

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



Contenido

1. Resumen Ejecutivo de la encuesta a visitantes del sitio www.chileparaninos.cl ..	2
2. Introducción	3
3. Objetivos	4
4. Metodología.....	4
a. Instrumento:.....	4
b. Diseño Muestral y Muestreo.....	5
c. Metodología de Análisis.....	6
5. Resultados Levantamiento de Información	7
A. Perfilamiento y hábitos de los/as visitantes al sitio www.chileparaninos.cl ...	7
a. “Soy”	7
c. Lugar de Procedencia.....	10
d. Género, Edad y Residencia.	13
e. Frecuencia de visitas a la BN y a sus actividades culturales.	15
f. Hábitos de solicitud y visitas a actividades culturales en la BN.....	16
B. Uso del sitio www.chileparaninos.cl.....	17
C. Nivel de conocimiento sobre la Biblioteca.....	19
D. Satisfacción de los/as visitantes con el sitio www.chileparaninos.cl.....	21



1. Resumen Ejecutivo de la encuesta a visitantes del sitio www.chileparaninos.cl.

No hay duda que la dimensión de género ha sido preponderante en los hallazgos de esta encuesta. No es sólo que las mujeres que visitan el sitio www.chileparaninos.cl superen en una proporción de 4 a 1 a los varones, es que además los varones adultos tienen una presencia muy baja.

En efecto, el primer hallazgo de esta encuesta es que el sitio www.chileparaninos.cl tiene mayoritariamente visitantes mujeres adultas.

Más aun, como se establece en el análisis de los datos sobre el perfil de los/as visitantes, se trata de mujeres adultas que visitan el sitio en su calidad de “educadoras”, sea como profesora, apoderada o estudiante de pedagogía.

Además, del número total de mujeres (visitantes a www.chileparaninos.cl) encuestadas un 50% son residentes de las comunas sur, centro y poniente de Santiago.

Si bien podemos suponer, a partir de la información obtenida en el cuestionario, que dichas mujeres visitan el sitio junto a otros niños y niñas, es muy poco lo que sabemos por lo que se hace necesario indagar a futuro de manera más exhaustiva, a través de estudios de índole cualitativo, cuales son las condiciones de uso conjunto entre adultos y niños/as.

Los/as visitantes a www.chileparaninos.cl revelan **una alta satisfacción** en toda la gama de aspectos indagados en la encuesta, sin embargo desde una perspectiva más “blanda” se aprecia que el segmento minoritario insatisfecho es muy enfático y específico sobre lo que no le gusta.

Estos visitantes desafectos al sitio www.chileparaninos.cl representan entre un 20% a 30% del total de la muestra.

En general las críticas aparecen dentro de las temáticas relacionadas a la usabilidad del sitio. Estas críticas apuntan al cambio que ha experimentado el sitio y a sus falencias actualmente, tanto en términos de la complejidad que el sitio supone para su uso con un fin pedagógico junto a los/as niños/as, como a las dificultades que los/as visitantes enfrentan al buscar contenidos para dicho fin.

Son en definitiva críticas de parte de visitantes adultas que acuden con lógicas de uso educativas al sitio, que no obedecen tan sólo a una mera resistencia al cambio, más bien apuntan a problemas en el diseño del sitio.

Recordemos que la visitante mayoritaria a www.chileparaninos.cl es una mujer adulta que acude con lógicas de uso educativas al sitio, por lo que estas problemáticas de satisfacción son propias las principales visitantes que tiene www.chileparaninos.cl.

Por lo pronto se recomienda revisar integralmente el diseño del sitio poniendo especial atención a las problemáticas que destacan los/as visitantes y que hemos revisado en detalle dentro de este informe.

Se recomienda también potenciar la disponibilización de materiales didácticos de amplia gama en el sitio www.chileparaninos.cl a fin de satisfacer la demanda que hacen las usuarias guiadas por lógicas de uso educativas.



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.chileparaninos.cl y su grado de satisfacción respecto a este sitio web de la Biblioteca Nacional de Chile.

Objetivos Específicos

- a. Caracterizar a los visitantes de www.chileparaninos.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.chileparaninos.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 del sitio web a partir del lugar desde donde se conectan a www.chileparaninos.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.chileparaninos.cl y objetivos de la visita.
- e. Identificar el nivel de satisfacción que poseen los visitantes de www.chileparaninos.cl a partir de la experiencia de navegación por cada uno de ellos.

4. Metodología

a. Instrumento:

La encuesta “**Percepción de Satisfacción de Visitantes sitio web www.chileparaninos.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. 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 elementos 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 8 elementos 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.chileparaninos.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 266 encuestas completas, 152 de las cuales se corresponden al mes de septiembre y 116 en el mes de octubre, lo que para esta sub-muestra equivale a un error muestral menor al 5% y un nivel de confianza de 90%.

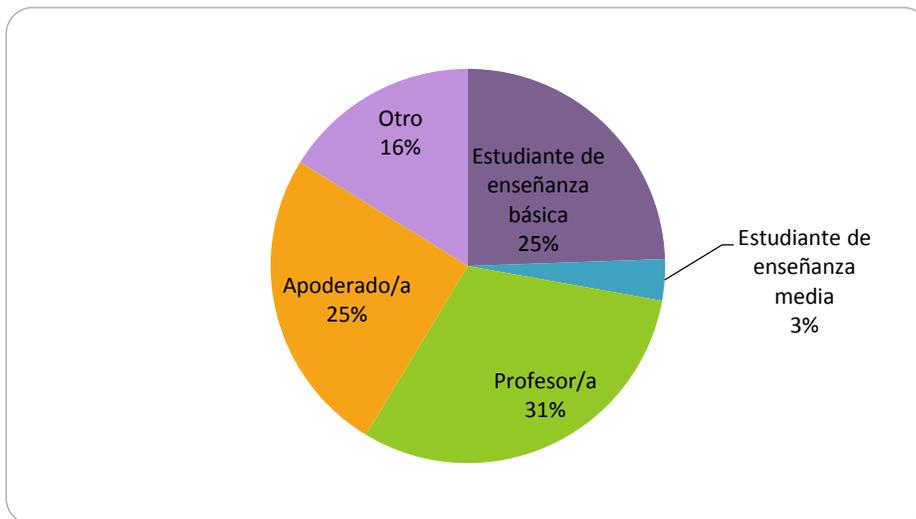
Lo más llamativo de los datos de www.chileparaninos.cl guarda relación con la dimensión de género pues hay una alta proporción de mujeres que visitan sitio respecto de los hombres. De las 266 persona encuestadas 210 fueron mujeres mientras que sólo 45 fueron hombres, lo que representa 79% y 17% respectivamente. Se puede suponer que al menos parte de estas visitas las realizan mujeres junto a niños y/o niñas.

Además, hay 11 casos que responden dentro de la opción “Otro” o “Prefiero no responder”, correspondiente a un 4% y que también resulta significativo. Comentaremos las implicancias de la dimensión de género a lo largo de este acápite.

A. Perfilamiento y hábitos de los/as visitantes al sitio www.chileparaninos.cl

a. “Soy”

En el siguiente gráfico se representa la distribución de las respuestas ante la pregunta por quién es el/la visitante al sitio www.chileparaninos.cl (asociada a la actividad que mejor representa al entrevistado).



Quiénes son los/as visitantes al sitio www.chileparaninos.cl.

Podemos ver que la mayoría de visitantes son adultos, el 72% compuesto por las categorías Profesor/a, Apoderado/a y Otro. Podemos afirmar que este 72% de adultos incluye el 16% de personas que responde con la opción “Otro” (donde los encuestados consignaron de manera libre distintas palabras para auto-describirse) pues dentro de este 16% con auto-descripción sólo **un** caso señala ser una “niña”.



Además, el 56% de los/as visitantes se inscribe dentro de las categorías de “Apoderado/a” o “Profesor/a”, vinculándose al contexto educacional, algo que también caracteriza a los/las visitantes que responden con la opción “Otro” ya que muchos/as se auto definen como estudiantes universitarios. Dentro de estos la mayoría son estudiantes de educación de párvulos (más adelante profundizaremos sobre este punto).

Dentro de la categoría “Otro” hay también quienes se autodefinen como padres y madres, abuelos y dueñas de casa. Muy pocos (no más de seis o siete casos) responden ser profesionales.

Hay un alto porcentaje de estudiantes de educación básica y media, el 28%. La inmensa mayoría de estos son alumnos de enseñanza básica, lo que se condice con la orientación del sitio hacia los niños y niñas más que a los/las adolescentes.

En la tabla a continuación se muestran los datos sobre quienes son los/as visitantes desagregados por género.

“Soy”	Femenino	Masculino	Otro	No responde	Total
Apoderado/a	58	14	0	0	72
Estudiante de enseñanza básica	36	21	2	6	65
Estudiante de enseñanza media	5	4	0	0	9
Otro	32	3	1	2	38
Profesor/a	79	3	0	0	82
Total general	210	45	3	8	266

Podemos ver que las más altas frecuencias están representadas por las visitantes mujeres que eligen la opción “Profesor/a”, con 79 casos, y luego “Apoderado/a” con 58 casos. En conjunto estas dos casillas acumulan el 51.5% del total de visitantes al sitio.

Vemos que dentro de la opción “Otro” figuran también mayoritariamente mujeres, con 32 casos versus sólo tres de hombres. Como se señala más arriba la mayoría de los términos usados por estas mujeres para la auto-descripción dicen relación con el cuidado y la enseñanza, siendo los términos más usados los de “educadora de párvulos”, “estudiante universitaria”, “dueña de casa” y “mamá”.

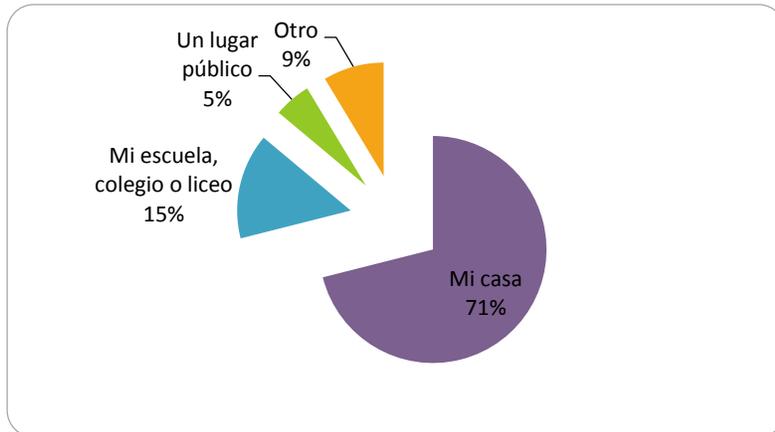
Estos datos permiten rápidamente apreciar que el perfil del visitante del sitio corresponde fuertemente a **mujeres adultas quienes en su rol de cuidadores/formadores buscan material educativo**.

Cabe destacar la concentración entre los/las estudiantes de enseñanza básica de quienes optan por “prefiero no responder” ante la pregunta por su género (seis casos). Este dato podría reflejar que la pregunta por el género fue de particular “cuidado” para la sensibilidad infantil o que la formulación de la pregunta no es inmediatamente obvia para los/las menores.



b. “Desde donde nos visitan”

A continuación se grafica la distribución de visitantes según el lugar desde donde se conectan.



Desde donde visitan el sitio www.chileparaninos.cl.

El alto porcentaje de visitantes que se conectan desde sus hogares habla de “lo doméstico” como el contexto principal para quienes consultan www.chileparaninos.cl.

En la tabla a continuación se muestran los datos de desde donde se visita el sitio cruzados con quienes son los visitantes.

“Soy” / “De donde visito”	Mi casa	Mi colegio	Otro	Lugar público	Total gral.
Apoderado/a	54	0	10	8	72
Estudiante de enseñanza básica	50	11	2	2	65
Estudiante de enseñanza media	8	0	1	0	9
Otro	26	5	5	2	38
Profesor/a	52	25	3	2	82
Total general	190	41	21	14	266

Los datos permiten ver que hay dos espacios que reúnen el 87% de los casos y que podemos llamar el *espacio doméstico* y el *espacio educacional*. Vemos que ambos espacios tienen un carácter mixto en el sentido que dentro de estos se mezclan tanto visitantes adultos como infantiles.

Vemos que dentro del espacio educacional la presencia de los alumnos se expresa en 11 casos, que representan un 27%. Este es un porcentaje similar al que representan los 58 estudiantes (básica y media juntos) que visitan desde el espacio doméstico, un 30%.

Es decir, si bien tanto los niños/as como los adultos optan mayoritariamente por el espacio doméstico, la proporción entre adultos y estudiantes tanto dentro del espacio educativo como del doméstico es de alrededor de 30% estudiantes y 70% adultos.



Cabe preguntarse si las “lógicas de uso” del sitio por parte de los niños/as son similares tanto en el contexto educativo (colegios, liceos y escuelas) como en el contexto de lo doméstico.

Se podría suponer que estas lógicas de uso trasladan a lo domestico los sentidos del espacio educativo, lo que hablaría bien de la cualidad educativa del material de sitio (algo sobre lo que nos detendremos más adelante dentro del acápite de “uso” del presente informe).

En el caso de los adultos, considerando tanto sus roles de educadores y apoderados como lo que declaran explícitamente respecto de los usos del sitio, la lógica de uso educativa por su parte es bastante clara.

c. Lugar de Procedencia

Comunas en la RM.

A nivel general, el 49,2% de los encuestados declaró vivir en la Región Metropolitana (RM), 46,3 % declaró provenir de regiones y un 4,5 % de otro país.

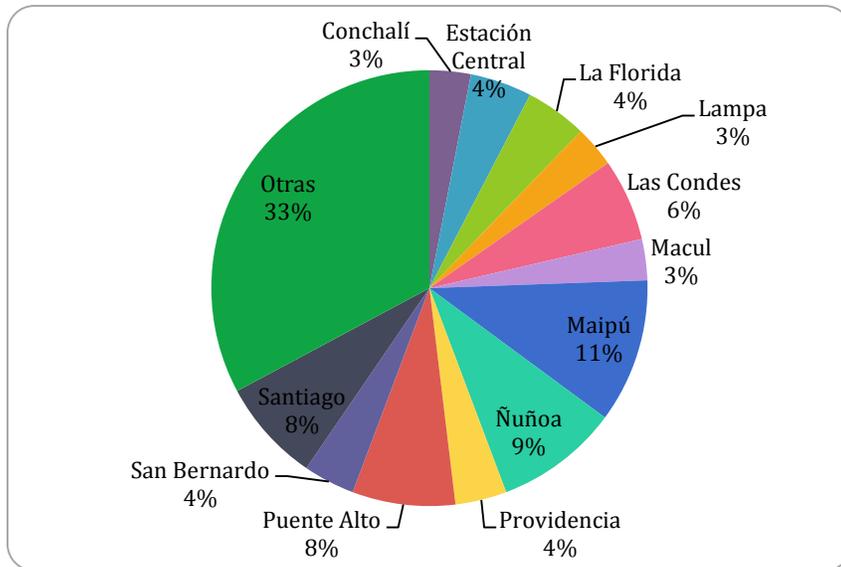
En la tabla a continuación se muestran los porcentajes del lugar de procedencia, desagregada por género.

Procedencia	Femenino	Masculino	Otros	Total	Total%
Región Metropolitana	102	23	6	131	49,2%
Regiones	97	21	5	123	46,3 %
Otro País	11	1	0	12	4,5%

Se puede ver que la proporción entre mujeres y hombres que existe dentro de la RM es similar a la proporción entre mujeres y hombres presente en regiones, alrededor de 5:1. Es decir, los datos a nivel de todo el país muestran que sólo un hombre visita el sitio por cada 5 mujeres.

Este es un dato muy significativo en términos de género y podemos suponer que dicha proporcionalidad está ligada a la prevalencia de los roles tradicionales de género entre quienes visitan www.chileparaninos.cl, algo que podremos ver ratificado más adelante al tratar la categoría de análisis de “uso” y cruzar los datos (desagregados por género) con el uso que los entrevistados dan al sitio cuando se conectan. Dentro de la Región Metropolitana, las comunas que más presencia tuvieron son: **Maipú (11%), Ñuñoa (9%) y Santiago Centro y Puente Alto (8%).**





Comuna de procedencia en la Región Metropolitana de los usuarios que visitan el sitio web www.chileparaninos.cl

Vemos que la distribución de los/las usuarias de www.chileparaninos.cl dentro de las comunas de la RM es bastante homogénea, sin que exista una comuna que concentre a dichos usuarios/as. De hecho, se observa que para el tercer lugar dos comunas ocupan la posición con un 8% (Santiago Centro y Puente Alto) y que incluso hay cuatro comunas con un 4% (Estación Central, La Florida, Providencia y San Bernardo) y 3 con un 3% (Conchalí, Lampa y Macul).

Es interesante ver que las comunas del sector oriente concentran en conjunto sólo un 20 % de los/las usuarios/as (incluyendo comunas que no aparecen en el gráfico como La Reina y Vitacura que alcanzan escasamente un 1%). Pese a que se podría suponer una alta concentración del capital cultural entre las comunas del oriente de la RM y por ende de visitantes de dichas comunas, los datos de visitas al sitio no parecen apuntar en la dirección de dicha correlación.

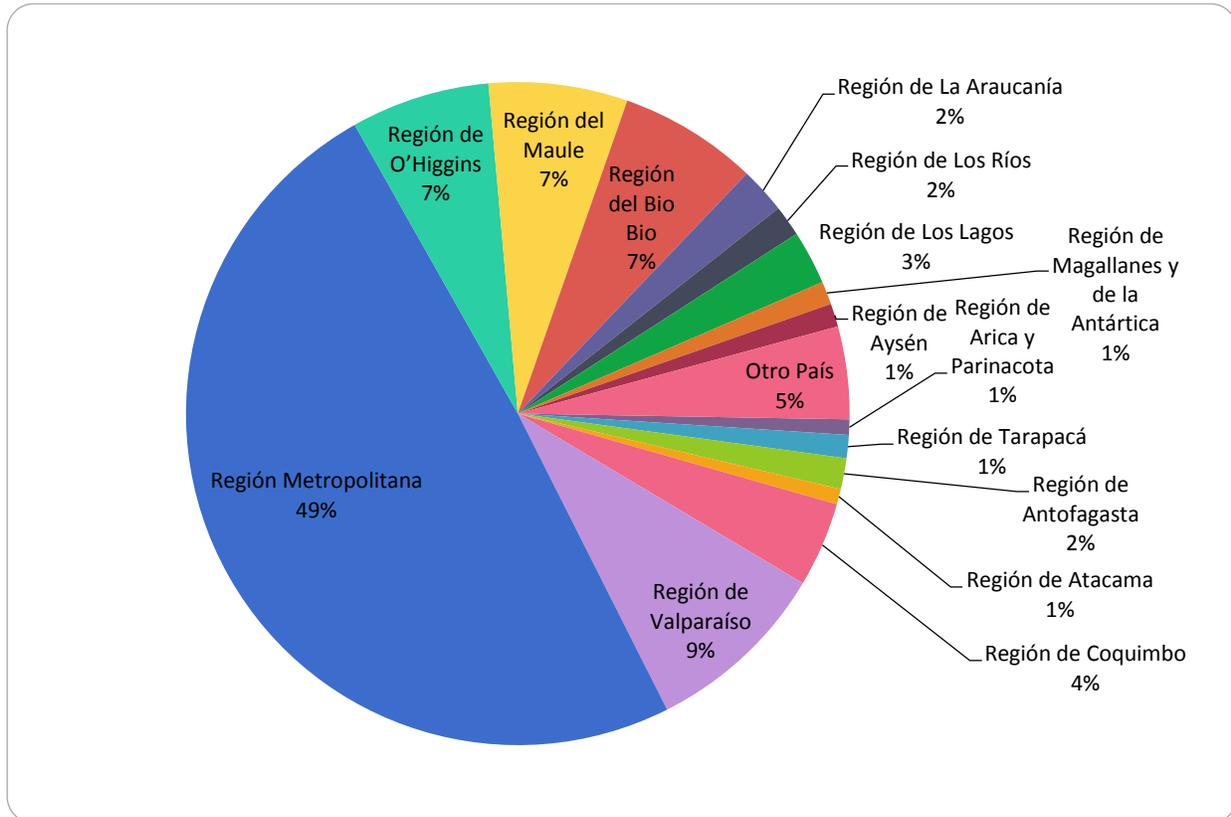
El restante 80% de los visitantes se distribuyen, como se ha dicho, de manera amplia sobre las comunas sur, centro y poniente de la RM.

Podemos pensar que estos datos abalan la idea que la red de internet es un medio masivo de acceso a la información de carácter democrático, esto al menos dentro de territorios con grandes concentraciones urbanas como la Región Metropolitana. Por cierto dicho geocalización de los/as visitantes se condice con la misión de la Biblioteca Nacional como una entidad de carácter público.



Las regiones

A nivel general los visitantes de la RM son aproximadamente un 49% (por sobre lo que su población representa en el contexto nacional), las regiones son aproximadamente 46% y los que visitan de otro país un 5%. Los datos se grafican a continuación.



Región de procedencia de los usuarios que visitan el sitio web www.chileparaninos.cl

Si bien estas cifras expresan el efecto de la centralización, fuera de la RM nuevamente tenemos una distribución territorial bastante amplia de los/las visitantes sin que una comuna concentre más del 10%. Las regiones con mayor presencia fueron: Región de Valparaíso (9%), Regiones del Bío Bío, del Maule y de O'Higgins (7%) y Región de Coquimbo (4%).

Vemos que alguna de las regiones con más visitantes son también aquellas que concentran los niveles de población más altos del país (por ejemplo la región del Bío Bío y Valparaíso).

En la tabla a continuación se muestran los tramos de edad cruzados con los datos de lugar de residencia a nivel general, además del porcentaje total para cada tramo.



Tramo de edad	Total general residencia	Porcentaje
2 a 13 años	66	24,81%
14 a 18 años	9	3,38%
19 a 29 años	60	22,56%
30 a 39 años	65	24,44%
40 a 49 años	47	17,67%
50 a 59 años	15	5,64%
60 a 69 años	3	1,13%
Más de 80	1	0,38%
Total general	266	100%

Vemos que a nivel de todas las regiones y el extranjero la mayor proporción de visitantes al sitio se encuentra dentro de los tramos edad de 2 a 13 años y de 30 a 39 años.

Estos datos se condicen con el hecho que el www.chileparaninos.cl presenta material útil tanto para los niños y niñas como para los padres y profesores que desean encontrar material didáctico y educativo. El hecho que el tercer tramo que más visita el sitio es de 19 a 29 años calza también con el perfil de estudiantes de pedagogía y madres jóvenes, algo que comprobaremos a en seguida.

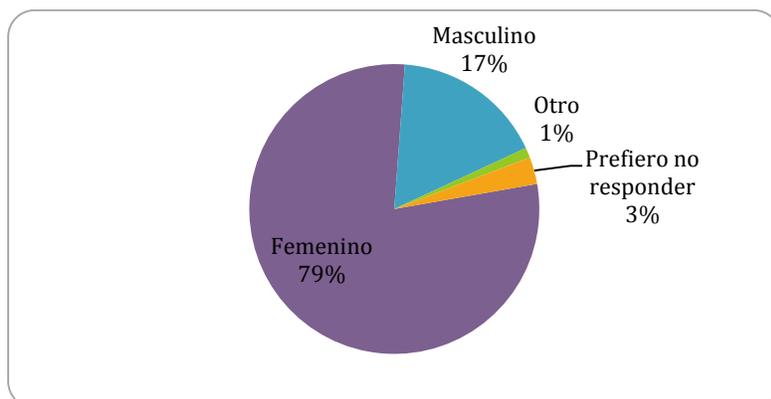
A continuación entonces veremos cómo estos datos muestran fuertes diferencias entre hombres y mujeres al desagregar por género a los visitantes.

d. Género, Edad y Residencia.

Huelga aclarar que a diferencia de las encuestas presenciales donde se trabajó con una muestra intencionada en términos de la proporción entre hombres y mujeres (como se ha señalado anteriormente), la proporción de hombres y mujeres para las encuestas no presenciales no fue forzada.

Como se ha señalado ya, de las 266 persona encuestadas 210 fueron mujeres mientras que 45 fueron hombres, lo que representan 79% y 17% respectivamente. Hay también 11 casos que responden dentro de la opción "Otro" o "Prefiero no responder", correspondiente a un 4% .

A continuación, se grafican los datos de género de los/as visitantes.



La característica más sobresaliente de los datos de las/los visitantes a www.chileparaninos.cl desde el género es que es una usuaria femenina. Entre los varones los visitantes están concentrados en el primer tramo de edad, es decir son mayoritariamente niños.

Respecto de los totales de “Otro” y “Prefiero no responder”, que juntos representan un poco más del 4% del total, es interesante señalar la diferencia entre este 4% y los resultados de los encuestas presenciales donde no hubo prácticamente ningún entrevistado que manifestara su preferencia por alguna de estas dos opciones. Se puede suponer que la diferencia de datos entre ambos tipos encuestas está relacionada a la mayor confidencialidad que ofrece la encuesta remota, algo que puede incidir al responder una pregunta sobre este tema.

En la tabla a continuación se muestran los datos de tramos de edad desagregados por género.

Tramo de edad	Femenino	Masculino	Otro	No responde	Total gral.
2 a 13 años	37	21	2	6	66
14 a 18 años	5	4	0	0	9
19 a 29 años	54	3	1	2	60
30 a 39 años	57	8	0	0	65
40 a 49 años	42	5	0	0	47
50 a 59 años	11	4	0	0	15
60 a 69 años	3	0	0	0	3
Más de 80	1	0	0	0	1
Total	210	45	3	8	266
Total %	78,94%	16,91%	1,13%	3,01%	100%

Los varones adultos en los tramos de edad que van de 19 años en adelante acumulan 20 casos, lo que corresponde sólo al 7.5 %.

Se puede ver que los tramos donde se concentran la mayor cantidad de visitantes son entre los 2 a 13 años y los tramos que van de los 19 a 29 años y de 29 a 39 años y vemos que la desagregación por género muestra en general una proporción aproximada de 4 mujeres por cada hombre.

En efecto, todos estos tramos muestran la presencia abultada de mujeres por sobre los hombres. **Incluso entre los niños y jóvenes la cantidad de niñas casi duplica la cantidad de niños.**

Entre los tramos de 19 a 29 años como de 30 a 39 años la proporción a favor de las mujeres es prácticamente de 3 a 1. Tomados en conjunto, **en estos tramos los hombres constituyen escasamente una veinteava parte de lo que representan las mujeres.**

En la tabla a continuación se muestran los datos de residencia desagregados por género.



Procedencia	Mujeres	Hombres	Otros	No responde	Total gral.	Total %
RM	102	23	1	5	131	49.1%
Regiones	97	21	2	3	124	46.5%
Otro país	11	1	0	0	12	4.4%
Total gral.	210	45	3	8	266	100%
Total %	78.95%	16.91%	1.12%	3%		

Vemos que la alta proporción de mujeres y hombres que visitan el sitio se reproduce tanto dentro como fuera de la RM. Es decir, del total de visitantes al sitio procedentes de la RM (131 casos) el 77,86% son mujeres (102 casos) y el 17,55% son hombres (23 casos), mientras que del total de visitantes procedentes de regiones (124 casos) son mujeres el 78,22% (97 casos) y hombres el 16,93% (21 casos), proporciones prácticamente iguales entre mujeres y hombres.

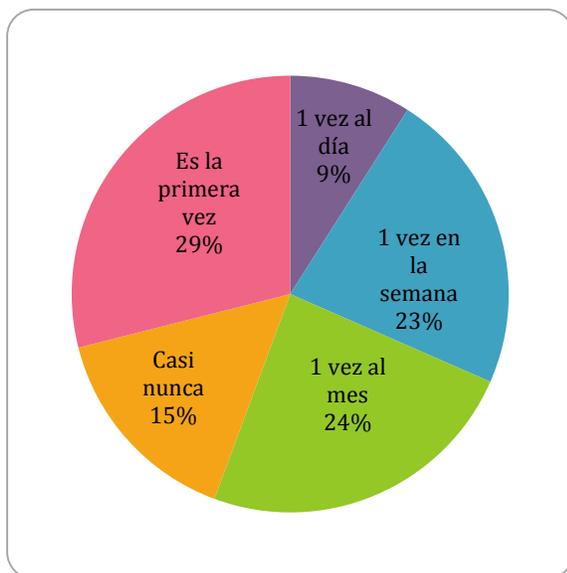
Este dato refleja lo preponderante que puede ser la dimensión de género como determinante de preferencias pues el uso del sitio se expresan de maneras casi idénticas tratándose de contextos hiper-urbanos, como puede ser gran parte de la RM, o de contextos menos urbanos como pueden existir fuera de la RM.

e. Frecuencia de visitas a la BN y a sus actividades culturales.

Ante la pregunta ¿Cada cuánto tiempo nos visitas? La mayoría relativa responde que es su primera vez, un 29%.

Del resto el 15% dice hacerlo casi nunca, un 24% una vez por mes, un 23% una vez por semana y sólo un 9 % lo hace todos los días.

Los datos se grafican a continuación.



Frecuencia de visitas de usuarios/as del sitio www.chileparaninos.cl



En la tabla a continuación vemos la frecuencia de visitas desagregada por género.

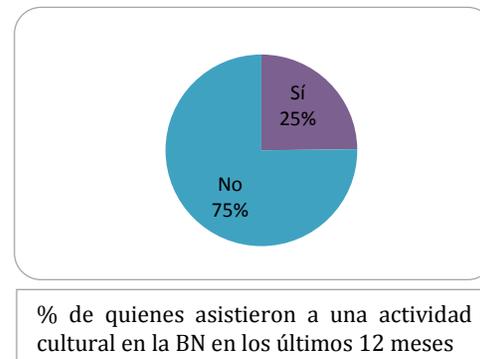
Frecuencia de Visita / Género	Femenino	Masculino	Otro	No responde	Total	Total %
1 vez al día	18	6	0	0	24	9.0%
1 vez al mes	52	9		3	64	24.1%
1 vez por semana	52	7	1	0	60	22.6%
Casi nunca	28	10		3	41	15.4%
Es la primera vez	60	13	2	2	77	28.9%
Total general	210	45	3	8	266	100%

Se puede ver que la mayoría relativa de casos corresponde a mujeres que visitan por primera vez el sitio (60 casos). También se observa que los totales de los tramos de frecuencia de visitas de una vez por semana y una vez por mes concentran 124 casos (el 46,61% del total de visitas al sitio). Dentro de estos tramos están concentradas 104 casos de mujeres (el 49.52%). Es decir, **en términos de frecuencia de visitas de usuario/a lo que sobresale es una mujer que visita por primera vez o que lo hace con cierta regularidad.**

f. Hábitos de solicitud y visitas a actividades culturales en la BN.

Ante la pregunta ¿Ha solicitado algún préstamo en los salones de la Biblioteca Nacional de Chile en los últimos 12 meses? la inmensa mayoría de los/as visitantes al sitio responde que no lo ha hecho.

Una pequeña fracción de los casos sí ha solicitado material la BN en los últimos 12 meses. Cuando se les consultó a los/as visitantes si habían asistido a alguna actividad cultural en la BN en los últimos 12 meses, el 75% dice que sí, mientras que el 25% dice que no.



Se puede ver entonces que el visitante de www.chileparaninos.cl, que sabemos corresponde a predominantemente **una mujer adulta, asiste a la Biblioteca más en calidad de visita a actividades culturales que como usuaria de sus colecciones.**



B. Uso del sitio www.chileparaninos.cl.

Se habló al principio acerca de las lógicas de uso tanto de los estudiantes de básica y media como de los adultos visitantes. Retomando la idea que el uso principal de los visitantes al sitio se relaciona con lógicas de uso educativo veremos las respuestas expresadas ante la pregunta “para qué usas el sitio”. A continuación, se grafican las respuesta.



Usos de los visitantes al sitio www.chileparaninos.cl

Vemos que efectivamente las categorías que responden a una lógica de uso expresamente educativa (como son “estudiar” y “hacer tareas”) reúnen el 46% de las opciones.

Además, dentro del alto porcentaje de respuestas con la opción abierta “Otro” los/as visitantes consignan términos como “**para enseñar**”, señalan usar el sitio con el fin de obtener información “**para preparar clases**”, para su hijos y para sus alumnos. En general estos usuarios describen el uso del sitio desde una lógica de uso educativo adulta. No hay información dentro de la categoría “Otro” sobre los visitantes más jóvenes.

Para contestar la pregunta acerca de cuáles serían las lógicas de uso de los visitantes “estudiantes” (parcialmente formulada al comienzo de este informe) podemos ver como se cruza el uso del sitio con la edad de los visitantes.

En la tabla a continuación vemos los datos de uso cruzados con los tramos de edad de los visitantes.

Uso Edad	Otro	Entretención	Estudiar	Hacer tareas	Total gral.
2 a 13 años	5	26	17	18	66
14 a 18 años	1	6	0	2	9
19 a 29 años	33	7	10	10	60
30 a 39 años	17	12	10	26	65
40 a 49 años	22	5	6	13	47
50a 59 años	6	1	6	2	15
60a 69 años	1	1	1	0	3
Total general	86	58	50	71	266*

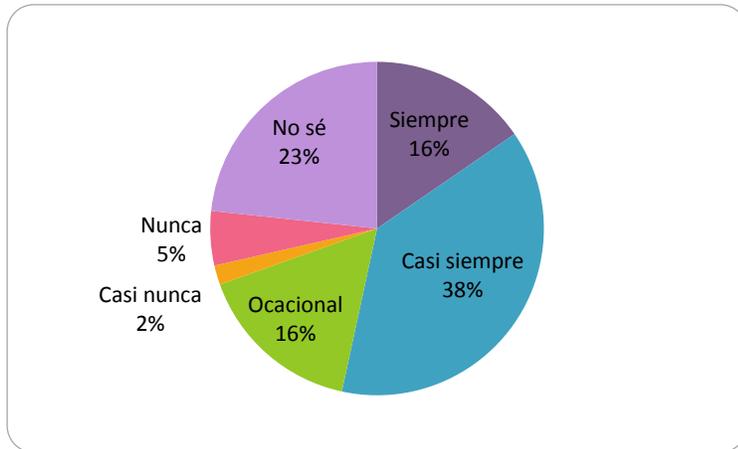
*Se omiten un caso de más de 80 años y uno que no contestó para sintetizar la tabla



Podemos observar que las mayores frecuencias de casos están en la casilla de niños/as que visitan el sitio por entretenimiento y adultos que los hacen para hacer tareas (26 casos cada uno).

Tal como se señaló en la introducción a este informe podemos suponer que estas últimas son visitas que los adultos hacen junto con los niños/as, pero no hay información concluyente al respecto.

Respecto de la pregunta por la frecuencia en los visitantes encuentran lo que buscan en el sitio, el siguiente gráfico muestra la distribución de las respuestas.



Frecuencia con la que los visitantes encuentran lo que buscan en www.chileparaninos.cl

La tasa de éxito es bastante alta, acumulando las opciones “Siempre”, “Casi siempre” y “Ocasionalmente” el 70% de los casos.

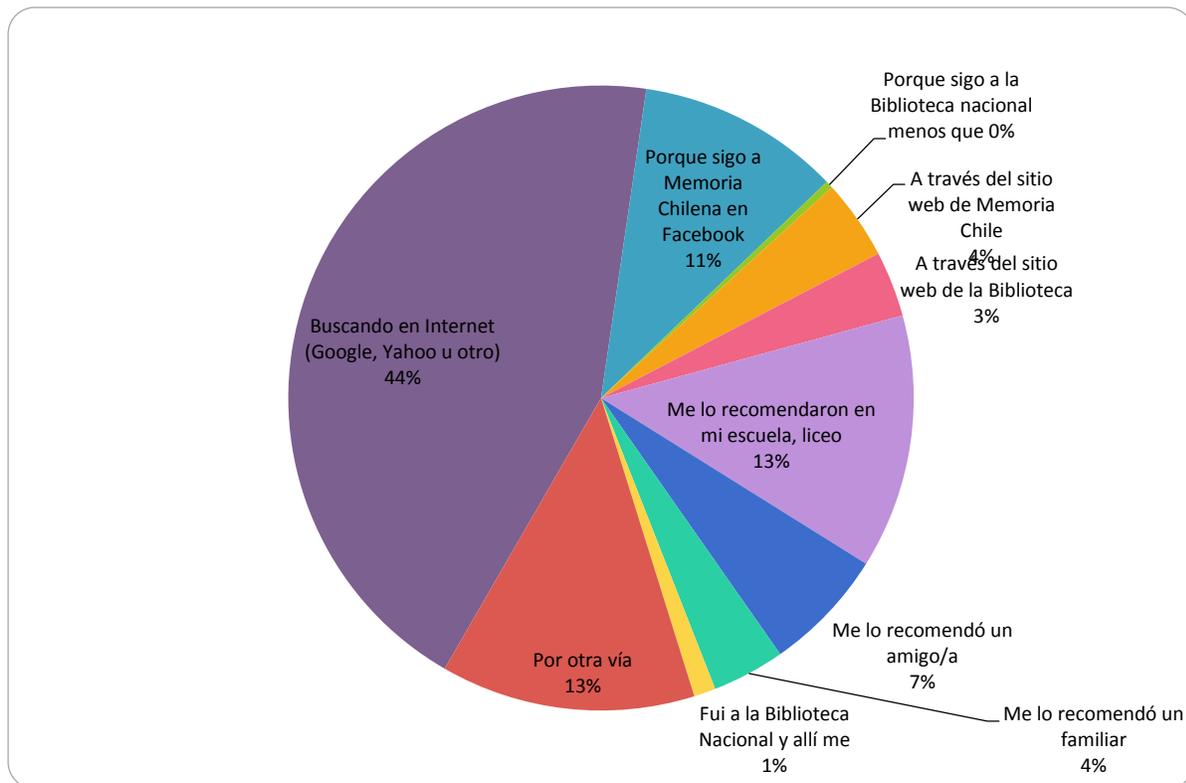
El siguiente cuadro muestra la frecuencia con que los/as visitantes encuentran lo que buscan cruzado con los tramos de edad de los/as visitantes.

Edad/Encuentra	Casi nunca	Casi siempre	No sé	Nunca	Ocasionalmente	Siempre	Total general
2 a 13 años	4	22	11	6	8	15	66
14 a 19 años	0	3	3	1	1	2	10
20 a 29 años	1	22	19	2	12	3	59
30 a 39 años	0	23	18	3	10	11	65
40 a 49 años	0	21	9	1	8	8	47
50 a 59 años	0	8	2	0	4	1	15
60a 69 años	0	2	0	0	0	1	3
Más de 80 años	0	0	0	1	0	0	1
Total general	5	101	62	14	43	41	266

Podemos ver que la columna “Casi Siempre” tiene en los tramos de edad de mayor frecuencia de visitas (de 2 a 13 años y los que van desde los 20 a los 49 años) número de casos muy similares que fluctúan entre los 21 y 23 años. Es decir, no se puede asociar el éxito con que se encuentra lo que se busca en el sitio con ser adulto o joven.



Respecto de la pregunta por cómo llegaron los visitantes al sitio, el siguiente gráfico muestra la distribución de las respuestas.



Cómo llegan los visitantes al sitio www.chileparaninos.cl

Se observa que en su mayoría los/as visitantes llegan al sitio a través de buscadores como Google y Yahoo (44%).

El siguiente medio por el cual los visitantes llegan al sitio es al ser referidos por algún otro visitante (20%).

El tercer medio para llegar al sitio es "Otro" y dentro de este se consignan los mismos canales de acceso como buscadores de internet, recomendación de profesores/as y/o compañeros/as, otros sitios web, además de libros y canales de radio.

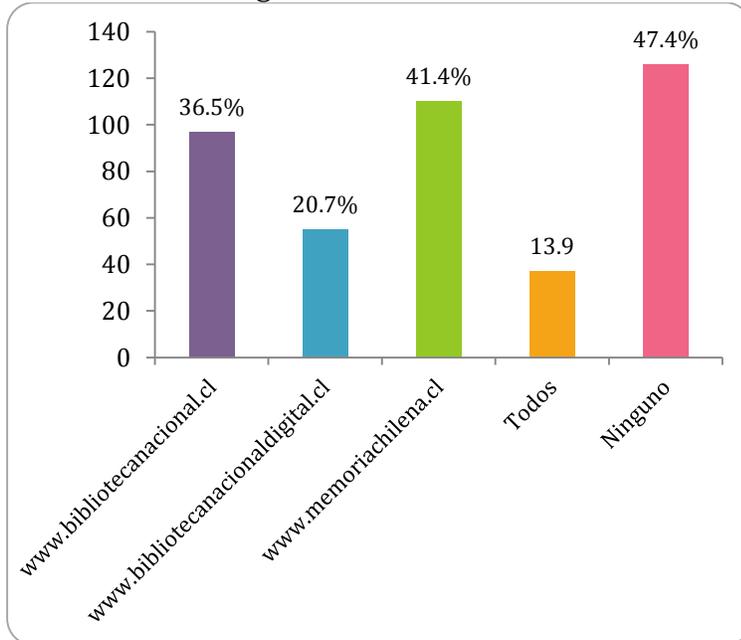
C. Nivel de conocimiento sobre la Biblioteca

Cuando se les preguntó a los/as visitantes por cuales sitios de la Biblioteca Nacional habían visitado en los últimos 12 meses, la primera mayoría relativa fue la opción "Ninguno", con 47.4%.

Luego vino www.memoriachilena.cl con 41.4%, seguida por www.bibliotecanacional.cl con 36.5%. En cuarto lugar figura www.bibliotecanacionaldiogital.cl con 20.7%. Sólo el 13.9% había visitado todos los sitios en los últimos 12 meses.

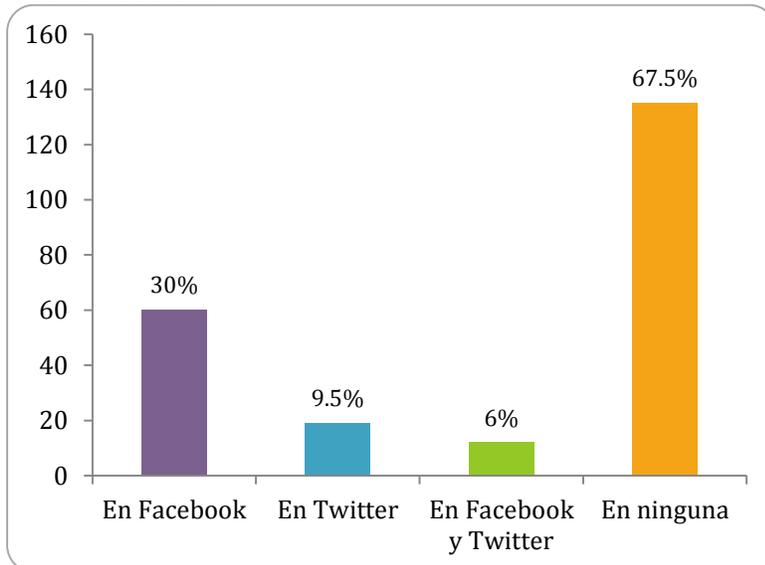


La información se grafica a continuación.



Es presumible que al menos parte de los/as visitantes a www.memoriachilena.cl hayan pasado desde ahí a www.chileparaninos.cl .

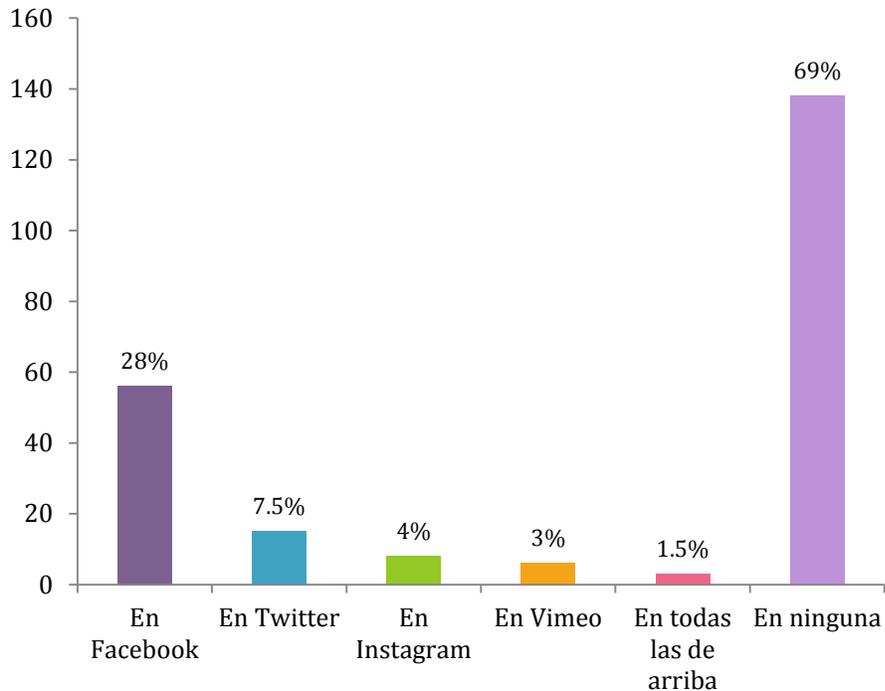
En respuesta a la cuales son las redes sociales por las que los/as visitantes siguen tanto a la Biblioteca Nacional de Chile como a Memoria chilena, por lejos la mayoría señaló no seguirlas (69% y 67.5% respectivamente). La información para Memoria Chilena se grafica a continuación.



En que redes sociales siguen a Memoria Chilena.

La información para la Biblioteca Nacional de Chile se grafica a continuación.





En qué redes sociales sigues a la Biblioteca nacional de Chile.

Vemos que la red social a través de la cual los/as visitantes más siguen tanto a Memoria Chilena como a la Biblioteca Nacional es Facebook, con un 30% y 28% respectivamente. Cabe destacar que el 60% de los/as visitantes a www.chileparaninos.cl no sabía que Chile para niños es una iniciativa de la Biblioteca Nacional de Chile.

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.

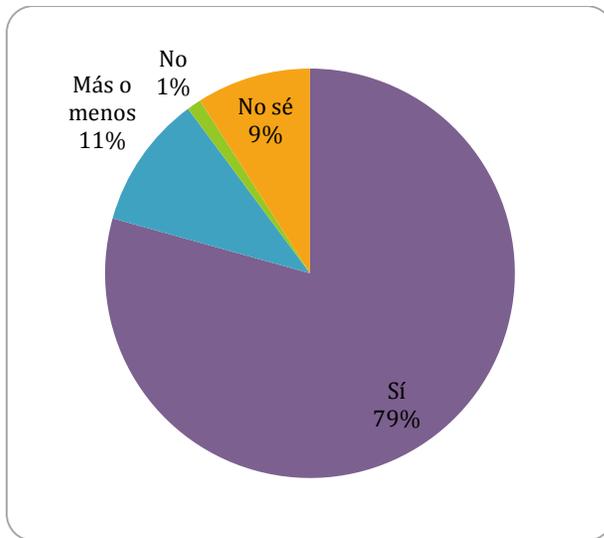
D. Satisfacción de los/as visitantes con el sitio www.chileparaninos.cl.

Ante la pregunta “¿Te gusta el sitio www.chileparaninos.cl?” la inmensa mayoría indicó que sí le gusta el sitio, un 79%.

Entre el 20% que forman las columnas de “No”, “No sé” y “Más o menos”, la principal razón por la que los/as visitantes no les gusta el sitio se relacionan con que prefieren el formato anterior, al parecer desconocen el sitio como está dispuesto actualmente. Además, afirman que el sitio no tiene la información que necesitan.

Los datos se grafican a continuación.





Gusto de los/as visitantes por el sitio www.chileparaninos.cl

El siguiente cuadro muestra las preferencias de los/as visitantes desagregadas por género.

Te gusta/género	Femenino	Masculino	Otro	No responde	Total gral.
Más o menos	21	6	0	1	28
No	2	0	0	1	3
No sé	19	3	1	1	24
Sí	168	36	2	5	211
Total gral.	210	45	3	8	266

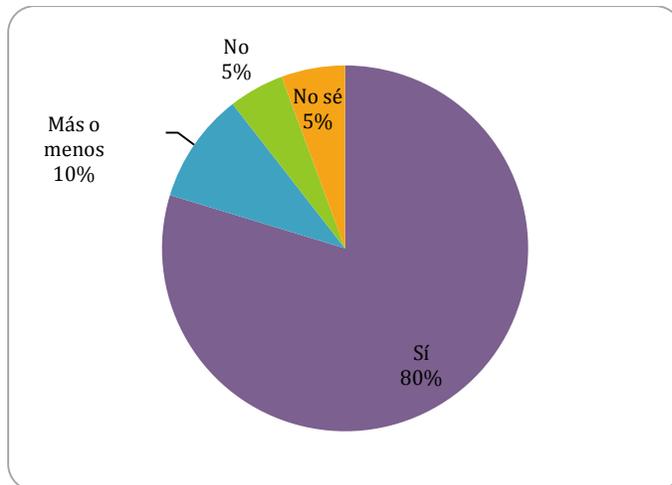
Sólo las mujeres expresan que no les gusta el sitio (dos casos) mientras que ningún varón es tan taxativo.

Sin embargo, dentro de la opción “Más o menos”, el porcentaje de casos que dentro de los varones expresan su insatisfacción con el sitio es levemente mayor al porcentaje de casos que expresan insatisfacción dentro de las mujeres, un 13.3% y un 10% respectivamente.

Es curioso que tomadas las opciones “No”, “No sé” y “Más o menos” en su conjunto, el porcentaje de casos dentro de las mujeres que expresan insatisfacción con el sitio es **idéntica** a al porcentaje casos que dentro de los varones se muestran insatisfechos, **exactamente** un 20%.

Ante la pregunta sobre si es fácil de usar el sitio www.chileparaninos.cl, nuevamente la inmensa mayoría de los/as visitantes, el 80%, consideran que efectivamente es fácil de usar. Sólo el 5% considera que el sitio no es fácil de usar. Los datos se grafican a continuación.





Respuestas respecto de si es fácil usar el sitio www.chileparaninos.cl.

Tomadas en conjunto las opciones “No”, “No sé” y “Más o menos” constituye el 20%. Dentro de las respuestas abiertas que se solicitan al responder una de estas tres opciones los/as visitantes señalan que no conocen bien el sitio o que es primera vez que lo exploran:

“Estoy recién comenzando a usarla”, “Aún no lo conozco” o “Porque no la he usado”.

Además, nuevamente se reiteran los reparos sobre el nuevo formato del sitio. Se consignan frases como:

“Me cuesta el nuevo formato”, “El formato actual me parece engorroso”, “Porque antes era más fácil pero ahora con la nueva aplicación no lo sé usar” o “El sitio anterior era más amigable”.

Un tema particularmente relevante es lo difícil que resulta el sitio de usar para los niños/as, los/as visitantes señalan:

“En la versión anterior era más sencillo para los alumnos”, “Lo utilizo con niños de 1 a 4 básico y no logran llegar a los contenidos, más bien temas, fácilmente” o “Creo que el contenido podría ser más accesible para niños y niñas pequeños”.

Un/a visitante expresa vehementemente:

“Me complica con niños de 1°. ERA MEJOR ANTES LA OTRA VERSION.”

La tabla a continuación resume algunos tramos de edad y las opiniones sobre cuán fácil es usar el sitio.



Edad/ Es fácil de usar	Más menos	o	No	No sé	Sub Total	Sí	Total gral.
2 a 13 años	6	2	1	9	57	66	
14 a 19 años	1	0	0	1	9	10	
de 20 a 29 años	7	3	4	14	45	59	
30 a 39 años	4	4	3	11	54	65	
40 a 49 años	6	2	5	13	34	47	
50 a 59 años	2	2	2	6	9	15	
Total general	26	13	15	54	212	266*	

*Se omiten los tramos mayores a 60 años para sintetizar la tabla.

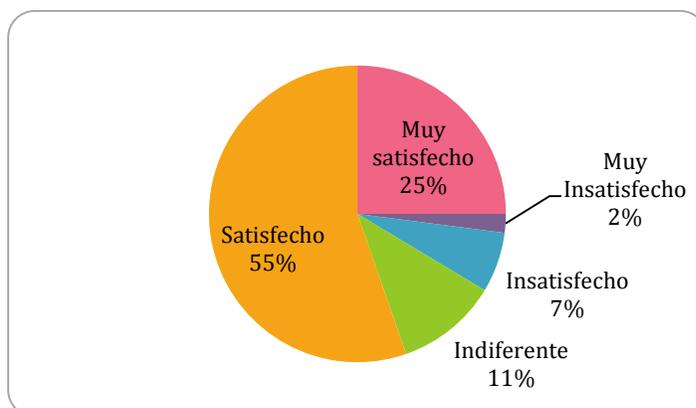
Vemos que la mayor concentración de respuestas de insatisfacción con lo difícil que puede resultar el uso del sitio (columna de Sub Total) está entre los tramos de 2 a 13 años y entre los tramos que van de los 20 a 49 años.

Se puede ver que son los niños y niñas así como los adultos profesores/as y cuidadores/as quienes experimentan en mayor medida las dificultades. Son quienes, como hemos visto, usan el sitio desde lógicas de uso educativo.

Algo similar ocurre cuando se consulta a los/as visitantes por cuan fácil les resulta encontrar material en el sitio. El 74% dice que “Sí” es fácil mientras que el 6% dice “No”, el 7% dice “No sé” y el 13% opina que “Más o menos”.

Nuevamente al mirar el 26% que se concentra en las opciones “No”, “No sé” y “Más o menos”, las opiniones de insatisfacción se relacionan a que el diseño no es amigable, que la información está “escondida”, que antes era más fácil de usar o que no es fácil para un niño usarlo solo.

Respecto de la pregunta **explícita** por cuan satisfecho se sienten los/as visitantes con el sitio, los resultados se grafican a continuación (los porcentajes de satisfacción se expresan dentro de una escala que va de “Muy satisfecho/a”, “Satisfecho/a”, “Indiferente”, “Insatisfecho/a” a “Muy Insatisfecho”).



Satisfacción en el uso del sitio www.chileparaninos.cl.



Tomados juntos, quienes se sienten “Satisfechos” y “Muy satisfechos” corresponden al 80%.

Las opciones “Indiferente”, “Insatisfecho” y “Muy insatisfecho” reúnen el restante 20%. Dentro de las respuestas abiertas solicitadas por la encuesta dentro de estas opciones se reiteran las críticas al nuevo diseño del sitio y la dificultad que implica su uso para fines educativos.

Los comentarios de los usuarios incluyen frases como las siguientes:

“Como pudieron cambiar el sitio tan completo que había por esto sin color, sin animaciones, es incomprendible, como cambiar algo excelente por esto.”

“El diseño es complejo o simplemente aburrido para los niños.”

“Antes era “Aprendiendo jugando” pero ahora es más teoría.”

“Cambiaron mucho la página y antes era más fácil de usar y de utilizar en el aula de clases con niños de kínder.”

“Requiere mucha mediación al trabajar con los niños, no es clara la información y la forma de buscar no facilita.”

Claramente estas, al igual que las anteriores, son observaciones que van más allá de una mera resistencia al cambio y apuntan a vicios en el diseño del sitio.

Al pedirles a los/as visitantes que evaluaran con una “nota” entre 1 y 5 las dimensiones de Diseño, Funcionamiento, Comunicación con, Facilidad, Claridad y Variedad de contenidos del sitio (siendo el 1 “Muy malo” y el 5 “Muy bueno”), los resultados fueron consistentes con las respuestas de los/as visitantes en la batería de preguntas de la encuesta.

La tabla a continuación muestra los porcentajes para cada dimensión evaluada con “nota”.

Dimensión/Valor	Muy mal	Mal	Indiferente	Bueno	Muy bueno	No observado	Total
Diseño	2.5%	5%	5.5%	46.5%	37%	3.5%	100%
Funcionamiento	1.5%	2.5%	8.5%	50%	32%	5.5%	100%
Comunicación	3%	0.5%	16.1%	30.2%	12.6%	37.7%	100%
Facilidad	2.5%	6.5%	9%	54.3%	20.6%	7%	100%
Claridad	1.5%	4.5%	5%	45.5%	38%	5.5%	100%
Variedad	2.5%	5%	7.5%	48%	29%	7%	100%
Promedio	2.3%	4%	8.6%	45.9%	28.2%	11%	100%

Vemos que los promedios de evaluación muestran que al sumar los resultados de “Bueno” y “Muy bueno” tenemos un 74% de satisfacción positiva.

Tomados en conjunto los promedios de las columnas “Muy mal”, “Mal”, “Indiferente” el resultado es prácticamente el 15%, menor que los porcentajes de insatisfacción en las otras preguntas de la encuesta. Esta diferencia se puede suponer corresponde a que dichos totales, de las otras preguntas de la encuesta, incluían a quienes respondían haber contestado “No observado” en las evaluaciones con “nota”.



Finalmente, ante las preguntas por si el/la visitante volvería a visitar el sitio y si lo recomendaría, nuevamente los porcentajes de respuestas positivas reflejan un alto grado de satisfacción, 86% y 87% respectivamente.

Un 11.5% no sabe si visitará el sitio en los próximos 12 meses y sólo un 2.5% señala que no lo hará. Por su lado, un 8% no sabe si recomendaría el sitio a otra persona y sólo un 5% no lo haría. La siguiente tabla muestra los datos para la próxima visita desagregados por género.

Volvería a visitar/género	Femenino	Masculino	Otro	No responde	Total	Total %
No	4	2	0	1	7	2.5%
No sé	21	8	0	2	31	11.5%
Sí	185	35	3	5	228	86%
Total general	210	45	3	8	266	100%
Total %	79%	17%	1%	3%	100%	

Vemos que las mujeres son mucho más gravitantes en los totales de respuestas (79%) y que en su inmensa mayoría volverán a visitar el sitio (185 de 210 casos, que representan el 88%). Entre los varones un 78% volvería a visitar el sitio.

Entre las razones para no visitar nuevamente el sitio los/as visitantes señalan:

“porque no encuentro las cosas que tenía antes” o “porque no es ameno para las niñas”.

La siguiente tabla muestra los datos sobre si recomendarían el sitio desagregados por género.

Recomendaría/género	Femenino	Masculino	Otro	No responde	Total	Total %
No	7	5	0	2	14	5%
No sé	16	5	0	0	21	8%
Sí	187	35	3	6	231	87%
Total general	210	45	3	8	266	100%
Total %	79%	17%	1%	3%	100%	

Vemos nuevamente el gran peso relativo de las mujeres en los porcentajes de respuesta y que la inmensa mayoría si recomendaría el sitio (187 de 210, un 89%).

Entre los varones un idéntico 78% recomendaría el sitio a otra persona.

Entre las razones de porque no recomendarían el sitio los/as visitantes señalan:

“porque no tiene la información de antes” o “porque era más entretenido antes”.

