

DETERMINANTES DEL GRADO DE SATISFACCIÓN EN LA VISITA A UN ATRACTIVO CULTURAL

El Caso del Museo de Antioquia - Colombia

Juan Gabriel Brida
Free University of Bolzano - Italia
Pablo Daniel Monterubbianesi
Universidad Nacional del Sur-CONICET
Bahía Blanca - Argentina
Sandra Zapata-Aguirre
Institución Universitaria Colegio Mayor de
Antioquia, Medellín - Colombia

Los museos pueden llegar a competir directamente con otros atractivos culturales dentro de las alternativas de uso del tiempo libre de los visitantes, y de esto han sido conscientes sus gestores. Aunque los museos son principalmente organizaciones sin ánimo de lucro, en las últimas dos décadas éstos se han visto presionados a captar un amplia y diversa audiencia. Características demográficas, actitudes, percepciones y expectativas son aspectos que hacen parte de las dimensiones del conocimiento que se debe tener de los visitantes. El objetivo del presente trabajo consiste en analizar los determinantes del grado de satisfacción de los visitantes de un museo, considerando el caso particular del museo de Antioquia (Colombia). Para ello, se realiza un análisis empírico empleando un modelo logit ordenado, a partir de 410 encuestas realizadas a turistas y residentes que visitan este museo, considerando entre los determinantes características socioeconómicas, de la visita y experiencias de los visitantes. Los resultados muestran que el hecho de ser extranjero, tener mayoría de edad y haber pagado para entrar al museo eleva la probabilidad de caer en una categoría de satisfacción mayor. Por otro lado, una mejor señalización y un mejor trato por parte del personal de las salas elevan la satisfacción del individuo; a la vez que el trato del personal en taquilla no resulta tan relevante.

PALABRAS CLAVE: *satisfacción, museos, modelo logit, Colombia, turismo cultural.*