
INFORME GESTIÓN 2024

MUSEO DE SITIO CASTILLO DE NIEBLA



#SOMOSELFUERTE



Este informe analiza la gestión del Museo de Sitio Castillo de Niebla en 2024. Conocido también como Fuerte de Niebla, este Monumento Nacional es referido aquí como "Castillo de Niebla" para destacar su identidad histórica. Los términos museo, monumento o fuerte hacen referencia a la misma institución, un espacio de encuentro, aprendizaje y difusión cultural.

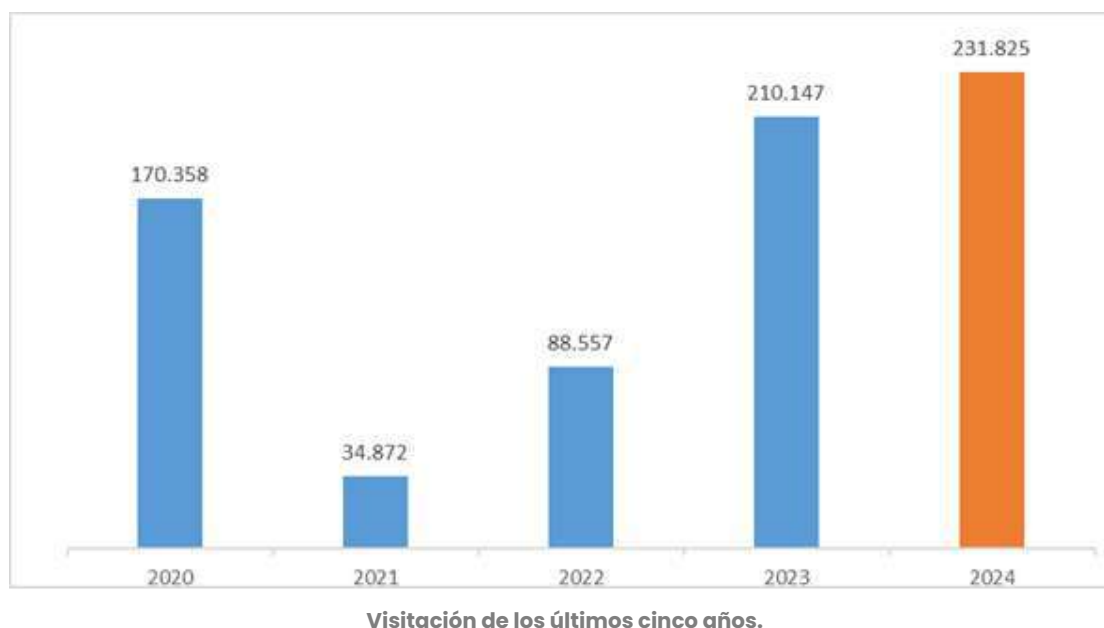
Esta institución ha propuesto consolidarse como un referente en la gestión del patrimonio, no solo integrando a la comunidad local, sino también atrayendo a visitantes de todo el país y el extranjero. Su misión principal es estudiar, conservar y difundir el patrimonio cultural asociado al monumento, buscando posicionarse como un eje de desarrollo comunitario. Este objetivo se enmarca en su especialización en la historia del sistema de fortificaciones y el estuario del río Valdivia. El museo depende de la Dirección Regional de Los Ríos del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural y se articula con los demás museos del Estado a través de la Subdirección Nacional de Museos.

Este documento sintetiza datos relacionados con la visitación, actividades educativas y de extensión cultural, así como la recepción de delegaciones. También incluye las percepciones de los visitantes mediante encuestas de satisfacción, reflejando los logros alcanzados y los desafíos enfrentados durante el año.

Gonzalo Aravena Hermosilla
Director
Museo de Sitio Castillo de Niebla
Enero, 2025.

VISITANTES

Durante 2024, el **Castillo de Niebla recibió 231.825 visitantes**, lo que representa un incremento del 10% respecto al año anterior.



El gráfico muestra la visitación de los últimos 5 años confirmando las tendencias marcadas por los efectos de la pandemia y la posterior recuperación del sector. En 2020, con 170.358 visitantes, a partir de marzo se experimentó una disminución notable en comparación con años previos. Esta tendencia se acentuó en 2021, donde la visitación alcanzó su punto más bajo, con apenas 34.872 visitantes, reflejando el impacto de los confinamientos y la suspensión de actividades, aunque demostrando también los intentos por mantener activo el servicio.

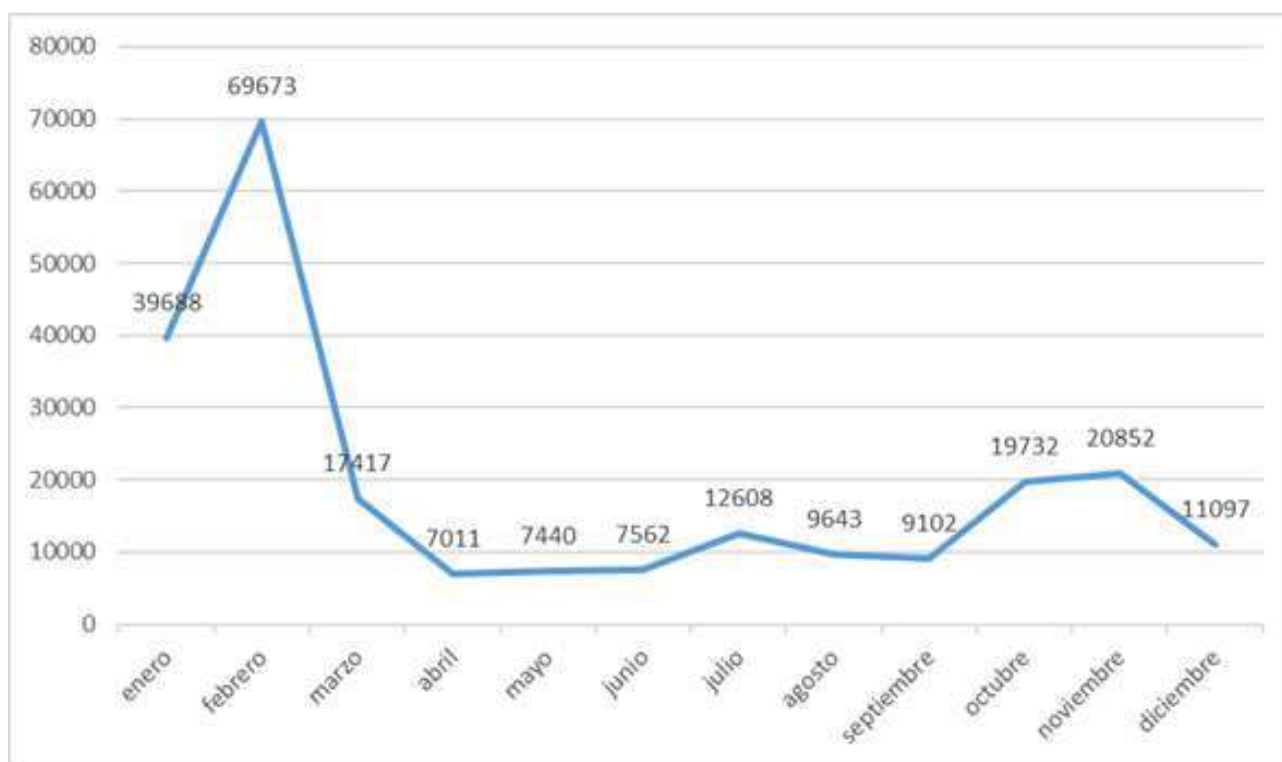
El año 2022 marcó un punto de inflexión con un crecimiento notable, alcanzando 88.557 visitantes, lo que representó un aumento del 154% respecto al año anterior. Este repunte responde a la flexibilización de las restricciones y a los esfuerzos por atraer nuevamente al público. Por su parte, en 2023, el museo logró una recuperación casi total, registrando 210.147 visitantes, acercándose a cifras pre-pandemia.

Finalmente, en 2024, el museo de sitio alcanzó un nuevo máximo con 231.825 visitantes, lo que refleja no solo la reactivación completa del turismo, sino también el éxito de las estrategias de promoción y las múltiples actividades desarrolladas durante el año.

TENDENCIAS MENSUALES Y DIARIAS

Durante 2024, el monumento recibió visitantes durante 266 días, con horarios regulares de martes a domingo en enero y febrero, y de martes a sábado el resto del año. Además, se realizaron aperturas excepcionales en el Día de los Patrimonios Culturales (domingo 26 de mayo) y el Festival de Ciencias (domingo 6 de octubre).

El análisis a la evolución mensual de la visitación, evidencia las fluctuaciones en la cantidad de visitantes según las temporadas y eventos destacados. Por ejemplo, en enero y febrero, se observa un claro peak, alcanzando el punto más alto **en febrero con 69.673 visitantes, mientras que enero se llegó a 39.688 visitantes**, consecuencia de la alta afluencia propia de los meses de verano.



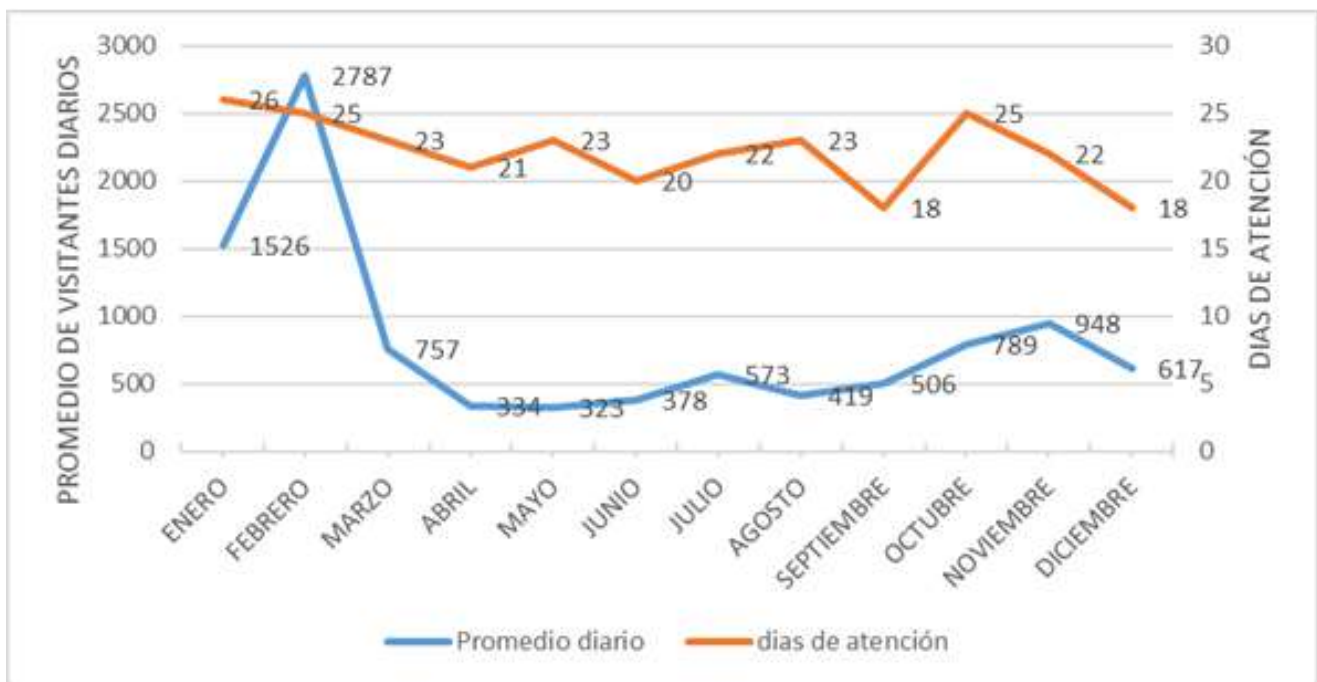
Visitación distribuida en los meses del año

Como señala el gráfico, a partir de marzo, la tendencia experimenta una evidente caída, con 17.417 visitantes, que se profundiza en abril y mayo, meses de menor visitación, registrando solo 7.011 y 7.440 visitantes, respectivamente. Este descenso se relaciona con la menor actividad turística del otoño.

En junio y julio, los números muestran una leve recuperación, alcanzando 12.608 visitantes en julio, lo cual se vincula a las vacaciones de invierno. Posteriormente, en agosto y septiembre, la visitación se estabiliza en torno a los 9.643 y 9.102 visitantes, respectivamente.

En los últimos meses del año, se observa un repunte significativo. Octubre y noviembre presentan cifras elevadas, con 19.732 y 20.852 visitantes, impulsadas por el aumento de delegaciones educativas y turísticas, así como eventos especiales como el Festival de Ciencias. Finalmente, diciembre cierra el año con 11.097 visitantes, marcando una disminución respecto a los meses anteriores, pero manteniendo una tendencia positiva en comparación con el promedio de los meses más bajos.

En síntesis, se confirma cómo las temporadas altas y eventos específicos, junto con factores estacionales, influyen de manera significativa en la dinámica de visitación.



Promedio de visitas diarias por mes frente a cantidad de días de apertura

Por otra parte, como se observa en el gráfico, la relación mensual entre el promedio diario de visitantes y la cantidad de días de atención, permite comprender cómo se intensifica la visitación. Esta relación muestra que el número de días influye en el promedio diario, aunque existen meses donde, a pesar de haber menos días de atención, se mantienen promedios altos, lo que sugiere un aumento en la concentración en días específicos.

En enero y febrero, meses de alta temporada, **el promedio diario de visitantes alcanzó sus valores más altos, con 1.526 visitantes en enero y un peak de 2.787 en febrero**, coincidiendo con 26 y 25 días de atención, respectivamente. A partir de marzo, el promedio diario disminuye significativamente, alcanzando su punto más bajo en abril y mayo, con promedios de 334 y 323 visitantes diarios, respectivamente, pese a mantener más de 20 días de atención en cada mes.

En los meses de invierno, como junio, julio y agosto, se observa una leve recuperación, oscilando entre 378 y 573 visitantes por día. Este comportamiento está asociado a las vacaciones de invierno y a las condiciones climáticas.

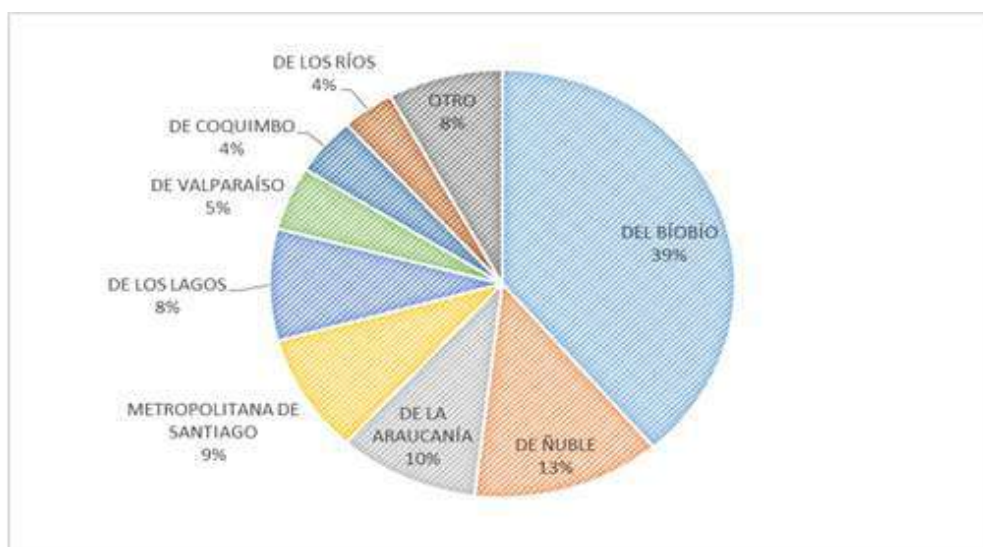
Sin embargo, en septiembre, aunque los días de atención caen a 18, el promedio diario se mantiene estable en 506 visitantes debido a las fiestas patrias y sus feriados asociados. Hacia el cierre del año, en octubre y noviembre, se registra una notable recuperación, con promedios de 789 y 948 visitantes, coincidiendo con el aumento de las delegaciones.

Finalmente, en diciembre, el promedio disminuye a 617 visitantes por día, acompañado de solo 18 días de atención, reflejando un cierre más tranquilo tras los meses de mayor actividad.



DESTACADOS

Con todo, el día del año que mayor visitación tuvo y de manera exponencial fue el de la **Noche Valdiviana (24 de febrero)**, tradicional celebración que marca el cierre del verano. Ese día ingresaron **7.222 personas** al Castillo, confirmándose como la fecha con mayor afluencia de visitantes año tras año.



Procedencia de visitante en peak de visitación

Como se observa en este gráfico, un dato curioso para 2024 es que, ese día, el 52% de los visitantes provino de las regiones de Ñuble y Biobío, un patrón inusual en comparación con el resto del año, probablemente reflejando alguna gestión especial desde esos territorios.

En contraparte, el día con **menor visitación fue el jueves 1 de agosto**, cuando ingresaron solo 30 personas en 4 horas atención de público, debido al cierre anticipado por condiciones climáticas adversas. En la comuna de Valdivia, se suspendieron las clases en todos los establecimientos educacionales y se registraron diversos cortes de tránsito que afectaron la ruta hacia Niebla.

Finalmente, en cuanto al ingreso promedio por día de cada semana, los domingos registraron el mayor promedio, con 1.846 visitantes, representando el 31% del total semanal. Los sábados también mostraron una alta concurrencia, con un promedio de 1.191 visitantes, equivalente al 20% del total.

En contraste, los días de semana (martes a viernes) presentaron promedios más bajos, alrededor de 739 a 745 visitantes por día, cada uno aportando aproximadamente un 12% al total semanal.

Es importante destacar que, aunque los domingos tienen el promedio más alto, el museo estuvo abierto solo 12 domingos en el año, en comparación con alrededor de 51 días para los demás días de la semana.

Esto sugiere que, a pesar de la menor cantidad de días de apertura, los domingos atraen una afluencia significativamente mayor.



Visitas guiadas

PROCEDENCIAS

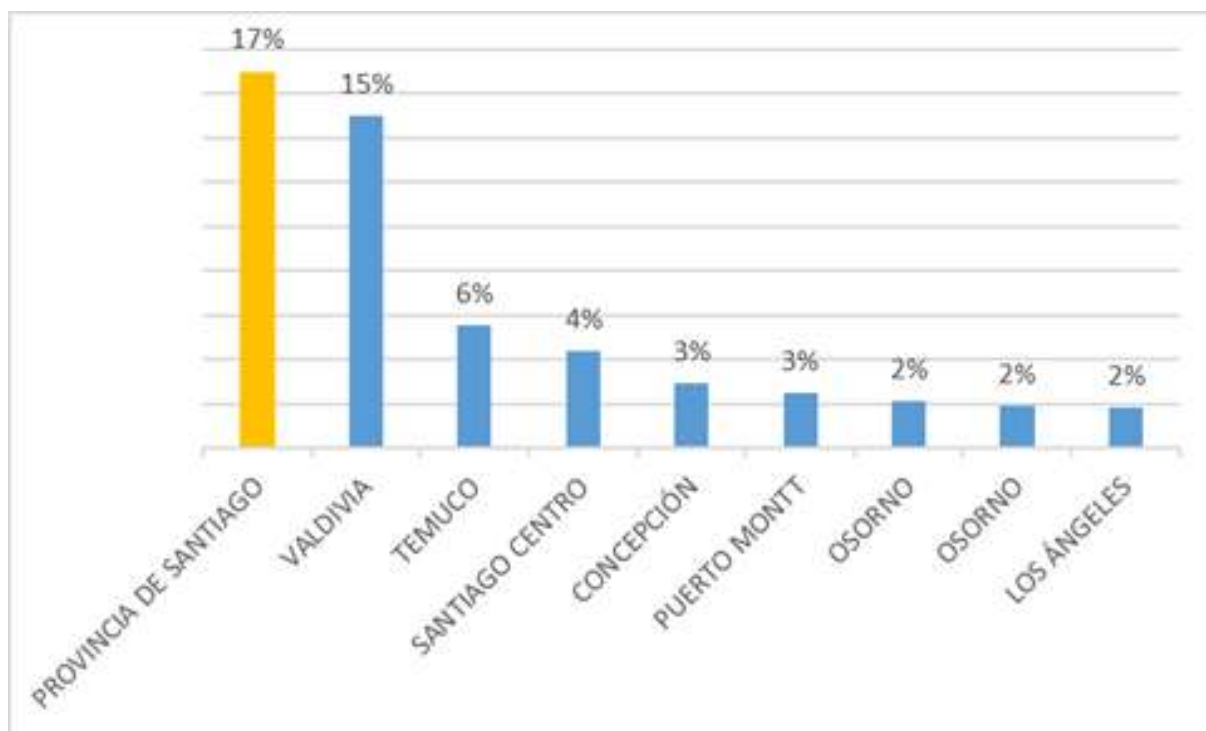
La procedencia de los visitantes refleja el impacto como un espacio cultural de alcance local, nacional e internacional. Analizar el origen (residencia) de quienes nos visitaron permite comprender no solo su influencia en las comunidades cercanas, sino también la capacidad de atraer públicos desde distintas regiones del país. Para obtener esta información, el museo implementó desde 2022 un sistema de acceso que permite caracterizar de manera precisa a los visitantes, incluyendo su lugar de residencia. Este sistema, reconocido a nivel nacional con el **Premio Funciona 2023**, ha sido clave para identificar patrones de visitación, diseñar estrategias de difusión y fortalecer la conexión con las audiencias.

El Concurso Funciona del Servicio Civil es una iniciativa que premia proyectos innovadores implementados por funcionarios públicos, destinados a mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a la ciudadanía en distintas áreas de la gestión pública.



Premiación concurso Funciona, mayo de 2024

Esta sección detalla las principales comunas y regiones representadas, así como las dinámicas internacionales de visitación, destacando los patrones y tendencias que consolidan al Monumento como un destino de turismo cultural.

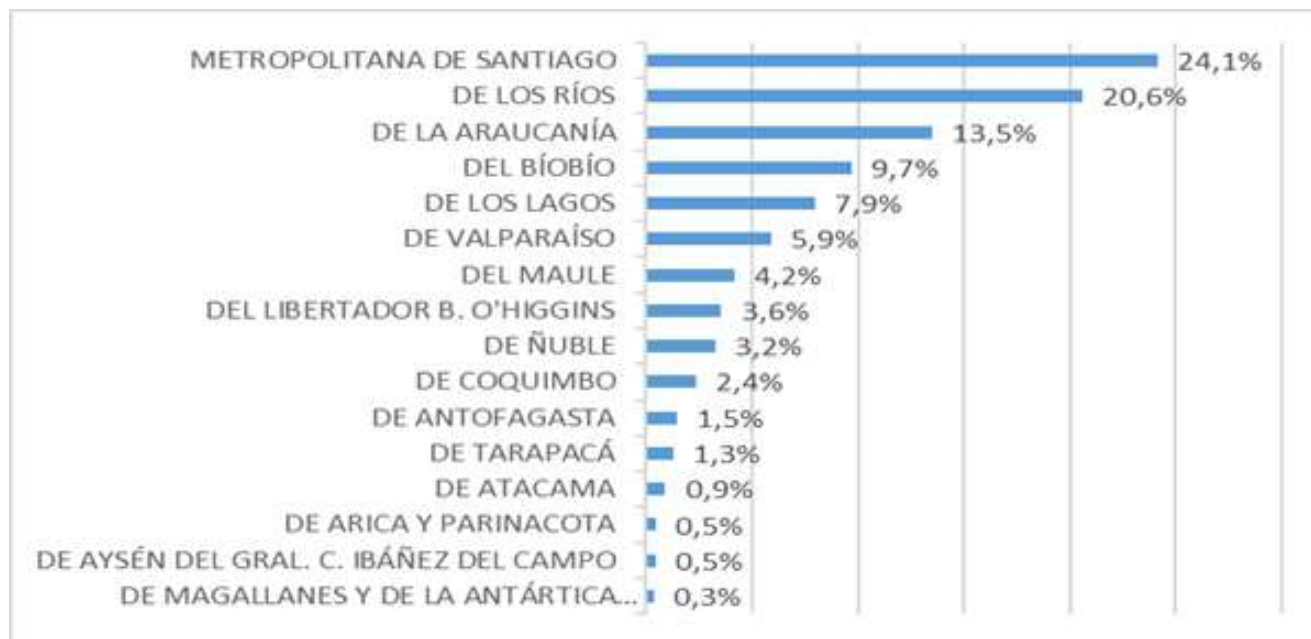


Comunas más representadas

De acuerdo al gráfico anterior, la comuna con mayor representación fue Valdivia, con un 15% del total de visitantes, reflejando una fuerte conexión con la comunidad local. Le siguió Temuco, con un 6%, y Santiago Centro, con un 4%. Comunas como Concepción y Puerto Montt contribuyeron con un 3% cada una, mientras que Osorno, Los Ángeles, Villarrica y Maipú representaron un 2%, muestra de la diversidad de procedencias.

No obstante, si se considera a **Santiago** como provincia en lugar de comuna, como es habitual en respuestas de visitantes que confunden ambas, corregida esta pasa a ocupar el **primer lugar con un 17%** del total de visitantes (barra amarilla).

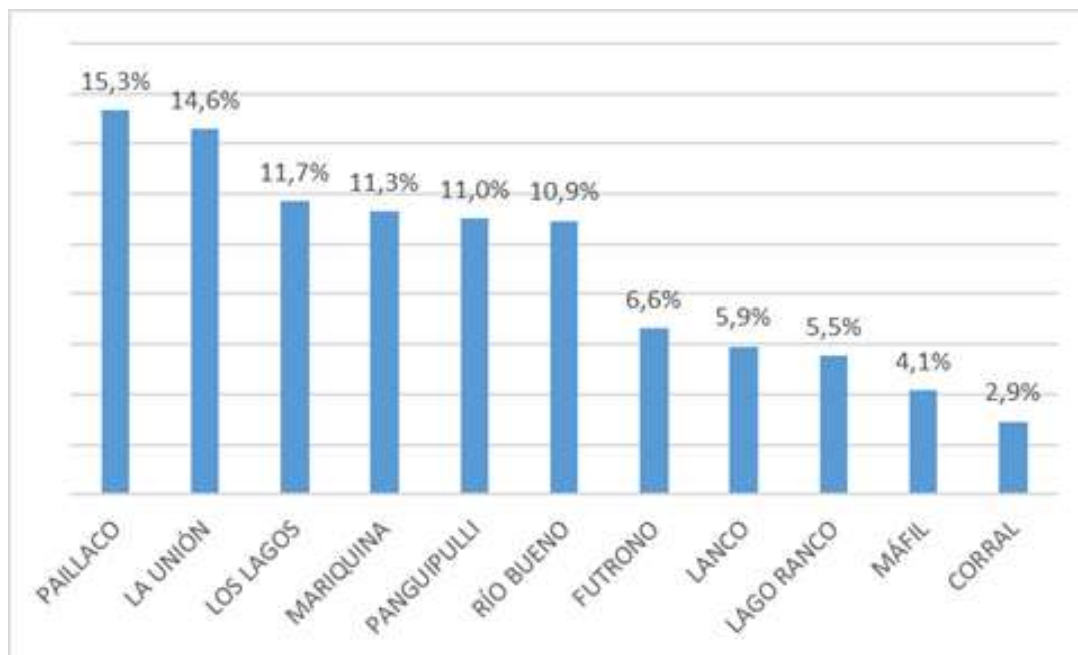
Así, en 2024, el impacto del Castillo de Niebla se extendió a 335 de las 346 comunas del país, alcanzando una **cobertura del 97% del territorio nacional**. Solo las comunas de Camarones, Colchane, Huará, Juan Fernández, Laguna blanca, Ollagüe, Primavera, Río verde, Sierra gorda, Timaukel y Torres del Paine no registraron visitantes.



Visitantes por región

En cuanto a las regiones, según el gráfico, la Metropolitana de Santiago lidera con un 24,1% del total. Le sigue Los Ríos, con un 20,6%. En tercer lugar, se ubica la Región de La Araucanía, que aporta un 13,5%. Por su parte, las regiones del Biobío y Los Lagos también tienen una representación significativa, con un 9,7% y un 7,9%, respectivamente.

Dentro de la Región de Los Ríos, Valdivia sobresale como la comuna con mayor representación, concentrando un 74% de los visitantes. Es más, de estos, 4.843 declararon ser vecinos y residir en la costa valdiviana, lo que representa un importante 10% del total regional y un 2% del total absoluto de la visitación anual al museo de sitio.



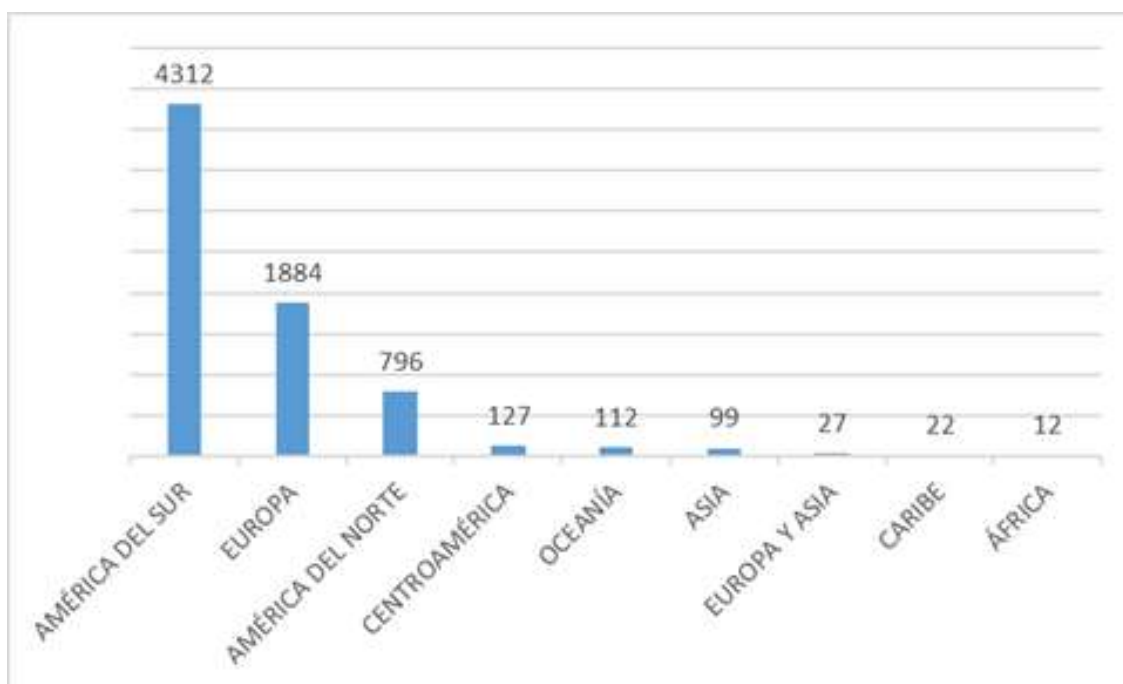
Visitantes de la región de Los Ríos, sin Valdivia.

Sin embargo, sin considerar a Valdivia, las demás comunas de la región igualmente aportan contribuciones significativas, como lo demuestra este gráfico. Por ejemplo, Paillaco y La Unión lideran con aproximadamente un 15% de ese total regional, seguidas por Los Lagos, que alcanza un 11,7%. Comunas como Futrono, Lanco, Lago Ranco y Máfil presentan una representación más modesta, oscilando entre el 6% y el 4%, mientras que Corral es la comuna con menor representación, con solo un 2,9%.

Esta distribución destaca por atraer tanto a visitantes locales como a aquellos provenientes de otras comunas urbanas y rurales de la región. Sin embargo, también plantea el desafío de seguir fortaleciendo la convocatoria hacia los habitantes de la propia Región, especialmente de las comunas más cercanas.

En cuanto a la visitación internacional, se **registró 7.391 visitantes extranjeros**, lo que representa un incremento del 30% en comparación con el año anterior. De este total, el 58,3% provino de Sudamérica, mientras que el 25,4% llegó desde Europa, lo que confirma la preponderancia de los países vecinos en la dinámica turística del lugar. Los países con mayor representación fueron Argentina (2.861 visitantes), España (495), Colombia (493) y Alemania (447).

Estas cifras no solo evidencian la diversidad del público, sino que también posicionan al Castillo como contribuyente al fortalecimiento del turismo internacional a nivel regional, ya que en términos absolutos existe representación de todos los continentes.



Visitantes del extranjero (Rusia se agrupa en Europa y Asia)

DELEGACIONES

En 2024, Castillo de Niebla experimentó un incremento en la recepción de delegaciones organizadas, ofreciendo charlas de bienvenida y, cuando fue posible, visitas guiadas personalizadas realizadas por el área educativa o guías externos caracterizados como personajes de época. Durante este período, se atendieron 909 delegaciones, sumando un total de 31.139 personas, lo que representa un **incremento del 40% en comparación con el año anterior**.

Sin embargo, las delegaciones que recibieron visitas guiadas por parte del equipo del museo disminuyeron de 64 a 29, lo que plantea el desafío de contar con más personal para mejorar este servicio. Entre octubre y diciembre, se registró la mayor afluencia, con 20.372 personas atendidas en 65 días, promediando casi nueve delegaciones por día. Considerando que cada recorrido dura al menos una hora, esta cifra supera con creces la capacidad actual para responder como servicio, evidenciando la necesidad de reforzar el personal para mantener la calidad en la atención.

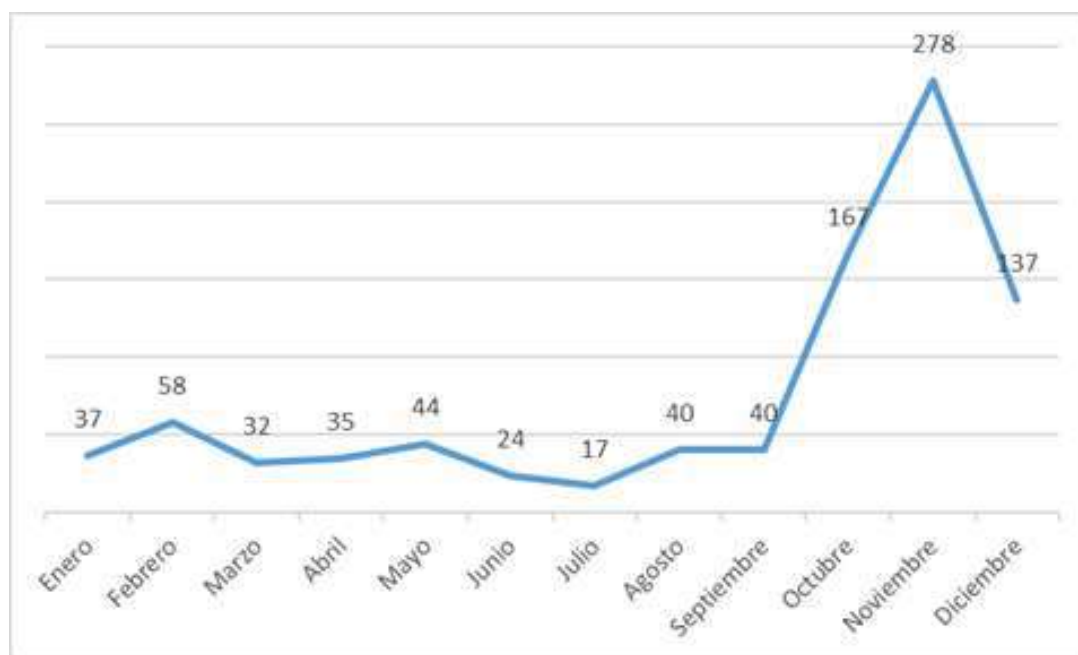


Visita Guiada

Del total de delegaciones, 516 correspondieron a establecimientos educacionales, con 19.095 estudiantes, y 393 fueron de viajes turísticos o programas para adultos mayores, sumando 12.044 personas. Del total, el **66% se identificó con el género femenino**.

En cuanto a los establecimientos educacionales, se registraron visitas de 380 instituciones distintas. De estas, **113 pertenecen a la Región de Los Ríos**, representando el 29% del total nacional, y 42 a la comuna de Valdivia, equivalentes al 11%. Entre los establecimientos de Valdivia que más visitas realizaron al Castillo se encuentran la Escuela España, el Windsor School, el Colegio Nuestra Señora del Carmen, la Escuela Las Ánimas, la Escuela Fernando Santiván, el Liceo Bicentenario, el Instituto Salesiano Valdivia, la Escuela Chile, el Martin Luther King College y la Escuela Juan Bosch de Niebla.

Estos datos muestran la convocatoria del museo, especialmente entre instituciones educativas vecinas.

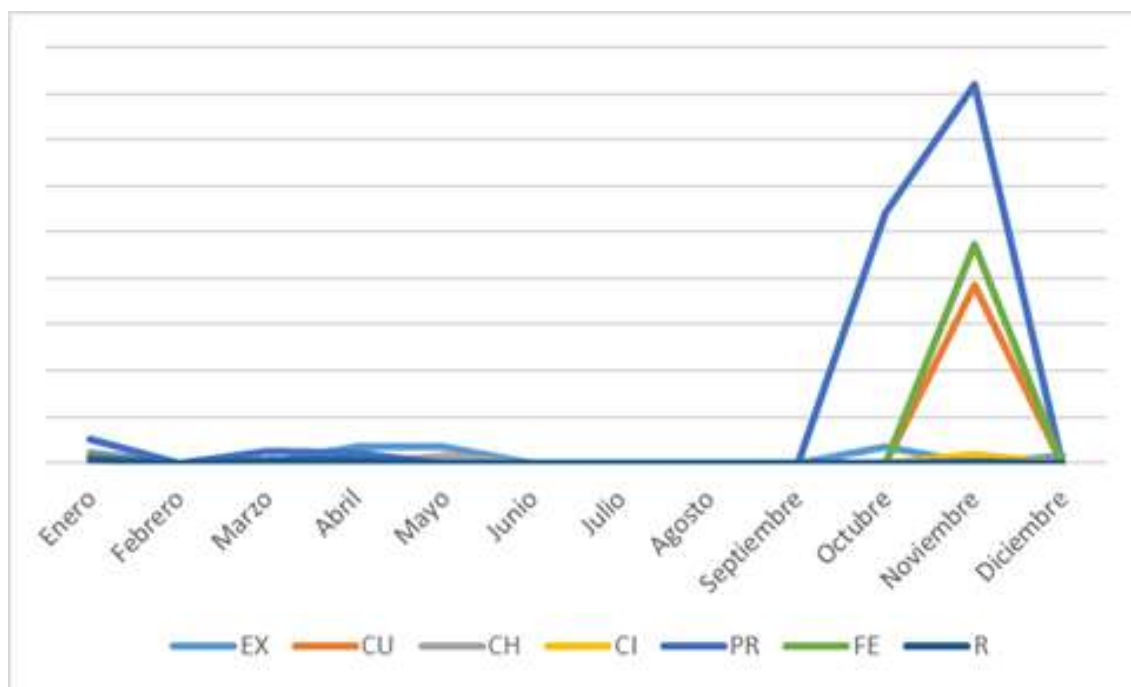


Cantidad de delegaciones por mes

EXTENSIÓN

El Museo de Sitio Castillo de Niebla realiza una amplia gama de actividades de extensión con la finalidad de conectar con audiencias a lo largo del año. En total, se llevaron a cabo 131 iniciativas que incluyeron inauguraciones de exposiciones (EX), cursos y talleres o seminarios (CU), charlas y conferencias (CH), ciclos de cine o video (CI), presentaciones artísticas como conciertos, libros y teatro (PR), ferias y encuentros masivos (FE), además de reuniones institucionales (R). Estas actividades atrajeron a 4.276 participantes.





Tendencia de concentración de actividades de extensión

Como se aprecia en este gráfico, la programación alcanzó su punto más alto en los meses de octubre y noviembre. Las ferias y eventos masivos fueron particularmente exitosos, movilizandoo un número significativo de asistentes. Octubre destacó por la organización de ciclos de cine y presentaciones artísticas que, aunque en menor cantidad, lograron captar la atención del público. Destaca en ese recuento la **celebración de la Noche de Museos donde más de 900 personas** llegaron a disfrutar de un espectáculo lumínico en las murallas de la fortificación.



Noche de museos 2024

En los meses de verano, como enero y febrero, las actividades se centraron principalmente en inauguraciones de exposiciones y talleres específicos. Aunque estas acciones tuvieron menor frecuencia, mantuvieron el interés de visitantes habituales y temporales, asegurando la continuidad del vínculo entre el museo y la comunidad. Sin embargo, durante el invierno, la participación experimentó una baja, lo que evidencia un desafío recurrente para atraer audiencias en esta época del año.

En términos de convocatoria, las presentaciones artísticas, identificadas como PR, junto con las ferias y encuentros masivos (FE), fueron las actividades que mayor impacto tuvieron en el número total de asistentes. Las inauguraciones de exposiciones (EX) y los ciclos de cine (CI), aunque más focalizados, también desempeñaron un rol importante al atraer a públicos con intereses específicos.

En resumen, el análisis de las actividades realizadas pone de manifiesto el compromiso con la promoción cultural, adaptando la programación para responder a las necesidades y expectativas del público. Sin embargo, los datos también revelan la necesidad de equilibrar la oferta a lo largo del año, especialmente en los meses de menor participación.



Festival de Ciencias

EXPOSICIONES TEMPORALES

A través del área de extensión, el Museo presentó seis exposiciones temporales que se convirtieron en **una ventana para la difusión de temáticas culturales y artísticas**, así como para promover el trabajo de creadores locales. Estas exposiciones abarcaron variedad de temas, incluyendo la memoria histórica, los derechos humanos, la cultura indígena y expresiones de arte contemporáneo. La programación se distribuyó a lo largo del año, destacándose los meses de mayo y noviembre como periodos de mayor concurrencia.

La inauguración de la exposición "Fotografía minutera y memoria popular del sur de Chile" en mayo marcó un hito, al reunir a 68 asistentes en su evento inaugural. En contraste, la exposición "Declaración Universal DDHH", inaugurada en noviembre durante un día laboral, registró una menor asistencia inicial con 22 personas. Este dato podría estar relacionado con las condiciones de programación en mitad de semana. Es fundamental señalar que las cifras mencionadas corresponden únicamente a los asistentes registrados durante las inauguraciones, no al total de visitantes que las recorrieron durante su tiempo de exhibición. Por ejemplo, aunque "Fotografía minutera y memoria popular del sur de Chile" atrajo a 68 personas el día de su apertura, la visitación acumulada de esta y otras exposiciones se alineó con las cifras generales de visitantes al museo.



Exposición temporal INDH

La realización de estas exposiciones surge, en gran medida, gracias a colaboraciones con una amplia gama de instituciones y actores externos. Algunas actividades fueron lideradas por particulares, como "Piwke Mapuche" y "Australas: Imágenes Poéticas del Fin del Mundo", mientras que otras, como "Declaración Universal DDHH", contaron con el respaldo de organismos gubernamentales como el Instituto Nacional de Derechos Humanos.

En cuanto a la planificación, la mayoría de las inauguraciones se llevaron a cabo los viernes y sábados, días que garantizan mayor participación del público.

VINCULACIÓN

Durante el año 2024, el Castillo de Niebla fortaleció su rol como espacio de encuentro y colaboración al **vincularse con 38 organizaciones e instituciones de la sociedad civil**, impulsando una variedad de actividades culturales, educativas y de difusión patrimonial. Estas alianzas incluyeron agrupaciones locales, fundaciones, instituciones educativas, compañías teatrales, organizaciones artísticas y colectivos comunitarios, que aportaron significativamente al dinamismo local. Entre los actores destacados se encuentran la Agrupación de Artesanos de la Costa, la Comunidad Wenuleufu, la Fundación Mar Adentro, el Teatro de Sombras Catalejo, la Universidad Austral de Chile, y el proyecto La Promesa del Futuro, reflejando la diversidad de iniciativas impulsadas conjuntamente.

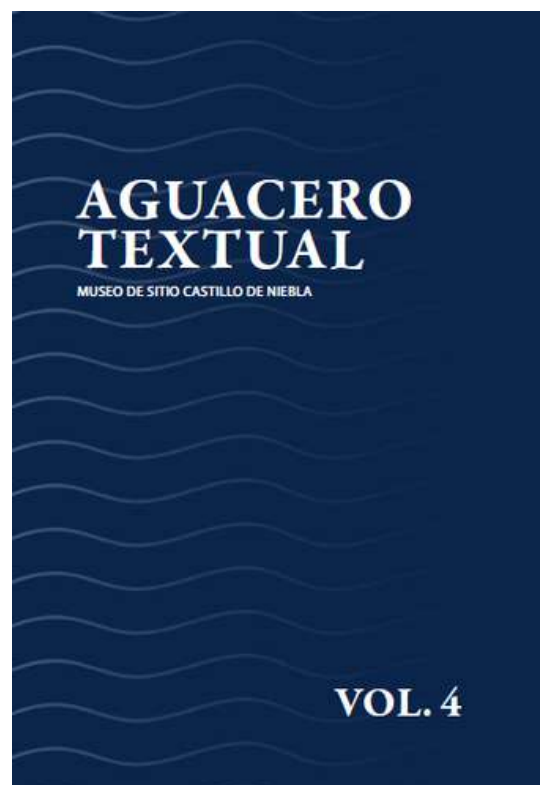
Paralelamente, **11 servicios públicos colaboraron con el museo**, contribuyendo con iniciativas de la institución. Entre estos, el Instituto Nacional de Derechos Humanos apoyó actividades educativas vinculadas a los derechos humanos; el Instituto Nacional de Estadísticas colaboró en la realización del Censo 2024 en la costa valdiviana; y el Instituto de Seguridad Laboral brindó capacitaciones. Además, el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación estuvo presente en el Festival de la Ciencia, mientras que el Ministerio de Salud, a través de su seremi, y el Servicio Nacional de Prevención y Respuesta ante Desastres (SENAPRED) desarrollaron campañas de difusión y prevención. Por último, el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) se sumó a las estrategias de promoción del museo.

Estas colaboraciones no solo subrayan el compromiso con la construcción de redes interinstitucionales, sino que también destacan la capacidad para actuar como un nodo cultural en la costa valdiviana.

AGUACERO TEXTUAL VOLUMEN 4

En 2024, el Castillo reafirmó su compromiso con la difusión y promoción de estudios sobre el patrimonio regional mediante la publicación del cuarto volumen de la revista Aguacero Textual. Esta iniciativa, concebida en 2020 como una plataforma para **reflexionar sobre el patrimonio, la historia y la sociedad de los ríos**, se ha consolidado como un instrumento para destacar el rol del museo como agente difusor de contenidos provenientes de investigaciones patrimoniales que promueven la reflexión y el análisis crítico sobre nuestra herencia cultural.

El cuarto volumen de Aguacero Textual presenta cinco textos que abordan temas relacionados con el patrimonio cultural regional. Además, esta edición mantiene la tradición de ser nuevamente impresa, facilitando su acceso a distintos públicos.



Lanzamiento revista Aguacero textual

EXPERIENCIA USUARIA

Como ha sido habitual en los últimos tres años, se aplicó de manera permanente una encuesta de satisfacción dirigida a los visitantes del museo. Todos tenían la opción de participar voluntariamente escaneando un código QR instalado en el tótem ubicado al final del recorrido. Este código redirigía a una encuesta creada en Google Forms, **donde se recopilaron un total de 1.552 respuestas.**

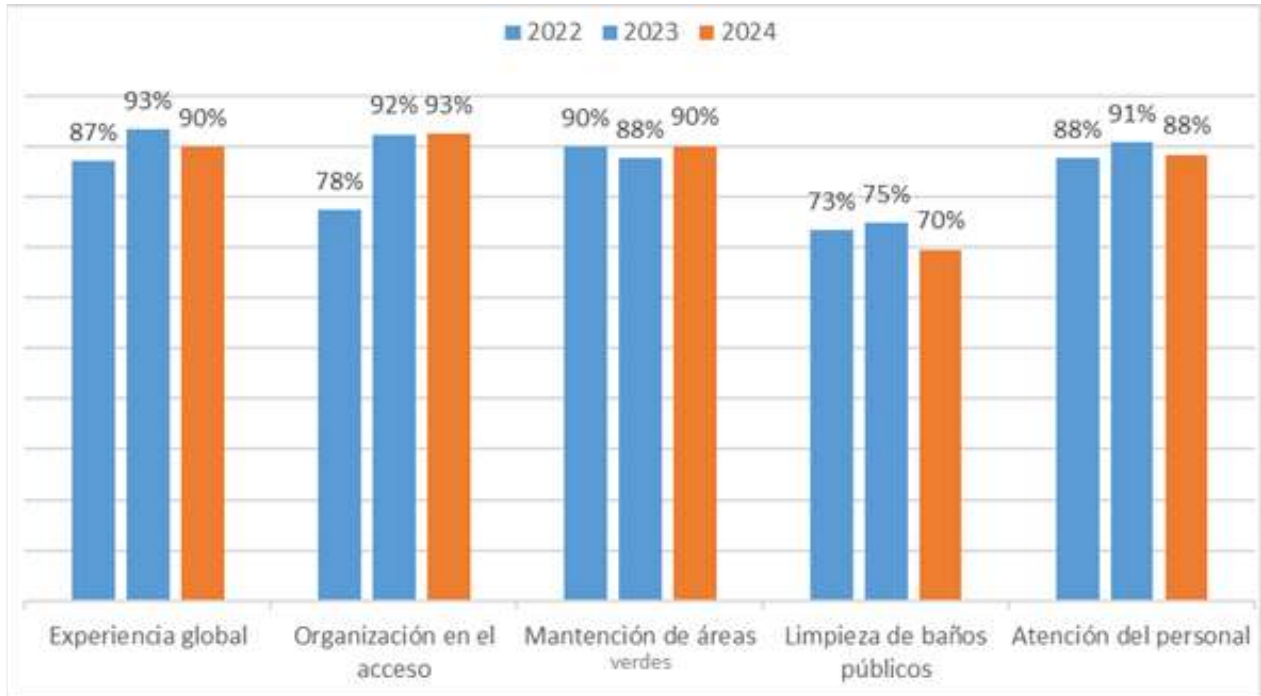


Encuestas QR

La encuesta mantuvo los cinco ítems evaluados en años anteriores: una valoración general de la experiencia; una evaluación de la organización en el acceso; una apreciación de la mantención de las áreas verdes; una valoración de la limpieza de los baños públicos; y una evaluación de la atención particular del personal del museo. Además, se incluyó un espacio abierto para comentarios, sugerencias, reclamos o felicitaciones, lo que permitió recoger importantes observaciones cualitativas.

En las valoraciones se utilizó una escala del 1 al 5, donde 1 correspondía a "muy malo", 2 a "malo", 3 a "regular", 4 a "bueno" y 5 a "muy bueno". Las preguntas no eran obligatorias, lo que permitió a los encuestados responder solo aquellos ítems que consideraran relevantes.

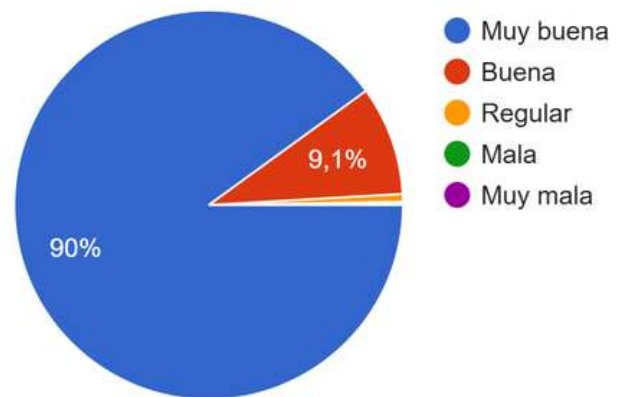
De manera general, los resultados mostraron una **tendencia consistente hacia la máxima puntuación**, manteniéndose en línea con los registros del año anterior. Sin embargo, se observó una mejora significativa en la categoría de organización en el acceso, donde se avanzó casi 20 puntos porcentuales en comparación con el año 2022. Este notable progreso evidencia la efectividad del sistema de acceso implementado, que ha garantizado un ingreso expedito y fluido. Este logro refuerza el compromiso con Calidad de Servicio y Experiencia Usuaría.



Máxima satisfacción expresada en porcentajes

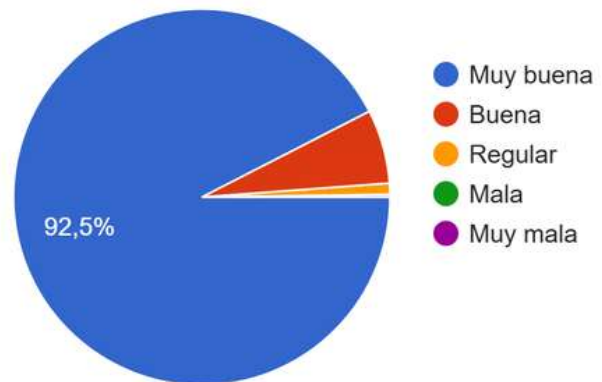
En los siguientes gráficos se analiza cada respuesta en particular:

En la evaluación general de la experiencia, un 90% de los encuestados calificó su visita como "muy buena", superando el 87% obtenido el año anterior. Este dato confirma que la percepción general es altamente positiva, con solo un 9,1% otorgando una calificación de "buena" y un porcentaje mínimo en categorías inferiores.



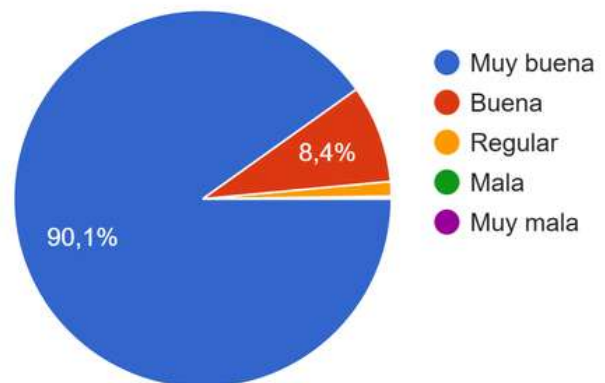
Evaluación general

La organización en el acceso fue el aspecto mejor evaluado, con un 92,5% de los visitantes otorgando la máxima calificación. Este incremento, comparado con años anteriores, puede atribuirse a la implementación de mejoras operativas.



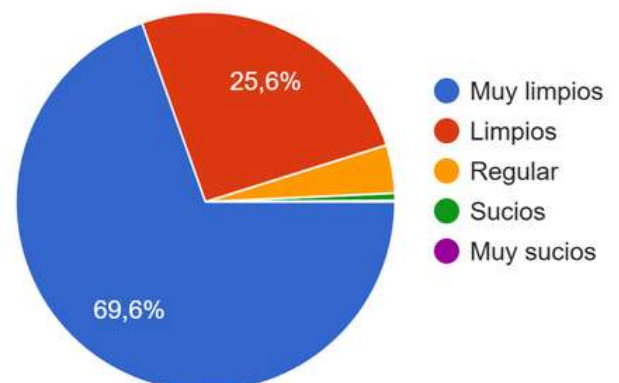
Organización en el acceso

En cuanto al estado de las áreas verdes, un 90,1% de los visitantes las calificó como "muy buenas", mientras que un 8,4% las consideró "buenas". Este indicador es especialmente relevante para un sitio que combina patrimonio cultural y natural, ya que el cuidado del recinto es uno de los primeros aspectos vinculados con la conservación preventiva de esta bien cultural



Mantenimiento de áreas verdes

La limpieza de los baños públicos recibió una evaluación positiva por parte del 69,6% de los encuestados, que los calificaron como "muy limpios", y un 25,6% los consideró "limpios". Sin embargo, la presencia de evaluaciones en categorías inferiores, aunque mínima, sugiere la necesidad de monitoreo constante para mantener la calidad en este siempre complejo servicio considerando el alto nivel de visitación.



Limpieza de baños

Finalmente, la atención del personal fue evaluada como "muy buena" por el 88,4% de los encuestados y como "buena" por el 9,9%. Estas cifras destacan el profesionalismo y la amabilidad del equipo, elemento fundamental en lo que respecta a la calidad del servicio.



En conjunto, estas gráficas evidencian **alto nivel de satisfacción**, con resultados que reafirman la posición del Castillo de Niebla como un referente en calidad de servicios culturales. Además, resaltan áreas estratégicas que contribuyen a la experiencia global y permiten identificar oportunidades de mejora para el futuro.



Charlas de bienvenida

A MODO DE CONCLUSIÓN

El 2024 fue un año de logros significativos para el Museo de Sitio Castillo de Niebla, consolidándose como un referente cultural tanto a nivel regional como nacional. Con un récord de más de 231.825 visitantes, el Castillo alcanzó los niveles de afluencia previos a la pandemia. Las actividades educativas y de extensión, junto con las exposiciones temporales, no solo enriquecieron la experiencia del visitante, sino que también reforzaron los lazos del museo con diversas comunidades e instituciones.

Los resultados de las encuestas de satisfacción confirmaron altos niveles de aprobación en todos los aspectos evaluados, destacando especialmente los avances en la organización del acceso y la atención del personal. Sin embargo, áreas como la limpieza de los baños públicos y la programación durante los meses de invierno aún presentan oportunidades de mejora.

Este año también subrayó la importancia de las alianzas estratégicas con organizaciones locales, servicios públicos e instituciones educativas, las cuales amplificaron el impacto cultural y social del museo. En conjunto, los datos presentados en este informe reflejan un año de grandes avances, pero también plantean retos que guiarán las acciones futuras para continuar fortaleciendo el rol del Castillo de Niebla como un espacio inclusivo y dinámico en la vida cultural de la región de Los Ríos.