

EL MODELO DE EXPERIENCIAS APLICADO A UN MUSEO

La perspectiva de los visitantes

*Marlusa de Sevilha Gosling
Universidade Federal de Minas Gerais
Belo Horizonte, Brasil
João A. Silva
Universidade de Algarve
Faro, Portugal
Mariana de Freitas Coelho
Centro Federal de Educação Tecnológica
de Minas Gerais - Belo Horizonte, Brasil*

El objetivo de esta investigación fue proponer y probar un modelo de relaciones entre dimensiones de la calidad percibida y constructos endógenos (satisfacción, aprendizaje efectivo y recomendación), de acuerdo con la percepción de los visitantes de un museo. El estudio tuvo dos fases, la primera fue exploratoria y cualitativa y la segunda fue cuantitativa y descriptiva. La encuesta se llevó a cabo en el museo llamado Centro de Conocimiento de la UFMG, situado en la plaza del Circuito Cultural Libertad de Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. Los resultados mostraron que las motivaciones de los encuestados que visitan el museo incluyó la recomendación hecha por personas cercanas, la búsqueda de experiencias nuevas y diferentes, el aprendizaje, el deseo de conocer la cultura local, el escapismo y el turismo. Además, se encontraron relaciones significativas entre la calidad percibida y todos los constructos resultantes estudiados.

PALABRAS CLAVE: *Motivaciones para visitar museos, calidad de servicio, satisfacción y aprendizaje en los museos.*