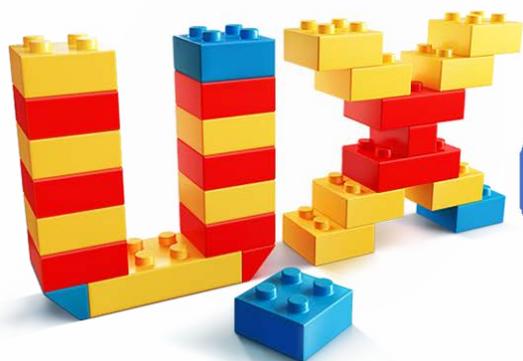


Estudio Cuantitativo sobre
Percepción de **Satisfacción de**
Usuarios/as Remotos de
www.memoriachilena.cl
Biblioteca Nacional de Chile
2015



Consultores

Contenido

1. Resumen Ejecutivo.....	2
2. Introducción	5
3. Objetivos	6
4. Metodología	6
a. Instrumento:.....	6
b. Diseño Muestral y Muestreo	7
c. Metodología de Análisis	8
5. Resultados Levantamiento de Información.....	9
A. Perfilamiento.....	9
a. Género de los encuestados/as	9
b. Edad – Grupo Etario	9
c. Lugar de Procedencia	10
d. Ocupación Principal – “Soy”	14
e. Registro como usuario en la Biblioteca Nacional.....	16
B. Nivel de conocimiento sobre la Biblioteca	17
a. Visita a Sitios web institucionales	17
b. Relación con Redes Sociales de la Biblioteca Nacional.....	18
c. Redes Sociales de Memoria Chilena	19
C. Hábitos de uso	21
a. Lugar desde donde visita el sitio web www.memoriachilena.cl	21
b. Frecuencia de visita.....	22
D. Uso del sitio web	23
a. Vía de Conocimiento Respecto www.memoriachilena.cl	24
b. Uso y Propósito de Visita www.memoriachilena.cl	27
E. Percepción de Satisfacción	29
a. Logro del propósito de la visita a www.memoriachilena.cl	29
b. Frecuencia con la que se encuentra el material y/o información cuando visitan www.memoriachilena.cl.....	30
c. Nivel de Satisfacción con www.memoriachilena.cl.....	32
d. Evaluación de Experiencia de Navegación por www.memoriachilena.cl.....	34
e. Intención de volver a visitar www.memoriachilena.cl.....	37
f. Intención de recomendar el sitio www.memoriachilena.cl.....	37



1. Resumen Ejecutivo

Resumen Técnico

El objeto de este estudio fue determinar el perfil de los visitantes de www.memoriachilena.cl, y su grado de satisfacción respecto a estos 3 sitios web de la Biblioteca Nacional de Chile. El trabajo de campo del estudio se desarrolló en el periodo comprendido entre el día 16 de septiembre y el 13 de octubre de 2015. En términos reales, se logró una muestra total de **2.125 casos**, lo que para esta sub-muestra equivale a un error muestral menor al 3% y un nivel de confianza de 99%.

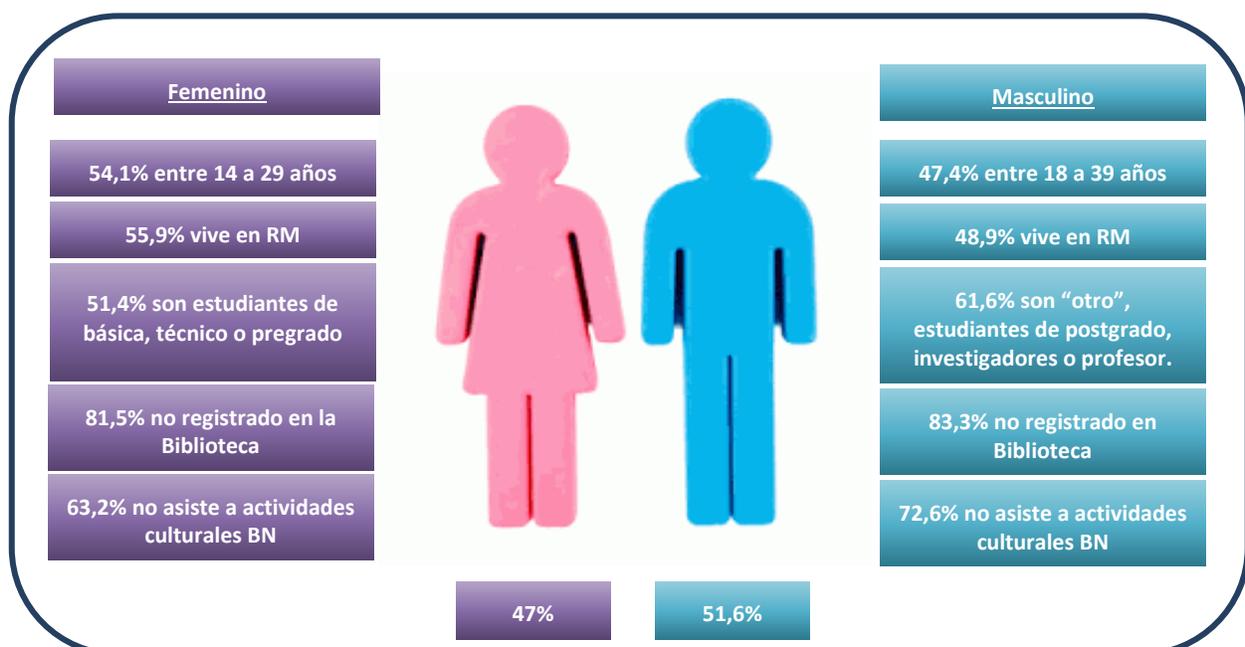
Principales Resultados

a. Perfilamiento de Visitantes de www.memoriachilena.cl

De las 2.125 personas encuestadas el 51,6% a la categoría de género "Masculino", el 47% corresponden a la categoría "Femenino", un 0,9% prefirió no responder y un 0,4% declaró tener otro género. Respecto a la edad de los visitantes, la mayor concentración se encuentra en el grupo de los "adultos jóvenes", rango de 19 a 29 años de edad con un 30,3% tanto a nivel general como al observar los datos según género. A nivel de total de la muestra, un 52% de los/as encuestados/as declaró vivir en la Región Metropolitana, un 38,5% declaró vivir en otras regiones y un 9,5% en otro país.

En lo relativo a la ocupación de los encuestados/as, un 20,9% declaró tener otra ocupación (profesionales, trabajadores o intereses personales), un 20,1% declaró ser estudiante de postgrado, un 18,0% declaró ser Profesor/a o Académico y un 16,1% declaró ser estudiante de enseñanza media. Lo anterior, da cuenta que el sitio es utilizado mayoritariamente con fines académicos desde la enseñanza secundaria en adelante.

De los visitantes, un 62,4% declara NO haber visitado la Biblioteca Nacional en los últimos 12 meses para solicitar préstamos o asistir a actividades de extensión cultural, lo que indica que en definitiva no son asiduos a la Biblioteca Nacional en tanto sus dependencias físicas. Por el contrario, sólo un 7,6% de ellos/as informan Si haber solicitado algún préstamo y haber asistido a actividades de extensión cultural ofrecidas por la institución. Se evidencia que los visitantes del sitio web asisten a actividades culturales en un mayor porcentaje que lo que solicitan préstamo de material o computadores (19,7% y 15,6% respectivamente).



b. Nivel de conocimiento sobre la Biblioteca Nacional

De los visitantes al sitio web www.memoriachilena.cl, un 58,1% declaran visitar uno o más sitios institucionales de la Biblioteca Nacional, de los cuales el más visitado es www.bibliotecanacional.cl, seguido por www.bibliotecanacionaldigital.cl y www.chileparaninos.cl. Sólo el 9,6% de los encuestados/as declararon que siguen los 3 sitios web de la Biblioteca Nacional.

Respecto las Redes Sociales de la institución, se puede señalar que comparativamente hablando los visitantes siguen en un mayor número a las redes sociales de Memoria Chilena que a la Biblioteca Nacional, dado que un 31,7% de los encuestados/as sigue las Redes Sociales de la Biblioteca v/s el 40,7% que sigue a Memoria Chilena.

Por último, los resultados permiten afirmar que la mayoría de los visitantes están en conocimiento de que Memoria Chilena es una iniciativa de la Biblioteca Nacional de Chile, dado que un 67.9% de los encuestados/as respondió afirmativamente ante esta pregunta.

c. Hábitos de uso y Uso del sitio web

Los visitantes se conectan al sitio web mayoritariamente desde sus casas (68,4%), con una periodicidad catalogada como "Fiel", donde el 54,4% visita www.memoriachilena.cl entre "una vez a la semana" (44,4%) y "una vez al día" (9,9%).

La principal vía de conocimiento respecto al sitio www.memoriachilena.cl son los buscadores web tal como Google, Yahoo u otros (29,6%), lo que permite inferir que los visitantes llegan a ella a través de la búsqueda de un tema específico. La segunda vía de conocimiento se relaciona a estudios, ya sea porque el "Profesor/a" se lo señaló o porque se lo mostraron en el "Lugar donde cursa o cursaba estudios", lo que permite proponer que si bien los visitantes se conectan mayoritariamente desde sus casas lo hacen por motivos educacionales y no necesariamente recreativos, lo que se complementa al observar que la principal motivación que lleva a los visitantes a utilizar el sitio web es "Investigar" (53%). Además, se informa que los visitantes conocen en profundidad el sitio web y sus contenidos, al identificar que un 55,3% ingresan al sitio en busca de información o material descargable que saben con anterioridad que sitio posee.

d. Percepción de Satisfacción

El estudio nos permite señalar que los visitantes presentan muy altos niveles de satisfacción respecto www.memoriachilena.cl, tanto a nivel general como en cada uno de los aspectos del sitio web evaluados. De esta forma, **la Satisfacción Neta para el sitio web es de 91,6%, valor muy cercano al 100%**, lo que da cuenta de la alta valoración que realizan los visitantes respecto a www.memoriachilena.cl



Datos relevantes que permiten argumentar el alto nivel de satisfacción de los visitantes, es por ejemplo que el 94% de los encuestados indicó sentirse "Muy Satisfecho" o "Satisfecho" acerca de la experiencia de navegar por www.memoriachilena.cl. Lo anterior, se complementa al determinar que el 76,7% de los visitantes que indicaron que "Si lograban el propósito de su visita" y el 76,5% de aquellos que encuentran el material requerido "Siempre" o "Casi Siempre".

Igualmente considerable es la satisfacción a nivel de atributos del sitio web, donde en 77,3% los visitantes seleccionaron las

categorías de respuesta “Bueno – Muy Bueno” para los 9 aspectos de www.memoriachilena.cl evaluados.

Si bien 7 de los 9 aspectos presentan porcentajes sobre 80% para las categorías “Bueno – Muy Bueno”, “*La Frecuencia de Actualización de los contenidos*” y “*La comunicación con el equipo de Memoria Chilena*” son aquellos menos observados por los visitantes y que además son los que generan mayor indiferencia al momento ser evaluados.



La intención de volver a visitar y la intención de recomendar el sitio web se entienden como elementos claves al momento de evaluar la satisfacción de los encuestados/as respecto www.memoriachilena.cl, dado que reflejan en forma conjunta si el sitio es satisfactorio, tanto en calidad y cantidad de información, funcionamiento, diseño y editorial de la página, como si es de utilidad para el visitante. Al respecto, se puede informar que el 96,1% de los encuestados informó que tiene la intención de volver a visitar www.memoriachilena.cl y un 96,5% de los visitantes declaran que recomendarían el sitio a otras personas.

2. Introducción

En el marco de la celebración de sus 200 años y con el espíritu de integrar la voz de sus usuarios/as en la toma de decisiones, la Biblioteca Nacional de Chile se ha propuesto **evaluar el nivel de satisfacción de sus usuarios/as en todos los servicios que ofrece**, tanto remotos como presenciales. Para ello, entre 2013 y 2014, levantó dos estudios cualitativos sobre satisfacción y perfilamiento de usuarios/as cuyo principal objetivo fue conocer las dimensiones o aspectos que éstos estiman relevantes para valorar los servicios que otorga la Biblioteca.

Durante 2015 la Biblioteca levantó el primer **Estudio Cuantitativo sobre Perfilamiento y Satisfacción de Usuarios/as Remotos y Presenciales** a través de 7 encuestas, basadas en las dimensiones relevadas por los usuarios/as en los estudios anteriores y diseñadas según por el Equipo Ux Consultores.

En total, se aplicaron 4.326 encuestas.

A nivel presencial se aplicaron 1.533 encuestas de carácter presencial: 646 a usuarios/as que consultan colecciones; 206 a usuarios/as que utilizan los espacios de la Biblioteca sin consultar colecciones; 298 a usuarios/as que asisten a actividades de Extensión Cultural; y 383 a personas que visitaron la Biblioteca en la XVI versión del Día del Patrimonio Cultural.

A nivel remoto, se aplicaron 2.793 encuestas: 2.130 a visitantes del sitio web www.memoriachilena.cl; 397 a visitantes del sitio web www.bibliotecanacionaldigital.cl; y 266 a visitantes del sitio web www.chileparaninos.cl

El diseño muestral se basó en los datos estadísticos de 2014 relativos a la cantidad de visitas estimadas para cada uno de los sitios web estudiados.

Así, todas las encuestas presentan un **nivel de confianza de un 95% y un error muestral del 5%.**



3. Objetivos

Objetivo General:

Determinar el perfil de los visitantes de www.memoriachilena.cl y su grado de satisfacción respecto al sitios web de la Biblioteca Nacional de Chile.

Objetivos Específicos

- a. Caracterizar a los visitantes de www.memoriachilena.cl a partir de variables de género, edad, actividad principal, región y ciudad de residencia, solicitud de préstamos en de material y asistencia a actividades culturales.
- b. Establecer el nivel de conocimiento institucional que tienen los visitantes de www.memoriachilena.cl sobre la Biblioteca Nacional mediante la frecuencia de visita a los sitios web de la Biblioteca, seguimiento a sus redes sociales.
- c. Identificar los hábitos de uso que dan los visitantes de los sitios web a partir del lugar desde donde se conectan a www.memoriachilena.cl, y la frecuencia con lo que lo hacen.
- d. Establecer el fin con que los visitantes se conectan a los sitios web a través de la forma de conocimiento de www.memoriachilena.cl y objetivos de la visita.
- e. Identificar el nivel de satisfacción que poseen los visitantes de www.memoriachilena.cl, a partir de la experiencia de navegación por cada uno de ellos.

4. Metodología

a. Instrumento¹:

La encuesta “Percepción de Satisfacción de Visitantes sitio web www.memoriachilena.cl” corresponde a un instrumento de recolección de información de cuantitativo, de auto-aplicación online y dirigido a los/as visitantes del sitio web. Los instrumentos fueron diseñados en conjunto con el Departamento de Colecciones Especiales y Digitales, específicamente con la Coordinadora de Biblioteca Nacional Digital, Memoria Chilena, Chile para Niños, y constó de 19 preguntas, las que se dividieron en las siguientes 5 categorías:

- a) **Perfilamiento:** Con 6 preguntas tendientes a identificar el tipo de personas que contestó la encuesta, a través de la recopilación de los siguientes datos:
 1. Edad;
 2. Género;
 3. Actividad;
 4. Región y comuna de residencia;
 5. Solicitud de préstamo en los salones de lectura de la Biblioteca; y
 6. Asistencia a las actividades de extensión cultural en la Biblioteca.
- b) **Nivel de conocimiento sobre la Biblioteca:** Con 3 preguntas cuyo objetivo es establecer el nivel de conocimiento institucional que tienen estos usuarios/as sobre la Biblioteca, a través de los siguientes aspectos:

¹ Vínculo a la encuesta completa:

<https://drive.google.com/open?id=0B4IW20srhVeJdG5Ed1BJUW1zNGc>



1. Frecuencia de visita a los sitios web de la Biblioteca (www.bibliotecanacional.cl, www.bibliotecanacionaldigital.cl, www.memoriachilena.cl y www.chileparaninos.cl);
 2. Seguimiento en redes sociales de las cuentas oficiales de la Biblioteca Nacional en Facebook y Twitter.
 3. Seguimiento en redes sociales de las cuentas oficiales de Memoria Chilena en Facebook y Twitter.
- c) **Hábitos de uso:** Con 2 preguntas tendientes a identificar:
1. El lugar desde donde las personas se conectan; y
 2. La frecuencia con que lo hacen.
- d) **Uso del sitio web:** Con 3 preguntas cuyo objetivo es establecer el fin con que las personas se conectan al sitio, a través de los siguientes 3 aspectos:
1. Cómo se enteró del sitio web;
 2. Para qué usa el sitio web; y
 3. Con qué frecuencia encuentra lo que busca.
- e) **Satisfacción:** Con 5 preguntas cuyo fin es establecer el nivel de satisfacción que tienen las personas que contestaron la encuesta, a través de los siguientes aspectos:
1. Logro del propósito de la visita al sitio web;
 2. Nivel de satisfacción al navegar por el sitio web;
 3. Evaluación de los siguientes atributos según escala Likert: Diseño del sitio web - Estabilidad y funcionamiento del sitio web - Comunicación con el equipo de BND - Facilidad para encontrar lo que busca en el sitio web;
 4. Intención de volver a navegar por el sitio web; e
 5. Intención de recomendar a otra persona el sitio web.

b. Diseño Muestral y Muestreo

Dado el carácter abierto y público de los sitios web y la imposibilidad de estimar y manejar el número de respuestas a los instrumentos de recolección de información en este tipo de plataformas, la muestra inicial planteada para el estudio abordó los tres sitios web en su conjunto (www.memoriachilena.cl, www.chileparaninos.cl y www.bibliotecanacionaldigital.cl), buscando lograr con esto alcanzar un número de repuestas que asegurara un nivel de confianza de a lo menos 95% y un error muestral de 5%.

Respecto el universo considerado para el diseño muestral del estudio, se utilizaron los datos de visitantes estimados a los sitios sitio web entre los meses de septiembre a octubre de 2014, mismo periodo del año en que estuvieron disponibles los instrumento en las páginas web.

Tabla N°1: Cantidad de Visitantes Estimados				
Mes	Biblioteca Nacional Digital	Chile para Niños	Memoria Chilena	Total
Septiembre 2014	5.318	25.273	397.102	427.693
Octubre 2014	4.511	18.856	371.200	394.567
Total	9.829	44.129	768.302	822.260

Fuente: Google Analytics



De esta forma la muestra del estudio es de 385 encuestas cuyo muestreo se realizó de manera estratificada y proporcional al peso de cada sitio web en el total de visitantes estimados para el periodo.

Tabla N°2: Distribución de sub-muestras en base al universo de visitantes estimados para septiembre y octubre de 2014				
Mes	Biblioteca Nacional Digital	Chile para Niños	Memoria Chilena	Total
Peso porcentual del sitio web	1,2%	5,4%	93,4%	100%
Total Sub-Muestra	5	21	359	385

Fuente: elaboración propia

c. Metodología de Análisis

El análisis de los resultados obtenidos en el trabajo de campo seguirá la estructura planteada en el punto 1. de este informe, "Instrumento":

- Perfilamiento:** Identificar a los visitantes en tanto edad, género, actividad principal, región y comuna de residencia, si utilizan los servicios presenciales de la Biblioteca y si asisten a actividades de extensión cultural que ofrece la institución.
- Nivel de conocimiento sobre la Biblioteca:** Establecer el nivel de conocimiento institucional que tienen estos usuarios/as sobre la Biblioteca, y el sitio web en específico, a través de la identificación de la frecuencia de visita a los sitios web de la institución el seguimiento a sus redes sociales.
- Hábitos de uso:** Perfilar a los visitantes a partir del lugar desde dónde visitan el sitio web y con qué frecuencia lo realiza.
- Uso del sitio web:** Establecer el uso que los visitantes dan al sitio web mediante aspectos relativos al modo de conocimiento del sitio, el objetivo de visita y frecuencia de éxito en las búsquedas realizadas.
- Satisfacción:** Se busca establecer el nivel de satisfacción de los visitantes a partir del logro del propósito de sus visitas, satisfacción de navegación, evaluación de atributos sitios web en base a escala Likert, intención de volver a navegar por el sitio web e intención de recomendarlo.

En cada uno de estas secciones se presentará los datos obtenidos para cada pregunta incluida en ella, mostrando su relación con el género de los encuestados/as además de su correlación con otras variables, que, al momento de estudiar los datos, aparezcan relevantes para explicar los resultados obtenidos.

Dado que el levantamiento de información se realizó en forma on-line en un formato de auto-aplicación, el estudio no considera dentro de sus etapas el proceso de supervisión de las respuestas y, por el contrario, el análisis de la información se realizará sobre el supuesto que la información entregada por los encuestados/as es verás.



5. Resultados Levantamiento de Información

La ejecución de la encuesta para el sitio web www.memoriachilena.cl se desarrolló en el periodo comprendido entre el día 16 de septiembre y el 13 de octubre de 2015. En términos reales, se lograron un total de 2.130 encuestas completas, 1.048 de las cuales se corresponden al mes de septiembre y 1.082 en el mes de octubre, lo que para esta sub-muestra equivale a un error muestral menor al 3% y un nivel de confianza de 99%. Se debe señalar se detectó un total de 5 encuestas con respuestas incoherentes que fueron eliminadas al momento de realizar el análisis de información, dejando una muestra definitiva de **2.125 casos**.

A. Perfilamiento

a. Género de los encuestados/as

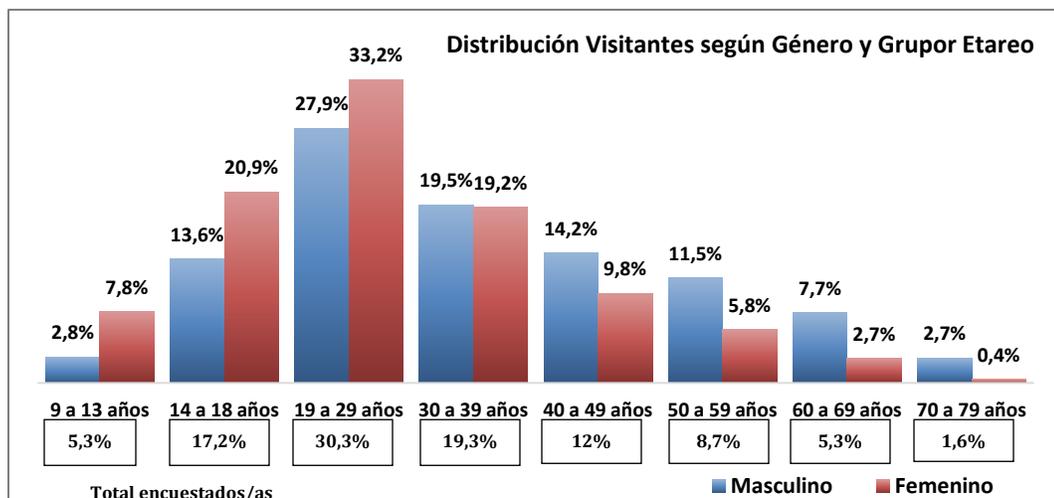
De las 2.125 personas encuestadas el 47% corresponden a la categoría “Femenino” (1.000 casos), 51,6% a la categoría de género “Masculino” (1.098 casos), un 0,4% declaró tener otro género (8 casos) y un 0,9% prefirió no responder.

b. Edad - Grupo Etario

Respecto a la edad de los visitantes al sitio web www.memoriachilena.cl, la agrupación en 8 grupos etéreos permitió identificar que la mayor concentración se encuentra en el grupo de los “adultos jóvenes”, rango de **19 a 29 años de edad con un 30,3% (643 casos)** tanto a nivel general como al observar los datos según género. Este grupo es seguido por el rango de **30 a 39 años de edad con un 19,3% (411 casos)**.

Al observar la relación de género en los grupos etarios con mayor participación, esto es: 19 a 29 y 30 a 39 años, vemos que en el primer grupo las mujeres superan a los hombres en una razón de 1,1 mujeres por cada hombre, sin embargo, en el segundo los hombres superan a las mujeres por la misma razón (1,1).

Al comparar la participación de hombres y mujeres por grupo etario, es posible ver que las mujeres superan considerablemente a los hombres en los grupos etarios de los primeros ciclos de vida (9 a 13 años, 14 a 18 años y 19 a 29 años) y en cambio, los hombres superan a las mujeres en el resto de la curva de vida, incrementándose esa diferencia en los ciclos tardíos de vida (50 a 59, de 60 a 69 y 70 a 79 años).



Sin bien las mayores representaciones se encuentran en el grupo de 19 a 29 años de edad, a nivel de edad específica de los visitantes la primera mayoría se agrupa en los **16 años de edad con un 6,3% (133 casos) seguido por 17 años de edad con 4,6% (98 casos)**, realidad que se reproduce a nivel de género.

Tabla N°3: Distribución visitantes sitio web según rango etario y género

Edad / Género	F	M	Otro y N/R	Total	Porcentaje
1 a 13 años	78	31	4	113	5,3%
14 a 18 años	209	149	7	365	17,2%
19 a 29 años	332	306	5	643	30,3%
30 a 39 años	192	214	5	411	19,3%
40 a 49 años	98	156	2	256	12,0%
50 a 59 años	58	126	1	185	8,7%
60 a 69 años	27	84	1	112	5,3%
70 a 79 años	4	30	1	35	1,6%
Más de 80 años	1	0	0	1	0,05%
S/I	1	1	1	4	0,2%
TOTAL	1.000	1.098	27	2.125	

c. Lugar de Procedencia

A nivel general, un **52% de los/as encuestados/as declaró vivir en la Región Metropolitana (1.104 casos)**, un **38,5% declaró vivir en regiones (819 casos)** y un **9,5% en otro país (202 casos)**.

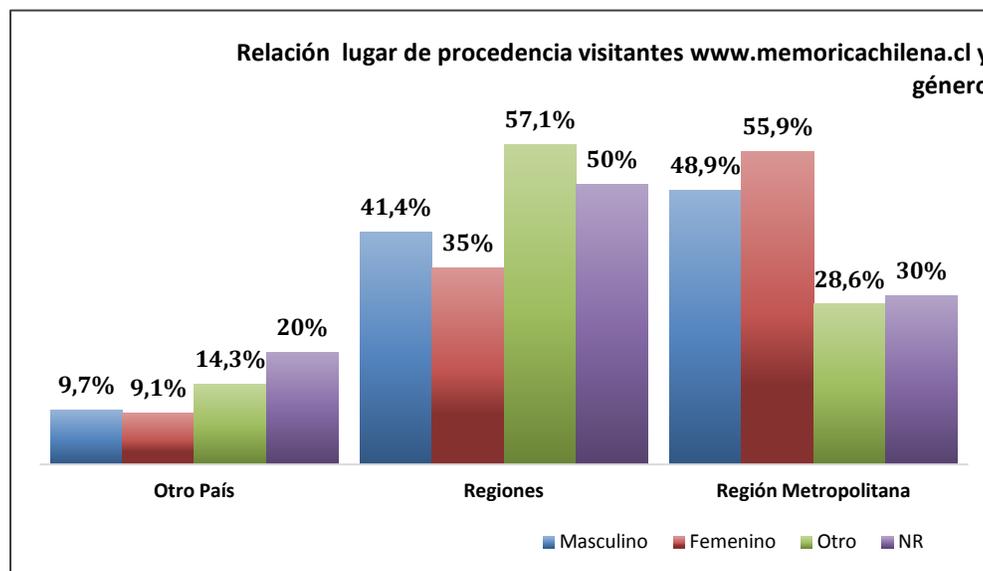


Tabla N°4: Distribución visitantes sitio web según región de residencia y género

Procedencia	Femenino	Masculino	Otro	N/R	Total Casos	Porcentaje
Región Metropolitana	50,6%	48,6%	0,2%	0,5%	1.104	52,0%
Regiones	42,7%	55,6%	0,5%	1,2%	819	38,5%
Otro País	45,0%	52,5%	0,5%	2,0%	202	9,5%
Total Encuestados/as	47%	51,6%	0,4%	0,9%	2.125	



En tanto a género, se observa que, si bien en términos generales la categoría “Masculino” es la que presenta mayor número de casos, en la Región Metropolitana las visitantes serían mayoritariamente féminas, dado que son las **mujeres las que presentan mayor representatividad con 559 casos**. Por el contrario, tanto en “Otros Países” como en “Regiones” se mantiene la tendencia general, observándose sí, que, en el último caso los hombres presentan un porcentaje mayor que al alcanzado a nivel de total de muestra.

Región Metropolitana

En la Región Metropolitana, las comunas que más presencia tuvieron son: **Santiago Centro con un 14,4% (154 casos), Ñuñoa con 8,1% (89 casos), Maipú con 7,8% (86 casos), Providencia con 7,7% (85 casos) y Las Condes con un 7,3% con 80 casos**, lo que indica que el 45,3% de los encuestados/as residentes en la Región habitan en 5 comunas cercanas y/o con disponibilidad de locomoción pública directa a la Biblioteca Nacional.

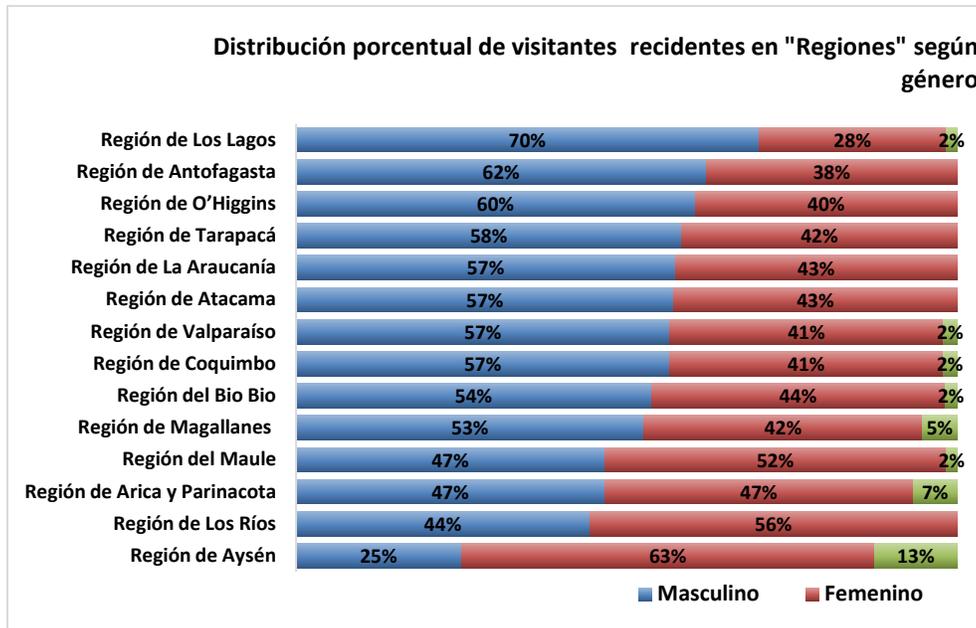
Otras Regiones

A nivel regional, las regiones con mayor presencia fueron: **Valparaíso con 11,1% (237 casos), Biobío con un 7,5% (160 casos), Región de la Araucanía con un 2,9% (61 casos) y las Regiones de El Maule y Los Lagos, ambos con un 2,8% equivalente a 60 casos**.

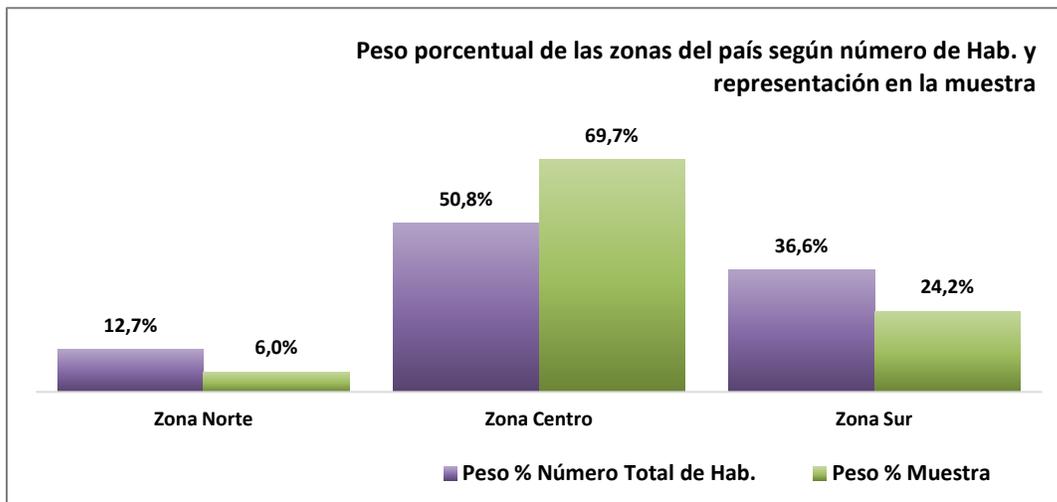


En tanto la distribución de género de los encuestados/as residentes en las regiones de Chile, se evidencia que la distribución de los visitantes de acuerdo al género es disímil de una región a otra. Por una parte, el 71,4% de las regiones (10 reg.) presentan una mayoría de visitantes “masculinos”, con representaciones que van desde el 53% en la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena al 70% en la Región de Los Lagos. Un segundo escenario lo representan el 21,4% de las regiones (Región del Maule, Región de Los Ríos y Región de Aysén), donde las visitantes son en su mayoría mujeres, con porcentajes que van desde un 52% a un 63%. Por último, la región de Arica y Parinacota presenta porcentajes similares para las categorías de género “Femenino” y “Masculino”.





Respecto la zona de residencia de los visitantes del sitio web www.memoriachilena.cl, se observa que los encuestados/as **mayoritariamente residen en las regiones del centro y sur del país**, lo que podría relacionarse con el número de contenidos asociados a esta zona disponible en la página web: Norte grande 48 y Norte Chico 41 v/s Zona Central 421 y Zona Sur 114 y extremo sur 40 (<http://www.memoriachilena.cl/602/w3-propertyname-520.html>).



Fuente: elaboración propia en base a la comparación de los datos del estudio y Compendio Estadístico 2015, del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.

Descontando los encuestados/as residentes de otro país, la representación en la muestra de los habitantes de las regiones del norte y del sur de Chile disminuyen respecto al peso de esas zonas a nivel país, calculado a partir del número total de habitantes informado en el Compendio Estadístico 2015 de INE.

El gráfico anterior permite comprender que, si bien el sitio web es de acceso público y gratuito, su conocimiento y uso se concentra en las regiones de Valparaíso y principalmente la



Metropolitana. Estas dos regiones, además de la de Los Ríos y Magallanes que aumentan en un +0,1, son las únicas que a nivel individual superan en forma relevante su representación en relación al total de habitantes.

Las comunas con mayor porcentaje de respuesta fueron: **Valparaíso con un 8,3% (68 casos), Viña del Mar con 7,1% (58 casos) y Concepción con un 4,9% lo que representa a 40 visitantes.** El alto número de respuestas para estas ciudades se puede explicar por su relevancia a nivel nacional y/o regional. Por otra parte, parece de mayor interés mencionar la diversidad de comunas o localidades en las cuales residen los encuestados/as, dado que, descontando a la Región Metropolitana, en el estudio se ven representadas un **total de 140 comunas del país.** Al respecto, destaca cómo el sitio web ha logrado ser conocido y utilizado en localidades tan extremas como la Antártida, o comunas rurales o apartadas tales como Ollagüe, Ñiquén o Máfil, lo que da cuenta del amplio alcance en tanto territorio posee.

Otros Países

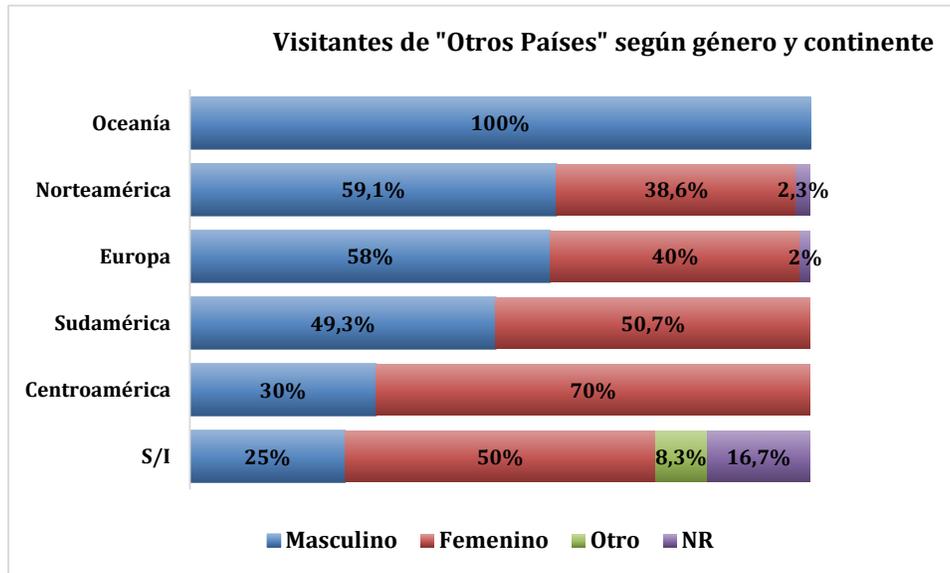
Al desagregar las 202 respuestas provenientes de encuestados/as de otros países, se observa que **Argentina es el país con mayor representación con 15,8% (32 casos), seguido por México y Estados Unidos, ambos con 9,9% y 20 casos.**



Respecto a su distribución según continente, se observa que los visitantes de www.memoriachilena.cl proceden principalmente de **América, la que en su conjunto agrupa 125 casos, representando un 61,9%.**



Al observar la distribución de género para estos encuestados/as, en términos generales se observa un leve aumento para la categoría “Masculino” que representa un 52,5% v/s el 51,6% del total de la muestra, así como la categoría “Femenino” presenta una leve disminución con un 45% v/s el 47% para el total de las respuestas.



Sin embargo, al observar la distribución según continente, y tal como se muestra en el gráfico, claramente América Central y Sudamérica representan zonas donde los visitantes son mayoritariamente mujeres. Por el contrario, Norteamérica, Europa y Oceanía representan zonas donde el visitante es mayoritariamente “masculino”.

d. Ocupación Principal – “Soy”

En lo relativo a la ocupación de los encuestados/as, un **20,9% declaró tener otra ocupación**, un **20,1% declaró ser estudiante de postgrado**, un **18,0% declaró ser Profesor/a o Académico** y un **16,1% declaró ser estudiante de enseñanza media**.

Tabla N°5: Distribución visitantes sitio web según Ocupación Principal		
Total %	N° Casos	Porcentaje
Est. Educ. Básica	139	6,5%
Est. Educ. Media	342	16,1%
Est. Técnico	42	2,0%
Est. Pregrado	149	7,0%
Est. Postgrado	427	20,1%
Profesor/a o Académico/a	382	18,0%
Investigador/a	196	9,2%
Otra Ocupación	445	20,9%
Total	2.125	

Las ocupaciones más mencionadas en la categoría “Otra Ocupación” son: “**Profesional**” con un **47%** (215 casos), “**Trabajador/a**” con un **11,8%**; (54 casos) y “autodidactas” o personas se vinculan al sitio por “**Intereses Personales o Autodidactas**” con un **10,7%** (49 casos).

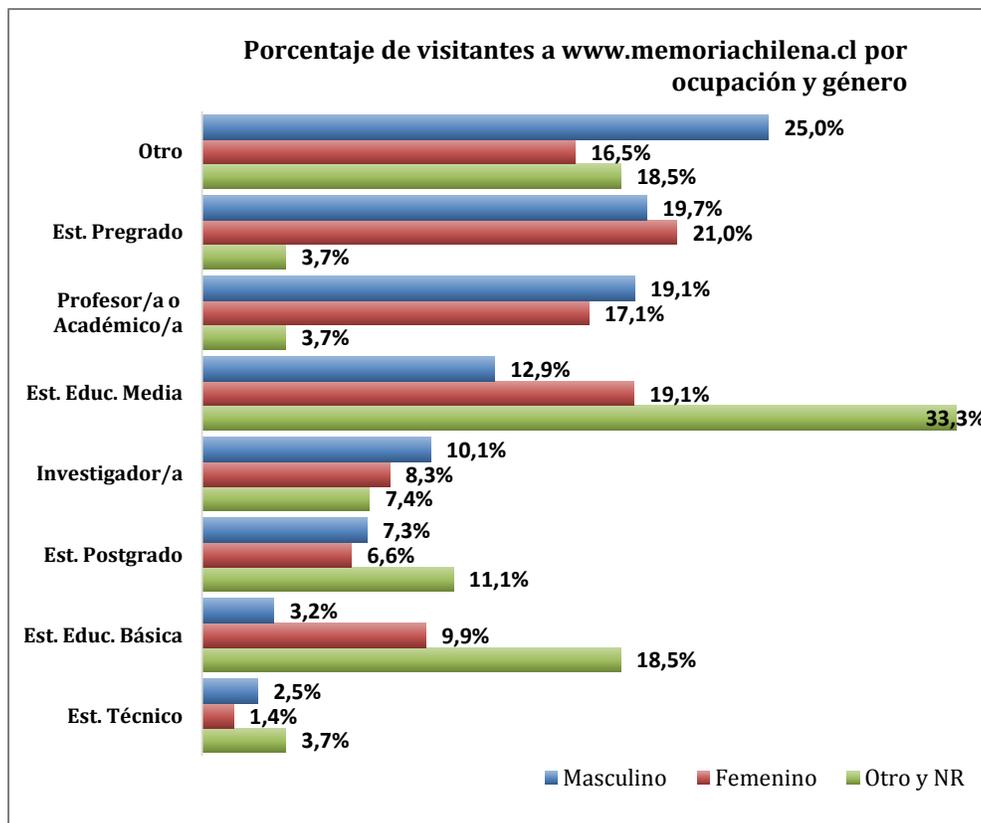


Respecto la relación entre la variable género y ocupación principal, destaca el hecho de que **las mujeres superan a los hombres** en las categorías asociadas a la participación directa en procesos de educación y, por tanto, en su mayoría serían “*Estudiantes*”. Por su parte, los hombres se agruparían en su mayoría en la categoría “*Otro*”, en “*Profesor o Académico*” y en “*estudiante de postgrado*”, lo que daría cuenta de una mayor diversidad respecto a la ocupación para este género.

Cabe destacar la concentración de casos que optan por “*Otro*” y/o “*prefiero no responder*” ante la pregunta por su género (seis casos) entre los/las estudiantes de enseñanza media y básica. Este dato podría reflejar que la pregunta por el género fue de particular “*cuidado*” para este grupo, teniendo mayor “*sentido*” que para grupos etarios de mayor edad o que la formulación de la pregunta no es inmediatamente obvia para ellos/as.

Al desagregar por género la categoría “*Otra Ocupación*”, tanto para mujeres como para hombres sus mayores porcentajes de visitantes se agrupan en la alternativa “*Profesionales*”, la primera con un 51,5% y los segundos con un 46,9%. Además, cabe mencionar que para la categoría “*Masculino*” aparecen con una mayor relevancia aquellos visitantes que se definen como “*autodidactas*” o que se relacionan con la página web por “*Intereses Personales*”, los que representa un 15,6% del total.

En términos generales, se puede afirmar entonces que las visitantes **Mujeres al sitio web son en su mayoría estudiantes con un 58% (580 casos)** y los visitantes **Hombres son adultos que se visitan el sitio por motivos profesionales o personales representando un 54,3% (596 casos)**.



e. Registro como usuario en la Biblioteca Nacional

Frente a la pregunta **¿Has solicitado algún préstamo en los salones de la Biblioteca Nacional de Chile en los últimos 12 meses?** Un 83,1% de los/as encuestados/as señaló que no, un 15,9% que sí y un 1% que no sabe.



De aquellas personas que declaran **no haber solicitado préstamos en la Biblioteca Nacional de Chile en los últimos 12 meses**, el 48,5% declara vivir en la **Región Metropolitana**, concentrándose en las comunas de Santiago Centro, Maipú, Ñuñoa y Providencia. En tanto residencia, la tercera mayoría la representa *"Otro País"* con un

10,5%, destacándose los países de habla hispana como Argentina, Brasil, México y España. De ellos/as un 65,9% tiene entre 14 y 39 años de edad. Un 52,3% son hombres, un 46,5% son mujeres y un 1,2% declara otro o no declara género.

Frente a la pregunta **¿Has asistido a alguna actividad cultural en la Biblioteca Nacional de Chile en los últimos 12 meses?** Tales como: Charlas; Conciertos; Cine; Exposiciones, Lanzamientos de libros; Talleres infantiles u otro, un **70,5% señaló que "No" (1.428 casos)**, un 19,7% "Sí" (418 casos) y un 9,8% no respondió (209 casos).



Del 70,5% que declara **no haber asistido a actividades de extensión cultural** en la Biblioteca Nacional de Chile en los últimos 12 meses, un **52% declara vivir en la Región Metropolitana**, concentrándose en las comunas de **Santiago Centro, Ñuñoa, Maipú, Providencia y Las Condes**. De ellos/as un 50,6% tiene entre 14 y 29 años de edad. Un 45,6% son mujeres, un 53,2% son hombres y un 1,2% no declara género.

A nivel general, de las **2.125 personas encuestadas**, un **62,4% (1.326 casos)** declara **NO haber visitado la Biblioteca Nacional en los últimos 12 meses para solicitar préstamos o asistir a actividades de extensión cultural**. Por el contrario, sólo un 7,6% (162 casos) de



ellos/as informan Si haber solicitado algún préstamo y haber asistido a actividades de extensión cultural ofrecidas por la institución.

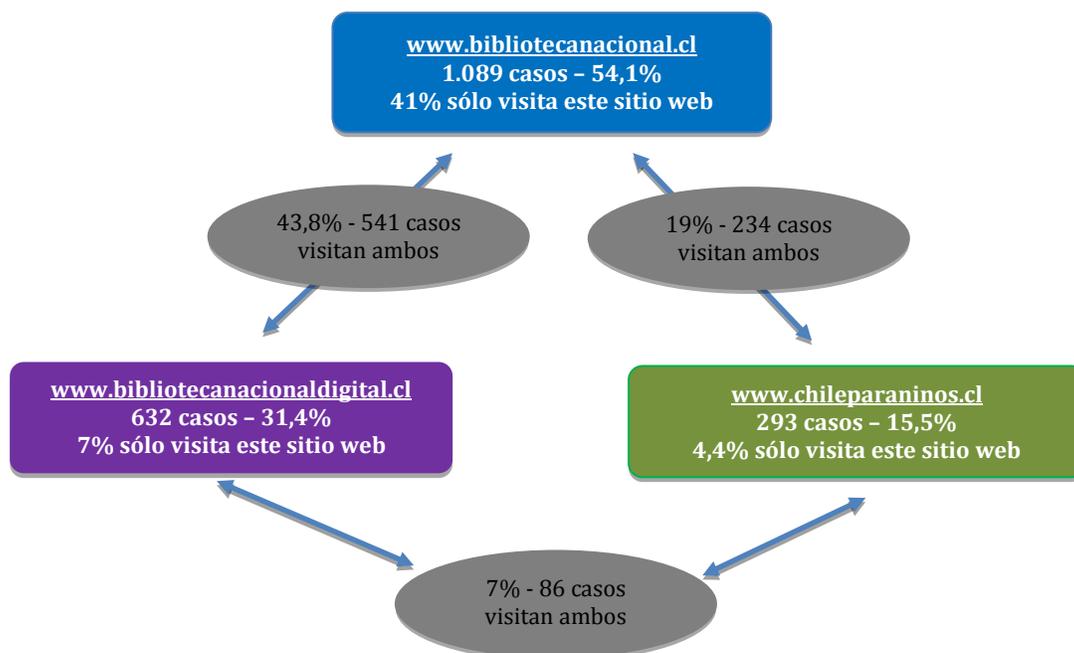
B. Nivel de conocimiento sobre la Biblioteca

Tal como se mencionó anteriormente, en esta categoría se buscará establecer el nivel de conocimiento institucional que tienen estos usuarios/as sobre la Biblioteca, y el sitio web en específico, a través de la identificación de la frecuencia de visita a los sitios web de la institución el seguimiento a sus redes sociales.

a. Visita a Sitios web institucionales

En términos generales, un **58,1% (1.234 casos)** de los encuestados/as declaran visitar uno o más sitios web institucionales de la Biblioteca Nacional, tal como lo son www.bibliotecanacional.cl, www.bibliotecanacionaldigital.cl y www.chileparaninos.cl. De ellos/as, el **50,2% son hombres (619 casos)**, **48,9% son mujeres (604 casos)** y **0,9% no definen su género (11 casos)**. En tanto a género, los encuestados/as que informan “No Visitar” los otros sitios web de la Biblioteca se distribuyen en porcentajes muy similares al 1° grupo. Respecto a la edad de los encuestados/as que visitan los sitios web, la mayoría de ellos se sitúa en los rangos etarios de **19 a 39 años de edad con un 54,3% (670 casos)**, porcentaje levemente superior para este grupo a nivel total de la muestra (50%).

Respecto los sitios web, el más visitado es www.bibliotecanacional.cl con un **54,1% (1.089 casos)**, seguido por www.bibliotecanacionaldigital.cl con un **31,4% (632 casos)** y el menos requerido por los encuestados/as sería www.chileparaninos.cl con un **15,5% (293 casos)**. Se debe mencionar que 194 de los visitantes declararon que **siguen los 3 sitios web de la Biblioteca, lo que representa el 9,6%**.



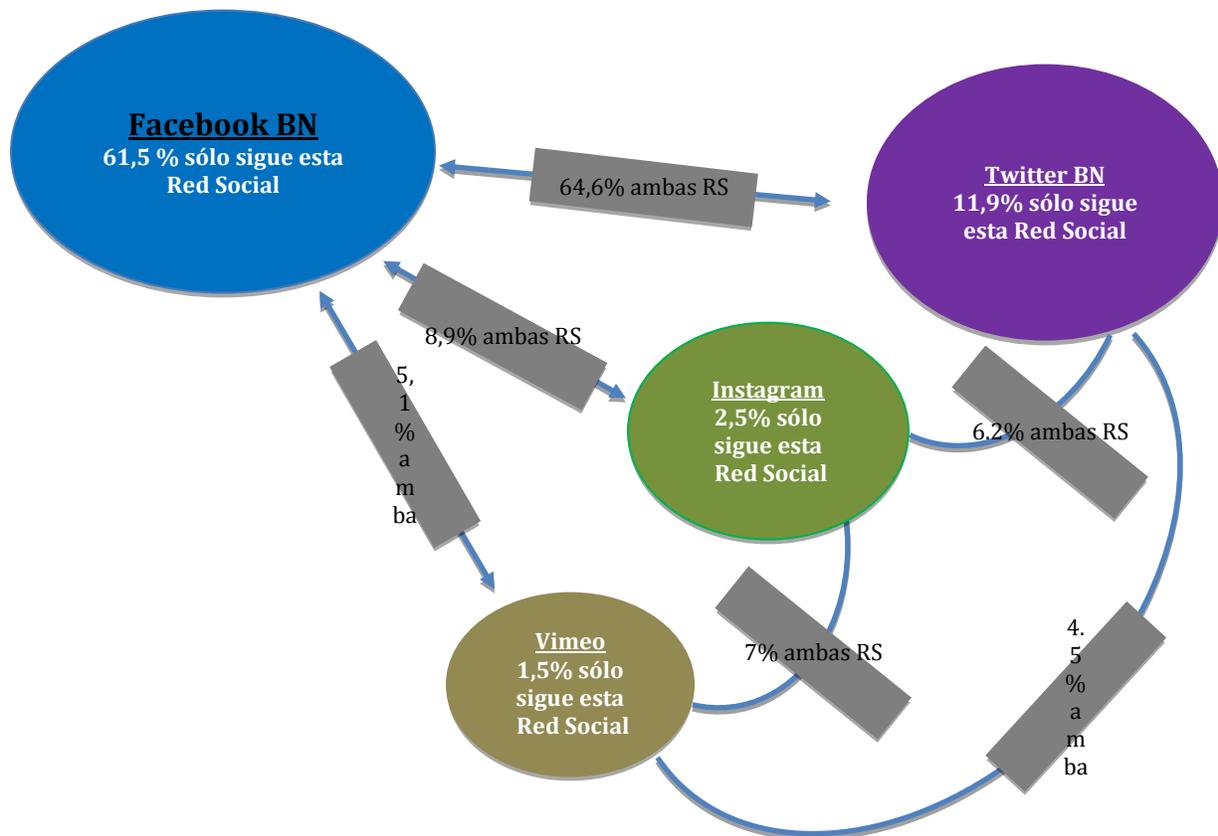
b. Relación con Redes Sociales de la Biblioteca Nacional

El seguimiento de las redes sociales de la Biblioteca Nacional es menor al presentado por sus sitios web, lo que se evidencia en el alto porcentaje que responde **“Ninguna”** a la pregunta **¿En qué redes sociales sigues a Memoria Chilena? (68,3% - 1.452 casos)**.

Respecto las 673 encuestados/as que informaron seguir alguna red social de la Biblioteca (31,7%), el **65,1% (438 casos) poseen entre 19 y 39 años de edad**, lo que podría explicarse por ser grupos etarios más habituados a utilizar este tipo de servicios web y poseer aparatos móviles inteligentes para mantenerse conectados.

Los visitantes que declararon seguir a la Biblioteca en sus redes sociales se distribuyen casi **equitativamente entre hombres y mujeres**, representando el 49,5% (333 casos) y 49,8% (335 casos) respectivamente.

Respecto a las redes sociales más seguidas por los visitantes, el orden de jerarquización según menciones permite afirmar que **“Facebook” obtiene el 1° lugar al representar el 84,1% (566 casos)**, el 2° lugar lo obtiene **“Twitter” con el 31,4% (211 casos)**, el 3° sería **“Instagram” con el 11,4% (77 casos)** y en el 4° y último lugar sería **“Vimeo” con el 6,5% (44 casos)**. Sólo el 4,5% (30 casos) de estos 673 encuestados/as siguen a la Biblioteca en las 4 redes sociales.



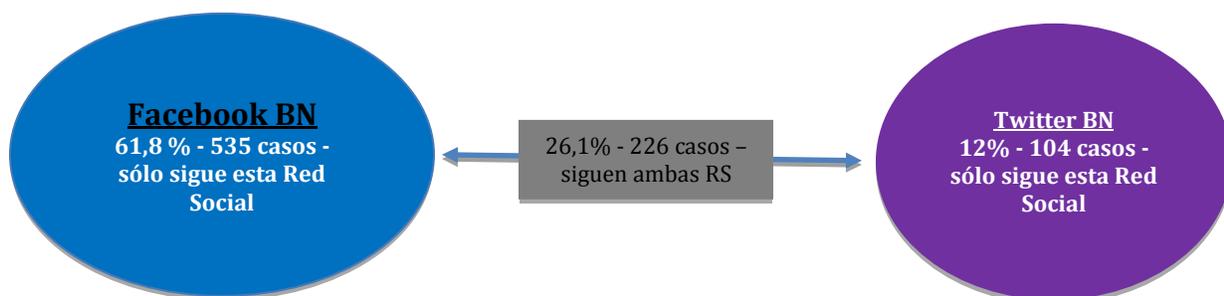
c. Redes Sociales de Memoria Chilena

Los visitantes **seguidores de redes sociales de Memoria Chilena alcanzan un 40,7% (865 casos)** mientras que los que **no las siguen representan un 59,3% (1.260 casos)**. Respecto al perfilamiento de los seguidores de las redes sociales de Memoria Chilena, se puede afirmar que la **distribución de género es similar a la muestra total**, es decir, 47,3% son mujeres (409 casos) y 51,9% son hombres (449 casos) y 0.8% no definen su género (7 casos).

Acercas de la edad de los visitantes que informaron seguir las redes sociales de Memoria Chilena, se observa que en **un 65.1% poseen entre 19 y 39 años de edad, 15,5 puntos porcentuales sobren los encuestados/as para este mismo rango de edad en el total de la muestra**, lo que da cuenta de que este grupo específico de visitantes es más joven que el total de encuestados/as.

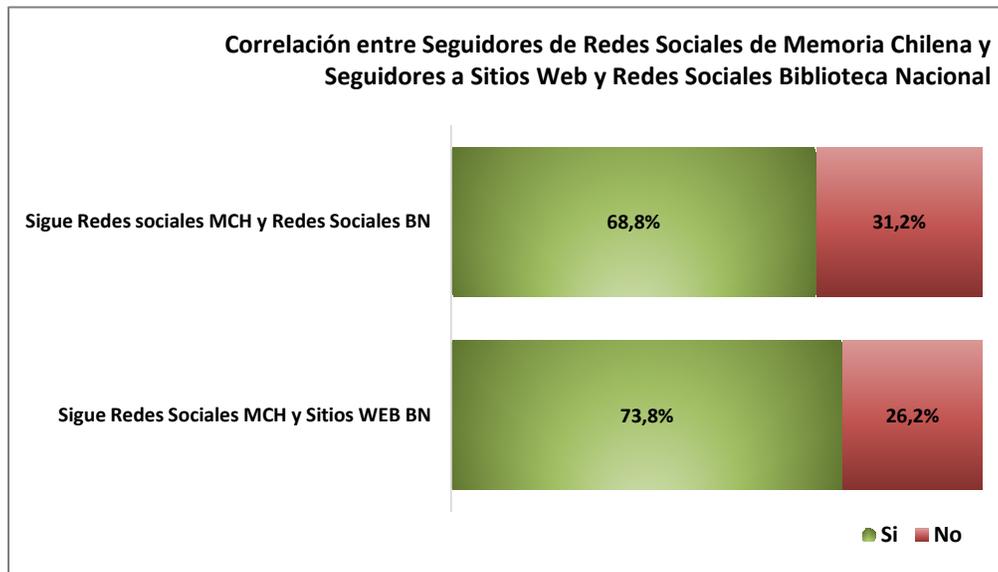
Al igual que el total de los visitantes, los seguidores de Redes Sociales de Memoria Chilena residen mayoritariamente en la **Región Metropolitana con 54.5% (471 casos)**, específicamente en las comunas de **Santiago Centro, Ñuñoa, Maipú, Providencia y Las Condes**.

Respecto a las redes sociales de Memoria Chilena en específico y el seguimiento que hacen los encuestados/as a cada una de ellas, podemos informar que nuevamente es **Facebook la red social que convoca al mayor porcentaje de visitantes con un 88% (761 casos), porcentaje similar al obtenido por la misma red social de la Biblioteca Nacional**. Por su parte, **Twitter obtiene una representación de 38,2% de los seguidores a redes sociales, con 330 casos, porcentaje 6,8 puntos porcentuales mayor al obtenido por la misma red social para la Biblioteca Nacional**.

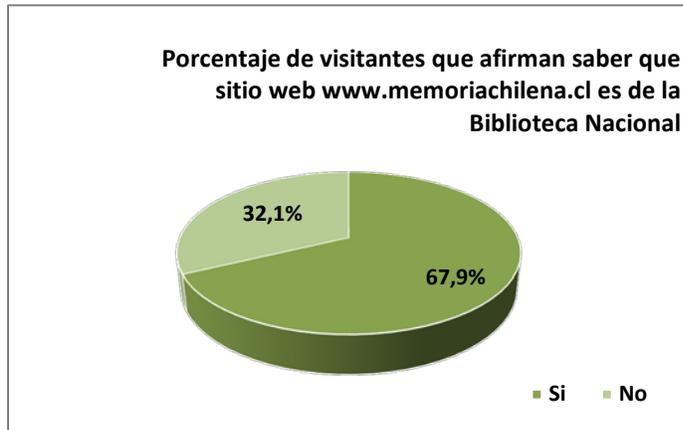


Comparativamente hablando, se puede señalar que estos **visitantes siguen en un mayor número a las redes sociales de Memoria Chilena que a la Biblioteca Nacional**, alcanzado 9 puntos porcentuales de diferencia entre ambos. Asimismo, se puede informar que los seguidores de redes sociales de Memoria Chilena en su mayoría también son visitantes de los Sitios Web de la Biblioteca Nacional y seguidores de sus Redes Sociales.





Respecto a la pregunta *¿Sabías que Memoria Chilena es una iniciativa de la Biblioteca Nacional de Chile?* un 67.9% de los encuestados/as señaló que “Si” estaba en conocimiento de este hecho (1.443 casos) lo que, en base al error muestral y nivel de confianza de la muestra, permite asumir que para la mayoría de los visitantes de este sitio web no existe duda respecto su vinculación con la Biblioteca Nacional.



Al intentar distinguir si existe una correlación entre los encuestados/as que siguen a Memoria Chilena en las Redes Sociales y el conocimiento de que este sitio pertenece a la Biblioteca Nacional, es posible afirmar que **no existe una relación directa entre ambas variables**, al obtener un coeficiente de correlación² de 0,2.

Valor similar se obtiene al correlacionar las variables “Seguimiento a Redes Sociales BN” y el conocimiento de que este sitio pertenece a la Biblioteca Nacional. En este mismo sentido, al analizar la correlación entre los encuestados/as que visitan los sitios web de la Biblioteca y el conocimiento de que este sitio pertenece a la institución, nuevamente nos encontramos con una relación muy baja entre las variables al obtener un coeficiente de correlación de 0.4 puntos.

² El coeficiente de correlación mide el grado de relación lineal entre dos variables aleatorias. Su valor puede oscilar entre 0 y 1 y 0 y -1, según que la correlación sea positiva o negativa. Un coeficiente de correlación igual a cero significa ausencia de correlación. <http://www.fao.org/docrep/003/X6845S/X6845S02.htm>

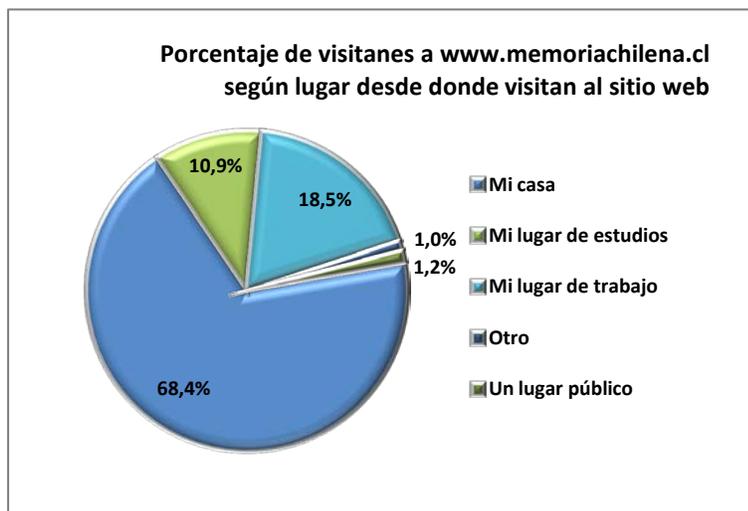


C. Hábitos de uso

Continuando con el perfilamiento de los visitantes al sitio web www.memoriachilena.cl, en este apartado se caracterizará a los encuestados/as a partir del lugar desde dónde visitan el sitio web y con qué frecuencia lo realiza.

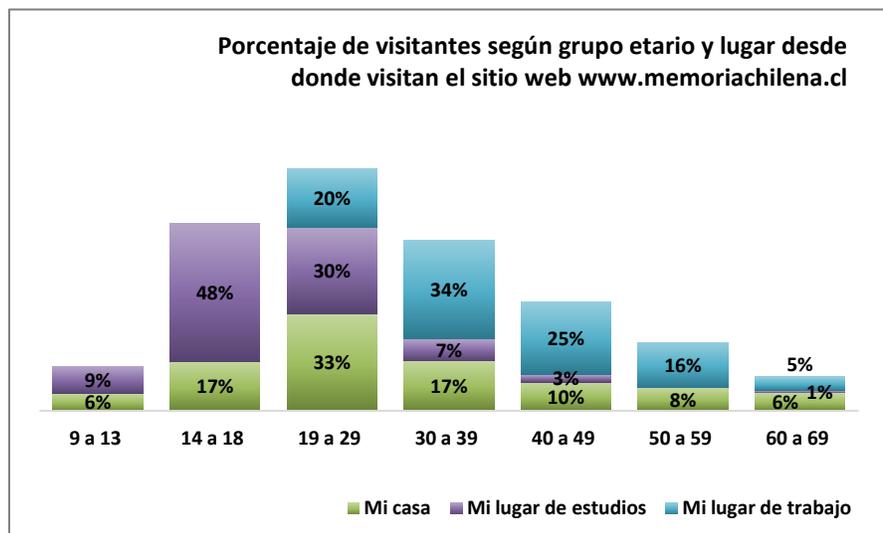
a. Lugar desde donde visita el sitio web www.memoriachilena.cl

Al respecto, se puede informar que el **68,4% de los encuestados/as visita al sitio web “desde su casa” (1.453 casos) mientras que un 18,5% lo hace “desde su lugar de trabajo” (393 casos) y un 10,8% lo hace “desde su lugar de estudios” (232 casos)**. Lo anterior, permite vislumbrar que la mayoría de los visitantes se conectan con el sitio web en sus tiempos libres y no en los horarios destinados en sus ocupaciones principales (lugar de trabajo y/o estudio), sin embargo, teniendo en cuenta que el 53,3% de los encuestados/as son “*Estudiantes de pregrado*”, “*Profesores y/o Académicos*” y “*Estudiantes de enseñanza media*”, no se descarta que la conexión desde sus viviendas se realice con fines de estudio o laborales. Respecto a los 21 casos que indican conectarse desde “*otro lugar*” (1%), el 81% de ellos (17 casos) afirma visitar el sitio desde cualquier lugar que posea wifi, internet o desde su teléfono móvil, no existiendo alguna preferencia específica.



Respecto a la correlación entre el lugar donde visitan el sitio web y el género de los encuestados/as, se evidencia que en términos generales se mantiene una distribución de género cercana o similar a la observada para el total de la muestra, es decir, **el grupo “masculino” es siempre mayor al “femenino” y cercano al 51,7%**. Sólo para la categoría de respuesta “*desde mi lugar de estudios*” las “*mujeres*” serían porcentualmente algo mayor que los “*hombres*” por 1,3 puntos porcentuales.

Acerca de la relación entre las variables “*Lugar desde donde visitan el sitio*” y rango etario de los encuestados/as, se observa que para todas las categorías de lugar las principales mayorías se concentran en los rangos “*de 14 a 18 años*”, “*19 a 29 años*”, “*30 a 39 años*” y “*40 a 49 años de edad*” al igual que para el total de la muestra. Sin embargo, cuando se observan en

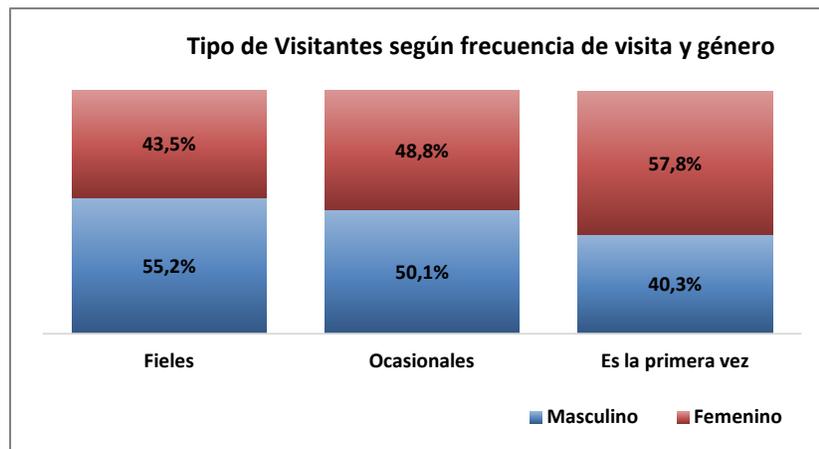


detalle cada una de las tipologías de respuestas, se aprecian diferencias significativas en las edades de los visitantes según el lugar desde donde visitan el sitio web, lo que se explicarían por el momento del ciclo de vida en que se encuentran los encuestados.

De esta forma, se observa que la mayor concentración entre las personas que se conectan “desde su lugar de estudios” se ubican entre los visitantes de 14 a 29 años de edad, periodo de la vida orientada al estudio. Asimismo, la opción conexión “desde mi lugar de trabajo” se condice con el grupo de edad que ya finalizó los estudios y pertenece al mercado laboral.

b. Frecuencia de visita

La pregunta sobre *¿Con qué frecuencia nos visitas?* permite debelar que, en su mayoría, es decir en un **54,4%**, los encuestados/as serían “Fieles” al sitio web (**1.155 casos**), conectándose entre “una vez a la semana” (44,4% - 944 casos) y “una vez al día” (9,9% - 211 casos). Por otra parte, existe un 33,3% de los visitantes que ingresan al sitio en forma ocasional, es decir “una vez al mes” (25,8% - 548 casos) o “nunca casi nunca” (7,5% - 159 casos). Por último, hay que mencionar que el porcentaje de nuevos visitantes es bastante bajo para el total de la muestra, representando el 9,9% (211 casos).



La relación entre la frecuencia de visita y el género de los encuestados/as permite indicar que aquellos visitantes “Fieles” serían en su mayoría “hombres” superando a las “mujeres” en 11,7 puntos porcentuales. Por su parte, los visitantes “Ocasionales” igualmente serían en su mayoría “hombres” pero presentando una diferencia menor con las “mujeres” de sólo 1,3 puntos porcentuales.

Respecto a los visitantes que señalaron que “era la primera vez” que ingresaban al sitio web, se observa que son en su mayoría son “mujeres” (57,8% - 152 casos), superando en 10,7 puntos

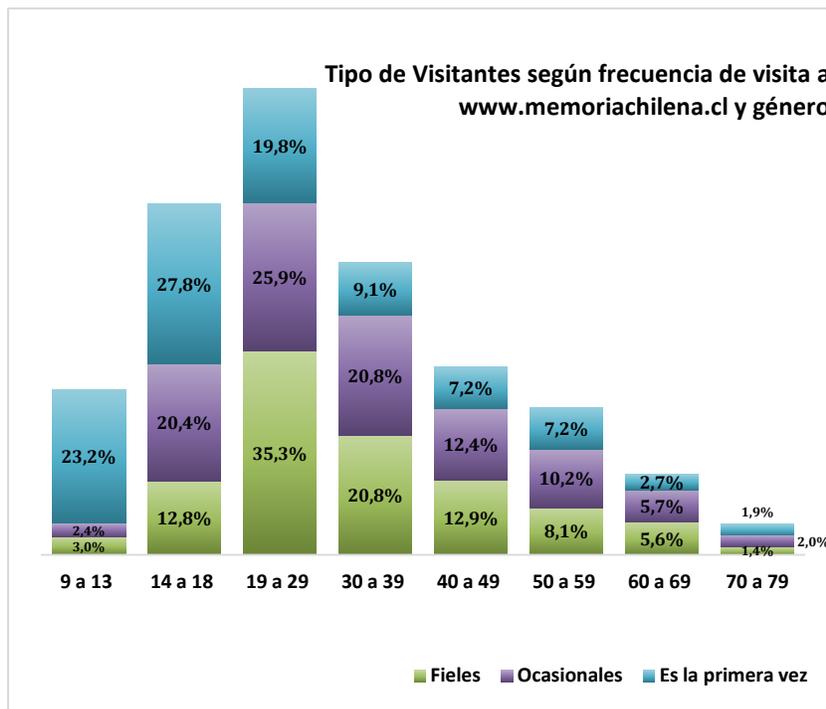
Tabla N°6: Distribución visitantes sitio web según frecuencia de visita y género

Procedencia	Masculino	Femenino	N/R	Total Casos	Porcentaje
Es la primera vez	106	152	5	263	12,4%
Casi nunca	72	82	5	159	7,5%
Una vez al mes	282	263	3	548	25,8%
Una vez al día	113	95	3	211	9,9%
Una vez a la semana	525	408	11	944	44,4%
Total Encuestados/as	1.098 51,7%	1.000 47,1%	27 1,3%	2.125	

porcentuales a esta categoría de género para el total de la muestra.



Al observar la distribución de los visitantes según frecuencia de visita y rangos etarios, se observa que la categoría **“Fieles”** mantiene una curva similar a la obtenida para el total de la muestra, presentando la mayor concentración en el rango de **“19 a 29 años de edad” (35,3% - 408 casos)**, es decir, en aquellos denominados **“Adultos Jóvenes”**³, seguido por el rango de **“30 a 39 años” (20,8% - 240 casos)**. Por su parte, si bien los visitantes denominados **“Ocasionales”** igualmente mantienen una tendencia similar al total de la muestra, se observa que en su conjunto estos encuestados **serían más jóvenes que los visitantes “Fieles”**, al presentar concentraciones significativas y relativamente similares para los rangos de edad de **“14 a 18” (20,4% - 144 casos)**, **“19 a 29” (25,9% - 183 casos)** y **“30 a 39 años de edad” (20,8% - 147 casos)**.



Respecto a la categoría **“Es la primera vez”** se informa que estos visitantes son en su mayoría **niños y adolescentes**, concentrando los mayores porcentajes en los rangos de **“14 a 18 años” (27,8% - 73 casos)** y **“9 a 13 años de edad” (23,2% - 61 casos)**.

Respecto a los rangos de edad asociados a **“Adultos Mayores” (60 a 79 años)**, se informa que tanto en la categoría **“Fieles”** como **“Ocasionales”** los porcentajes son similares a los dados para el total de los encuestados/as (7%), sin embargo, para la categoría **“Es la primera vez”** este grupo

disminuye a un 4,6%.

D. Uso del sitio web

Muy relacionado al apartado de **“Hábitos de Uso”**, el presente análisis busca establecer el uso que los visitantes dan al sitio web mediante aspectos relativos al modo de conocimiento del sitio y el objetivo de visita.

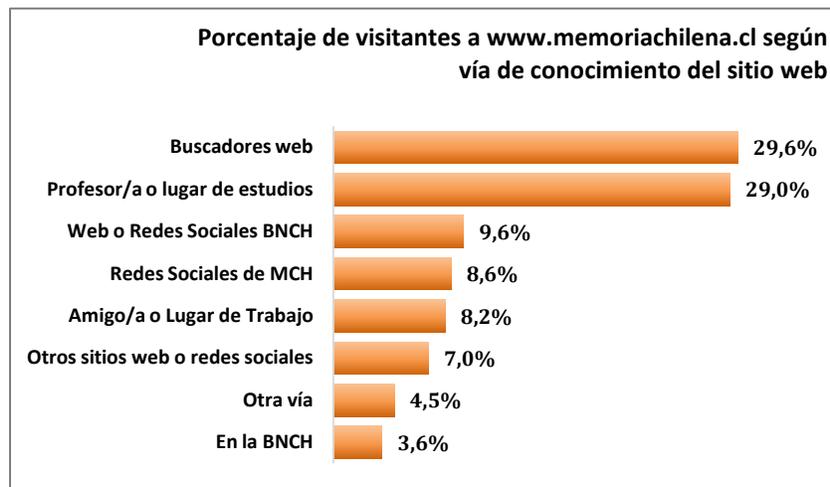
³ Fuente: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v03_n2/pdf/a08v3n2.pdf



a. **Vía de Conocimiento Respecto www.memoriachilena.cl**

Ante la pregunta **¿Cómo te enteraste de www.memoriachilena.cl?** Se les solicitó a los encuestados/as que indicaran la principal vía mediante la cual conocieron el sitio web en cuestión.

Como se observa en el gráfico, **la principal vía de conocimiento respecto al sitio www.memoriachilena.cl son los buscadores web tal como Google, Yahoo u otros, representando el 29,6% (629 casos)**, lo que permite inferir que los visitantes llegan a ella a través de la búsqueda de un tema específico.



Es interesante observar que la segunda mayoría, con un **29% (617 casos)**, **accedieron al sitio web por motivos de estudio**, ya sea porque el “*Profesor/a*” se lo señaló o porque se lo mostraron en el “*Lugar donde cursa o cursaba estudios*”, lo que permite continuar con la aseveración de que si bien los visitantes se conectan mayoritariamente desde sus casas lo hacen por motivos educativos y no necesariamente recreativos.

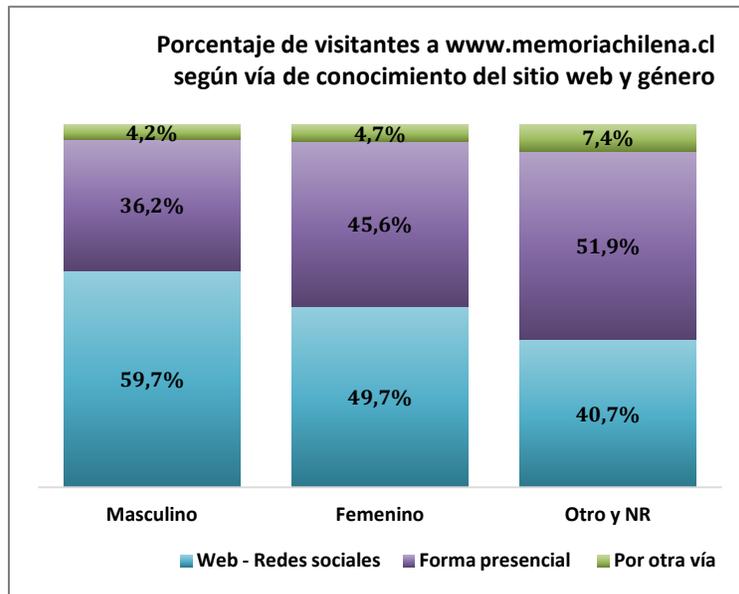
Por su parte, el “*Sitio web y redes sociales de la Biblioteca Nacional*” son la **tercera fuente de conocimientos respecto al sitio web de Memoria Chilena** para los encuestados/as, lo que indica que si bien el porcentaje asociado a esta categoría es bastante menor a las dos primeras, no deja de ser relevante mantener o aumentar la visibilidad de www.memoriachilena.cl en el sitio web de la institución, dado que en forma individual, este sitio representa **el 89,9% (182 casos) del 9,6% obtenido para esta categoría (203 casos).**

Si bien la categoría “*Otra Vía*” representa uno de los más bajos porcentajes al analizar cómo los visitantes conocieron el sitio web (4,5% - 95 casos), es de interés señalar que de este grupo de encuestados/as un 33,7% “*No recuerda cómo se enteró*” (32 casos), un 26,3% se enteró a través de algún “*Medio de comunicación masivo*” (25 casos) y un 16,8% (16 casos) se enteraron a través de la “*mención del sitio web en algún libro*”.



Tabla N°7: Distribución visitantes sitio web según vía de conocimiento sobre el sitio web y género					
Vía de Conocimiento	Masculino	Femenino	Otro y N/R	Total Casos	Porcentaje
Por un buscador (Google, Yahoo! u otros)	361	259	9	629	29,6%
Por un profesor/a	140	167	4	311	14,6%
En mi lugar de estudio	138	162	6	306	14,4%
Sigo a Memoria Chilena en Facebook y/o Twitter	90	93	0	183	8,6%
A través del sitio web de la Biblioteca Nacional	105	76	1	182	8,6%
Por un amigo/a o familiar	54	46	2	102	4,8%
Por otra vía	46	47	2	95	4,5%
A través de otros sitios web	57	28	1	86	4,0%
En la Biblioteca Nacional de Chile	33	41	2	76	3,6%
En mi lugar de trabajo	32	40	0	72	3,4%
Por menciones en Twitter o Facebook	34	28	0	62	2,9%
Sigo a la Biblioteca Nacional en Facebook y/o Twitter	8	13	0	21	1,0%
Total Encuestados/as	1.098 51,7%	1.000 47,1%	27 1,3%	2.125	

En tanto la correlación entre género y medio de conocimiento respecto al sitio web, es posible apreciar que **para los visitantes de las categorías de género “Masculino” y “Femenino”, el principal medio de acercamiento al sitio web www.memoriachilena.cl fue mediante “Web - Redes Sociales”** (“Por un buscador (Google, Yahoo! u otros)”, “Sigo a Memoria Chilena en Facebook y/o Twitter”, “A través del sitio web de la Biblioteca Nacional”, “A través de otros sitios web”, “ Por menciones en Twitter o Facebook” y “Sigo a la Biblioteca Nacional en Facebook y/o Twitter”), categoría que en términos generales representa el 54,7% (1.163 casos). Respecto a lo anterior, vuelve a plantearse la necesidad de relevar la visibilidad de www.memoriachilena.cl en los sitios web y redes sociales de la institución, además de enriquecer el trabajo de metadatos para los contenidos del sitio web lo que los ayudará a posicionarse a través de la búsqueda de palabras



claves en cualquier buscador.



Por su parte, la categoría **“En forma presencial”** representa el **40.8% del total -867 casos -** (“Por un profesor/a”, “En mi lugar de estudio”, “Por un amigo/a o familiar”, “En la Biblioteca Nacional de Chile” y “En mi lugar de trabajo”) y la categoría “Otra vía” 4,5% (95 casos).

Tabla N°8: Distribución visitantes sitio web según vía de conocimiento sobre el sitio web y rango etario

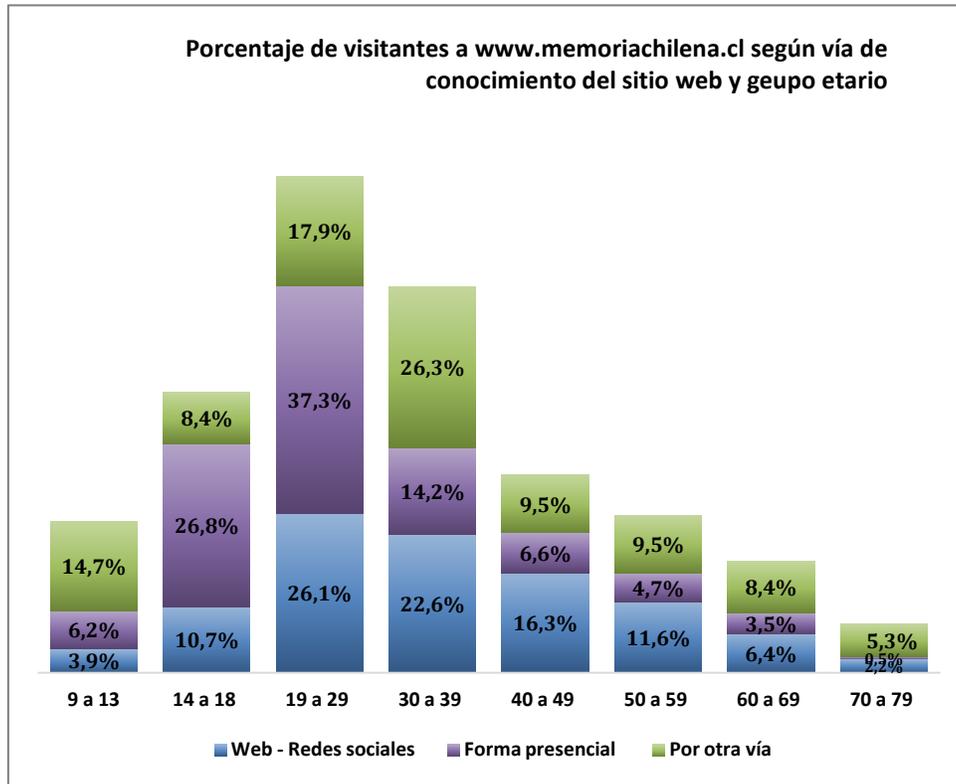
Vía de Conocimiento / Rango Etario	9 a 13	14 a 18	19 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	60 a 69	70 a 79	Total	Porcentaje
Por un buscador (Google, Yahoo u otros)	29	98	173	124	82	77	32	14	629	29,7%
Por un profesor/a	22	161	100	18	1	4	1	2	309	14,6%
En mi lugar de estudio	23	54	174	41	6	2	3	2	305	14,4%
Sigo a Memoria Chilena en Facebook y/o Twitter	2	9	62	55	22	19	12	2	183	8,6%
A través del sitio web de la Biblioteca Nacional de Chile	8	11	28	38	51	19	20	6	181	8,5%
Sigo a la Biblioteca Nacional de Chile en Facebook y/o Twitter	1	1	6	6	2	1	3		20	0,9%
Por un amigo/a o familiar	6	15	30	23	13	8	7		102	4,8%
Por otra vía	14	8	17	25	9	9	8	5	95	4,5%
A través de otros sitios web	5	4	20	23	22	8	3	1	86	4,1%
En la Biblioteca Nacional de Chile	3	2	12	20	21	11	7		76	3,6%
En mi lugar de trabajo			7	21	16	16	12		72	3,4%
Menciones en Twitter o Facebook		2	14	17	11	11	4	3	62	2,9%
Total	113 5,3%	365 17%	643 30%	411 19%	256 12%	185 8,7%	112 5,3%	35 1,6%	2.120	

En tanto la relación entre rango etario y la forma de conocimiento del sitio web www.memoriachilena.cl, es posible apreciar que para la categoría de conocimiento más mencionada por los encuestados/as “Por un buscador (Google, Yahoo u otros)” la distribución etaria de los visitantes se mantiene relativamente similar al total de la muestra, salvo un leve incremento en la categoría de “50 a 59 años de edad”, donde los visitantes aumentan en 3,5 puntos porcentuales.

Por su parte, los encuestados/as que accedieron al sitio web por **“motivos de estudio”** se agrupan mayoritariamente en los rangos etarios que normalmente se asocian a las actividades de estudio como la ocupación principal, **es decir desde los 9 a los 29 años de edad, los que en su conjunto representan el 86,5% de esta categoría.**

La tercera vía más nombrada respecto el conocimiento del sitio web, es decir **“Sitio web y redes sociales de la Biblioteca Nacional”**, se observa que los encuestados/as que se clasifican en esta categoría son relativamente “mayores” que el total de la muestra, dado que entre las edades de 30 a 60 años de edad se agrupa el 69% de ellos/as, versus 45,4% que se clasifica en estas edades para el total de visitantes informados.

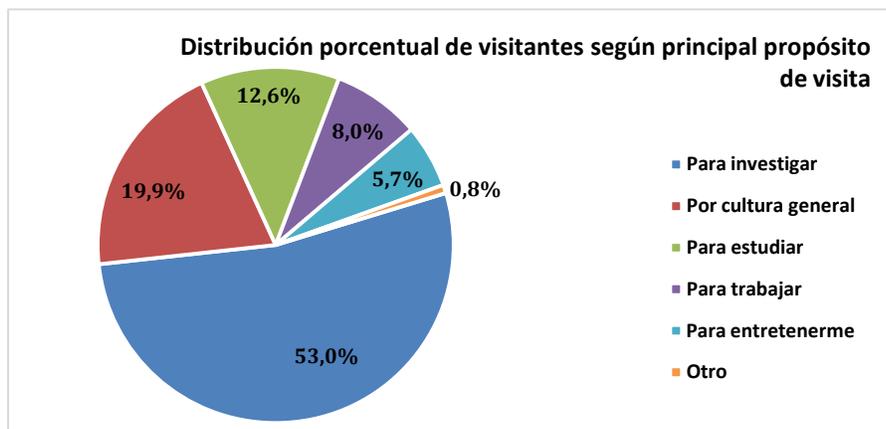




Por último, y retomando las 3 grandes categorías respecto a cómo conocieron el sitio web “Web – Redes sociales”. “En forma presencial” y “Otra Vía”, se observa que los “jóvenes” entre 14 a 29 años de edad son mayoría para los medios presenciales de conocimiento de www.memoriachilena.cl, lo que se encuentra vinculado con la etapa de ciclo de vida cuya actividad principalmente es el estudio. Por su parte, los adultos y adultos jóvenes son las categorías etarias mayormente representadas en las vías de conocimiento relativas a los sitios web, buscadores y redes sociales (entre 19 a 49 años de edad).

b. Uso y Propósito de Visita www.memoriachilena.cl

En el instrumento consideró dos preguntas que buscaban identificar el principal motivo por los cuales los encuestados/as visitaban el sitio web www.memoriachilena.cl (¿Para qué usas principalmente nuestro sitio? y En general, cuando navegas en www.memoriachilena.cl ¿Cuál es el principal propósito de tu visita?). A partir de dichas preguntas, cuyas categorías de respuestas no son excluyentes, es posible observar que la principal motivación que lleva a los visitantes a utilizar el sitio web es “Investigar” con 53% (1.126 casos).



En tanto la segunda mayoría, es interesante observar que un 19,9% (423 casos) ingresan al sitio web por “por cultura general” sin necesariamente asociarse a motivos de estudio, trabajo o investigación. En tercer

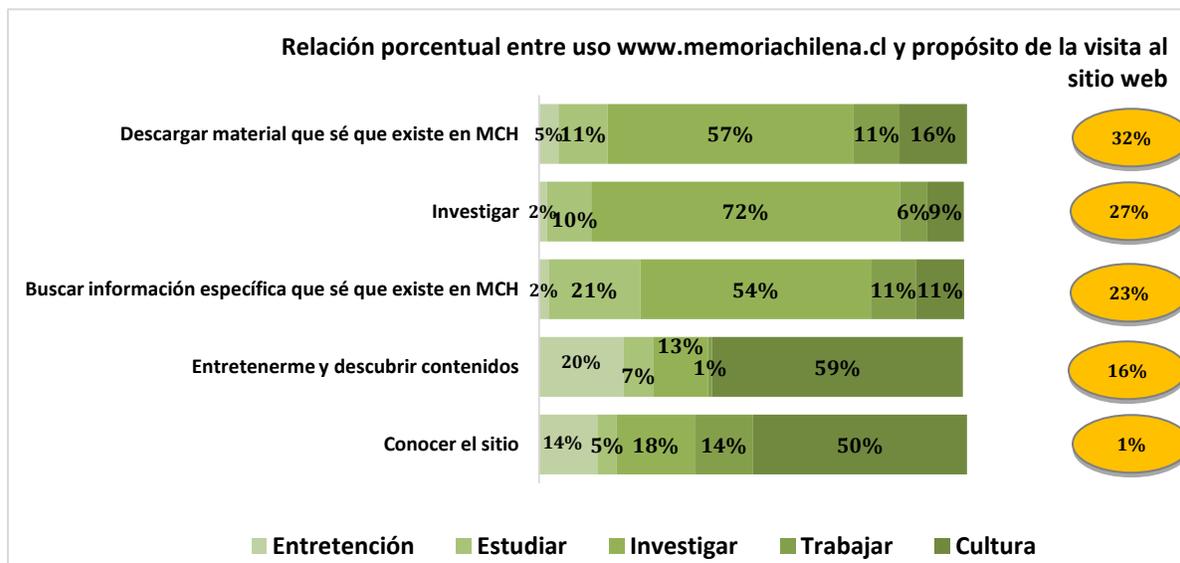


lugar, muy similar a la primera opción, pero asociado a una “obligación”, lo asume la alternativa **“Para estudiar” con un 12,6 % (268 casos)**.

Por otra parte, es posible determinar que un **55,3%, 1.176 encuestados/as, conocen en profundidad el sitio web y sus contenidos**, al señalar que ingresan al sitio en busca de información o material descargable que saben con anterioridad que sitio posee. De estos visitantes, **un 58,3% visita el sitio web entre “una vez al día” y “una vez a la semana” (686 casos)**.

Además, se observa que los visitantes que declaran que **el principal propósito de la visita es “Investigar”, agrupan la segunda mayoría de respuestas con un 27,3% (581 casos)**, que se condice con el 82,4% (479 casos) de este grupo de encuestados/as que informa que su principal propósito al ingresar a sitio es “Investigar” o “Estudiar”.

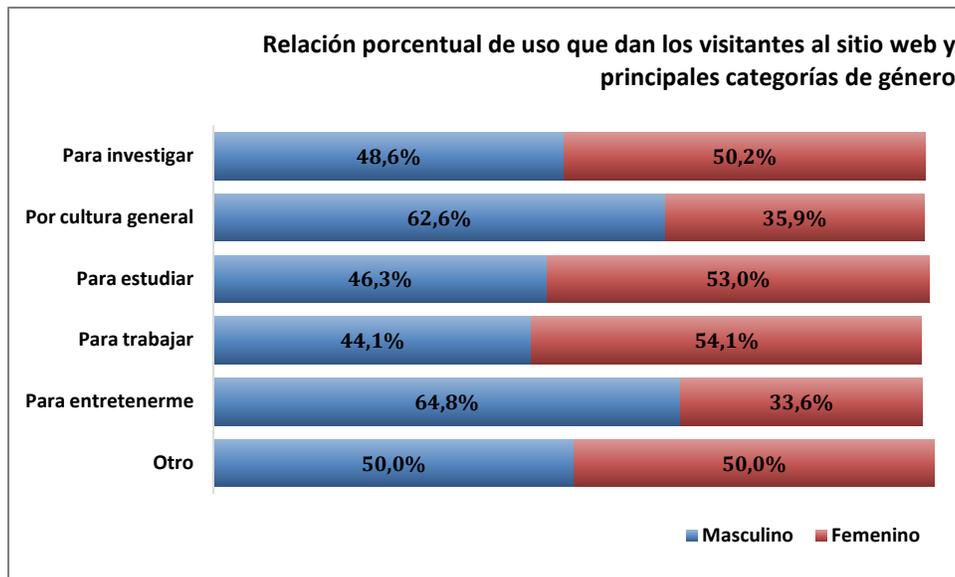
Asimismo, cuando se observa la relación entre ambas preguntas (uso y propósito), se distingue que claramente para **los visitantes que ingresan al sitio web con el propósito de “buscar o descargar material específico de Memoria Chilena o investigar”, en su mayoría lo hacen por motivos relativos al estudio y a la investigación**. Por su parte, el grupo de visitantes que ingresan al sitio con propósitos relacionados a la “*entretenimiento, descubrir contenidos o sólo conocer el sitio*”, el uso que se le da al sitio web se relaciona mayoritariamente a “*Cultura general*”.



En tanto la relación entre la frecuencia de visita al sitio web y el uso que los visitantes dan a él, se observa que para todas las categorías de respuesta asociadas a la frecuencia (*Casi nunca, Es la primera vez, Una vez a la semana, Una vez al día y Una vez al mes*), el principal motivo de ingreso es “Investigar”, seguido por “Cultura General” y “Para estudiar”, con valores que bordean 52,7%, 20,5% y 13% respectivamente.

Por su parte, al observar la relación entre los principales usos que le dan los visitantes al sitio web y las principales categorías de género, es posible observar que las **“Mujeres” se asocian mayoritariamente a las categorías relativas a deberes u obligaciones en el ámbito educacional o laboral**, al presentar mayores porcentajes que los “Hombres” en las categorías de “Estudio”, “Investigación” y “Trabajo”. Por su parte, **el uso de la página con motivos de “entretenimiento y cultura general” se asocia mayoritariamente al género “Masculino”**.

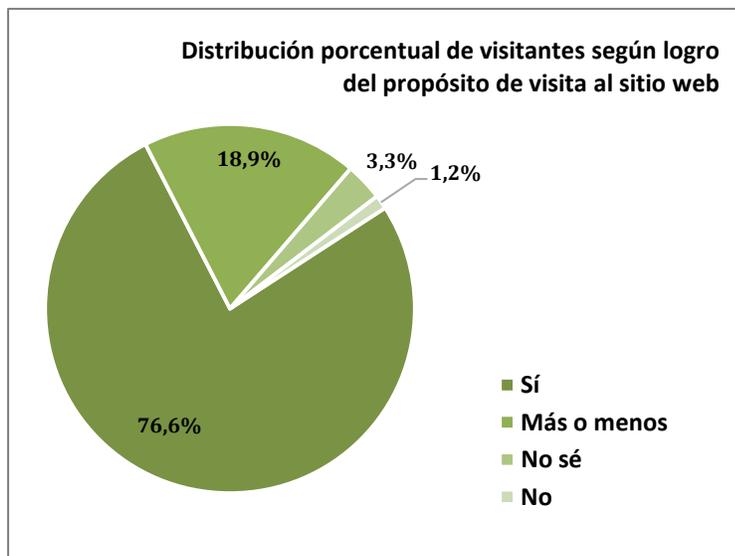




E. Percepción de Satisfacción

A continuación, y tal como se señaló en “Metodología de Análisis”, en este apartado se busca establecer el nivel de satisfacción de los visitantes a partir del logro del propósito de sus visitas, satisfacción de navegación, evaluación de 9 elementos Likert (Diseño del sitio, Estabilidad y funcionamiento del sitio, Comunicación con el equipo de Memoria Chilena, Facilidad para encontrar la información o documento que buscas, Claridad de la información, Variedad de los contenidos, Frecuencia de actualización de los contenidos, Calidad de los contenidos y Confiabilidad académica de los contenidos), intención de volver a navegar por el sitio web e intención de recomendarlo.

a. Logro del propósito de la visita a www.memoriachilena.cl



Respecto al logro del objetivo de las visitas al sitio web, claramente los visitantes al sitio www.memoriachilena.cl quedan satisfechos/as al corroborar que el **76.6% (1.628 casos) informan que logran su objetivo v/s el 23.4% (497 casos) que no lo logran o no lo hacen todas las ocasiones que ingresan a él.**

Respecto los motivos señalados por los encuestados/as para argumentar el logro parcial o no logro de su propósito cuando acceden a la página web, estos se refieren mayoritariamente a la necesidad de

que el sitio web incorpore mayor cantidad de contenidos, ya sea información general y específica, además de diversificar los formatos del material ofrecido y su posibilidad de descarga (38,1% - 117



casos). Muy ligado a lo anterior, una segunda argumentación se asocia al hecho de “no encontrar el material o tema buscado”, lo que representa el 28,5% de las menciones (101 casos). Es de interés señalar que, si bien se menciona en un menor número de casos, estos visitantes hacen referencia a la calidad del buscador del sitio web, el que es percibido como “confuso, impreciso o no funciona” por 9.9% de los encuestados/as (35 casos).

En tanto la correlación entre el logro del objetivo de las visitas al sitio web y el género de los entrevistados, se observa que en términos generales para 3 de las 4 categorías de respuestas (*Si, No sé y Más o menos*) la distribución de género se mantiene similar a la obtenida para el total de la muestra, es decir, con porcentajes cercanos al 51% para “Hombres” y 47% para “Mujeres”. Sin embargo, es relevante señalar que los visitantes que informaron “No lograr su propósito” son mayoritariamente mujeres con un 50% (13 casos), dejando en un segundo lugar a “hombres” con un 38% (10 casos) y en tercer lugar a visitantes que prefirieron no responder con un 11.5% (3 casos).

Por otra parte, respecto la caracterización de los encuestados/as a partir del “logro de su objetivo de visita al sitio web” y su rango etario, es posible informar que, tal como se esperaba por el alto porcentaje de representatividad, los visitantes que declararon que “Si logran su propósito” mantienen una distribución similar a la obtenida para el total de la muestra.

Tabla N°9: Distribución visitantes sitio web según logro de propósito de visita al sitio web y rango etario

Logro de Propósito / Rango etario	9 a 13	14 a 18	19 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	60 a 69	70 a 79	Total	Porcentaje
Más o menos	13	80	105	84	47	47	16	8	400	18,9%
No	2	11	3	4	2	2	1		25	1,2%
No sé	9	24	19	7	4	2	2	2	69	3,3%
Sí	89	250	516	316	203	134	93	25	1.626	76,7%
Total	113 5,3%	365 17%	643 30%	411 19%	256 12%	185 8,7%	112 5,3%	35 1,6%	2.120	

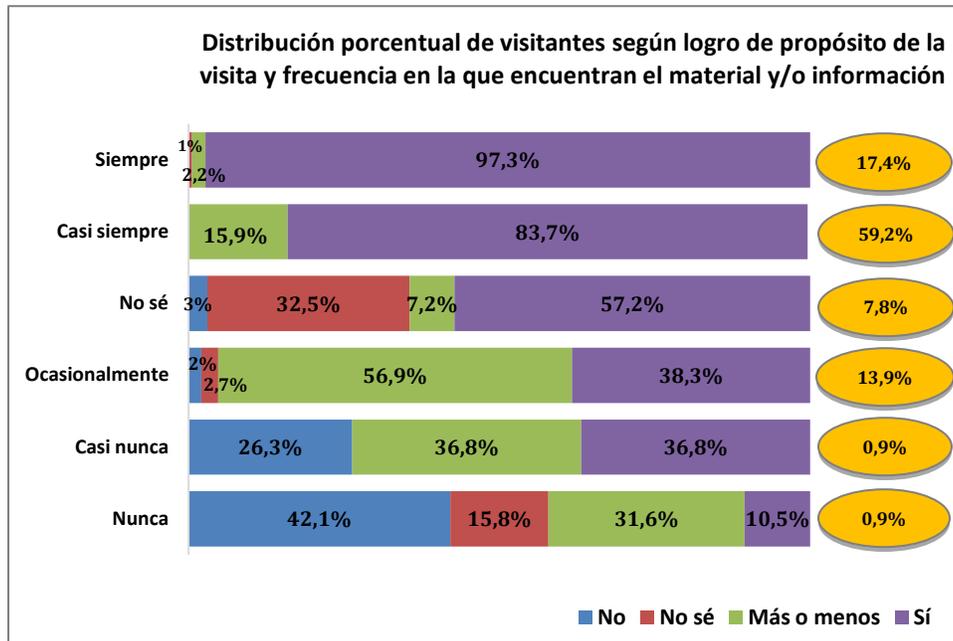
Por otra parte, los visitantes que informaron “No Saber” o “No lograr su propósito” poseen un perfil más joven que el resto de los encuestados/as, dado que para ambas categorías de respuesta los rangos etarios de “9 a 13” y “14 a 18 años” alcanzan porcentajes cercanos al 50% (50% y 47,1% respectivamente) v/s el 22,5% que suman ambas categorías para el total de la muestra.

b. Frecuencia con la que se encuentra el material y/o información cuando visitan www.memoriachilena.cl

Con el fin de profundizar respecto el logro del objetivo de ingreso a la página web, se les consultó a los visitantes respecto la frecuencia con la que encuentran el material y/o información por la que ingresaron al sitio.

De esta forma, y tal como se muestra en el gráfico siguiente, **existe una clara coincidencia entre los visitantes que indicaron que “Si lograban el propósito de su visita” y aquellos que encuentran el material requerido “Siempre” o “Casi Siempre”, dado que el primer grupo representa un 76,7% y el segundo un 76,5%.**



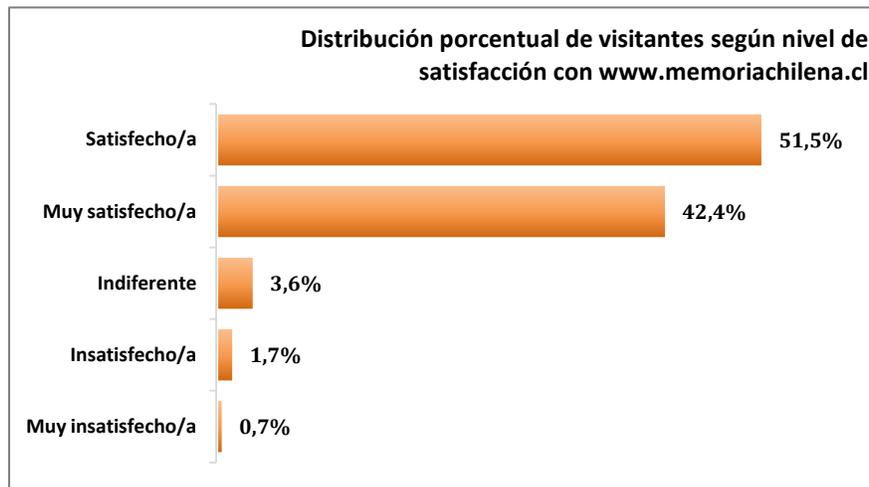


Continuando con la relación entre ambas preguntas, es interesante observar que **los encuestados/as que indicaron que “Nunca” o “Casi Nunca” encontraban el material y/o información que requerían en un 23,7% informaron que “Si lograron su propósito” al ingresar al sitio web.** De igual modo, aquellos visitantes que informaron que “Ocasionalmente” encontraban el material que requerían, en un 57,7% indicaron que “Si lograron su propósito”, lo que permite estimar que el propósito por el cual los encuestados/as visitan www.memoriachilena.cl va más allá que la búsqueda de un material o información específica.



c. Nivel de Satisfacción con www.memoriachilena.cl

La respuesta de los encuestados/as a la consulta **¿Qué tan satisfecho/a te sientes con tu experiencia al navegar por www.memoriachilena.cl?** permite evidenciar el alto nivel de satisfacción que experimentan los visitantes al navegar por el sitio web, al identificarse en un **94% como “Muy Satisfecho” o “Satisfecho” (1.997 casos)**. Por el contrario, el grupo de encuestados/as que se declara “Insatisfecho” o “Muy Insatisfecho” sólo representa el 2,4%, es decir 51 de los 2.125 visitantes.



Lo anterior, se condice con el 76,7% de los visitantes que indicaron que “Si lograban el propósito de su visita” y el 76,5% de aquellos que encuentran el material requerido “Siempre” o “Casi Siempre”.

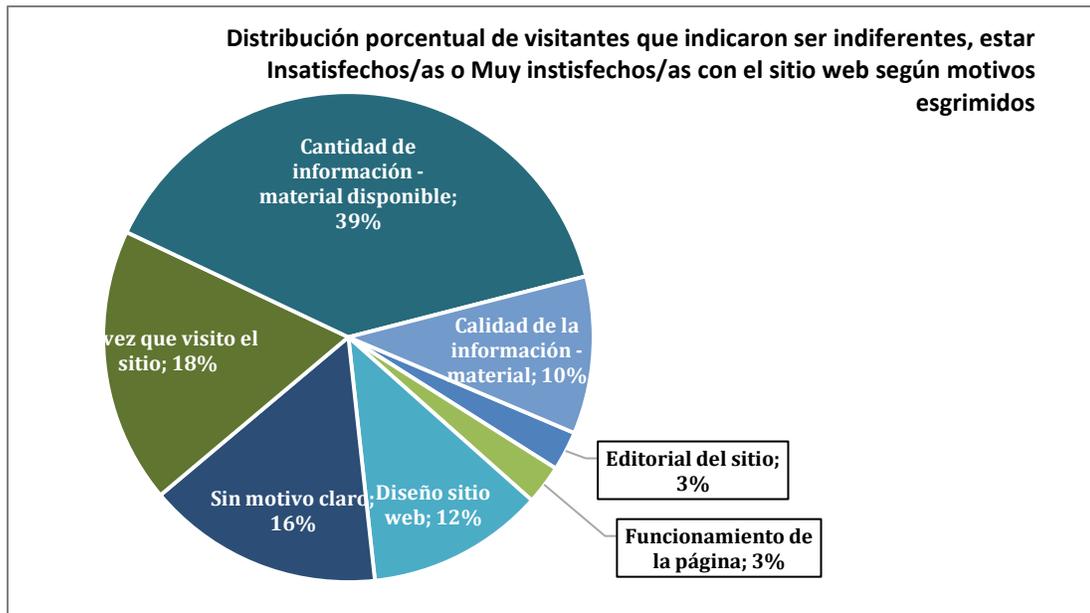
Respecto la caracterización de los visitantes, es posible informar que la variable género no incide en el nivel de satisfacción de los encuestados/as y que por lo tanto, para todas las categorías de respuesta se mantienen porcentajes similares a los alcanzado para la muestra total (47,1% Mujeres y 51,7% Hombres).

Respecto a la caracterización según rangos etarios, se observa que para los visitantes “Muy satisfechos/as y Satisfechos/as” se mantiene la misma proporción que para el total de la muestra, datos que se explican por alto porcentaje alcanzado por estas categorías (94%). Sin embargo, se pueden observar pequeñas variaciones en las categorías de “Muy Insatisfecho/as e Insatisfechos/as”, al existir una diferencia de 12 puntos porcentuales para el rango etario de 9 a 13 años, y por otra, los visitantes de mayor edad (50 a 79 años) suman un total de 31,4% v/s el 15,6% que alcanza este mismo grupo para el total de la muestra. Por último, es relevante mencionar que los encuestados/as que declararon ser “indiferentes” respecto al nivel de satisfacción son mayoritariamente jóvenes de entre 9 a 18 años”, rangos etarios que agrupan el 50,7% de ellos/as.



Al analizar las 77 argumentaciones dadas por los 128 visitantes que indicaron estar “Indiferentes” (77 casos), “Insatisfechos/as” (36 casos) o “Muy Insatisfechos/as” (15 casos) respecto su nivel de satisfacción con el sitio web, se puede observar que **la categoría “Cantidad de información o de material disponible” es el principal motivo asociado a la baja satisfacción de los encuestados/as**. De esta forma, argumentos tales como “No siempre encuentro lo que busco”, “Falta mayor información y profundidad de los contenidos” y “Se debe digitalizar más textos y/o material son las

las principales menciones realizadas por los visitantes.



Respecto las otras categorías relacionadas directamente al sitio web, “El Diseño” es otra de las mencionadas por los encuestados/as, principalmente porque la evalúan como “Poco amistosa y/o poco práctica”, lo que dificulta la navegación. Por su parte, pero con menor representación, se argumentó “La calidad de la información o del material”, donde argumentaron motivos tales como “Formatos del material no son de buena calidad o resolución” y “Me he encontrado con errores históricos (fechas y hechos) o con datos imprecisos”.

Satisfacción Neta

La satisfacción neta de los visitantes respecto www.memoriachilena.cl se medirá a partir del resultado del porcentaje de visitantes que calificaron como “Muy Satisfechos y Satisfechos” (nota 5 y 4) menos el porcentaje de visitantes que calificaron como “Muy Insatisfecho” o “Insatisfecho” (notas



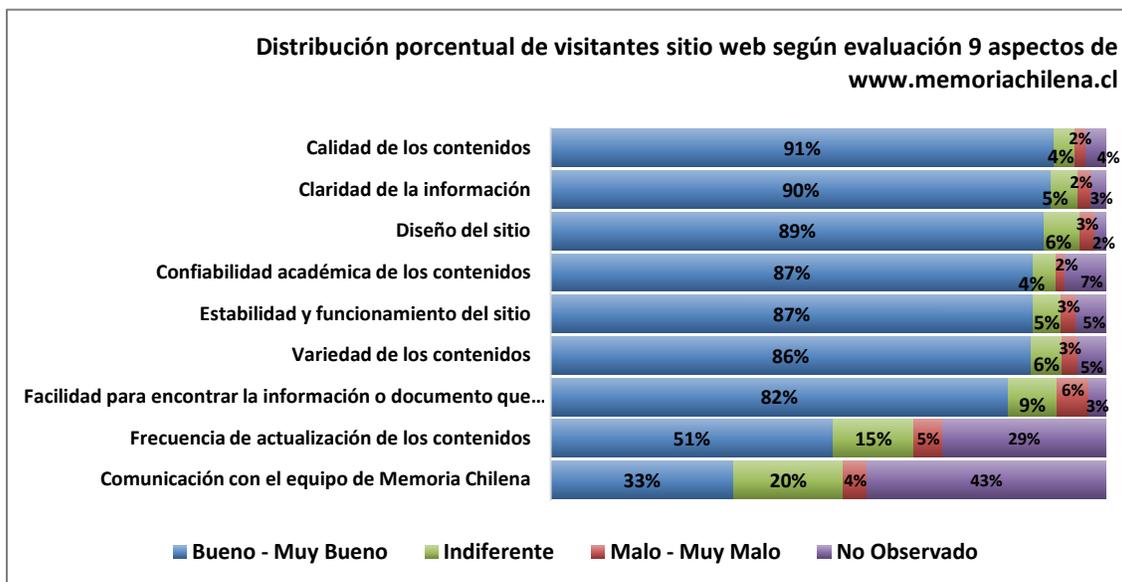
1 y 2). De esta forma, la **Satisfacción Neta para el sitio web es de 91,6%, valor muy cercano al 100%**, lo que da cuenta de la alta valoración que realizan los visitantes respecto a www.memoriachilena.cl.

d. Evaluación de 9 atributos de www.memoriachilena.cl

Con el fin de evaluar el sitio www.memoriachilena.cl de manera más específica, en este apartado se observará la valoración de los visitantes respecto 9 aspectos relativos a la experiencia de navegar en el sitio web. De esta forma, se solicitó a los encuestados/as evaluar en una escala de 1 a 5, donde "1" es muy malo y "5" muy bueno, los siguientes elementos:

1. Diseño del sitio
2. Estabilidad y funcionamiento del sitio
3. Comunicación con el equipo de Memoria Chilena
4. Facilidad para encontrar la información o documento que buscas
5. Claridad de la información
6. Variedad de los contenidos
7. Frecuencia de actualización de los contenidos
8. Calidad de los contenidos
9. Confiabilidad académica de los contenidos

Tal como se aprecia en el gráfico, al igual que en los anteriores factores de satisfacción, **los visitantes claramente evalúan satisfactoriamente los 9 aspectos evaluados, concentrando en términos generales un 77,3% las categorías de respuesta “Bueno – Muy Bueno”**.



Es destacable que la alta valoración obtenida por la “Calidad de los contenidos”, “La Claridad de la información” y “Confiabilidad académica de los contenidos”, lo que se explicaría por el tipo de contenidos e información publicada en este sitio web, que de acuerdo a la presentación dada en “Quiénes Somos” de la página, corresponden a “... las colecciones de la Biblioteca Nacional de Chile y



de otras instituciones de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM)⁴, y por tanto, la fuente de dicho material son las obras copiadas y preservadas por la Biblioteca Nacional de Chile en los más de 200 años de existencia.

Si bien 7 de los 9 aspectos presentan porcentajes sobre 80% para las categorías “Bueno – Muy Bueno”, “La Frecuencia de Actualización de los contenidos” y “La comunicación con el equipo de Memoria Chilena” son aquellos menos observados por los visitantes y que además son los que generan mayor indiferencia al momento ser evaluados.

Tabla N°10: Distribución visitantes sitio web según evaluación 9 aspectos sitio web

Aspecto Evaluado/ Evaluación	Muy Bueno	Bueno	Indiferente	Malo	Muy malo	No observado
Confiabilidad académica de los contenidos	1.280	566	87	12	23	157
Calidad de los contenidos	1.122	803	80	24	19	77
Claridad de la información	1.051	864	103	31	19	57
Estabilidad y funcionamiento del sitio	1.030	815	108	42	17	113
Variedad de los contenidos	965	872	121	41	19	107
Diseño del sitio	790	1.097	137	34	26	41
Facilidad para encontrar la información o documento que buscas	676	1.074	187	92	31	65
Frecuencia de actualización de los contenidos	366	715	309	79	31	625
Comunicación con el equipo de Memoria Chilena	280	420	419	55	38	913
Porcentaje Categoría Evaluación	39,5%	37,8%	8,1%	2,1%	1,2%	11,3%

Por su parte, “La facilidad para encontrar la información o documento que buscas” es el aspecto que obtuvo el más alto porcentaje en las categorías de “Malo o Muy malo” (6%), lo que ya había sido expuesto en la pregunta por el nivel de Satisfacción con el sitio web, donde el 9,1% de los visitantes que manifestaron estar “Indiferentes”, “Insatisfechos/as” o “Muy Insatisfechos/as” indicaron que la página era “Poco amistosa y/o poco práctica” (7 casos). Sin embargo, hay que mencionar que, para este mismo aspecto, un 9% de los encuestados/as manifestaron que este elemento no era relevante al momento de valorarlo.

Al estudiar la correlación entre la valoración de estos 9 aspectos y el nivel de satisfacción de los visitantes con el sitio www.memoriachilena.cl, es posible afirmar que en **términos individuales ninguno de estos incide directamente en el nivel de satisfacción de los encuestados/as, al obtener valores cercanos a 0,2 cuando se calcula el coeficiente de correlación entre dichas variables**. Los aspectos que más incidirían en los niveles de satisfacción, con valores de 0,4 cada uno, son “Facilidad para encontrar la información o documento que buscas”, “Claridad de la información” y “Calidad de los contenidos”.

⁴ <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-123834.html>

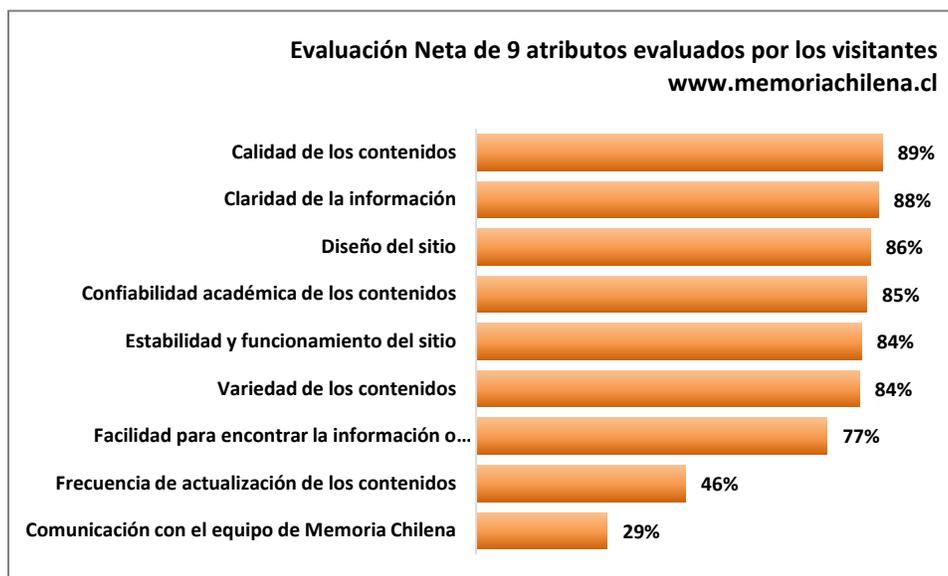


Por otra parte, cuando se intenta establecer la relación entre las evaluaciones de estos 9 aspectos, si bien se encontraron valores significativos en 6 casos, la “Claridad de la información” y la “Calidad de los contenidos” serían las variables que más incidirían en la valoración de los demás aspectos.

Tabla N°11: Coeficientes de Correlación significativos en la evaluación de los 9 aspectos del funcionamiento del sitio web www.memoriachilena.cl		
Aspecto 1	Aspecto 2	Coefficiente de correlación
Facilidad para encontrar la información o documento	Claridad de la información	0,6
Calidad de los contenidos	Claridad de la información	0,6
Claridad de la información	Variedad de los contenidos	0,6
Variedad de los contenidos	Calidad de los contenidos	0,6
Diseño del sitio	Claridad de la información	0,5
Confiabilidad académica de los contenidos	Calidad de los contenidos	0,5

Evaluación Neta 9 aspectos evaluados

La evaluación neta de los visitantes respecto a los 9 atributos mencionados de www.memoriachilena.cl, en forma similar a la operación realizada para el nivel de satisfacción general, se medirá a partir del resultado del porcentaje de visitantes que calificaron como “Muy Buenos” y “Bueno” (nota 5 y 4) menos el porcentaje de visitantes que calificaron como “Muy Malo” o “Malo” (notas 1 y 2) cada uno de estos aspectos.



En términos de promedio, **los 9 atributos valorados alcanzaron una evaluación neta de 74%**, lo que significa que 7 de los 9 aspectos obtuvieron una evaluación positiva por sobre la media. Como ya se había expuesto con anterioridad, para la “Comunicación con el equipo de Memoria Chilena” y “Frecuencia de Actualización de Contenidos”, los bajos porcentajes alcanzados más que explicarse por un alto número de encuestados/as que los valoraron negativamente, son aquellos menos observados por los visitantes y que además son los que generan mayor indiferencia al momento de ser evaluados.



e. Intención de volver a visitar www.memoriachilena.cl

La intención de volver a visitar el sitio web se entiende como un elemento clave al momento de evaluar la satisfacción de los encuestados/as respecto www.memoriachilena.cl, dado que refleja en forma conjunta si el sitio fue satisfactorio, tanto en calidad y cantidad de información, funcionamiento, diseño y editorial de la página, como si fue de utilidad para el visitante.

Al respecto, se puede informar que **el 96,1% de los encuestados informó que tiene la intención de volver a visitar www.memoriachilena.cl**, lo que corresponde a 2.042 casos.

Dado el alto porcentaje de este grupo de visitantes, el perfil de ellos en tanto género y grupo etario, corresponde al perfil del total de la muestra.

Por su parte, el grupo de encuestados/as que informaron que “*No saben si volverían*” (67 casos) o en definitiva “*No lo harían*” (16 casos) son en su mayoría mujeres (55,2% y 50% respectivamente), pero mujeres jóvenes, perteneciendo en un 61,4% a los grupos etarios de entre “9 a 13” y “14 a 18 años”.

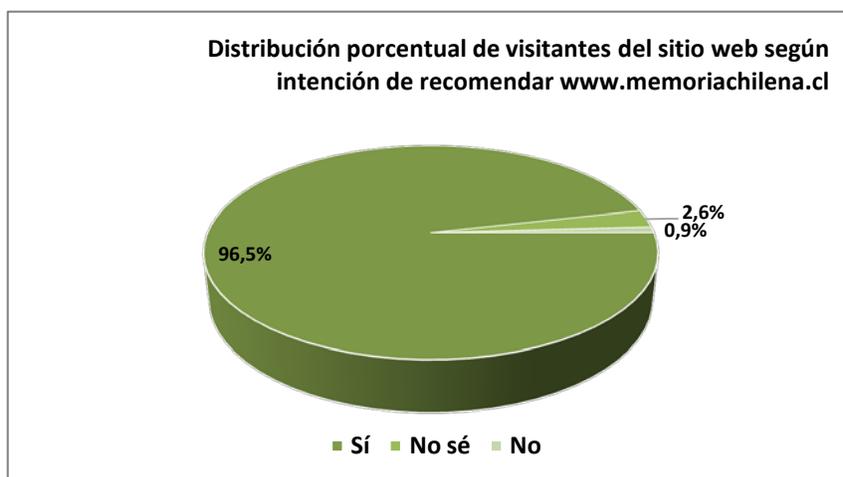


Respecto las argumentaciones informadas por 53 de los 83 encuestados/as que respondieron que “*No saben si volverían*” o en definitiva “*No lo harían*”, el 57,1% justifica su opción por “*No saber si lo requerirá en el futuro*” (32 casos), que, dado el perfil de este grupo de visitantes, permite establecer una clara relación entre el motivo de la visita al sitio y la necesidad de realizar labores escolares.

f. Intención de recomendar el sitio www.memoriachilena.cl

Al igual que el propósito de visitar nuevamente el sitio web, la intención de recomendar www.memoriachilena.cl se entiende como un elemento clave al estimar el nivel de satisfacción de los encuestados/as y la evaluación final que los encuestados/as realizan respecto al sitio. De esta forma, y tal como se grafica a continuación, **un 96,5% de los visitantes declaran que**

recomendarían el sitio a otras personas, lo que equivale a 2.050 casos.



Al igual que para la variable anterior, el perfil de este grupo de visitantes se corresponde con el total de la muestra en tanto género y grupo etario, por representar

casi el 100% de las respuestas.

Por su parte, los visitantes que informaron que “*No sabían si recomendarían el sitio*” (56 casos) o “*No lo recomendarían*” (19 casos), en términos de género presentan un porcentaje similar al total de la muestra para las “Mujeres” (48%), pero aumenta en ellos la representación de los que indican pertenecer a “Otro Género” o deciden “No Responder” (6,7% v/s 1,3% para el total de la muestra).

Respecto al perfilamiento según grupo etario al que pertenecen, este grupo de visitantes son mayoritariamente jóvenes de entre “*9 a 18 años de edad*”, grupo que representa el 57,3% (43 de 75 casos).

Es relevante mencionar que los argumentos dados por este grupo de visitantes no se relacionan directamente con carencias o problemas identificados en el funcionamiento del sitio web, dado las explicaciones más recurrentes son “No Sé” (26,8%), “Es mi 1° vez en el sitio” (17,1%) y “Depende de la otra persona” (12,2%).

Por último, con el fin de identificar la relación existente entre el “*nivel de satisfacción general*” de los visitantes y la “*intención de volver a ingresar o recomendar el sitio web*”, mediante el cálculo del coeficiente de relación, es posible identificar que no existiría una relación directa entre dichas variables, dado que en ambos casos los valores son cercanos a -0,3.

Por el contrario, si existiría una relación lineal entre las variables “*Intención de volver a visitar*” e “*Intención de recomendar el sitio web*”, al obtener un 0,5 como resultado del cálculo del Coeficiente de Correlación.

