

Estudio de Satisfacción el Reino Frente al Rey



Realizado del 31 de Agosto al 29 de Octubre de 2017
Informe: enero de 2018

Diseño y análisis: Mayali Tafur Sequera
Encuestas/digitación: : Luisa Fernanda Castañeda Urrea



Contenido



Objetivos



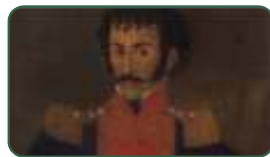
Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Objetivos

Desde el Observatorio de Públicos del Museo Nacional de Colombia, se diseñó un estudio para conocer de cerca la experiencia del visitante. Los objetivos del estudio fueron:

1. Determinar el perfil de los asistentes que asistieron entre el 2 de septiembre y el 29 de octubre de 2017.
2. Conocer las percepciones de los visitantes acerca del objetivo de la experiencia planteado para la exposición temporal *El Reino frente al Rey Reconquista, Pacificación, Restauración. Nueva Granada (1815 – 1819)*.
3. Medir satisfacción de la experiencia de visita a la exposición temporal.

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Metodología

En esta investigación se utilizan elementos propios de **dos tipos de estudios** que permiten un acercamiento al perfil de nuestros visitantes, así como a las características de su experiencia en el MNC.

Estos estudios son: Estudio de satisfacción y Estudio de hábitos y usos.

Estudio de Satisfacción. Este estudio permite conocer la calificación que el visitante le asigna a su visita, a la vez que nos permite identificar cómo califican las diferentes características (atributos) que queremos resaltar en los elementos que componen la experiencia de visita: mediación de los monitores, talleres, exposiciones (contenidos y museografía), entre otros. El conocimiento de cómo perciben nuestros visitantes las características de la experiencia, permite que podamos fortalecer aquellas que se convierten en nuestro diferencial.

Estudio de hábitos y usos. Permite profundizar en la comprensión de actitudes y motivaciones de los públicos con relación a su asistencia y su experiencia de visita, lo que permitirá ser más asertivos al momento de diseñar estrategias de comunicación (convocatoria) y de educomunicación.



El estudio se organiza de la siguiente manera:

- *Variables demográficas (perfil de nuestros visitantes)
- *Variables de hábitos y usos
- *Variables de satisfacción
- *Variables de percepción

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Ficha Técnica

Población Objetivo	Personas mayores de edad que hayan asistido a la exposición <i>El Reino frente al Rey</i> y llevaran al menos la mitad del recorrido en sala.
Universo	15.000 visitantes
Diseño	Cuantitativo – Descriptivo
Técnica	Encuesta cara a cara
Muestra	354 Encuestas
Diseño Muestral	Aleatorio
Error Muestral	5,1%
Nivel de confianza	95%
Aspectos a Evaluar	Sociodemográficos, hábitos y consumo, Experiencia, objetivos de la experiencia de visita

Contenido



Objetivos



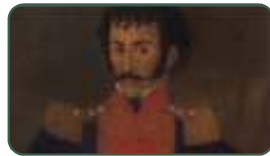
Metodología



Ficha Técnica



Resultados

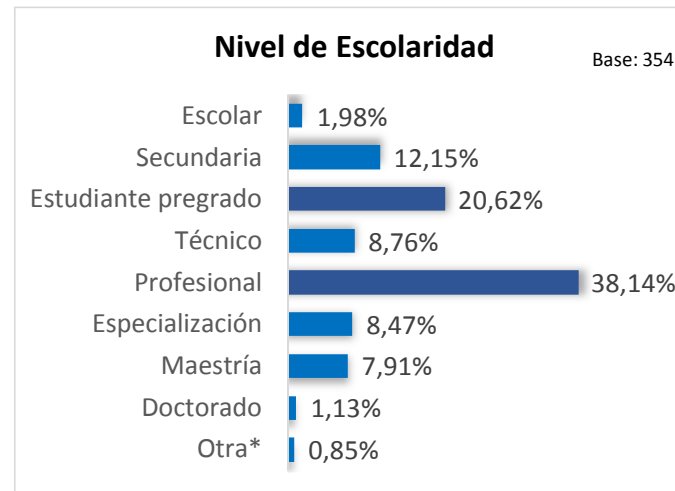
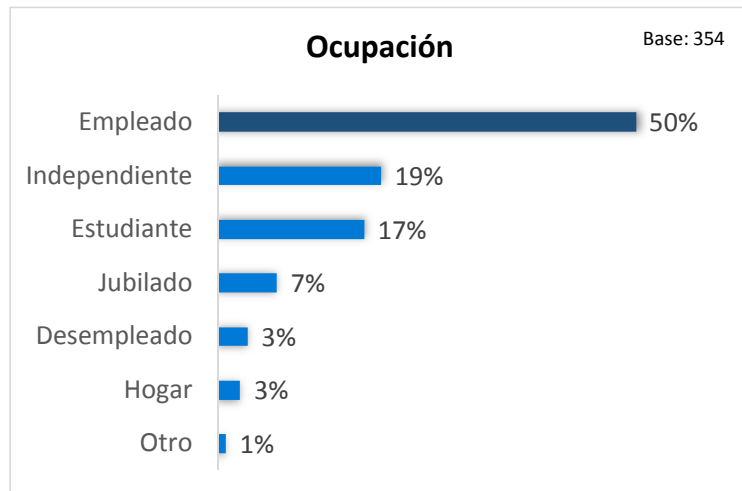
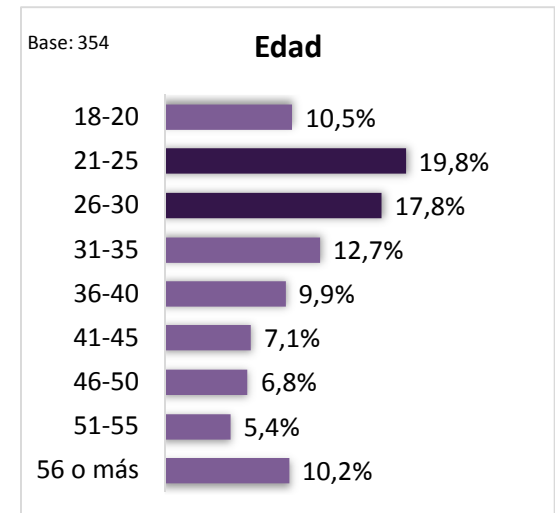
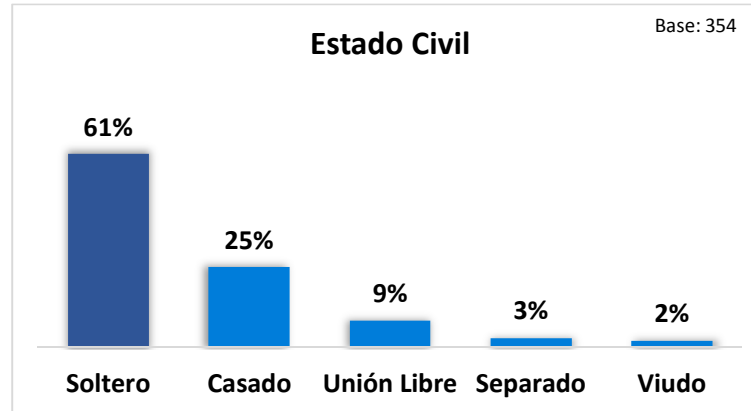
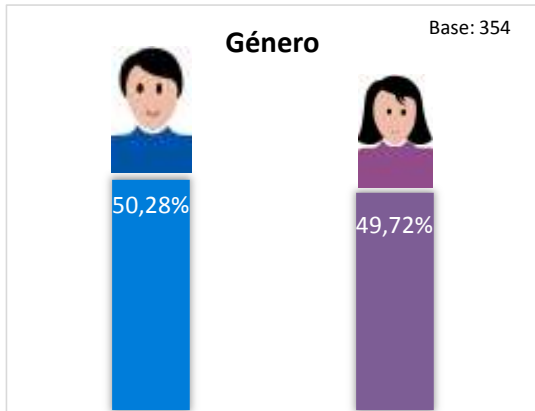


Conclusiones

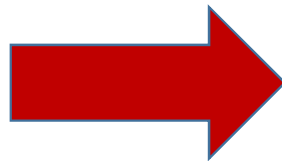
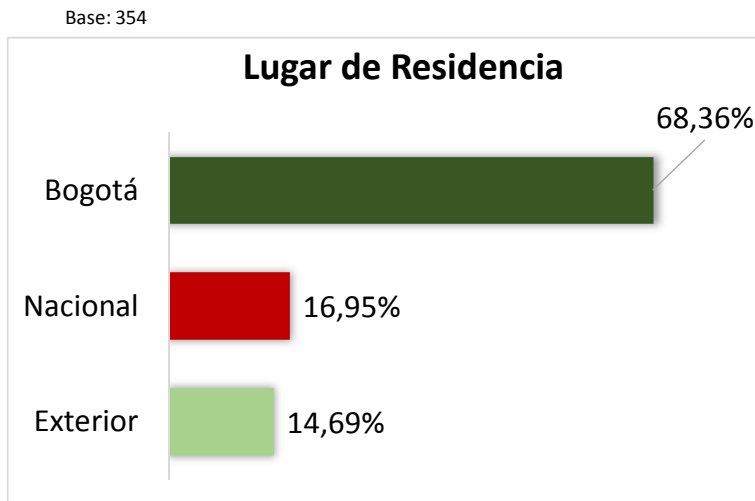
Variables Sociodemográficas



Variables Sociodemográficas



Variables Sociodemográficas



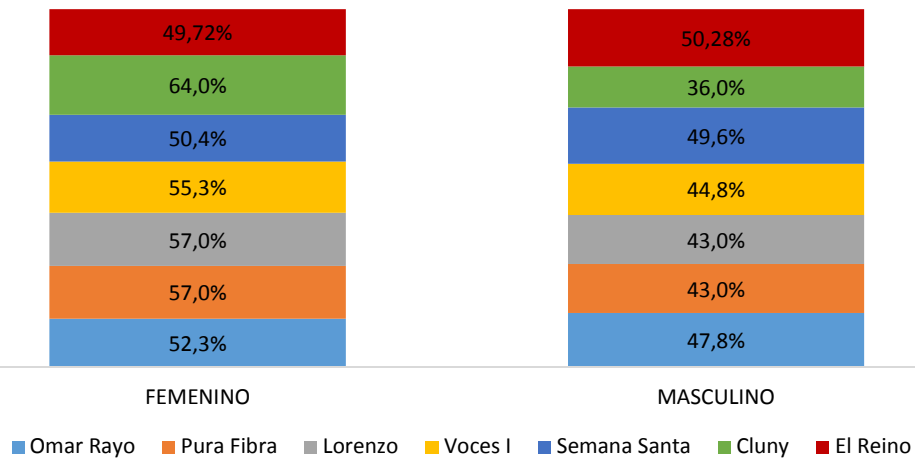
Base: 244

LOCALIDADES	% DE ASISTENTES POR LOCALIDAD	% DE HABITANTES DE BOGOTÁ POR LOCALIDAD
USAQUÉN	17%	5,90%
CHAPINERO	9%	1,60%
SANTA FE	3%	1,20%
SAN CRISTÓBAL	2%	4,90%
USME	1%	4,20%
TUNJUELITO	2%	2,30%
BOSA	6%	9,00%
KENNEDY	9%	15,00%
FONTIBÓN	9%	5,10%
ENGATIVÁ	8%	10,90%
SUBA	14%	15,90%
BARRIOS UNIDOS	2%	3,30%
TEUSAQUILLO	7%	1,70%
LOS MÁRTIRES	1%	1,20%
ANTONIO NARIÑO	0%	1,40%
PUENTE ARANDA	4%	2,70%
LA CANDELARIA	2%	0,30%
RAFAEL URIBE		
URIBE	1%	4,30%
CIUDAD BOLÍVAR	2%	9,10%
SUMAPAZ	0%	0,10%

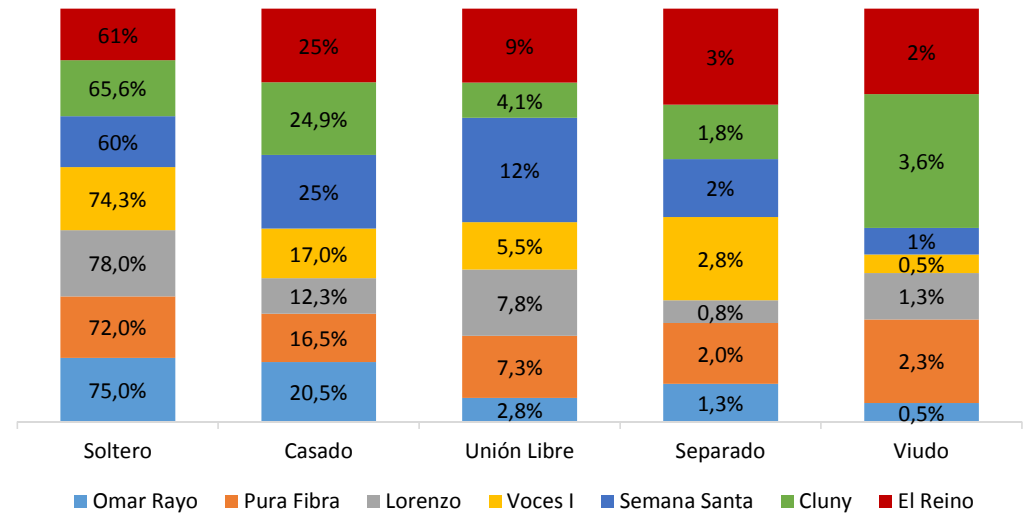
Las 5 localidades con más población de Bogotá son: Kennedy, Suba, Engativá, Ciudad Bolívar y Bosa

Comparativa sociodemográficas con otras temporadas del año

Comparativa Género de visitantes exposiciones 2015-2017

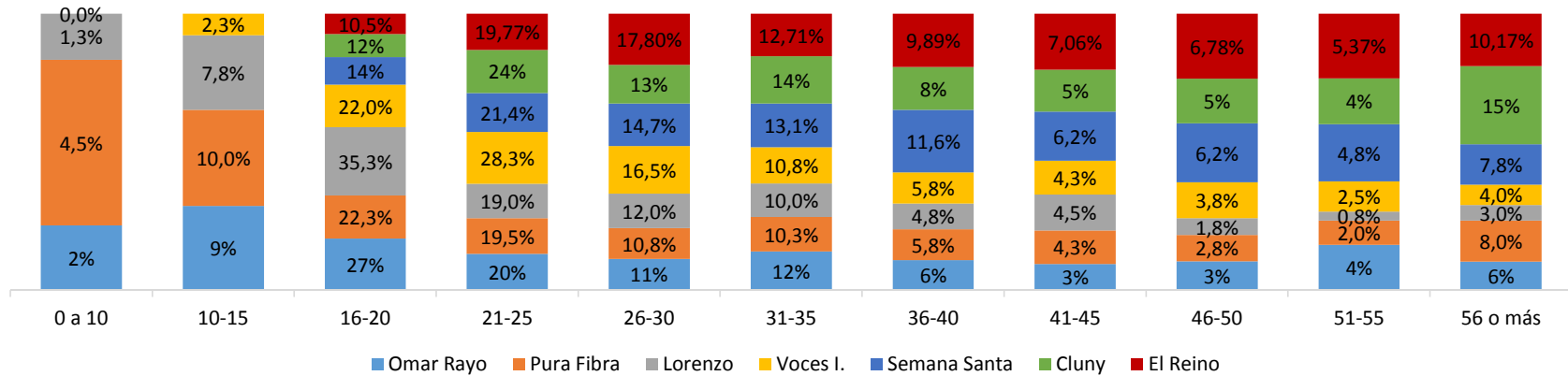


Comparativa Estado Civil de visitantes exposiciones 2015-2017

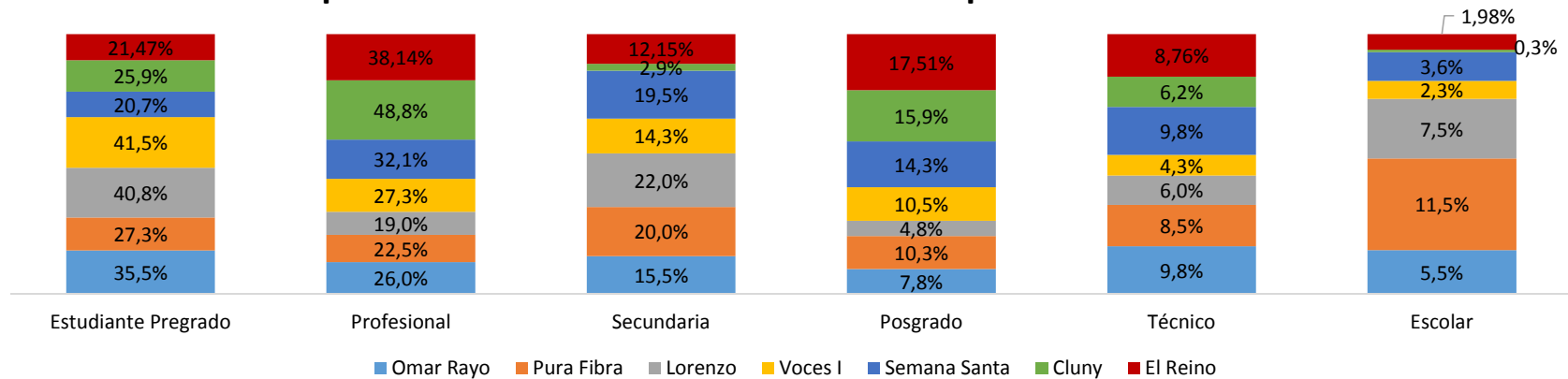


Comparativa sociodemográficas con otras temporadas del año

Comparativa edad de visitantes exposiciones 2015-2017

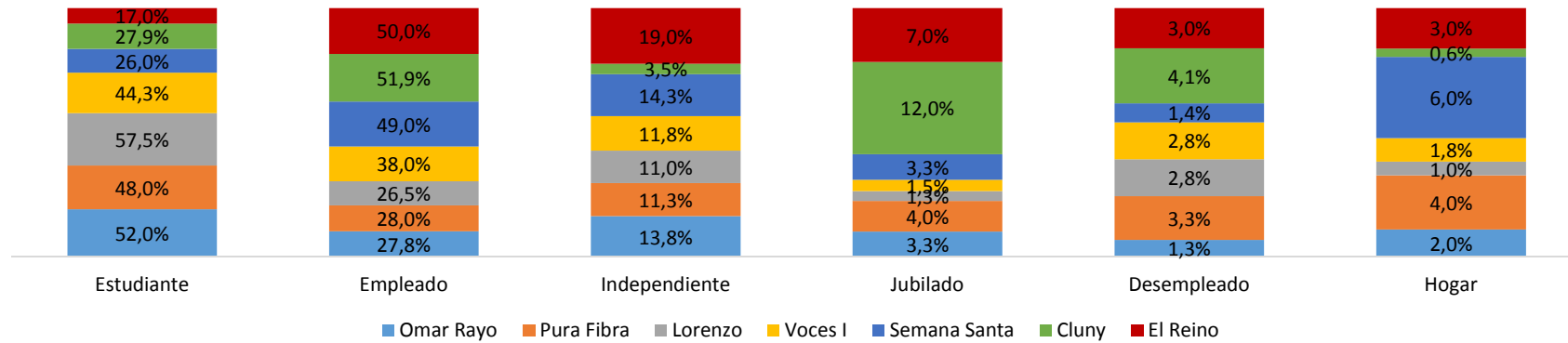


Comparativa nivel de escolaridad últimas exposiciones 2015 - 2017

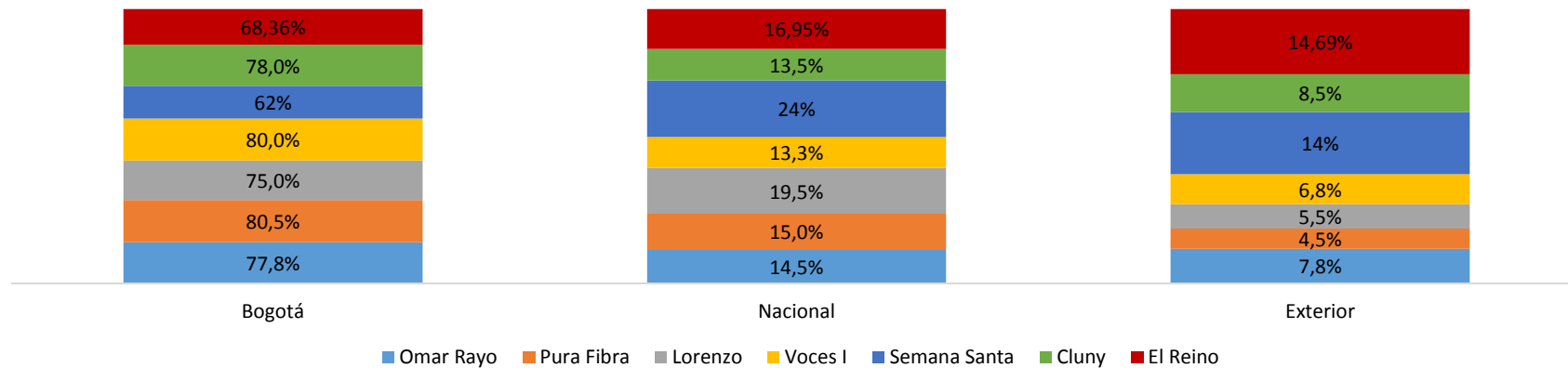


Comparativa sociodemográfica con otras temporadas del año

Comparativa Ocupación de visitantes exposiciones 2015-2017



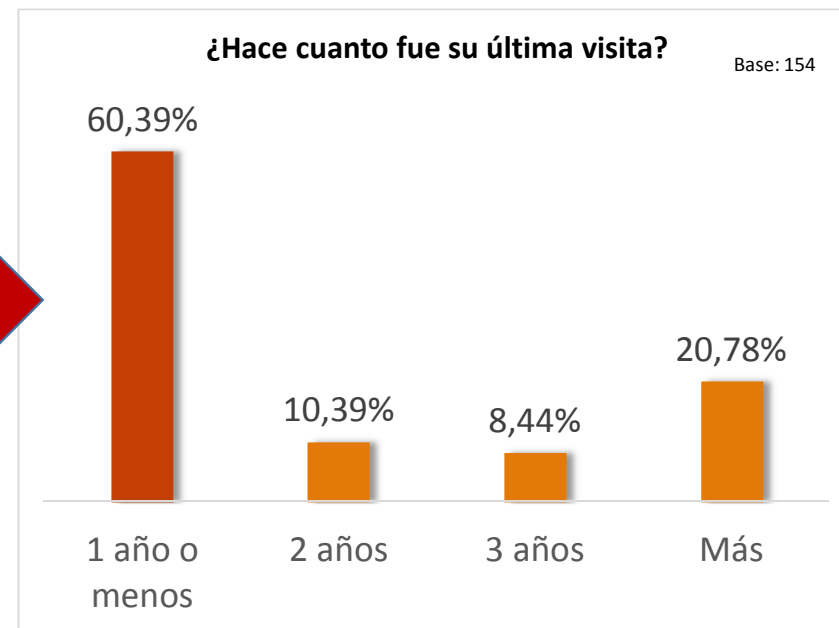
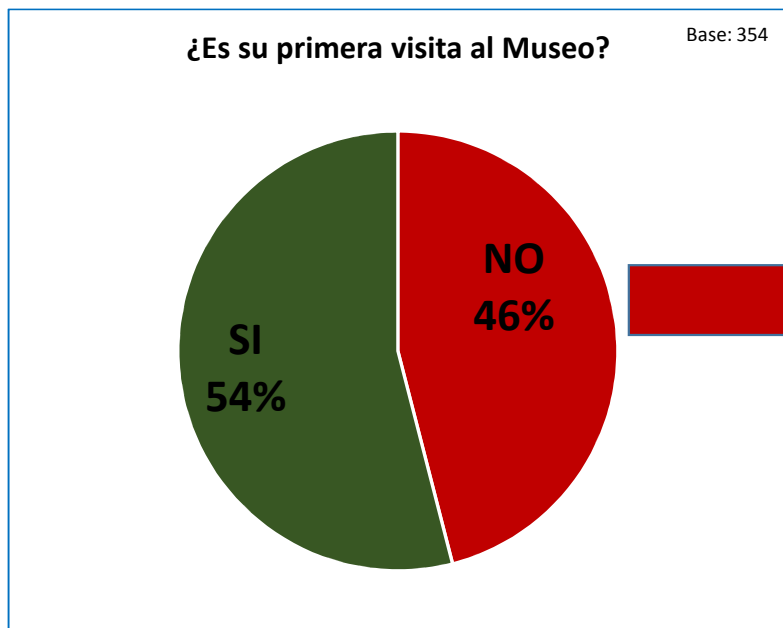
Comparativa Lugar de residencia de visitantes exposiciones 2015-2017



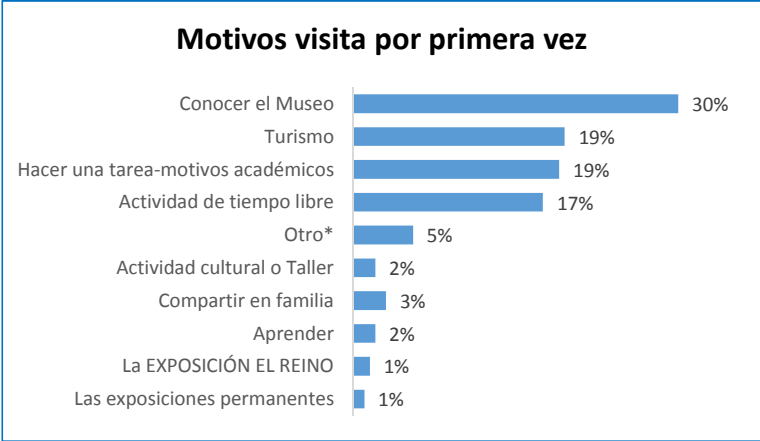
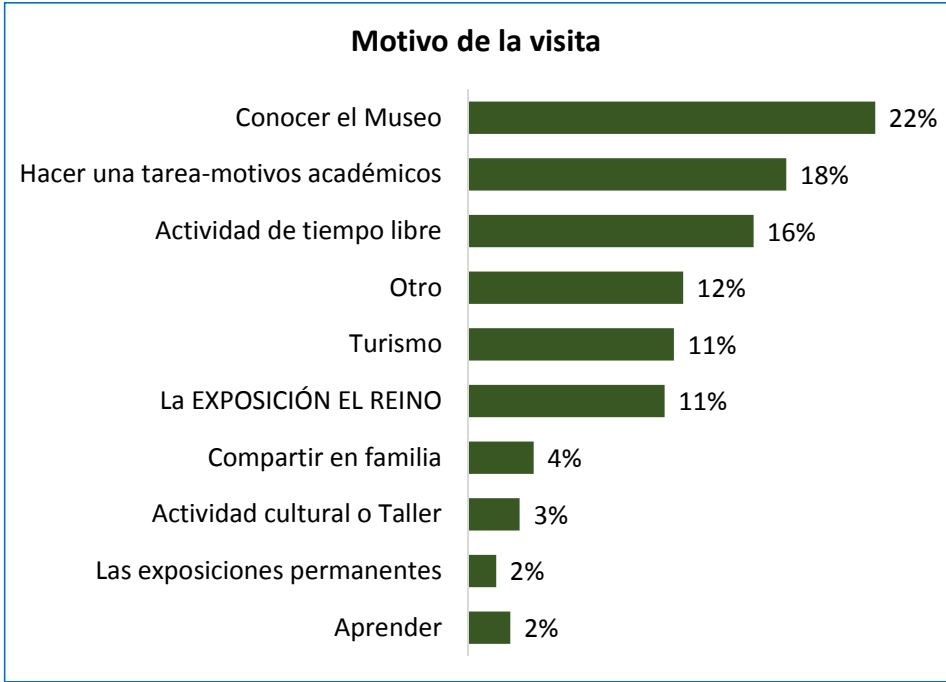
Hábitos y Usos



Hábitos y Usos- Frecuencia de visita



Hábitos y Usos- Motivación



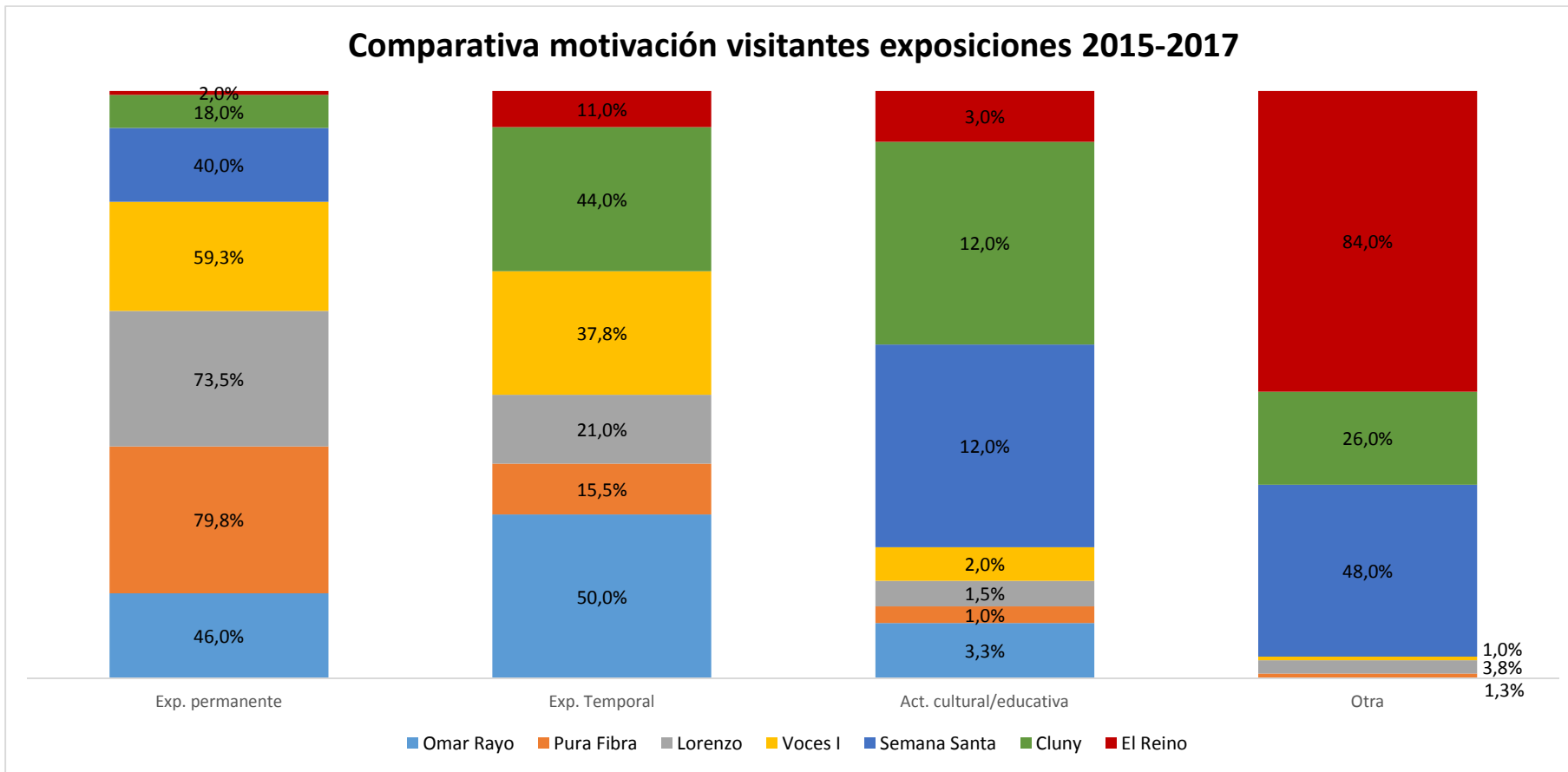
*11 Menciones: Pasó y entró (2); interés en historia (3); es gratis (1); invitación/recomendación (5)



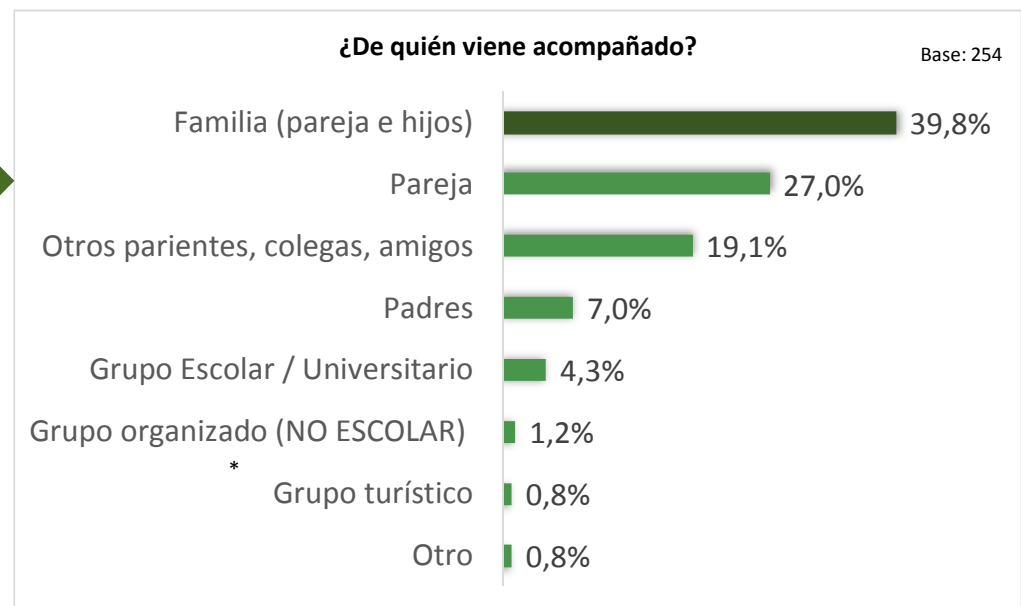
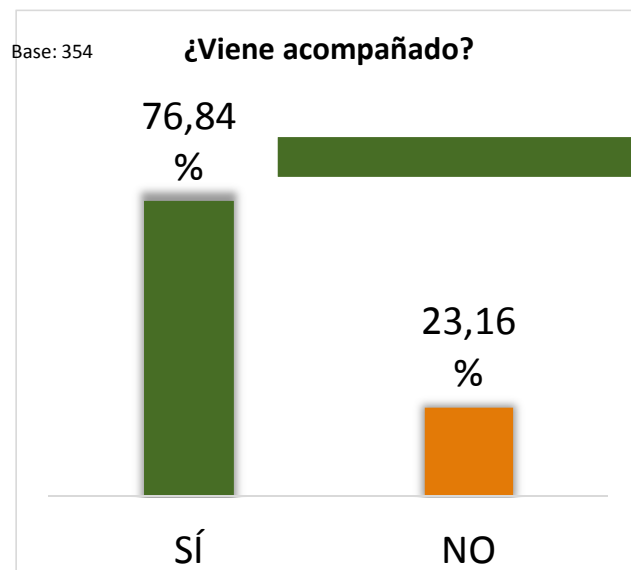
*9 menciones: Exposición de fotografía (2), Pasaba y entró (3), lugar accesible (1), tienda del Museo (1), Recordar historia (2)

Hábitos y Usos- Comparativa Motivación

Comparativa motivación visitantes exposiciones 2015-2017

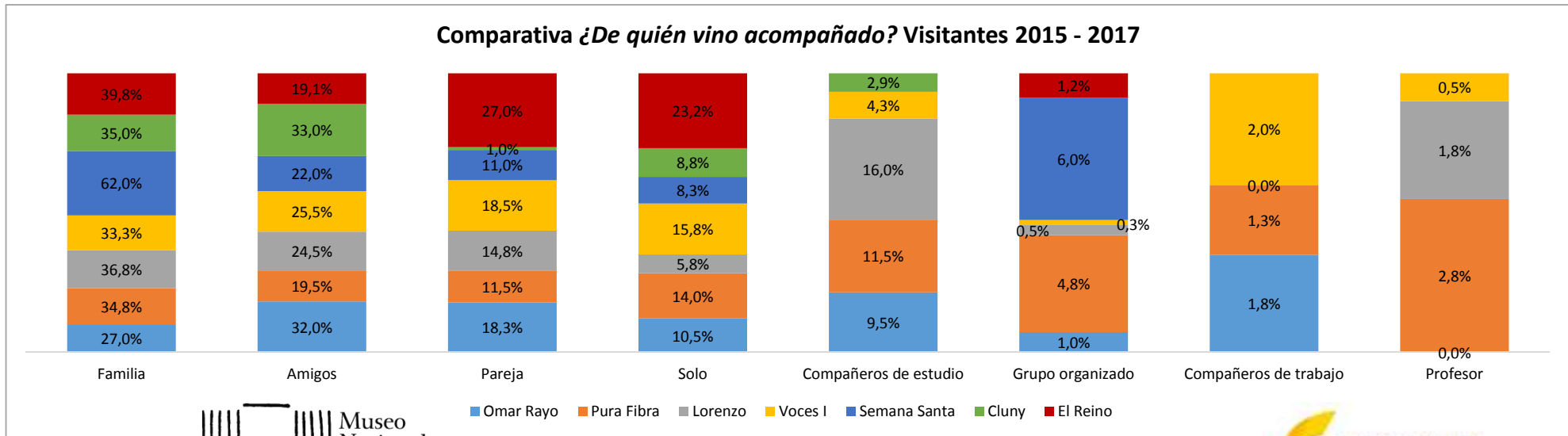
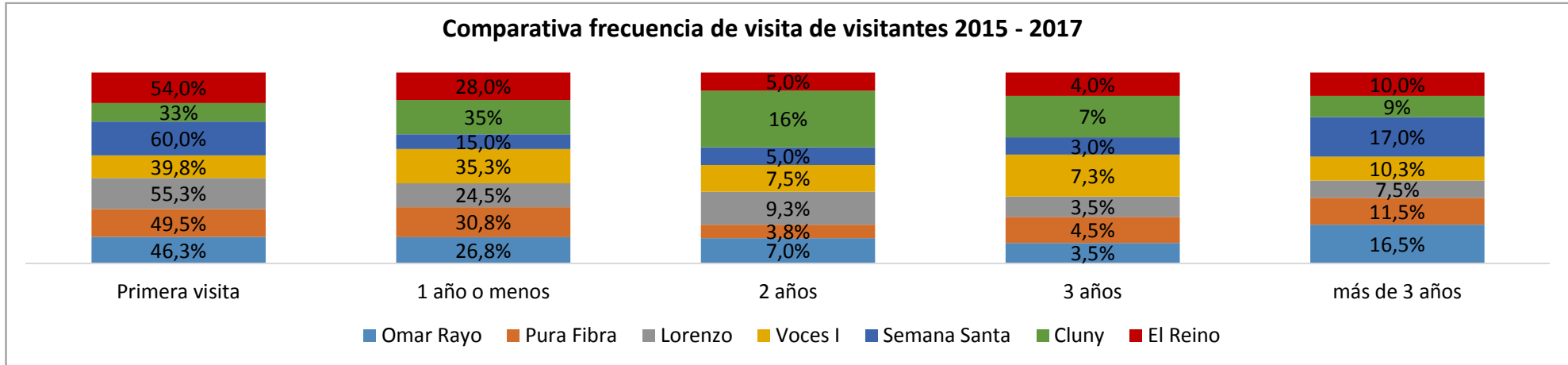


Hábitos y Usos- Compañía

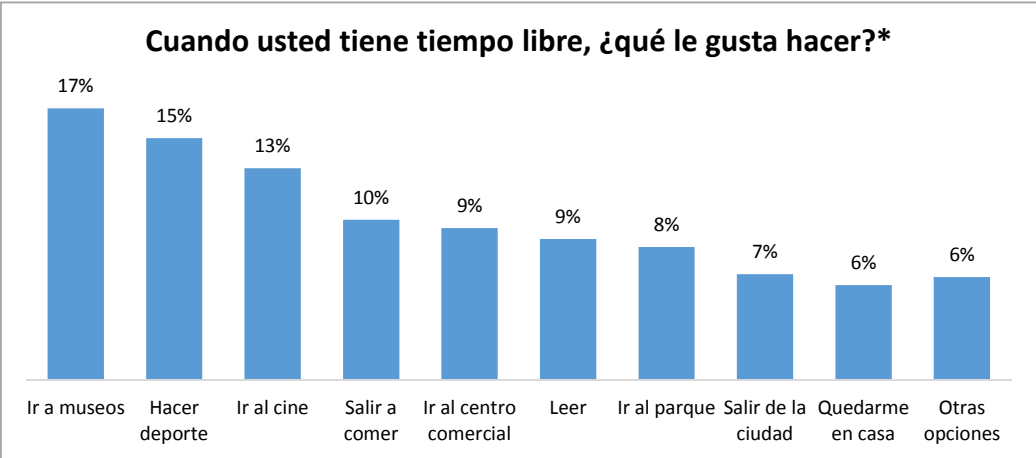


*Para visita educativa o cultural

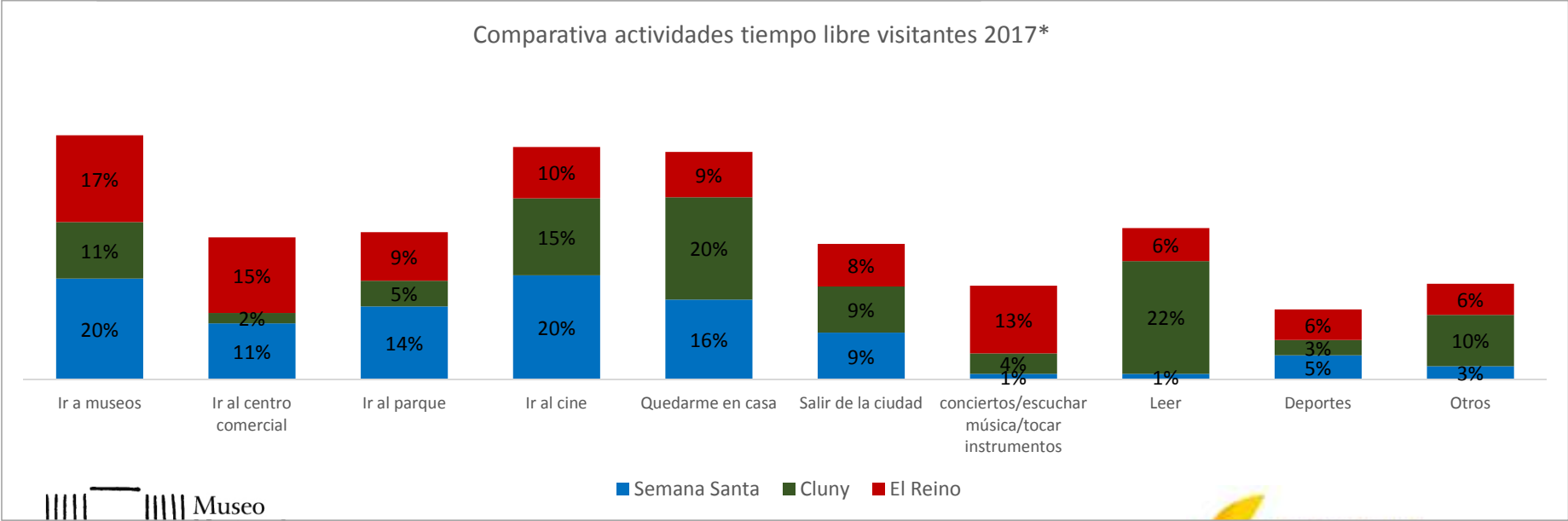
Hábitos y Usos- Comparativa frecuencia de visita y compañía



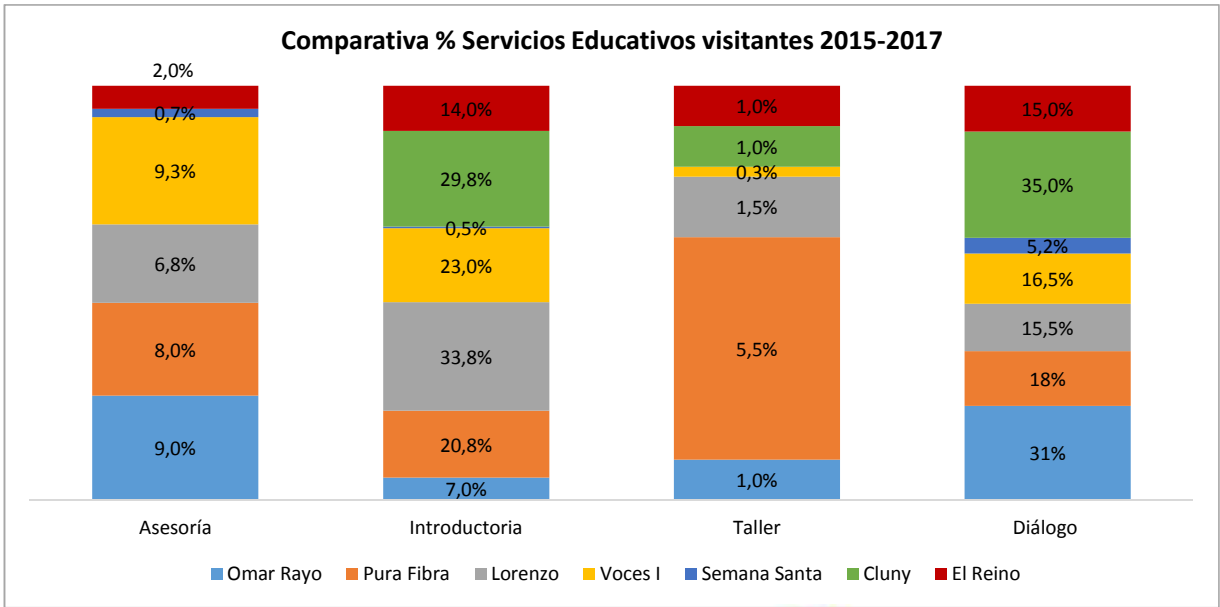
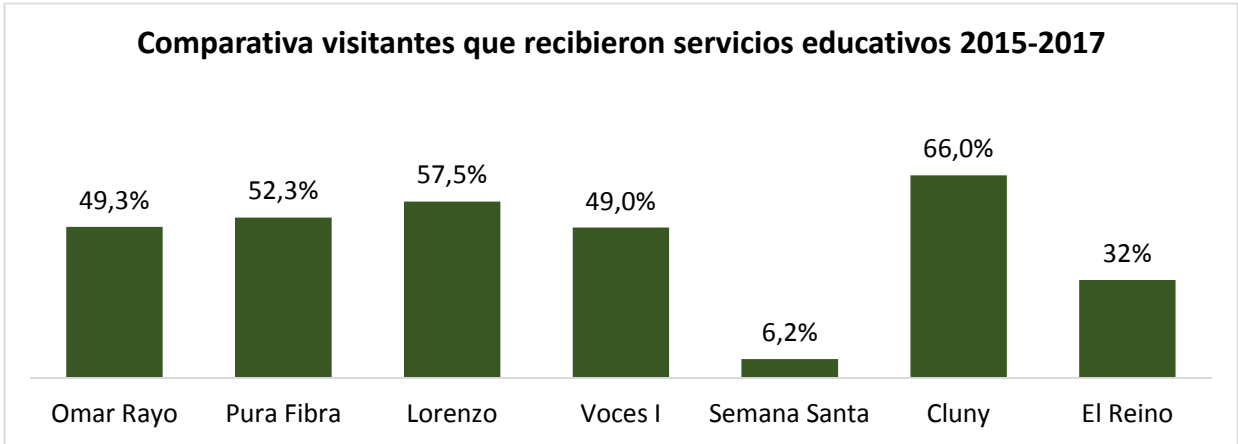
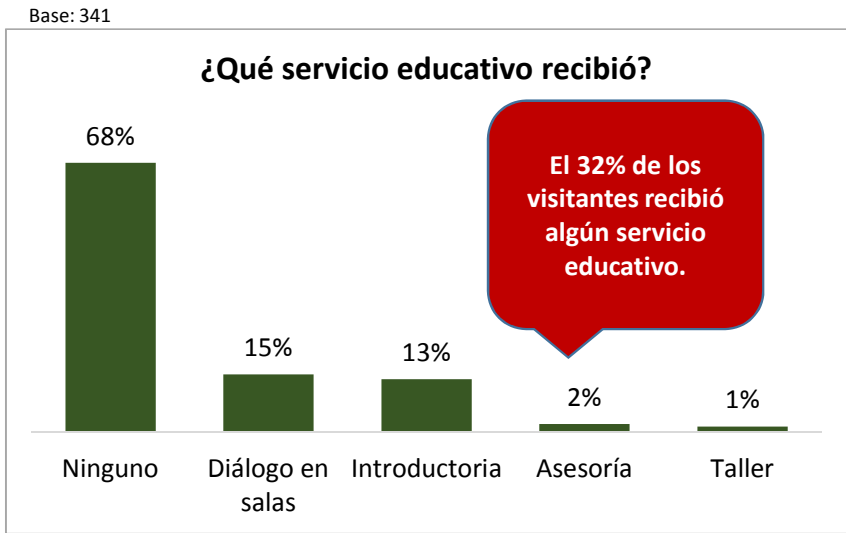
Hábitos y Usos- Actividades tiempo libre



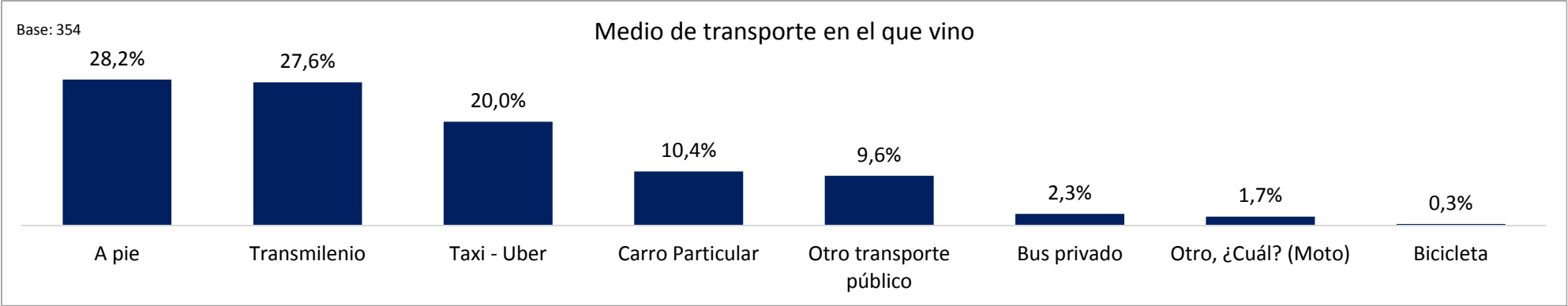
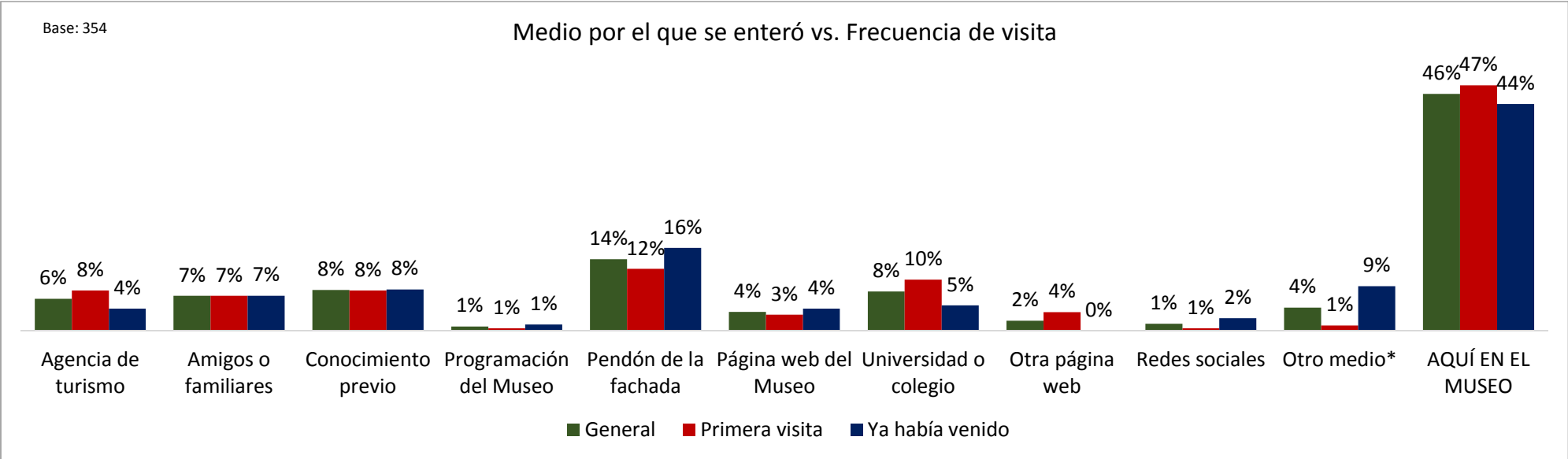
**Esta pregunta se incluyó a partir del estudio de Semana Santa en abril de 2017*



Hábitos y Usos – Servicios Educativos



Hábitos y Usos – Divulgación y medio de transporte



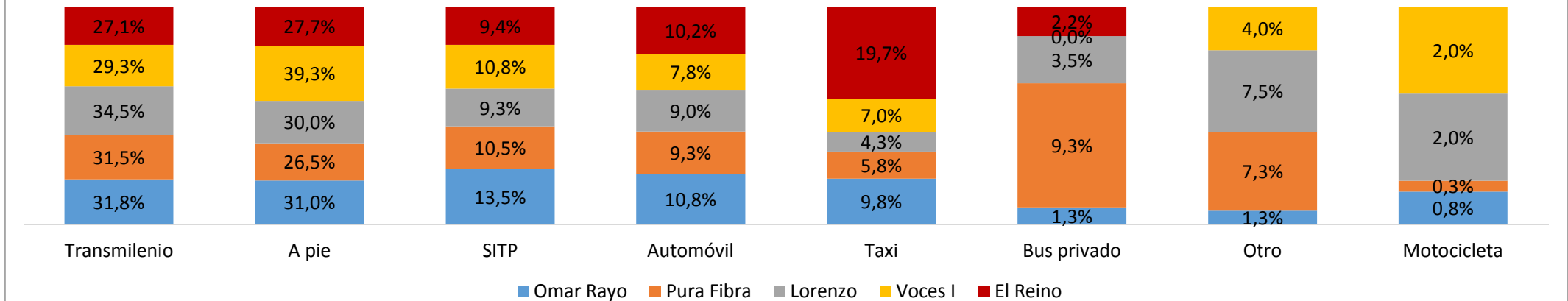
Hábitos y Usos – Comparativa divulgación y medio de transporte

Comparativa ¿Por qué medio se enteró de la Exposición (del Museo)? visitantes 2015 - 2017

	Amigos y familiares	Universidad o Colegio	Pendón	Otra programación	Página Web del Museo	Redes sociales	Medios de comunicación	Programación del Museo	Conocimiento previo	Agencia de Turismo	Aquí en el museo*
■ El Reino	7,0%	8,0%	14,0%	0,0%	3,0%	1,0%	7,0%	0,0%	8,0%	6,0%	46,0%
■ Cluny	56,8%	8,9%	3,9%	1,2%	0,0%	0,6%	2,1%	26,5%	0,0%	0,0%	0,0%
■ Semana Santa	25,4%	11,9%	7,8%	4,5%	3,1%	0,7%	8,3%	0,7%	33,7%	3,6%	0,0%
■ Voces I	22,5%	10,5%	29,8%	3,0%	8,8%	5,3%	3,3%	3,5%	0,0%	0,0%	0,0%
■ Lorenzo	17,8%	21,3%	1,5%	7,8%	2,5%	0,5%	1,3%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%

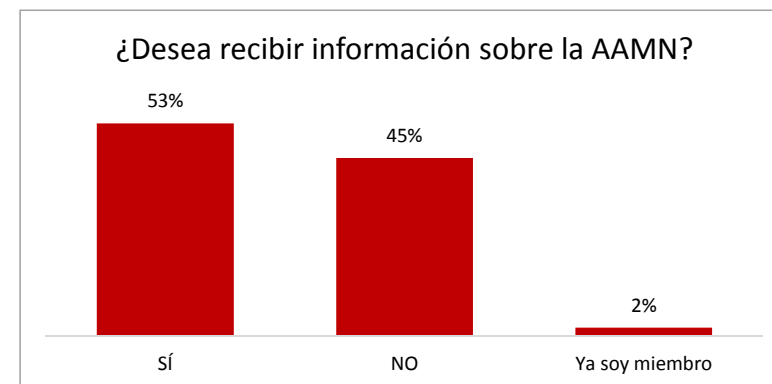
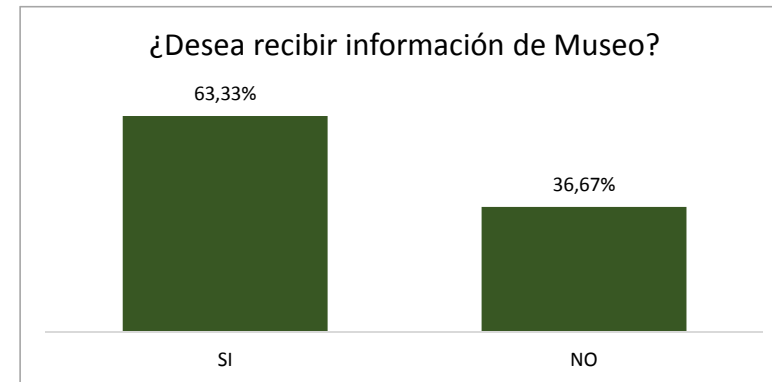
*A partir de los resultados obtenidos en los últimos estudios, se empezó a incluir esta opción en la pregunta.

Comparativa medio de transporte que utilizó para venir a la exposición, visitantes 2015-2017*



*Esta pregunta se retomó a partir de este estudio (No se realizó en el estudio de Semana Santa ni en el de Cluny)

Hábitos y Usos – Recomendar el Museo; AAMN y recibir programación



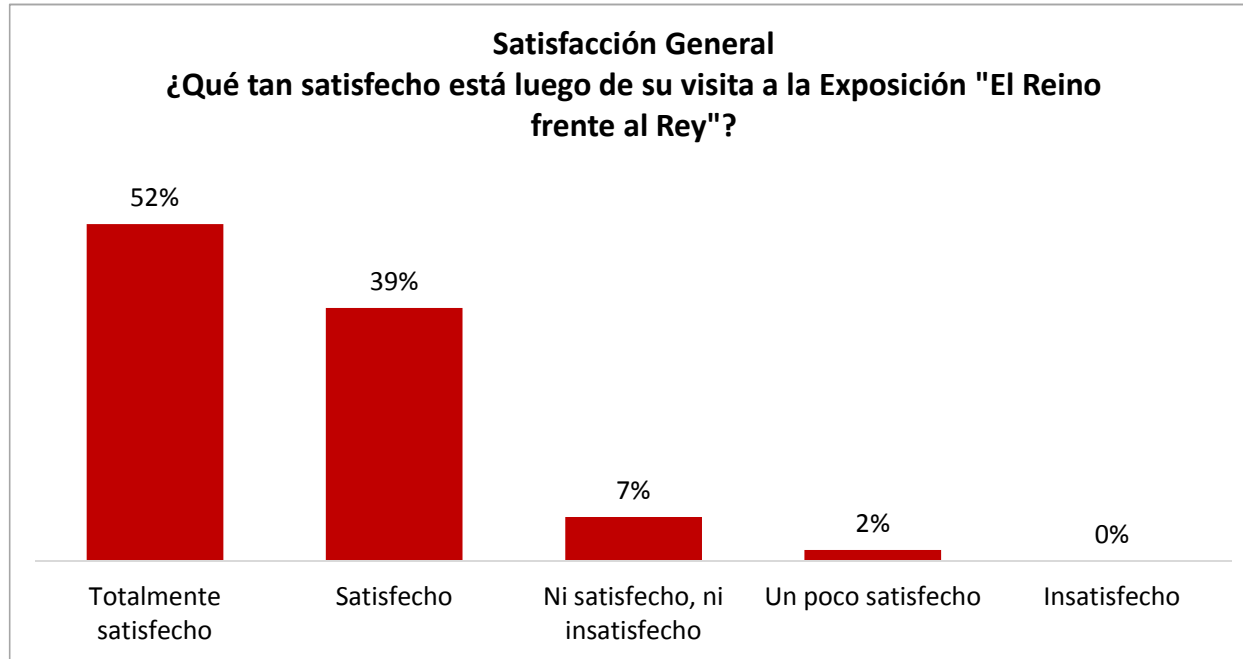
Estas preguntas permiten acercarnos a la percepción de los visitantes frente a quién es el público del Museo; también Conocer el interés por quedar vinculado al Museo.

Satisfacción



Satisfacción General "El Reino frente al Rey"

Base: 354



Satisfacción General "El Reino frente al Rey"

Motivos de satisfacción (categorías con más menciones de 250)

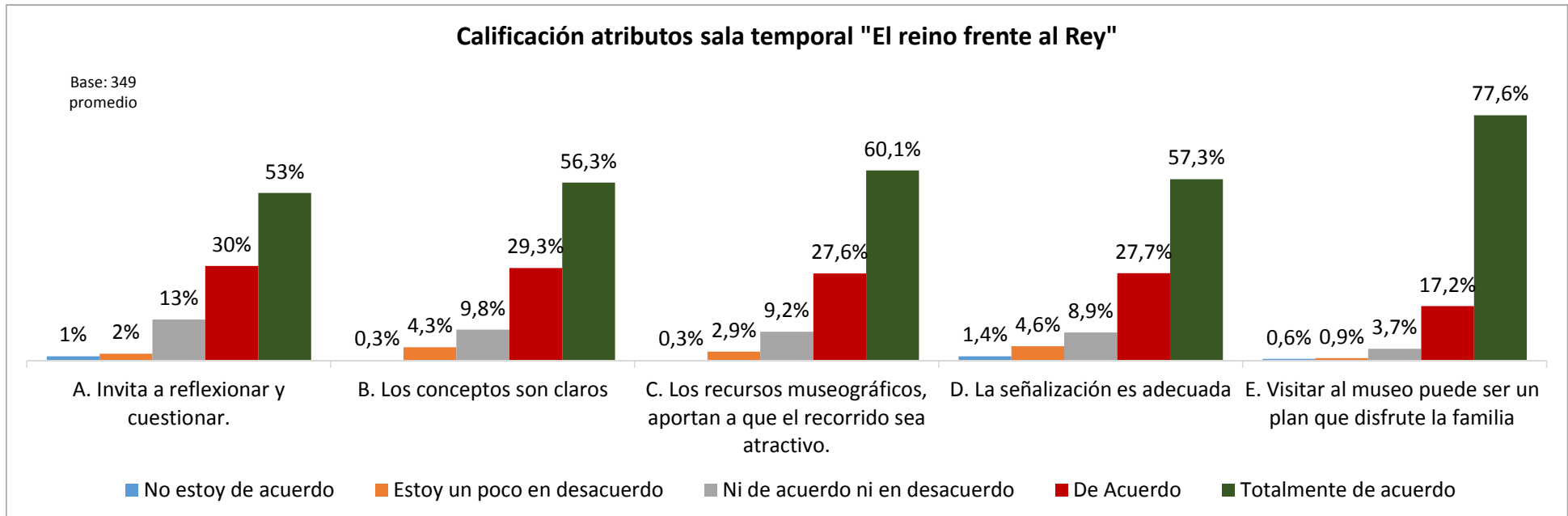
- Agradable
- Aprendizaje
- Buena atención
- Buen servicio
- Buena organización
- Cumplió con mis expectativas
- Muy didáctico
- Es claro
- Es para la familia
- La explicación fue clara
- La temática
- Estuvo muy bien la guianza con niños
- La información es completa
- La información es oportuna
- Es una exposición innovadora
- Es Interesante
- Supero mis expectativas
- Es novedosa
- Me gustaron los talleres
- La manera distinta en que se cuenta la guerra con el arte
- Alto valor histórico
- Era coherente

Motivos de insatisfacción (categorías con más menciones de 150)

- Información contradictoria
- Muy general
- Dificultad de lectura
- Falta pensar en el extranjero
- Otras exposiciones son mejores
- Faltó novedad
- Faltó guía
- La sala era muy oscura
- Debería ser más amplia
- Debería ser más interactiva
- Es densa
- Falta objetividad
- Faltan más audios
- Había mucho ruido
- Era muy limitada la historia, faltaba más información
- Fue un poco aburrida
- No se entendieron las últimas fotografías
- Podría haber más material de apoyo
- Tenía mucho texto

Satisfacción atributos de la experiencia - Sala de exposición

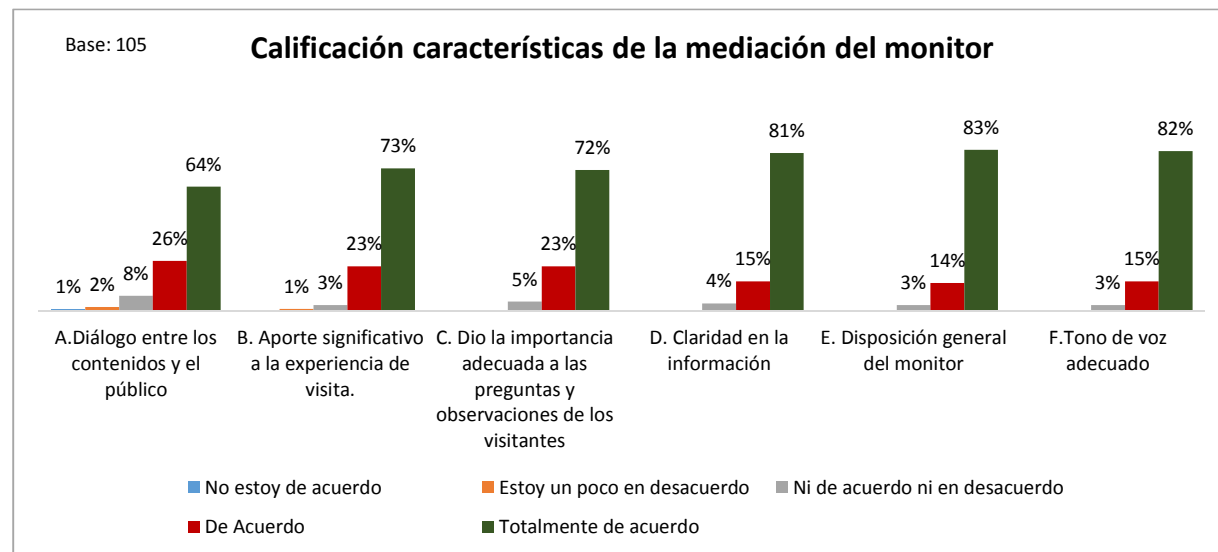
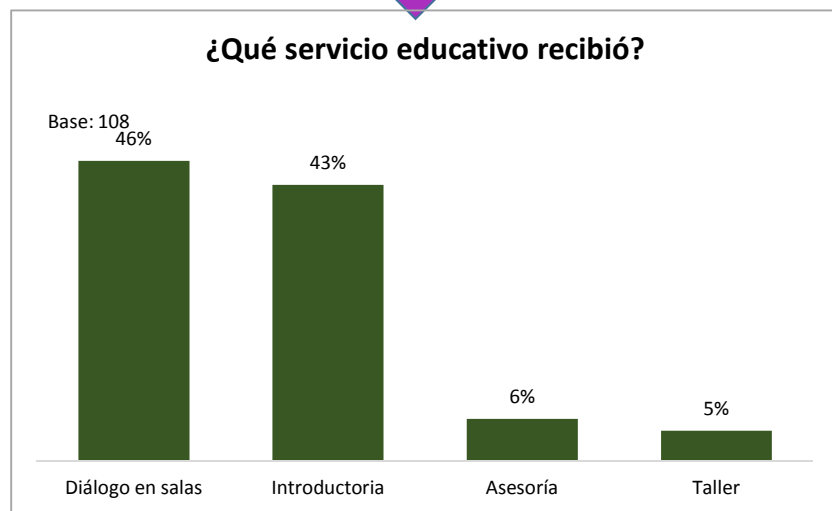
Califique su nivel de acuerdo, siendo 5 "Estoy totalmente de acuerdo" y 1 "No estoy de acuerdo" con las siguientes características de la sala



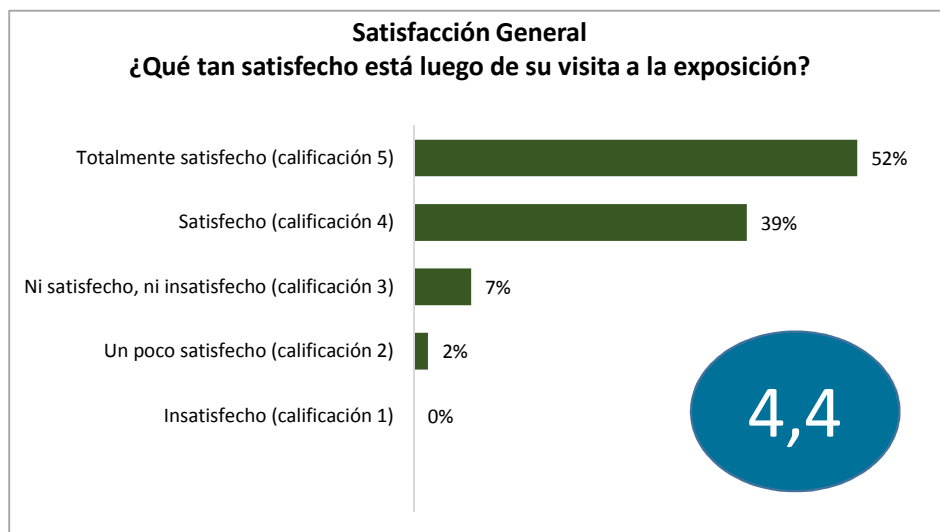
Satisfacción atributos de la experiencia –Servicio Educativo

Califique su nivel de acuerdo, siendo 5 “Estoy totalmente de acuerdo” y 1 “No estoy de acuerdo” con las siguientes características de la sala

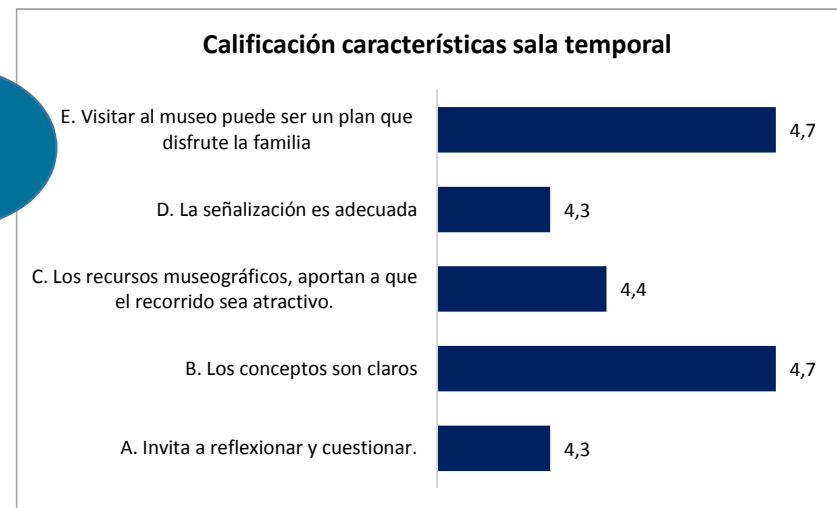
El 32% de los visitantes recibió algún Servicio educativo.



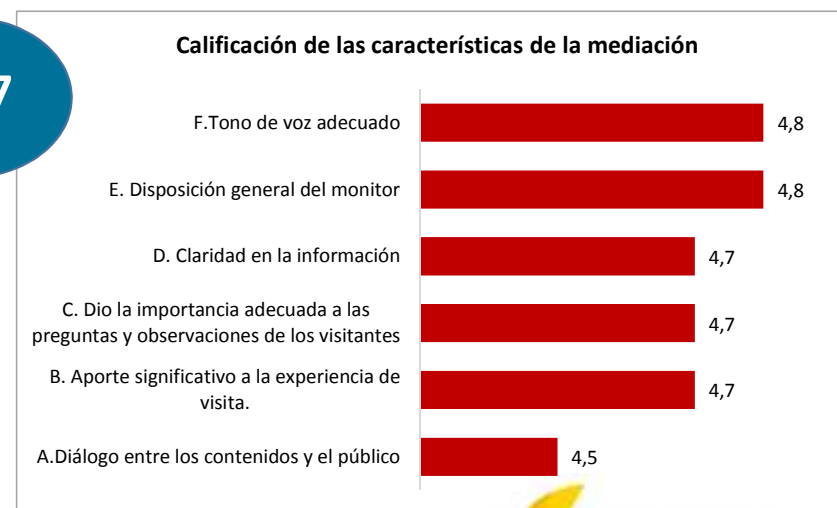
Calificación: Satisfacción General y atributos de la experiencia



4,4



4,7



Percepción



Objetivo de la experiencia del visitante

El objetivo planteado para la experiencia del visitante de la Exposición, era:

Presentar una nueva interpretación del periodo histórico comprendido entre 1815 y 1819 que considera factores sociales, políticos y económicos y propicia reflexiones sobre la actualidad del país.

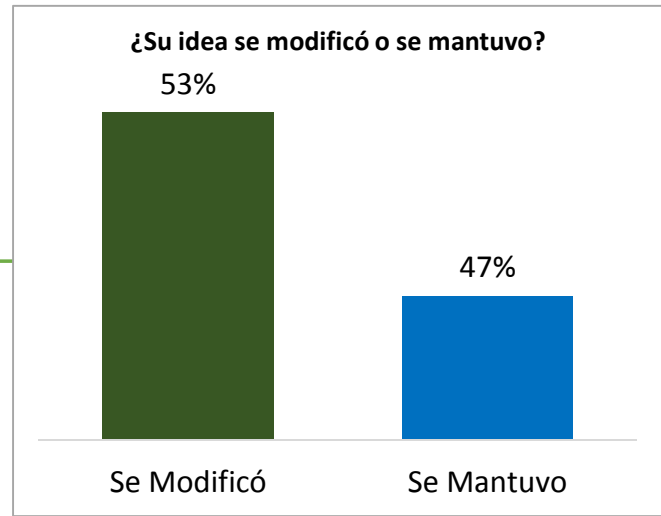
Sobre la Sala “EL REINO FRENTE AL REY” ¿Cuál era su idea de este periodo histórico antes de entrar a la exposición? (273 menciones)

Idea del periodo histórico	No de menciones
Conocimientos básicos-Datos históricos	54
Ninguna /Muy vaga /Datos lejanos del colegio	52
Situaciones relacionadas con la época	21
Época de la Independencia	40
La Reconquista	15
Aspectos históricos relacionados con Colombia	10
Campaña libertadora	16
Que era la Nueva Granada	18
La derrota del rey	2
Pacificación	14
Patria boba	6
Régimen del terror	14
Personajes de la época, mártires	11

Objetivo de la experiencia del visitante

Luego de asistir a la exposición ¿Su idea de este periodo histórico se modificó o se mantuvo?

Base: 273



¿Por qué?
Amplié conocimiento
Conocí nuevos datos
Mayor conocimiento sobre la época
Aprendí
Aclaré conceptos
Conocí la historia
Cambió mi percepción
Profundicé
Vi cosas nuevas
Cumplió mis expectativas
Fue nuevo para mí
Recordé
Tuve datos más específicos
Comprendí
Generó inquietud
La exposición fue completa
Me generó mayor interés en el MNC
Me puso en contexto
Me motivó a profundizar
Pienso en historia
Se relacionó con la actualidad
Siempre ha existido corrupción

¿Por qué?
Ratifiqué información
Desconocía el tema
Era lo que conocía
No entendí muchas cosas
Era lo que esperaba
Es igual a lo que había visto
Es igual de absurdo e injusto
Es otra mirada
Faltó más historia
Fue más una idea de enriquecimiento
No habían muchos detalles
Se mantuvo el conocimiento
Se queda corta (la exposición) en dar nuevos elementos para entender
Tiene continuidad con lo del museo del florero y no se contradice
Es ver dos perspectivas de los sucesos
Ya conocía bastante de la historia

Experiencia del visitante: Aportes de la exposición

¿Qué es lo que más recuerda de la exposición?

Las 268 menciones se organizaron en las siguientes categorías:

¿QUÉ ES LO QUE MÁS RECUERDA DE LA EXPOSICIÓN?	MENCIONES
El Cráneo	86
Cuadro de Bolívar en el páramo de Pisba (Paso del Ejército Libertador por el Paramo de Pisba)	61
Mapas	24
Lanza	19
Tanta violencia, fusilamiento, mucha guerra	15
Medallas	13
Bojayá y Montes de María (la historia se repite)	11
Banderas	8
La Pola	8
Todo	7
Buena museografía y buena conservación	7
Cuadro de Morillo y Fernando VII	6
Próceres	3

Experiencia del visitante: Aportes de la exposición

¿Qué cosas nuevas se lleva de la exposición?

198 menciones se organizaron en las siguientes categorías:

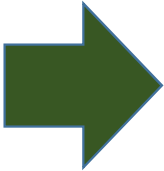
COSAS NUEVAS	# MENCIONES
Nuevos conocimientos	40
Conocimientos específicos*	38
Más historia del país	35
Personajes de la época	21
Nueva interpretación de la historia	13
Época muy sangrienta	18
La historia de Colombia es cíclica	15
Historia del cráneo	10
Historia de Latinoamérica (Chile, Perú)	6
Conservación de las obras	2

**Había fotografía en SXIX; Cómo hacían los mapas; cómo llegó a formarse el país; cómo repartían cuerpos por todas partes; diferentes banderas; El último soldado; lo que pasó antes y después de 1810*

Experiencia del visitante: ¿Qué no le agradó?

¿ALGO DE SU VISITA NO LE AGRADÓ?

EL 72% de los visitantes manifestaron que todo les agradó. El 28% nombró aquello que no fue de su agrado:



Categorías	#	EJEMPLO
Curaduría	14	<i>resto</i> Critican la ideología de forma ideológica Los cuadros expuestos muestran una obra muy política Se invisibiliza a la mujer, no habla de más mujeres involucradas Me dio miedo el cráneo No entendí la relación de las fotos del final con el
Museografía	62	<i>resto</i> Era fácil perderse Muchos textos Poca luz (resaltan poca luz en las fotos finales) Faltaban más guías haciendo recorridos (en las permanentes) La voz de los guías incomodaba a quienes no estaban en visita Las salas cerradas La tienda es muy costosa Que cobren la entrada
Servicios del Museo	28	<i>resto</i> Poca información en inglés
Experiencia general	11	<i>resto</i> Otros visitantes son muy ruidosos Hace mucho frío No me gustó el tema
Todo fue de su agrado		

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Conclusiones

Perfil sociodemográfico

Los visitantes a la exposición *El Reino frente al Rey*, fueron en igual proporción hombres y mujeres (50,3% y 49,7% respectivamente), en su mayoría con edades entre 21 y 40 años (60,2%) y solteros (61%). Eran profesionales (38%) o con estudios de posgrado (17,4%). En cuanto a ocupación, un alto porcentaje eran empleados (50%), independientes (19%) y estudiantes (17%).

Al comparar con resultados de otras exposiciones, en *El Reino* se tuvo el mayor porcentaje de visitantes con estudios de posgrado (17,5% seguido de 15,9% en la exposición de *Cluny*).

En cuanto a lugar de residencia, al comparar con otras exposiciones, tiene un alto porcentaje de visitantes extranjeros (de 14,6% frente al de *Cluny* que fue de 8,5%, *Voces Intimas* de 6,8% y *Lorenzo* de 5,5%), muy similar al de *Semana Santa* (14%).

Frecuencia de visita

La exposición *El Reino* es la que tiene el menor porcentaje como motivación de visita (11%) al compararla con otros estudios. Tiene un 11%, seguido de 15,5% de *Pura fibra* y 21% de *Lorenzo*. Las exposiciones temporales que motivaron una mayor cantidad de público fueron *Rayo* con 50% y *Cluny* con 44%.

Esto se puede correlacionar con que el 54% de los visitantes vinieron por primera vez (muy cercano al 60% de primera vez en *Semana Santa*). Al revisar la motivación vs. tiempo de su última visita, el comportamiento es similar a las otras exposiciones. Es decir que para los que ya han venido, el porcentaje que vino motivado por la nueva exposición, es mayor que ese mismo porcentaje de aquellos que vienen por primera vez (22% vs. 1%).

También es coherente el porcentaje obtenido por la exposición temporal como motivante de visita, cuando revisamos que el 46% de los visitantes se enteró de la misma en el Museo y 14% con el pendón de la fachada.

Otra particularidad de la exposición de *El Reino*, es que tiene el mayor porcentaje de visitantes que vinieron solos, que es el 23%; hasta el momento, la exposición con mayor porcentaje de visitantes solos fue la de *Voces íntimas*, con un 15,8%. En *El Reino* es también el mayor porcentaje de visitantes que vinieron con su pareja, con un 27% seguido del 18,5% de *Voces Íntimas*.

Conclusiones

Esta diferencia entre esta y otras exposiciones con el tema de frecuencia, divulgación y motivación, puede deberse a que en esta exposición el 31,64% de los visitantes venían de otros lugares de Colombia (diferentes a Bogotá) y del exterior. Las exposiciones temporales han tenido un máximo de 22% de visitantes fuera de Bogotá (22% en *Cluny*, 20% en *Voces Íntimas* y 25% en *Lorenzo*). Esta composición de público es similar a la de temporada de *Semana Santa 2017*, en la que el 38% de los visitantes venía del extranjero o de lugares de Colombia diferentes a Bogotá (y su principal motivante era conocer el Museo).

Satisfacción

El 91% de los visitantes manifestó estar totalmente satisfecho y satisfecho con su experiencia en la exposición *El Reino*. En cuanto a los atributos de la museografía, calificaron con algún nivel de desacuerdo que la exposición tenía una buena señalización y que los conceptos fueron claros. En cuanto a la experiencia con la mediación, resaltan que se debe fortalecer el diálogo entre los contenidos y el público por parte del monitor.

En general la calificación de la satisfacción fue de 4,4 (sobre 5), siendo 4,4 la calificación de los aspectos museográficos y 4,7 la calificación de los aspectos asociados a la mediación de los monitores.

Percepción

El cumplimiento del objetivo está asociado con la percepción de una nueva interpretación del periodo histórico presentado. El 53% de los visitantes manifestó que su idea del periodo se modificó luego de la exposición, mencionando que se llevaron un mayor contexto y nuevos datos. También algunos visitantes establecieron el diálogo planteado entre ese periodo y la actualidad nacional.

Si bien no fue la de mayor mención, varias personas mencionaron como lo nuevo "una nueva interpretación de la historia" y "la historia de Colombia es cíclica", dos ideas muy asociadas con la intención de esta nueva perspectiva histórica que se pretendía exponer.