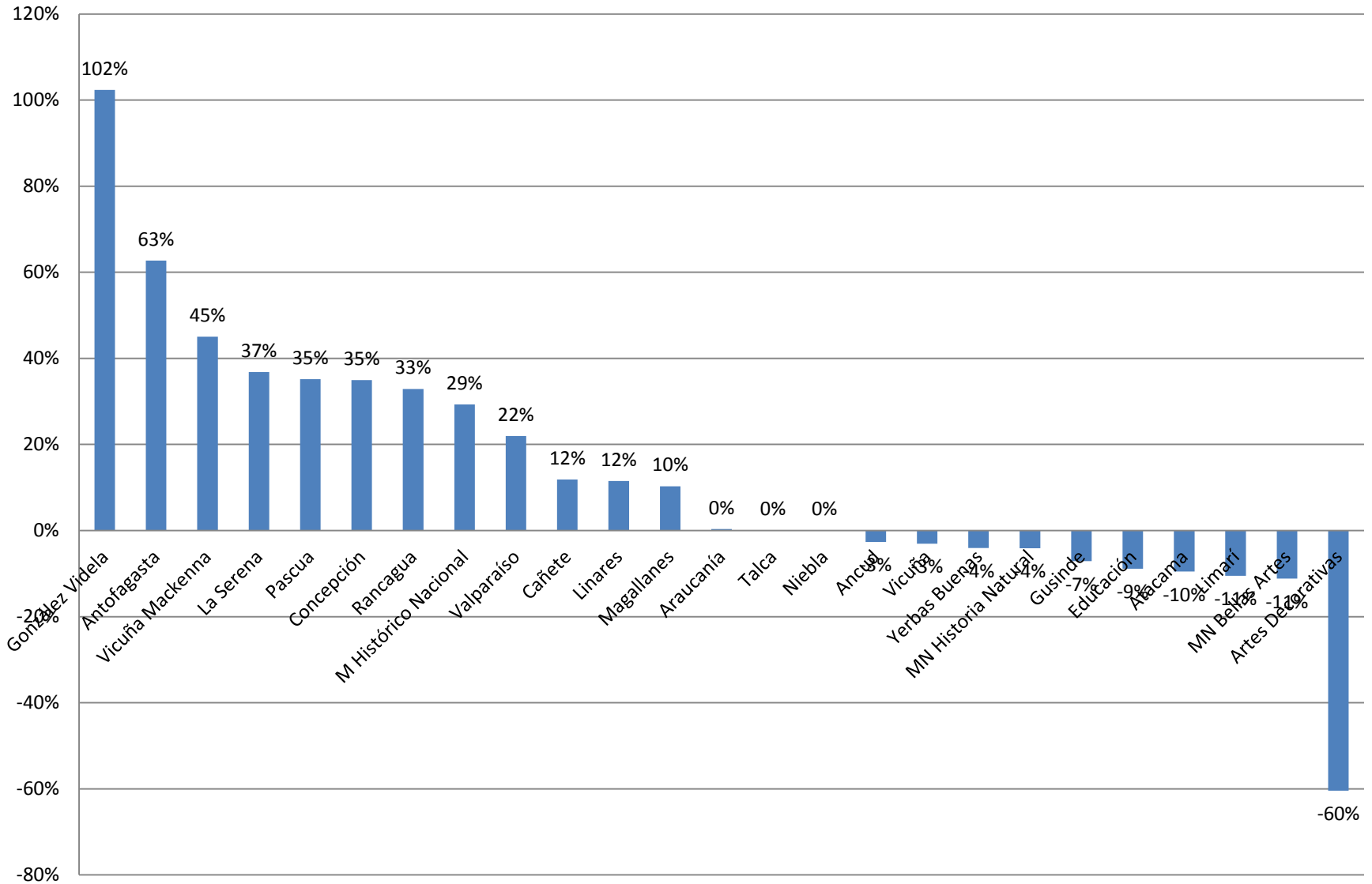


Museos regionales y especializados

- Cuentan con entre **10 mil y 50 mil visitas anuales**.
- Su orientación en general es **regional o especializada**.
- **En 2015, este grupo aumentó considerablemente sus visitas respecto de 2014**, destacando González Videla (102%), Antofagasta (63%), Vicuña Mackenna (45%) e Isla de Pascua (35%).

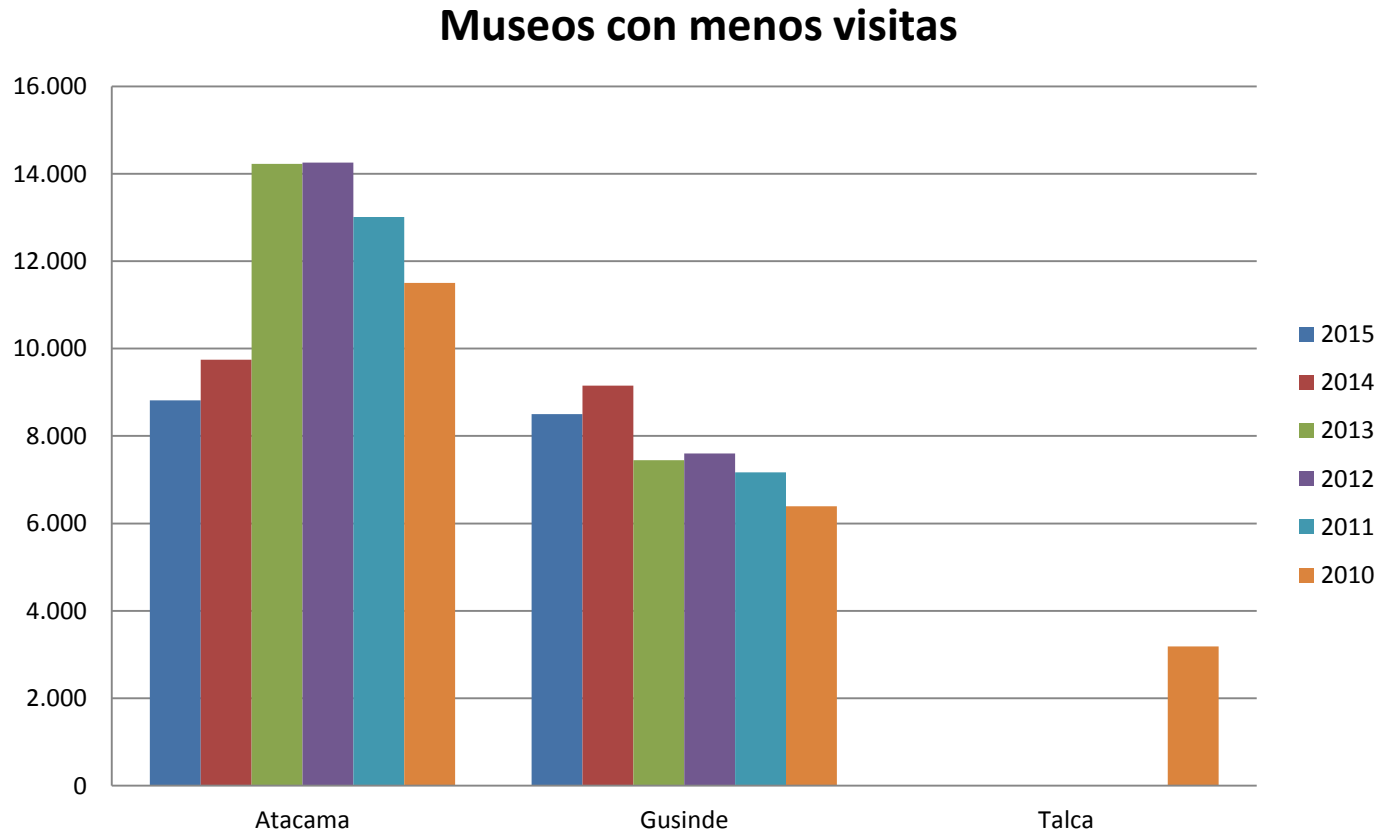


Variación porcentual de visitas 2015-2014



Museos con menos visitas

- **Menos de 10 mil visitas al año.**
- Se ubican en lugares de **menor población** o está **cerrado** como es el caso de Talca.



Museos nacionales y otros en 2015

- ✓ Las visitas a los **museos regionales** crecieron un **40%** entre **marzo 2015** y **febrero 2016**, lo que se explica por la renovación de Niebla, Valparaíso (mejoramiento calidad) y la gratuidad (orientación más masiva).
- ✓ Las visitas a los **museos nacionales** en este período **aumentaron de manera poco significativa (1%)**, probablemente por los ajustes del MNHN respecto de su híper-aumento en 2012 (56%) y del MNBA en relación a su aumento de visitas en 2014 respecto de 2013 (14%).

	%	mar 2015 - feb 2016	mar 2014 - feb 2015
Regionales	40%	1.216.448	866.080
Nacionales	1%	1.162.620	1.151.470
Total	18%	2.379.068	2.017.550
	%	ene-dic 2015	ene-dic 2014
Regionales	56%	1.112.809	714.137
Nacionales	-2%	1.102.870	1.122.471
Total	21%	2.215.679	1.836.608
	%	mar-dic 2015	mar-dic 2014
Regionales	45%	800.894	554.165
Nacionales	-5%	929.327	977.927
Total	13%	1.730.221	1.532.092
	%	mar-nov 2015	mar-nov 2014
Regionales	45%	737.152	507.256
Nacionales	-5%	887.969	931.572
Total	13%	1.625.121	1.438.828

- ✓ De la gratuidad debiéramos esperar, más que un aumento de públicos, una diversificación de los públicos que van a nuestros museos.

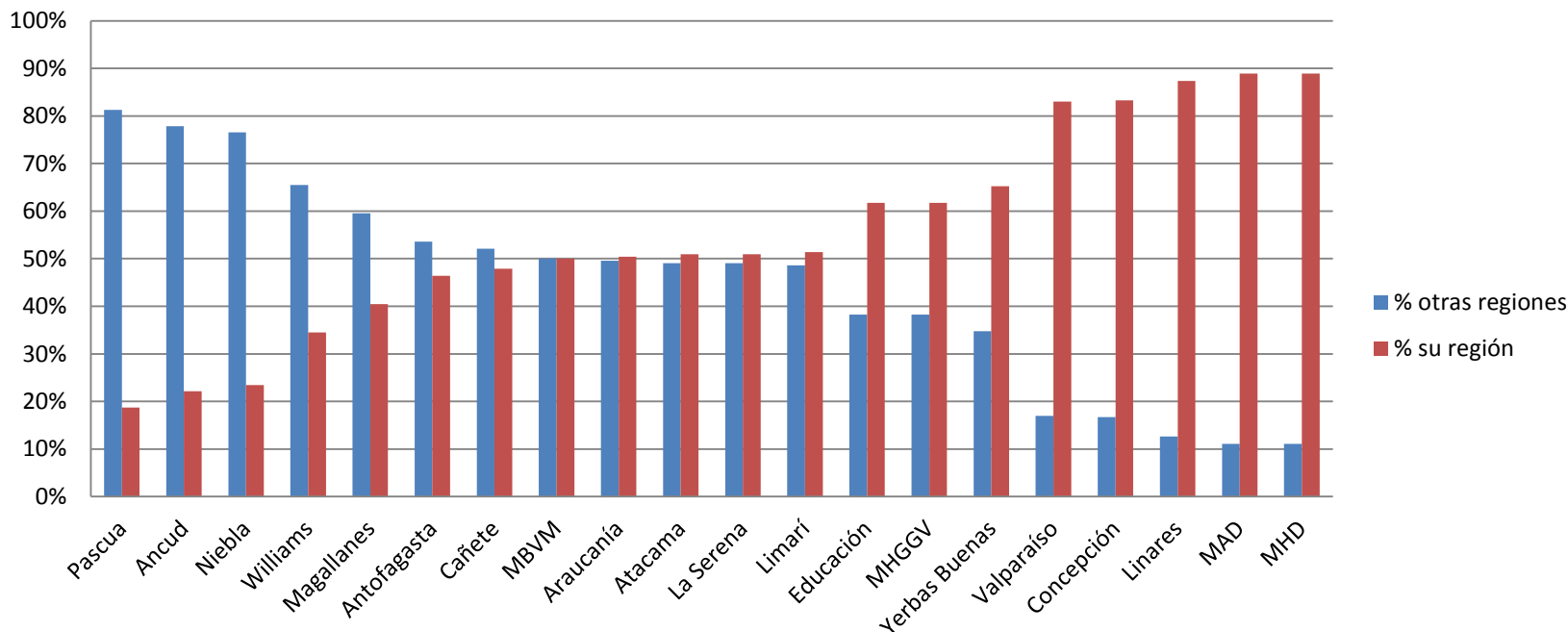
¿Qué sabemos de nuestro público?

- De acuerdo al informe estadístico de museos, nuestros usuarios se clasifican según los **servicios que ofrece el museo**, identificando quién los atiende:
 - Usuarios individuales exhibiciones
 - Usuarios colectivos exhibiciones
 - Usuarios biblioteca del museo
 - Usuarios actividades de extensión
 - Usuarios servicios profesionales.
- Desde 2010 se aplica en los museos SNM la encuesta de satisfacción de usuarios (encuesta GEP), cuyo objetivo es mantener los estándares mínimos de calidad de las exhibiciones en el tiempo.
- Desde 2013, esta encuesta pregunta por las características de los encuestados, dándonos una idea de los usuarios que visitan el principal servicio de los museos: su exhibición.
- En 2015, esta encuesta consultó a 3.168 personas, de un total de 19.491 visitantes individuales y colectivos. Del total de 3.168 consultados, se analizaron 3.130 encuestas válidas, aumentando el **tamaño de la muestra** de un 2,5% promedio en 2014 a un **6% de promedio en 2015**.
- **Este instrumento nos muestra que no todos los museos son iguales desde el punto de vista de su público.**

Museos turísticos y museos locales

Los museos SNM reciben distinto tipo de público como visitantes de regiones diferentes a la que están situados. Esto nos advierte de museos que podrían ser de un **interés turístico** versus aquellos que son de **orientación más local**. Esto hace suponer que la orientación de los públicos de estos museos es diferente.

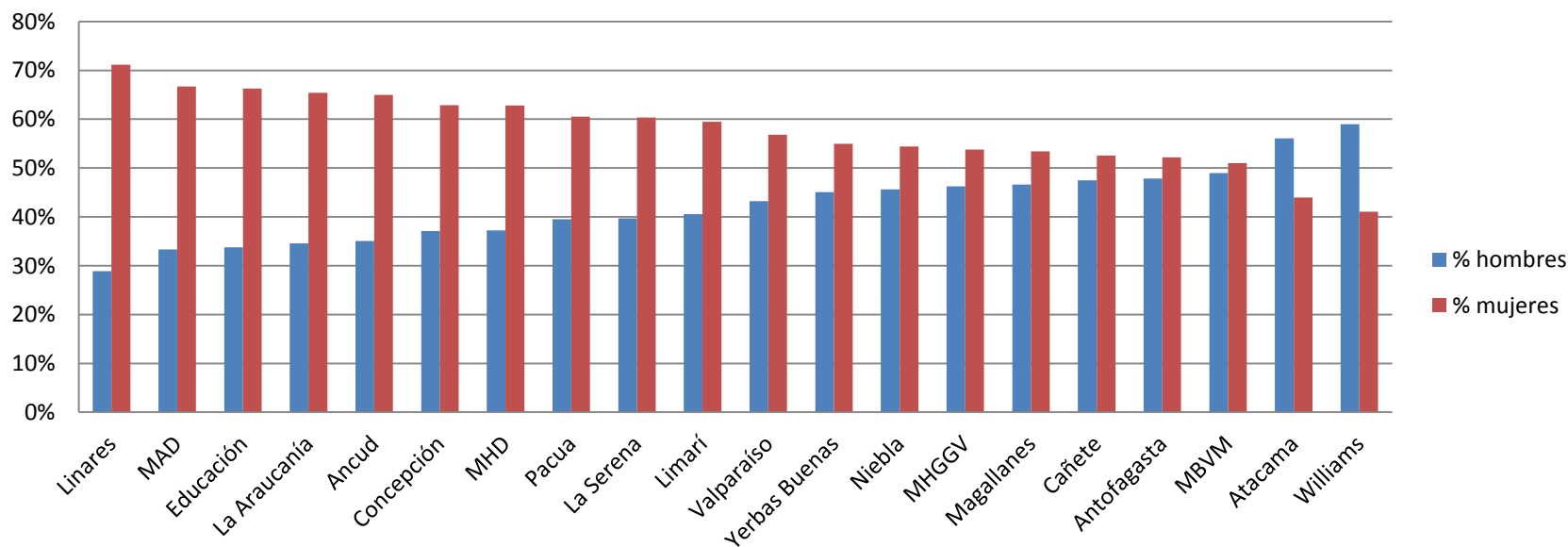
Porcentaje de público encuestado



¿Museos para mujeres y para hombres?

El 58% fueron respondidas por mujeres y el 42% a hombres. Al mirar todos los museos encuestados, es posible observar museos donde la encuesta se aplicó a un porcentaje de mujeres muy por sobre el promedio total. Esta distribución de sexos por museos nos habla de una **posible distribución de públicos por intereses temáticos y locales**.

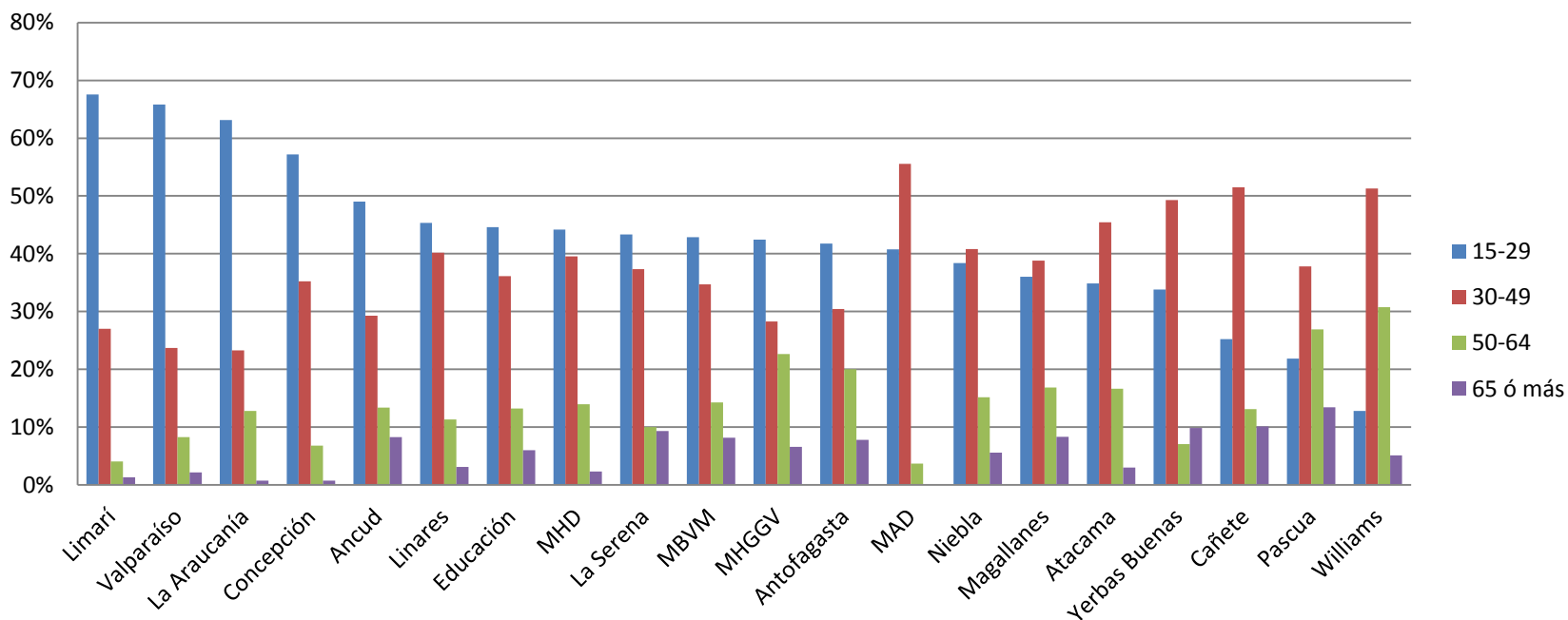
Distribución de hombres y mujeres por museo



Museos para jóvenes y para adultos

Al observar el rango de edad del público de los distintos museos, es posible advertir diferencias entre los públicos que reciben los museos de la SNM por rango de edad. Por ejemplo, se advierte que algunos museos están más enfocados en **grupos jóvenes** (15 a 29 años) y otros que en su público concentran **grupos de adultos** de entre 30 a 49 años.

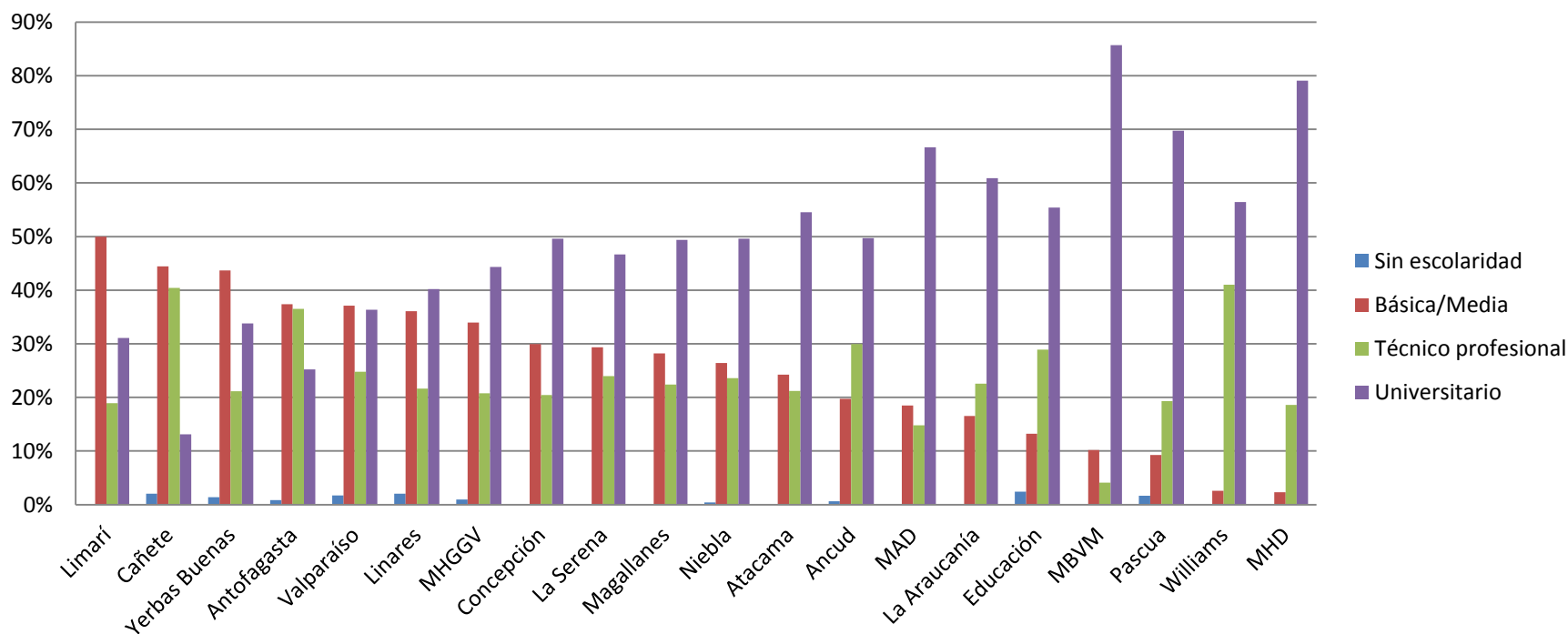
Rango de edad por museos



Museos orientados a lo educativo

La mayoría de los encuestados con nivel educacional básica/media, corresponden a personas de un rango de edad de entre 15 y 29 años, lo que da para pensar que es probable que la encuesta haya sido aplicada a grupos de estudiantes atendidos por departamentos educativos. Desde esta perspectiva, un grupo interesante es el **grupo con escolaridad básica y media completa**, ya que muestra cómo **ciertos museos se orientan especialmente a este tipo de públicos**.

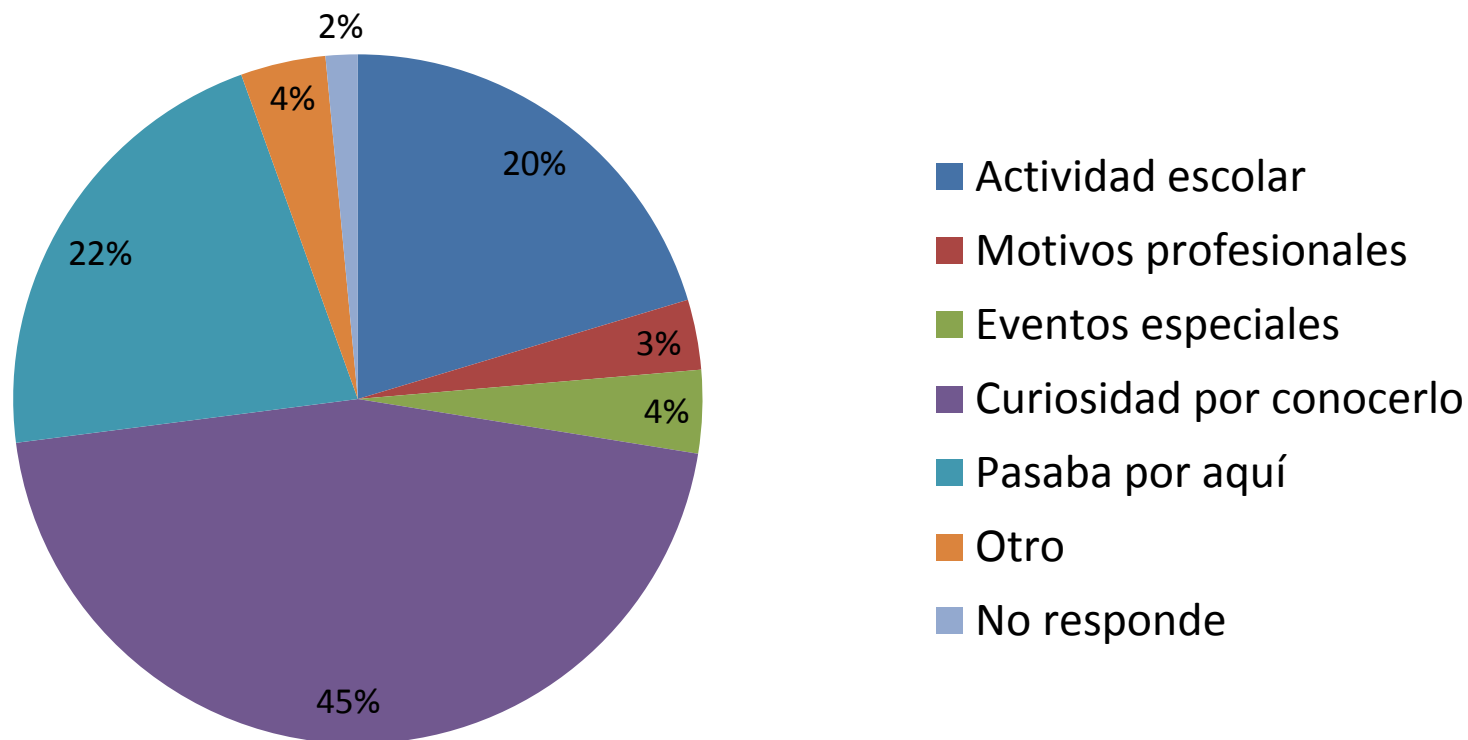
Nivel educacional por museos



Hábitos de visita

Se analizó el comportamiento del público que visita los museos SNM desde las razones que señalaron los encuestados para visitar los museos, intentando construir perfiles que nos ayuden a descifrar los distintos **tipos de públicos** que reciben nuestros museos, y con ello, sus posibles intereses y necesidades.

Razón por la que visita el museo hoy



Perfiles de visitantes

- **Perfil Curiosos:** El 81% de este grupo es primera vez que visita el museo. No conocemos sus intereses particulares, pero al menos sabemos que en su mayoría no visitan el museo con niños (73%).
- **Perfil Paracaidistas:** Concentra un mayor número de personas entre 15 y 29 años que el total de la muestra encuestada y reúne a más hombres que la muestra total. Si bien en su mayoría visita el museo por primera vez (54%), existe un conjunto significativo (28%) que afirma visitar el museo una (8%) o más de una vez al año (20%), lo que nos habla de un visitante que conoce el museo, pero que no planificaba visitar el museo, sino que “pasaba por ahí” y posiblemente se le ocurrió pasar.
- **Perfil Estudiantes:** Agrupa un porcentaje mayor personas entre los 15 y los 29 años (62%) que el total de los encuestados (47%), y concentra un mayor porcentaje de personas con educación básica y media (39%) que el promedio de la encuesta (29%), lo que nos hace suponer que este perfil agrupa a estudiantes que visitan los museos. Este grupo es que concentra un porcentaje de mujeres mayor (68%) que el total de la encuesta (58%). Si bien en su mayoría es primera vez que visita el museo (65%), muchos tienen la costumbre de visitarlo una o más de una vez al año (24%), lo que nos habla que al menos un cuarto de este público ya tiene una relación con el museo que los encuestó.
- **Perfil Eventos:** Este universo concentra un número mayor de personas de más edad que en el total de la muestra, específicamente los grupos de entre 30 y 49 años (42%) y el grupo de 65 años y más (9%). También se concentran un grupo significativo de profesionales (58%) respecto del total de encuestados (46%). Si bien en su mayoría visita por primera vez el museo (57%), existe un 32% de los cuales señala visitar el museo una (8%) o más de una vez al año (24%), grupo que podríamos considerar público ya fidelizado.
- **Perfil Profesional:** Este perfil son en general profesionales (69%), de ambos sexos (mujeres 51%; hombres 49%) y la mitad tiene entre 15 y 29 años (50%). Este público son profesionales jóvenes (15 a 29 años) que se acerca a los museos por razones de investigación y docencia, pero también de un grupo interesado en estos aspectos que ya se encuentra en etapa de jubilación (65 años y más). Casi la mitad de ellos (49%) visita el museo una (16%) o más de una vez al año (33%).
- **Categorías emergentes:** Algunas de las respuestas recibidas en esta sección dan cuenta de aspectos que podrían ser considerados en las alternativas expuestas en la pregunta, y otras que efectivamente, se refieren a categorías emergentes como motivaciones que gatillaron la visita al museo. Todo lo anterior nos indica que es necesario reformular esta pregunta para una próxima encuesta.

Reflexiones finales encuesta GEP 2015

- La mayoría de los encuestados visitan los museos por primera vez, sobre todo aquellos tipos de visitantes mayoritarios en la muestra como el perfil Curiosos, Estudiantes y Paracaidistas.
- También sabemos que en general, las **vías de difusión** que están funcionando en nuestros museos DIBAM son la **tradición** –“lo conocía anteriormente”- (33%), el **“boca a boca”** de la recomendación particular de familiares y amigos (21%), y la información turística (21%). Un porcentaje minoritario de encuestados (12%) parecen haberse enterado los museos DIBAM por medios de comunicación formal como sitio web (4%), redes sociales (5%) o prensa (3%), influyendo minoritariamente en casi todos los perfiles de visitantes.
- Nuestros encuestados en general visitan el museo en grupos (87%) y sin niños (67%). Los menos son quienes visitan el museo en soledad, sobre todo aquellos que visitan el museo por primera vez lo hacen en compañía de alguien más. Y quienes visitan el museo con niños se concentrarían en el perfil de estudiantes.

dibam

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS,
ARCHIVOS Y MUSEOS



Públicos en los Museos DIBAM

Área de Estudios
Subdirección Nacional de Museos
DIBAM

Marzo 2016