



# Análisis de la Encuesta del Estudio de Público del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, 2010

 **CONACULTA**

 Antiguo Colegio De  
SAN ILDEFONSO



## Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

**Consuelo Sáizar**

Presidenta

**Roberto Vázquez Díaz**

Secretario Cultural y Artístico

**Raúl Arenzana Olvera**

Secretario Ejecutivo

### **Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional**

**María Carina Navarro Amieva**

Coordinador Nacional  
de Desarrollo Institucional

**Enrique Serrano Carreto**

Secretario Ejecutivo de las Políticas Públicas  
Culturales y Desarrollo  
de la Infraestructura Cultural

**A. Alfonso Flores Reyes**

Secretario Auxiliar de Estrategia y Aplicación  
de Nuevas Tecnologías

**Carlos C. Ávalos Franco**

Secretario Auxiliar de Información

**Luz María Zamitiz Cruz**

Secretaria Auxiliar de Análisis de Indicadores  
y Desarrollo Cultural

**Ulises Vázquez Rosario**

Jefe de Departamento de Evaluación  
del Desempeño e Impacto  
a las Políticas Culturales

**Ildefonso García Lara**

Jefe de Departamento del Sistema  
de Información Cultural

**Nora Hernández Valdez**

Jefa del Departamento de la Red  
de Información Cultural

**Eduardo González López**

Jefe de Departamento de Informática

### **Antiguo Colegio de San Ildefonso**

**Paloma Porraz Fraser**

Dirección

**Lilia Millán**

Subdirección

**Ery Camara**

Exposiciones, Registro de Obra  
y Conservación

**Ernesto Bejarano**

Museografía

**José Castillo**

Producción Museográfica

**Clara Robledo**

Administración

**Rosa María López**

Comunicación

**Magdalena Gibson**

Desarrollo Institucional

**Lourdes Quijano**

Servicios Pedagógicos

**Jonatan Chávez**

Voluntariado y Servicios al Público

**Yoje Tapuach**

Gerencia de Tienda

**Sergio Espinosa**

Seguridad

Coordinación, capacitación  
en la aplicación y seguimiento de las entrevistas

Antiguo Colegio de San Ildefonso:

**Rosa Ma. López Montaña**

**Jonatan Chávez Sánchez**

**Beatriz Luna**

#### **Encuestadores, validadores y capturistas**

Antiguo Colegio de San Ildefonso:

**José Luis Balderas Luna**

**Ana Karen Choperena Rosales**

**Erik Vicente Hernández Chávez**

**Miguel Eduardo Palacios Cerón**

**Juan Ricardo Martínez Esquivel**

**Miguel Israel Pelcastre Solís**

**Dafne Montserrat Salazar Salazar**

**Karen Castillo Olea**

**Edgar Daniel Hernández Rojas**

#### **Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional**

##### **Encuestadores**

**Fernando Hernández Martínez**

**Juan Carlos Matamoros Muñoz**

#### **Metodología, análisis, elaboración de los resultados y redacción**

**Carlos C. Ávalos Franco**

**Ulises Vázquez Rosario**

Corrección de estilo

**Ildefonso García Lara**

Diseño editorial

**Luz María Zamitiz Cruz**

Fotografía y sinopsis  
de las exposiciones temporales  
cortesía del

**Antiguo Colegio de San Ildefonso**



# Antiguo Colegio de San Ildefonso





El Colegio de San Ildefonso fue una de las instituciones educativas más importantes de la capital de la Nueva España. Su fundación por los jesuitas data de 1588, como seminario donde residían los estudiantes de la Congregación. Hacia 1618 empezó a funcionar bajo el Patronato Real otorgado por Felipe III, estableciéndose así el Real y más Antiguo Colegio de San Ildefonso.

A principios del siglo XVIII fue reedificado, dando lugar al inmueble que hoy conocemos y que es considerado uno de los ejemplos más sobresalientes de la arquitectura civil de la ciudad de México.

Tras la expulsión de los jesuitas decretada por el rey Carlos III en 1767, el edificio tuvo diversas funciones: cuartel de un batallón del Regimiento de Flandes, colegio administrado por el gobierno virreinal y dirigido por el clero secular; sede temporal de la Escuela de Jurisprudencia, de algunas cátedras de la Escuela de Medicina y cuartel de las tropas norteamericanas y francesas en 1847 y 1862 respectivamente.

La historia de esta fundación jesuita concluyó para dar paso a la institución de espíritu liberal que sentaría las bases del nuevo sistema educativo y que más tarde llegaría a convertirse en el núcleo principal de la Universidad Nacional. En 1867, el gobierno de Benito Juárez emprendió una reforma en el campo de la educación y sus instituciones. La Ley Orgánica de Instrucción Pública creó la Escuela Nacional Preparatoria, que se estableció en el edificio del Colegio de San Ildefonso. Su primer director fue el doctor Gabino Barreda (1818-1881), quien llevó a cabo un innovador plan de estudios con base en los principios de la filosofía positivista de Augusto Comte.

En 1910, la Escuela Nacional Preparatoria pasó a formar parte de la Universidad Nacional fundada por Justo Sierra. Durante más de seis décadas continuó siendo la cuna de varias generaciones de intelectuales y destacadas personalidades. En 1978 el inmueble dejó de ser sede del plantel n° I de la Escuela Nacional Preparatoria. El edificio permaneció cerrado al público hasta 1992, en que fue restaurado para albergar la exposición México: Esplendores de 30 siglos. Desde esa fecha, el Antiguo Colegio de San Ildefonso es un centro de arte, sede para exposiciones temporales de relevancia.

### **Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso**



# Índice

## **Introducción** **II**

Sinopsis de las exposiciones temporales	17
Resumen ejecutivo	20

## **Capítulo 1. El perfil de los visitantes** **23**

Procedencia de los visitantes	26
Visitantes procedentes del Distrito Federal	26
Visitantes procedentes del Estado de México	28
Estructura demográfica de los visitantes del Distrito Federal y Estado de México	30
Escolaridad	33
Ocupación	34
Nivel de ingreso	35
Asistencia a espacios y actividades culturales	36
Distancia percibida a espacios y actividades culturales	40

## **Capítulo 2. Conocimiento previo a la visita del museo** **45**

Asistencia previa al museo	48
¿Cómo se enteró de la existencia del museo?	52
Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) para llegar al museo	57
Museo de su preferencia	62

## **Capítulo 3. Experiencia de la visita** **67**

Con quién asisten los visitantes	70
Razón principal de la visita	74
Medio por el cual se enteró de la exposición temporal	79
Apreciación de los servicios e instalaciones	84
Personal	85
Vigilancia	86
Instalaciones	87
Señalamientos	88
Iluminación	88
Exposición temporal	89

Fichas técnicas o cédulas	90
Otros servicios e instalaciones	91
Exposición permanente	92
Tienda	93
Cafetería	93
Guardarropa	94
Baños	94
Duración de la visita	96
Información recibida durante la visita	99
Servicios o actividades adicionales	100
Expectativas cubiertas con la visita al museo	101

## **Capítulo 4. El papel de la familia** **107**

Cuando usted era niño	
¿Sus padres lo llevaban a visitar museos?	110
¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos?	114
¿Cuál es la razón principal por la que no asiste(n) a museos?	117
¿Cree usted que los museos ayudan a su educación/formación?	119

## **Capítulo 5. Medios electrónicos** **121**

Medios electrónicos	124
---------------------	-----

## **Conclusiones** **127**

## **Anexo** **133**

Diseño muestral	134
Población objetivo	134
Marco muestral	134
Unidad de análisis	134
Método de muestreo	136
Tamaño de muestra	136
Ponderadores	136
Nivel de ingresos	136
Cuestionario	137

# Introducción



La cor



Exposición




Antiguo Colegio de San Ildefonso

Justo Sierra 16, Centro Histórico, Ciudad de México

del 25 de mayo al 25 de julio de 2010

CINE Y REVOLUCIÓN





A partir de la segunda mitad del siglo XX los hábitos culturales de la población mexicana se han transformado profundamente. Algunos factores determinantes que influyen en la asistencia o inasistencia a los espacios culturales son: la marginación, el analfabetismo, el acceso a la tecnología, diferencias culturales, así como la escasa formación artística al interior de la escuela y de la vida familiar.

Por otra parte, la población se ve saturada por un gran número de ofertas para el uso de su tiempo libre como son: actividades de participación social y de la comunidad; asistir a eventos deportivos; hobbies, juegos y otros pasatiempos; así como asistir a espacios culturales (bibliotecas, teatros, museos, auditorios, zonas arqueológicas, cine, etc.).

Entre las ofertas culturales prevalecen las relacionadas con la cultura de la imagen (televisión, computadora, cine) y los eventos espectaculares masivos y de catarsis (como shows de luces o musicales). Pero ¿cómo fortalecer la presencia de los espacios culturales, particularmente de los museos, ante esta competencia? Una forma para poder contestar esta pregunta es a través de encuestas de cultura, investigaciones cualitativas y estudios de público que se ocupen de conocer los hábitos y prácticas culturales, y el modo en que las personas ocupan su tiempo libre, ya que hay que recordar que los públicos no existen por sí solos, sino que se pueden formar o construir.

Las investigaciones sobre los estudios de público no son cosa nueva; en Estados Unidos se encuentran trabajos realizados desde 1928, y son numerosos los estudios de público con los que cuentan el Instituto Smithsonian o el Centro de documentación del ICOM, de París, la revista francesa *Publics e musee*, entre otros. Sin embargo, los estudios especializados sobre prácticas y consumo cultural en México y América Latina recién comenzaron a tener

un desarrollo creciente a partir de finales de los años noventa del siglo pasado para conocer a los públicos o a los receptores de la cultura.

En este sentido el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), a través del Sistema de Información Cultural (SIC) de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional (CNDI), impulsa una serie de proyectos orientados a ofrecer mayor información sobre diferentes aspectos de la cultura en México, los cuales permiten orientar la toma de decisiones, formular, evaluar las políticas culturales y rendir cuentas sobre los resultados de la gestión pública. Dentro de estos proyectos se encuentran el Sistema de Información Cultural (<http://sic.conaculta.gob.mx>), la realización y publicación de la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales 2003, la Encuesta Nacional de Lectura 2006, el Atlas de infraestructura cultural de México 2003 y el Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México 2010, la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales 2010, así como el Análisis de la Encuesta de Prácticas y Hábitos Culturales de Guerrero 2010, entre otros.

En 2007 también se inició un programa de estudio de públicos a través de encuestas orientado a conocer los hábitos, nivel de satisfacción, motivaciones y perfil sociodemográfico de los públicos asistentes a los diferentes recintos y espacios culturales (museos, bibliotecas, teatros, librerías, ferias del libro y festivales de la ciudad de México). La información generada de las distintas encuestas, así como las bases de datos respectivas, se encuentra publicada para consulta y análisis en la página del SIC, en el apartado de Centro de Documentación.

En el caso particular de los estudios de público a museos, se ha contado con el apoyo y colaboración de distintas instituciones responsables de su operación, en los museos del Distrito Federal, Puebla y Jalisco: cinco museos del INAH (Museo Nacional de Historia Castillo de Chapultepec, Museo del Templo Mayor, Museo Nacional de Antropología, Museo Nacional de las Culturas, Museo Regional de Puebla), cuatro del INBA (Museo del Palacio de Bellas Artes, Museo Nacional de Arte, Museo de Arte Moderno, Museo Tamayo Arte Contemporáneo), uno del Conaculta (Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos) y cinco privados (Papalote Museo del Niño, Museo del Estanquillo, Museo Palacio Cultural Banamex–Antiguo Palacio de Iturbide, Museo Interactivo de Economía, Museo del Trompo de

Guadalajara). Dada la relevancia de los estudios de público, en 2010 se incorporaron otros museos: Museo Nacional de San Carlos, Museo de Arte Carrillo Gil, Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso, Museo de Historia Natural y Cultura Ambiental, Museo Franz Mayer, Museo Casa Carranza, Museo de Sitio Cuicuilco, Museo del Caracol y Museo de El Carmen.

El presente documento es un análisis de la encuesta realizada en el Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso en el año 2010, con el objetivo de conocer más sobre sus visitantes: si son visitantes habituales del museo, cómo se enteraron de su existencia, la razón de su visita, la opinión sobre la exposición, evaluación del personal y los servicios que se ofrecen, la percepción y expectativas sobre las actividades. Asimismo, ofrece información sobre el lugar de residencia de los visitantes, algunos de sus hábitos de asistencia a recintos culturales y algunas características más sobre consumo cultural. A su vez se complementa con un análisis del perfil sociodemográfico de los visitantes: sexo, edad, escolaridad, ocupación e ingreso. Con esta información se pueden diseñar servicios generales, circulación, orientación, señalización, temperatura, núcleos de iluminación, sonido, áreas de descanso; niveles de utilización de servicios como taquilla, guardarropa, tienda, cafetería, guardería, sanitarios y desarrollar cosas más complejas que van desde la realización de los programas de actividades de los museos y la evaluación de los mismos, todo con la finalidad de conservar y formar nuevos públicos.

Es importante subrayar que el objeto de la encuesta es describir exclusivamente las características de los visitantes de las exposiciones temporales que tuvo el Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso en todo el año 2010 y no hacer una caracterización o inferencia respecto a los hábitos de asistencia a museos por parte de los habitantes del Distrito Federal o, más aún, de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, los estados o el propio país, que desde luego requeriría otra metodología estadística más compleja.

Una particularidad que tiene esta encuesta con respecto a otros estudios de público que se han realizado en el país, es la representatividad de la muestra con la que se cuenta, ya que es el único museo en México que ha recabado información durante todo un año (2010), logrando que el tamaño de muestra pueda ser representativo por el público que asistió a cada exposición temporal.

Las exposiciones temporales que se presentaron en ese periodo son: Paseo en mapa, Cine y Revolución, Foster & Partners, Orozco y Tiempo universitario. Por cada exposición temporal se realizaron 300 entrevistas al público asistente, por lo tanto cada exposición temporal tiene asociado un margen de error de 5.7% con una confianza de 95%. Cuando se toma el tamaño global de la muestra, que corresponde al total de las entrevistas de las cinco exposiciones temporales, se obtuvieron 1 500 entrevistas, lo que permite reducir el margen de error a 3.1% con una confianza asociada de 95%. Además, en este ejercicio se incluyeron preguntas dirigidas a recabar información sobre las personas con las que asistió el encuestado, como son: su edad, sexo, ocupación y nivel de estudios; con ello se tiene un panorama más amplio de la composición sociodemográfica de los visitantes obteniendo un total de 3 032 entrevistas.

La metodología aplicada para la realización de esta encuesta, tomó como punto de partida la sugerida por el Museo de la Civilización de la ciudad de Québec, Canadá; realizando los ajustes correspondientes. Antes de su levantamiento formal, hubo una etapa piloto y con ella se pudieron detectar oportunidades de mejora en el cuestionario que permitieron avanzar en la dirección deseada. Para ver más detalles se pueden consultar los anexos en el apartado de metodología en el cual se justifica la validez estadística de la encuesta y se señalan detalles técnicos relacionados con la misma.

Para que los estudios de público alcancen credibilidad, confiabilidad y pertinencia, es de vital importancia que las encuestas que los sustentan tengan un trabajo impecable y profesional en sus distintas etapas; desde la planificación y definición de objetivos, siguiendo con la elaboración de los instrumentos de recolección de datos bajo una metodología rigurosa, capacitación y conformación del equipo encuestador, procesamiento, validación y análisis hasta llegar a la presentación de los resultados, todas estas características se cuidaron en la realización de este trabajo. Para el caso del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, la Coordinación de Voluntariado y Servicios al Público y la Coordinación de Comunicación, son las dos áreas especializadas que realizaron el levantamiento de la encuesta que sustenta este estudio.

La Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional, a través del Sistema de Información Cultural, agradece profundamente a todo el público que aceptó la entrevista, así



como a todo el personal del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso involucrado en este importante proyecto: encuestadores, validadores, capturitas y supervisores, así como a la licenciada Paloma Porraz Fraser, Coordinadora Ejecutiva, licenciado Jonatan Chávez, Coordinador de Voluntariado y Servicios al Público y la licenciada Rosa María López, Coordinadora de Comunicación.

## **Sinopsis de las exposiciones temporales**

### **Paseo en mapa. Explorando las claves de América Latina**

**Marzo 25 – julio 25, 2010**

Muestra cartográfica organizada con la Secretaría de Relaciones Exteriores. La exhibición presentó un recorrido por 200 años de historia, a través de acontecimientos fundamentales como la descolonización, el expansionismo territorial, la disgregación de los virreinos, la supervivencia de los enclaves coloniales, las disputas territoriales que provocaron reacomodos de poblaciones enteras y cambios geopolíticos que transformaron las relaciones de poder internacional, que explican la complejidad de la historia latinoamericana.

El hilo conductor fueron mapas, tesoros documentales depositados en archivos y bibliotecas de España y México, así como cartas digitalizadas de las colecciones de la Universidad Francisco Marroquín de Guatemala; de los ministerios de Relaciones Exteriores y de Cultura de Brasil; del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú; de la Biblioteca Nacional de Chile; de la Biblioteca Real de Dinamarca y cuatro mapas de la Fundación Giménez Lorente de la Universidad Politécnica de Valencia de España, uno de los cuales data del siglo XVI y otro del siglo XVII, que se integraron como un atractivo elemento museográfico y de transmisión de conocimientos.

Entre los más de 90 mapas destaca el original elaborado por John Disturnel con base en el cual se redefinió el lindero entre los territorios de México y Estados Unidos, después de la intervención norteamericana (1846-1848), que pertenece al patrimonio histórico que resguarda la Cancillería mexicana. También se exhibieron otros mapas y tratados de gran importancia histórica y estética pertenecientes a la

Secretaría de Relaciones Exteriores, mapas de la colección del Museo Franz Mayer; así como una amplia selección nunca antes exhibida de la Mapoteca Manuel Orozco y Berra de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

## **Cine y Revolución**

**Mayo 25 – Agosto 1, 2010**

Exposición organizada con el Instituto Mexicano de Cinematografía. En esta muestra la investigación, la documentación y el diseño, brindaron la oportunidad de reflexionar y de construir mitos en torno a la Revolución Mexicana, evento que fue ampliamente filmado y recreado: 250 producciones dan cuenta de ello. Fue una revisión de este periodo histórico en el que conviven de forma excepcional la ficción y la veracidad del cine documental de principios de siglo.

La exposición conjuntó acervos de la Filmoteca de la Universidad Nacional Autónoma de México, de la Fundación Televisa y de la Fundación Carmen Toscano, así como de diversas colecciones públicas y privadas, maravillosas obras cinematográficas que ilustran la Revolución.

## **El arte de la arquitectura. Foster & Partners**

**Mayo 21 – Agosto 15, 2010**

Por primera vez en nuestro país se presentó la obra del arquitecto británico Norman Foster, líder del reconocido despacho Foster & Partners, y figura clave de la arquitectura contemporánea internacional. La exposición antológica reunió los proyectos más relevantes que, a lo largo de 43 años, le han dado un sello único a esta célebre firma desarrolladora de impactantes obras en las principales metrópolis del mundo. Con más de 482 premios internacionales, Foster & Partners ha logrado un sello distintivo gracias al uso de materiales y la tecnología al servicio de la innovación estructural, el diseño sustentable y la sensibilidad ecológica aplicado a construcciones de muy diversa índole: salas de conciertos, aeropuertos, torres de oficinas, plazas públicas, puentes y museos, entre otros.

La muestra fue una excepcional oportunidad para acercarse a la visión holística de la arquitectura Foster & Partners, sus procesos de diseño, la práctica de la cultura de la investi-

gación y el análisis, así como la reflexión cuidadosa que se expresa en cada una de las obras exhibidas.

### **Tiempo universitario**

**Septiembre 22, 2010 – Febrero 20, 2011**

Exposición organizada con la Coordinación de Difusión Cultural UNAM, en el marco de los festejos del Centenario de la Fundación de la Universidad Nacional. La muestra es un testimonio de la inserción de la Universidad en la vida cotidiana de México y de sus aportaciones a su historia. Estuvo dispuesta en islas temáticas, que mostraron testimonios tanto de la producción del conocimiento como de los aspectos formativo y artístico que son parte de la tarea social de la UNAM desde hace un siglo. La exposición fue un despliegue del quehacer humanístico científico y cultural que desarrolló la Universidad, bajo la forma de un archipiélago donde se retroalimentan los diferentes campos disciplinarios, constituyendo un cuerpo institucional marcado por la producción y transferencia de conocimiento.

### **José Clemente Orozco. Pintura y verdad**

**Octubre 1, 2010 – Febrero 27, 2011**

Muestra organizada con el Instituto Cultural Cabañas y la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco. Retrospectiva de la obra artística del creador mexicano José Clemente Orozco, que se inserta en una etapa fundamental de la historia de México. 359 obras con la firmeza y la fuerza de Orozco, su agudo espíritu crítico que, a veces, hizo uso de una cruda ironía. Su maestría técnica de virtuoso en estilo, paleta, composición y aprovechamiento de los espacios arquitectónicos de la antigua Escuela Nacional Preparatoria, donde abordó periodos convulsos de la historia: la creación del nuevo mundo, la destrucción del viejo orden, la conquista, los conflictos sociales, la falsedad y la injusticia, los sacrificios y los ideales, así como los derroteros de la Revolución. La obra mural de este artista jalisciense superó todas las críticas sesgadas que pudo provocar para trascender y convertirse en patrimonio indiscutible del arte universal.

## Resumen ejecutivo

En términos generales la composición de la asistencia del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso durante 2010 contó con 44.5% hombres y 55.5% mujeres. Por grandes grupos de edad, 62.5% fueron menores de 26 años, 15.1% entre 26 y 35 años, un porcentaje similar, 15.7%, de 36 a 55 años; el resto, 6.7%, reportó una edad de 56 años y más. El grado de licenciatura (terminada o incompleta) fue el que tuvo mayor incidencia entre los visitantes, representando más de cinco visitantes de cada 10 (54.5%).

El 50.3% de los visitantes expresaron ser estudiantes, dato seguido por los que trabajan (30.6%).

Atendiendo al número de focos en el hogar como una variable aproximada al nivel económico, la mayor concurrencia se ubicó entre los que cuentan con más de 10 focos, representado por un poco más de la mitad de los visitantes (53.8%), asociados con un nivel económico medio y medio/alto, seguido por la categoría de 6 a 10 focos, con un poco más de una tercera parte de los visitantes (36.1%), que pertenecen a un nivel medio y medio/bajo.

El 64.1% del total de los visitantes durante 2010 procedieron del Distrito Federal, seguido por el Estado de México con 29.4%, que en conjunto suman 93.5% de la asistencia total. Si bien se contó con público de prácticamente la totalidad de los estados de la República, la asistencia de cada una de las entidades no rebasa 1.3%.

Al desagregar los asistentes del Distrito Federal, se encontró que las delegaciones Gustavo A. Madero (13.9%), Iztapalapa (12.4%) y Coyoacán (12.2%) aportaron los mayores porcentajes de asistencia; en tanto que las de menor incidencia resultaron ser Tláhuac (2.0%), Magdalena Contreras (1.6%) y Milpa Alta (0.8%).

En el caso del Estado de México, considerando sólo los municipios de donde se recibieron asistentes, se encontró que la mayor procedencia fue de Nezahualcóyotl (19.0%), Ecatepec de Morelos (14.4%) y Naucalpan de Juárez (11.4%); los municipios con menor incidencia son Jilotzingo, Tultepec, Acolman y Huehuetoca, con 0.1% respectivamente.

Casi la totalidad de los visitantes (98%) manifestó haber visitado al menos una vez un museo, siendo el espacio cul-



tural con mayor mención de visita; seguido de cines (91.1%) y librerías (86.1%). En contraparte, el teatro es el espacio con mayor inasistencia en los últimos 12 meses, en donde casi cinco de cada 10 (49%) no asistieron en el año.

Los espacios culturales que se perciben muy lejos por parte de los visitantes son las zonas arqueológicas, con 81.4%; el teatro y escuchar música en vivo, con 54.2% y 51.1% respectivamente. Los porcentajes más altos de respuesta de los visitantes que perciben ni lejano ni cercano son los museos (33%) y escuchar música en vivo (22.5%).

Se observa una formación de público asiduo, al tener que dos de cada cinco visitantes (42.2%) declararon haber venido al museo con anterioridad.

Una tercera parte de los visitantes (33.1%) aseveraron conocer el museo desde siempre, en particular 32.1% dijo conocer el espacio por un maestro o libro de texto.

En cuanto a la forma de llegar al museo, el Metro y tren ligero sobresalieron como los medios de transporte más utilizados, ya que un poco más de siete de cada 10 visitantes (73.7%) los mencionan como medios principales.

Casi tres de cada 10 asistentes (28.5%) mencionaron al Museo Nacional de Antropología como el principal museo de preferencia; en segundo lugar fue citado el Antiguo Colegio de San Ildefonso (15.4%), y en tercer lugar el Museo del Palacio de Bellas Artes (6.2%).

Existe una diferencia significativa entre los visitantes que asistieron al museo solos (26.4%) y los que lo hicieron acompañados (73.6%), lo que sugiere que la visita al museo es en primer término tomada como una experiencia social y en segundo como un espacio de disfrute y aprendizaje personal.

Cinco de cada 10 visitantes (47.0%) respondió haber acudido para conocer la exposición temporal, seguido de una cuarta parte de los asistentes que lo hizo para hacer una tarea o porque lo mandaron de su escuela y en tercer lugar de mención (8.7%) se ubicó para entretenerse o pasar un rato agradable (casi uno de cada 10 visitantes).

Los maestros resultaron ser el medio de difusión más importante para las exposiciones temporales, en donde poco

más de tres de cada 10 visitantes (34.8%) declararon haberse enterado de ese modo, seguido de la publicidad exterior con 14.1% y recomendación de amigos/familiares con 13.2%.

Poco más de tres cuartas partes de los visitantes (75.4%) calificaron como Muy buenas, las exposiciones temporales.

Entre los servicios e instalaciones que alcanzaron la menor mención de Muy bueno en su evaluación se encuentran: el servicio de Guardarropa (11%), Señalamientos (12.5%) y la Tienda (19%).

Una tercera parte de los visitantes (65.8%) destinó más de una hora a su visita, mientras que tres de cada 10 visitantes (28.9%) le dedicó de 31 minutos a una hora y uno de cada 20 asistentes (5.2%) hizo su visita en un máximo de 30 minutos.

Dos terceras partes de los asistentes a las diferentes exposiciones (65.8%), consideraron haber recibido mucha información en su visita, en tanto que 8.4% consideró haber recibido poca.

Dentro de una escala de uno a 10 para calificar a las exposiciones temporales, 35.6% de los visitantes las calificó con 10 y 43.3% sostuvo el nueve, lo que de manera conjunta alcanza 78.9%, con lo que se puede afirmar que en términos generales las expectativas de los visitantes al museo fueron cubiertas satisfactoriamente, si además consideramos que 17.3% otorgó la calificación de ocho.

El papel de la familia se ve reflejado en la asistencia al museo, ya que tres cuartas partes de los asistentes (75%) declararon haber sido llevados por sus padres a visitar museos. Además, 33.1% señaló conocer desde siempre este espacio.

A continuación se presentan resultados que se obtienen en un primer análisis de las respuestas obtenidas. Se espera que sean de interés y utilidad para los responsables de la operación del museo y otros lectores interesados en el tema para conocer mejor el perfil de los visitantes; definir programas orientados tanto a captar mayores públicos como para hacer más satisfactoria la experiencia de quienes asisten, y que fomentar la asistencia a los espacios culturales sea uno de los objetivos de la política social y motor de la inclusión social.


# Capítulo

1

## El perfil de los visitantes







Este capítulo tiene como objeto analizar los perfiles socio-demográfico (sexo, edad, escolaridad e ingreso) y territorial (entidad, delegación/municipio) de los visitantes al museo.

La información que arrojan estos perfiles también se cruzó contra la exposición temporal a la que asistieron los visitantes, lo que permite esbozar las características específicas de los visitantes para cada una de éstas.

El resultado de este ejercicio constituye una primera aproximación para responder al siguiente cuestionamiento: ¿Qué público visitó al museo durante el transcurso del año 2010?, así como para conocer la afluencia y prácticas de los visitantes en algunas actividades culturales. La información que a continuación se ofrece, es un punto de referencia inicial que podrá ser enriquecido con otras investigaciones que tomen en consideración diferentes metodologías.

La encuesta permitió captar hasta cinco personas que acompañaban al informante principal (entrevistado). A ellos sólo se les preguntó datos demográficos (edad, sexo, escolaridad y ocupación) y se les asignó la entidad, delegación/municipio y exposición temporal del informante principal. Con estos datos se procesaron las pirámides de población, y las distribuciones de escolaridad y ocupación. Todos los demás resultados existentes en este documento pertenecen al primer informante (mexicano de 15 años y más).



## Procedencia de los visitantes

Con la intención de conocer la procedencia de los visitantes y poder medir la zona de influencia del museo, se preguntó sobre el lugar de origen. En este sentido, el Distrito Federal captó 64.1% de los visitantes, enseguida el Estado de México con 29.4%, que en conjunto suman 93.5% de los asistentes. Los estados restantes muestran porcentajes de 1.2% (Morelos) y menos. No hubo visitantes provenientes de los estados de Campeche, Colima, Chiapas y Durango, es por ello que no aparecen en el cuadro que a continuación se presenta.

Es importante tomar en cuenta la ubicación del museo (Justo Sierra 16, Centro Histórico de la Ciudad de México, Delegación Cuauhtémoc) pues en muchos casos puede constituir un factor decisivo para la frecuente, inusual o nula visita.

### Procedencia por entidad

Entidad	% Visitantes	Entidad	% Visitantes
Distrito Federal	64.10	Sonora	0.13
México	29.43	Coahuila de Zaragoza	0.11
Morelos	1.28	Veracruz de Ignacio de la Llave	0.10
Hidalgo	1.14	Quintana Roo	0.09
Oaxaca	0.62	Guerrero	0.08
Jalisco	0.53	Nuevo León	0.07
Puebla	0.33	Tamaulipas	0.07
Chihuahua	0.30	Baja California Sur	0.06
Querétaro	0.30	Michoacán de Ocampo	0.04
Guanajuato	0.25	Tlaxcala	0.04
Sinaloa	0.22	Tabasco	0.04
Baja California	0.21	Yucatán	0.04
San Luis Potosí	0.21	Zacatecas	0.04
Aguascalientes	0.15		

## Visitantes procedentes del Distrito Federal

Al desglosar la asistencia procedente del Distrito Federal, encontramos que las delegaciones con mayor asistencia fueron Gustavo A. Madero (13.9%), Iztapalapa (12.4%) y Coyoacán (12.2%); las de menor incidencia resultaron ser Tláhuac (2.0%), Magdalena Contreras (1.6%) y Milpa Alta (0.8%).

Sin embargo, esta asistencia directa es necesario contrastarla con la distribución de población efectiva que existe entre las delegaciones, por lo que se estableció un índice que consiste en el cociente del porcentaje de visitantes de las



delegaciones [(1)] entre el porcentaje de la población del Distrito Federal [(2)] correspondiente a los datos obtenidos por el INEGI en el Censo de Población 2010. De acuerdo con este índice, las delegaciones con mayor asistencia fueron Cuauhtémoc (1.8), Coyoacán (1.7) y Benito Juárez (1.6). Del mismo modo, las de menor tasa en correspondencia a su población resultaron ser Milpa Alta y Tláhuac, con 0.5 respectivamente, seguidas de Iztapalapa y Magdalena Contreras, con 0.6 cada una.

### Procedencia del Distrito Federal

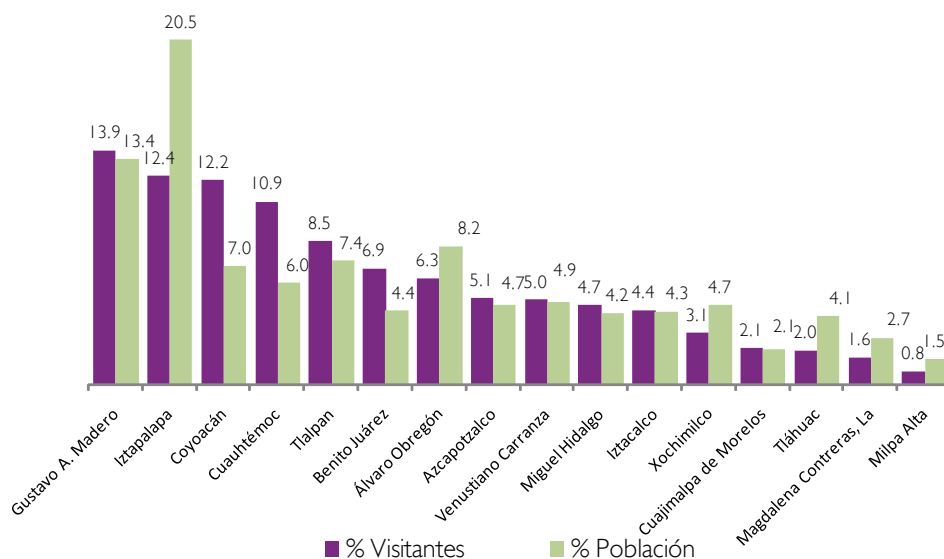
Delegaciones	(1) % Visitantes	(2) % Población	(1) / (2) Cociente <sup>1</sup>
Cuauhtémoc	10.9	6.0	<b>1.8</b>
Coyoacán	<b>12.2</b>	7.0	<b>1.7</b>
Benito Juárez	6.9	4.4	<b>1.6</b>
Tlalpan	8.5	7.4	1.2
Miguel Hidalgo	4.7	4.2	1.1
Azcapotzalco	5.1	4.7	1.1
Gustavo A. Madero	<b>13.9</b>	<b>13.4</b>	1.0
Venustiano Carranza	5.0	4.9	1.0
Iztacalco	4.4	4.3	1.0
Cuajimalpa de Morelos	2.1	2.1	1.0
Álvaro Obregón	6.3	<b>8.2</b>	0.8
Xochimilco	3.1	4.7	0.7
Iztapalapa	<b>12.4</b>	<b>20.5</b>	0.6
Magdalena Contreras, La	1.6	2.7	0.6
Milpa Alta	0.8	1.5	0.5
Tláhuac	2.0	4.1	0.5
Total	100.0	100.0	1.0

<sup>1</sup> Cálculos propios con base en el Censo de Población y Vivienda 2010 INEGI.

El Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso se encuentra dentro de la Delegación Cuauhtémoc, la cual resulta ser la demarcación que registró más visitantes. Sin embargo, la cercanía que existe entre otras delegaciones y el museo no es un factor que determine la asistencia de los visitantes, ya que si así fuera las delegaciones Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Miguel Hidalgo y Venustiano Carranza, que colindan con la Cuauhtémoc, hubieran reportado mayor asistencia.

La información de procedencia permite realizar estrategias de difusión para cada una de las delegaciones que reportaron mayor afluencia de visitantes, o para tratar de atraer a la población de las delegaciones con menor respuesta.

## Procedencia del Distrito Federal



## Visitantes procedentes del Estado de México

Del mismo modo, se desglosó la asistencia procedente del Estado de México. Aquí se encontró que los municipios con mayor asistencia fueron Nezahualcóyotl (19.0%), Ecatepec de Morelos (14.4%) y Naucalpan de Juárez (11.4%); los municipios con menor incidencia son Jilotzingo, Tultepec, Acolman y Huehuetoca, con 0.1% respectivamente.

El Estado de México cuenta con 125 municipios y sólo 43 de ellos fueron captados en la encuesta como visitantes al museo. A continuación se presentan dichos municipios (véase cuadro de la siguiente página).

Para estos datos se calculó el cociente de asistencia relativa. De acuerdo con este índice, los municipios con mayor asistencia fueron Atizapán (46.3), Cuautitlán (3.6) y Chapultepec (2.7). Del mismo modo, los de menor tasa en correspondencia a su población resultaron ser Acolman, Huehuetoca y Tultepec, con 0.1 respectivamente, seguido de Zumpango (0.2) y Los Reyes La Paz (0.3).

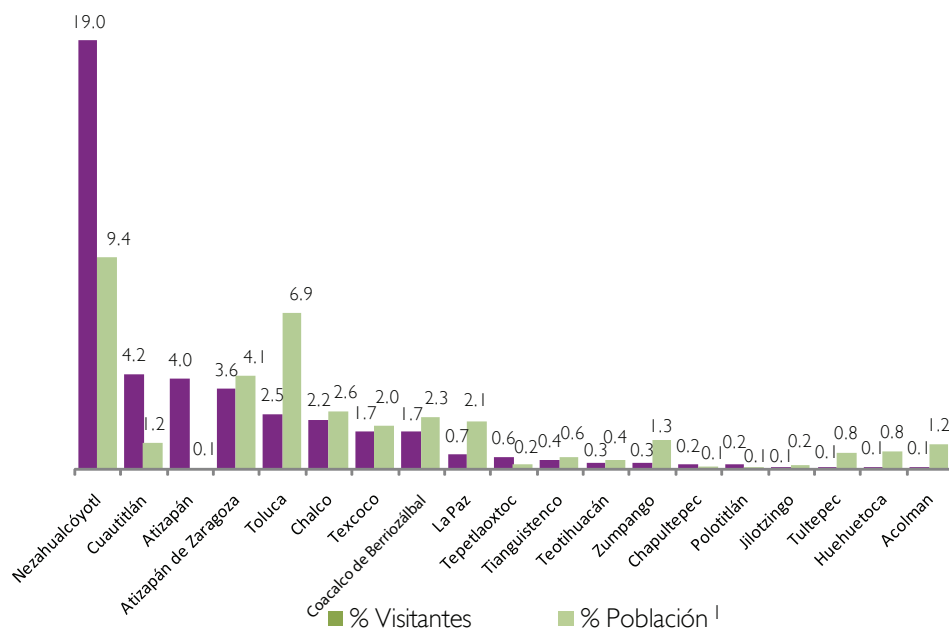
En la siguiente gráfica se puede ver el comportamiento del porcentaje de los visitantes y la población. Sólo se tomaron los 19 municipios con mayor afluencia para generar el gráfico.

Tabla I			
Municipios	(1)	(2)	(1) / (2)
	%	%	Cociente <sup>1</sup>
Visitantes		Población	
Atizapán	<b>4.0</b>	0.1	<b>46.3</b>
Cuautitlán	<b>4.2</b>	1.2	<b>3.6</b>
Chapultepec	0.2	0.1	<b>2.7</b>
Tepetlaoxtoc	0.6	0.2	<b>2.4</b>
Polotitlán	0.2	0.1	2.0
Nezahualcóyotl	19.0	9.4	2.0
Tlalnepantla de Baz	<b>10.8</b>	<b>5.6</b>	1.9
Melchor Ocampo	0.8	0.4	1.8
Naucalpan de Juárez	<b>11.4</b>	7.0	1.6
Tezoyuca	0.4	0.3	1.5
Chiconcuac	0.2	0.2	1.2
Amecameca	0.4	0.4	1.1
Ecatepec de Morelos	<b>14.4</b>	<b>14.0</b>	1.0
Coyotepec	0.3	0.3	1.0
Jaltenco	0.2	0.2	1.0
Huixquilucan	2.0	2.0	1.0
Atlautla	0.2	0.2	1.0
Chicoloapan	1.3	1.5	0.9
Atizapán de Zaragoza	3.6	<b>4.1</b>	0.9
Chalco	2.2	2.6	0.9
Texcoco	1.7	2.0	0.8
Teotihuacán	0.3	0.4	0.7

Municipios	(1)	(2)	(1) / (2)
	%	%	Cociente <sup>1</sup>
Visitantes		Población	
Tianguistenco	0.4	0.6	0.7
Jilotzingo	0.1	0.2	0.7
Coacalco de Berriozábal	1.7	2.3	0.7
Tultitlán	3.0	4.4	0.7
Hueypoxtla	0.2	0.3	0.7
Ixtapaluca	2.5	3.9	0.6
Tepotzotlán	0.4	0.7	0.6
Metepec	0.9	1.8	0.5
Atenco	0.2	0.5	0.5
Cuautitlán Izcalli	2.0	4.3	0.5
Atlacomulco	0.3	0.8	0.4
Chimalhuacán	2.1	<b>5.2</b>	0.4
Tecámac	1.2	3.1	0.4
Valle de Chalco Solidaridad	1.1	3.0	0.4
Nicolás Romero	1.1	3.1	0.4
Toluca	2.5	<b>6.9</b>	0.4
La Paz	0.7	2.1	0.3
Zumpango	0.3	1.3	0.2
Tultepec	0.1	0.8	0.1
Huehuetoca	0.1	0.8	0.1
Acolman	0.1	1.2	0.1

<sup>1</sup> Cálculos propios con base en el Censo de Población y Vivienda 2010 INEGI.

## Procedencia del Estado de México



<sup>1</sup> Información del Censo de Población y Vivienda 2010, INEGI.

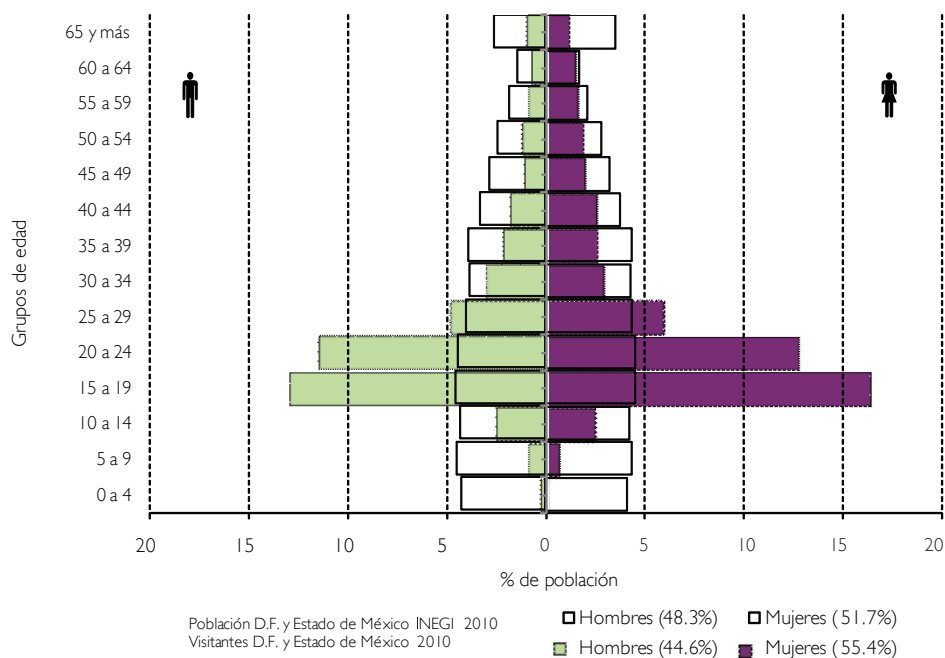
## Estructura demográfica de los visitantes del Distrito Federal y Estado de México

Para poder mostrar las características de sexo y edad de los visitantes se utilizaron pirámides de población que permiten realizar comparaciones entre distintas poblaciones.

Se pueden observar dos pirámides, la que está de tono trasparente representa en porcentajes a la población del Distrito Federal y del Estado de México (Censo de Población y Vivienda 2010, INEGI) tomando solamente las delegaciones/ municipios que fueron captadas en las entrevistas; mientras que la que está de color se refiere a todos los integrantes del grupo (hasta seis personas) que conformaron a la población de visitantes encuestada, por lo que se pueden contemplar a los menores de edad.

Las diferencias existentes entre ambas estructuras muestran al público que no se está captando en los espacios o que de otra forma tiene una sobredemanda de asistencia. Al mismo tiempo, describen el equilibrio o desequilibrio entre sexo para los diferentes grupos de edad. Los grupos de edad se encuentran determinados de manera quinquenal (excepto el último de 65 años y más) y se representan en forma de barras horizontales que parten de un eje común (a la izquierda se ubican los visitantes masculinos y a la derecha los femeninos).

## Pirámide de población del Distrito Federal y el Estado de México



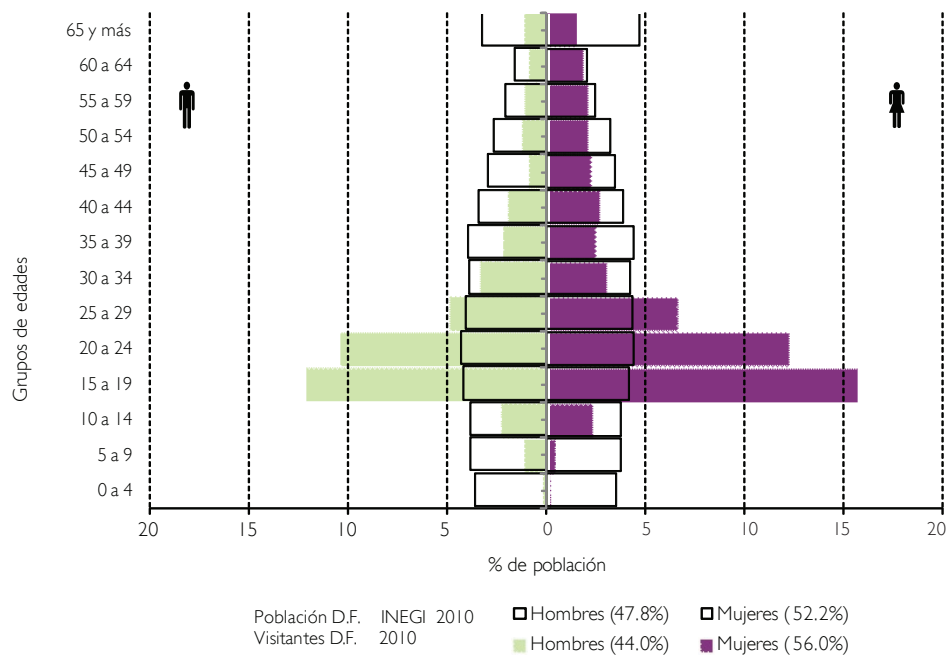
La pirámide muestra una sobredemanda en los públicos de 15 a 29 años sin importar el sexo de los visitantes. También se puede observar que los visitantes de 30 años en adelante dejan de asistir al museo, lo que indica que entre mayor es la edad, menor es la asistencia. La población infantil no está asistiendo, correspondiendo a los rangos de edad que van de cero a 14 años; por supuesto se asoma la oportunidad de atraer a estos públicos (sin descuidar a los demás), al hacer énfasis en convenios con las escuelas de los niveles de preescolar, primaria y secundaria o desarrollar temáticas y actividades dirigidas a formar y desarrollar este tipo de público.

Asimismo, se puede observar que asiste más público femenino que masculino en los diferentes rangos de edad.

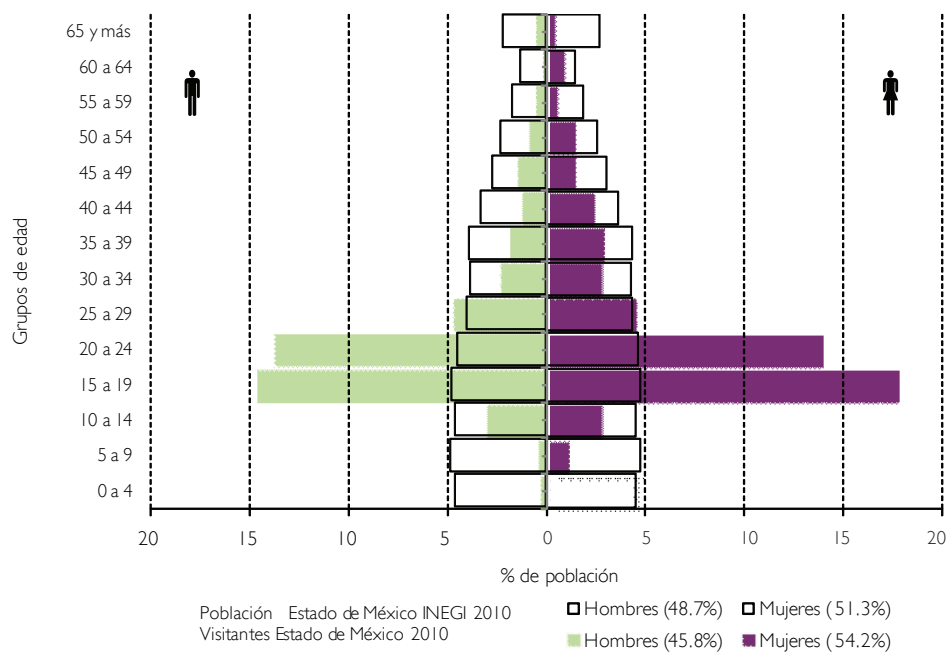
Se desagregaron los datos demográficos de los visitantes del Distrito Federal y Estado de México, con el objetivo de poder comparar las dos pirámides poblacionales por separado y así identificar las similitudes o diferencias que comparten los visitantes en los aspectos demográficos de edad y sexo.

Dentro de las diferencias más notorias, se encuentra que existen más visitantes mujeres pertenecientes al Distrito Federal que del Estado de México. En el rango de edad de 0 a 4 años, el Estado de México no reportó ningún público femenino. En cambio, pasa lo contrario con relación a la edad 5 a 9 años en el Distrito Federal, en donde hay más hombres que mujeres, en tanto que en el Estado de México hay más mujeres que hombres.

## Procedencia del Distrito Federal



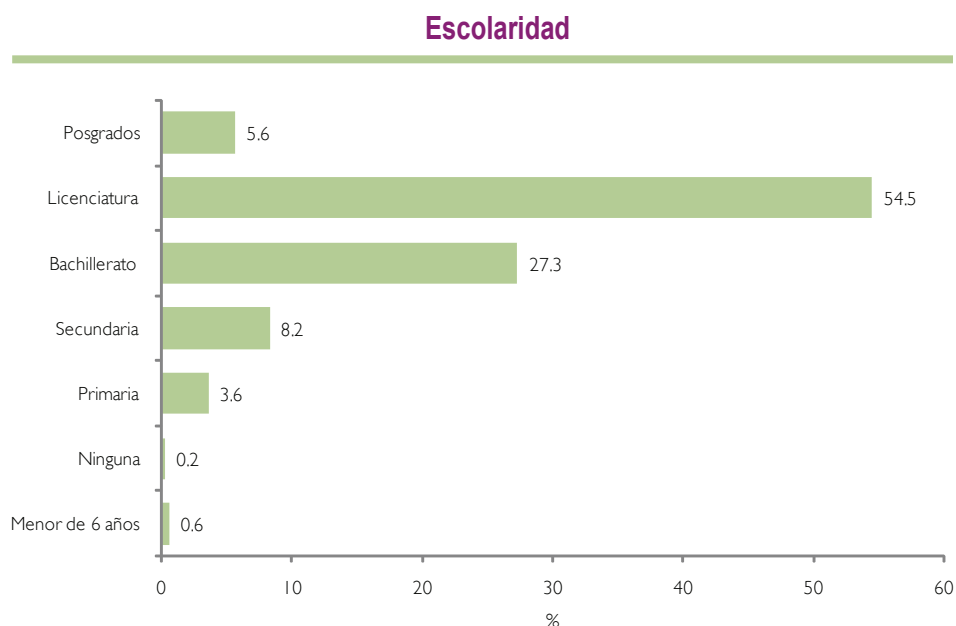
## Procedencia del Estado de México





## Escolaridad

La escolaridad de los visitantes es otra característica y elemento captado por la encuesta. Se encontró que el grado de Licenciatura (terminada o incompleta) fue el que tuvo mayor incidencia, representando más de cinco visitantes de cada 10 (54.5%), seguido por Bachillerato (terminado o incompleto) con casi tres de cada 10 (27.3%) y Secundaria (terminada o incompleta) con 8.2%. El resto de los niveles escolares tuvieron porcentajes menores a 6%. Se puede observar que casi nueve de cada 10 visitantes (87.4%) tienen como mínimo el bachillerato incompleto.



Por exposición, encontramos que Foster & Partners contó con el nivel más alto de escolaridad, en donde tres cuartas partes (77.2%) de su público refirieron una escolaridad mínima de licenciatura incompleta, en tanto que Cine y Revolución consiguió 69.7%.

Las exposiciones que acumularon mayor afluencia de visitantes con escolaridad inferior a secundaria resultaron ser: Paseo en mapa (16.5%) y Orozco (14.3%).

Por otro lado, la exposición de Cine y Revolución fue la que contó con mayor asistencia de niños menores de seis años (1.3%), logrando un porcentaje mayor al promedio total de visitantes (0.6%).

Se puede observar la relación que existe entre la temática de la exposición y el nivel de escolaridad de los visitantes, como es el caso de Foster & Partners que fue una exposición muy especializada, en donde se exhibieron maquetas de proyectos de arquitectura sustentable o ecológica (infraestructura pública, aeropuertos, edificios de gobierno y culturales, oficinas y centros de trabajo) y es en la que sus asistentes contaban con mayor escolaridad.

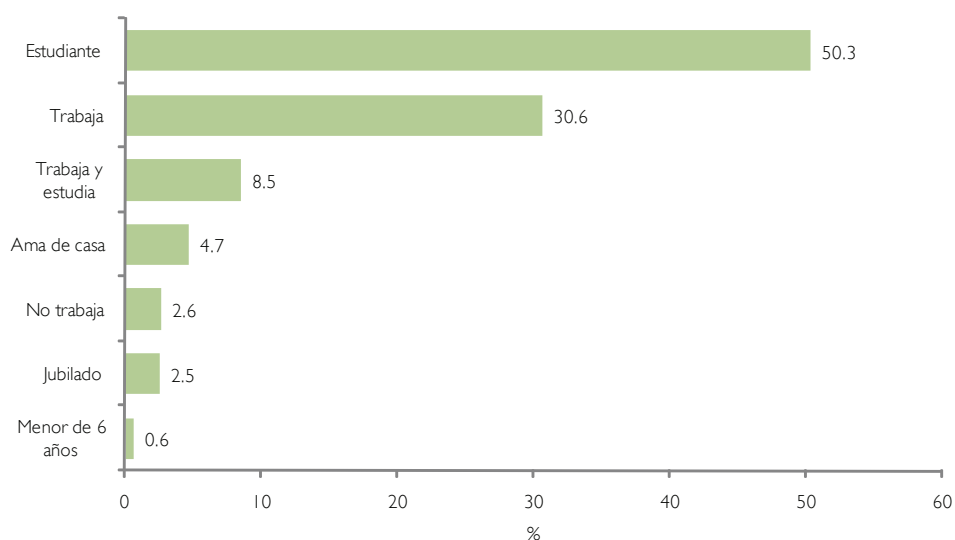
## Escolaridad

Exposición	Menor de 6 años	Ninguna	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Licenciatura	Posgrados	Total
Paseo en mapa	0.8	0.3	4.1	12.1	35.2	43.3	4.1	100.0
Cine y Revolución	1.3	0.0	4.4	5.3	19.4	61.8	7.9	100.0
Foster & Partners Orozco	0.3	0.3	3.0	4.2	14.9	69.5	7.6	100.0
Tiempo universitario	0.0	0.3	4.0	10.0	30.8	49.6	5.3	100.0
Total	0.3	0.2	2.2	9.4	35.8	48.9	3.2	100.0
Total	0.6	0.2	3.6	8.2	27.3	54.5	5.6	100.0

## Ocupación

La encuesta arroja que 50.3% de los visitantes expresaron ser estudiantes, dato seguido por los que trabajan (30.6%). Resulta lógico el hecho de que los estudiantes sean los asistentes más asiduos a los museos por razones naturales a su ocupación, por lo que se considera necesaria una difusión más amplia en dirección de la búsqueda y formación de otros públicos.

## Ocupación



Las exposiciones con mayor asistencia de estudiantes fueron la de Tiempo universitario (61.7%), Orozco (58.5%) y Paseo en mapa (50.4%). Para quienes trabajan, la proporción más alta se da en Foster & Partners (38.6%) y Cine y Revolución (38.1%). El índice más alto para la respuesta Trabaja y estudia lo alcanzó Cine y Revolución, con un poco más de uno de cada 10 de sus visitantes.

### Ocupación

Exposición	Menor de 6 años	Trabaja	Trabaja y estudia	No trabaja	Ama de casa	Estudiante	Jubilado	Total
Paseo en mapa	0.8	27.9	9.6	2.3	6.0	50.4	3.1	100.0
Cine y Revolución	1.5	38.1	12.9	3.1	4.4	36.6	3.5	100.0
Foster & Partners	0.5	38.6	5.1	3.6	5.1	45.2	2.0	100.0
Orozco	0.0	24.3	8.6	1.9	3.8	58.5	2.6	100.0
Tiempo universitario	0.3	24.0	6.0	2.4	4.1	61.7	1.4	100.0
Total	0.6	30.6	8.5	2.6	4.7	50.3	2.5	100.0

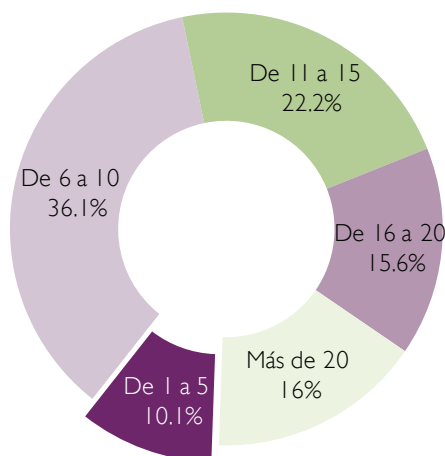
## Nivel de ingreso

El nivel de ingreso de los visitantes es otro factor investigado en este estudio. Para este fin y con el propósito de no incomodar o perturbar al encuestado con preguntas directas sobre sus ingresos, se utilizó como medida indirecta el número de focos existentes en su lugar de residencia.

En la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH, 2005) del INEGI, se proporciona información sobre distribución y estructura del ingreso y gasto de los hogares en México y se incluye la misma pregunta de número de focos en su sección de Características de vivienda. Al considerarse en la ENIGH estas cuestiones, es decir ingreso y número de focos, es factible como referente para describir *grosso modo* la asociación de dependencia existente entre ellas y posteriormente, dada la representatividad de la encuesta, extrapolar los resultados para el contingente de asistentes al museo (véase el anexo).

De esta forma se encontró que la mayor ocurrencia en cuanto a la posesión de focos en los hogares de los visitantes se ubicó con los que cuentan con más de 10 focos, representado por un poco más de la mitad de los visitantes (53.8%) asociados con un nivel económico medio y medio/alto, seguido por la categoría de 6 a 10 focos, con un poco más de una tercera parte de los visitantes (36.1%) que pertenecen aun nivel medio y medio/bajo y por último, sólo uno de cada 10 visitantes (10.1%) se ubicó en la categoría de 1 a 5 focos perteneciendo a un nivel bajo de ingresos.

## Número de focos



Como se muestra en el cuadro siguiente, las exposiciones más visitadas por aquellos que declaran tener de más de 10 focos en sus viviendas son Tiempo universitario y Foster & Partners, con 64.6% y 59.0% respectivamente. En la categoría de 6 a 10 focos las exposiciones Cine y Revolución y Orozco se encuentran por arriba del promedio (41.8% y 39.7%). En el menor rango (de 1 a 5 focos) la exposición más visitada resultó ser Paseo en mapa, con 14.1%.

## Número de focos

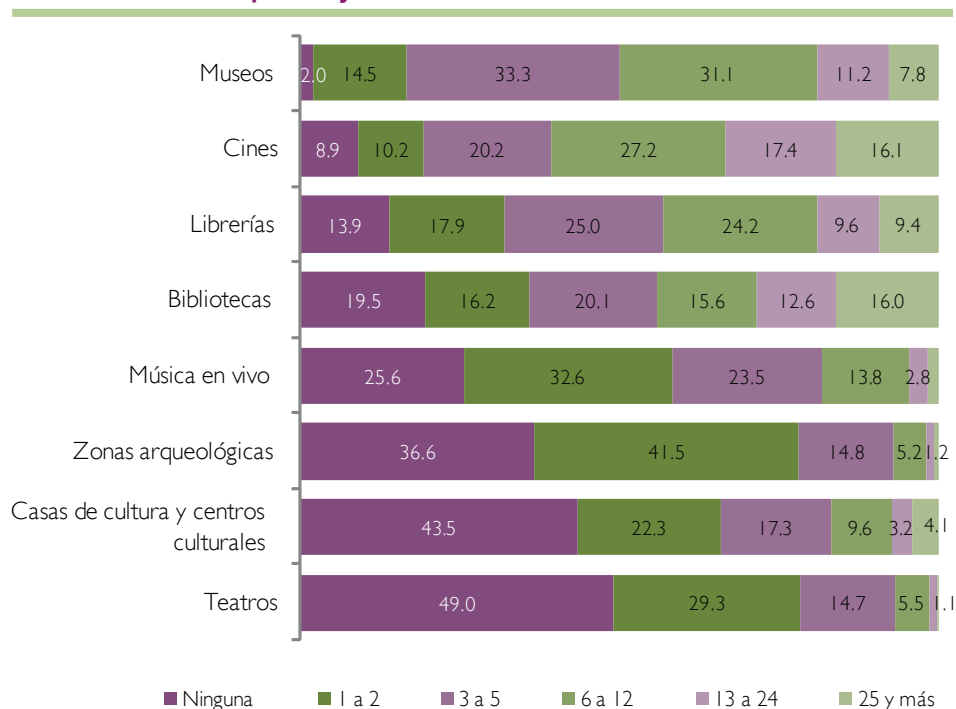
Exposición	De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	Más de 20	Total
Paseo en mapa	14.1	38.7	18.5	13.0	15.6	100.0
Cine y Revolución	7.8	41.8	29.1	11.1	10.3	100.0
Foster & Partners	8.7	32.3	21.2	15.5	22.3	100.0
Orozco	7.4	39.7	23.8	12.2	16.9	100.0
Tiempo universitario	6.9	28.5	25.6	26.3	12.6	100.0
Total	10.1	36.1	22.2	15.6	16.0	100.0

## Asistencia a espacios y actividades culturales

Con respecto a la asistencia a espacios y actividades culturales en los últimos 12 meses, la encuesta arrojó los siguientes resultados: casi la totalidad de los entrevistados (98%) manifestó haber visitado al menos una vez un museo, siendo el espacio cultural con mayor mención de visita; seguido de cines (91.1%) y librerías (86.1%).

Por otro lado, entre los espacios con mayor inasistencia en los últimos 12 meses se encuentran: el teatro, en donde casi cinco de cada 10 de los visitantes (49%) no asistió alguna vez; para el caso de las casas de cultura y centros culturales, la inasistencia fue manifestada por poco más de cuatro de cada 10 de los encuestados (43.5%), en tanto que para zonas arqueológicas la inasistencia se ubicó en 36.6%.

### Asistencia a espacios y actividades culturales en los últimos 12 meses



Se cruzó esta información con la variable de primera visita al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso y se obtuvo que cuatro de cada 10 visitantes (42.2%) declararon haber visitado por primera vez dicho museo. De este porcentaje, (32.6%) una tercera parte, manifestó haber asistido en los últimos 12 meses un mínimo de tres veces a otro museo.

En el siguiente cuadro se puede observar un cruce entre las exposiciones y la frecuencia de asistencia a los diferentes espacios culturales. Una mayor asistencia a museos se registra en la exposición Foster & Partners, hasta alcanzar 99.4% y Orozco 99.3% de asistencia de al menos una vez. En tanto que la de menor asistencia en los últimos 12 meses es Tiempo universitario, en donde uno de cada 20 de sus visitantes (4.9%) no asistió ninguna vez.

Resalta que la exposición Paseo en mapa registra los porcentajes más altos de no asistencia a los diferentes espacios culturales (bibliotecas, casas de cultura y centros culturales, cines, música en vivo, librerías y teatros), excepto museos y zonas arqueológicas. A continuación se presentan los resultados obtenidos con mayor detalle. (Véase cuadro de las siguientes páginas)



### Asistencia a espacios y actividades culturales en los últimos 12 meses

Espacios y actividades culturales	Asistencia últimos 12 meses	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total	Porcentaje de asistencia
Museos	Ninguna	1.9	2.4	0.6	0.7	4.9	2.0	98.0%
	1-2	15.7	12.4	11.0	15.7	16.0	14.5	
	3-5	38.8	25.9	30.2	29.0	33.5	33.3	
	6-12	28.0	37.9	29.4	34.6	32.3	31.1	
	13-24	10.9	11.8	14.5	13.4	6.1	11.2	
	25 y más	4.8	9.7	14.2	6.6	7.3	7.8	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Cines	Ninguna	13.3	7.1	6.1	7.5	5.5	8.9	91.1%
	1-2	10.4	7.0	7.7	13.3	11.7	10.2	
	3-5	25.7	13.1	12.8	22.4	18.7	20.2	
	6-12	24.5	32.1	28.9	26.0	29.1	27.2	
	13-24	15.9	19.9	21.1	13.0	19.0	17.4	
	25 y más	10.2	20.7	23.5	17.8	15.8	16.1	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Librerías	Ninguna	18.0	12.8	10.0	13.3	11.1	13.9	86.1%
	1-2	20.3	15.5	15.0	19.5	16.4	17.9	
	3-5	23.1	19.1	25.2	26.2	30.6	25.0	
	6-12	21.2	30.0	26.0	23.0	26.0	24.2	
	13-24	10.0	9.7	9.4	10.3	8.5	9.6	
	25 y más	7.4	12.9	14.4	7.7	7.4	9.4	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Bibliotecas	Ninguna	23.2	22.4	19.0	17.9	12.8	19.5	80.5%
	1-2	19.6	15.1	12.6	17.7	13.1	16.2	
	3-5	24.5	14.9	17.3	21.1	16.5	20.1	
	6-12	13.3	8.8	18.0	14.7	22.0	15.6	
	13-24	12.2	10.2	12.7	13.4	13.7	12.6	
	25 y más	7.3	28.6	20.4	15.4	22.0	16.0	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

## Asistencia a espacios y actividades culturales en los últimos 12 meses

Espacios y actividades culturales	Asistencia últimos 12 meses	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total	Porcentaje de asistencia
Música en vivo	Ninguna	30.7	22.5	17.2	29.7	22.5	25.6	74.4%
	1-2	32.9	29.6	35.7	28.0	34.2	32.6	
	3-5	21.8	24.7	20.2	24.4	29.1	23.5	
	6-12	11.1	17.7	20.9	12.8	10.1	13.8	
	13-24	1.7	4.3	4.3	3.0	2.3	2.8	
	25 y más	1.8	1.2	1.7	2.1	1.7	1.8	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Zonas arqueológicas	Ninguna	33.2	36.2	35.5	39.7	41.9	36.6	63.4%
	1-2	47.7	41.2	35.3	37.9	39.1	41.5	
	3-5	12.7	13.3	18.6	16.6	14.1	14.8	
	6-12	4.1	7.1	7.4	4.4	4.9	5.2	
	13-24	1.2	1.8	2.5	0.7		1.2	
	25 y más	1.1	0.3	0.6	0.6		0.6	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Casas de cultura y centros culturales	Ninguna	54.3	37.0	31.4	39.7	41.7	43.5	56.5%
	1-2	21.1	25.1	22.2	20.8	24.7	22.3	
	3-5	12.2	21.9	21.3	15.8	22.0	17.3	
	6-12	9.0	6.9	11.9	11.5	8.2	9.6	
	13-24	2.1	5.8	3.4	6.6	0.8	3.2	
	25 y más	1.3	3.3	9.9	5.6	2.6	4.1	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Teatros	Ninguna	52.0	51.1	48.4	48.6	43.1	49.0	51.0%
	1-2	31.2	25.9	25.8	29.1	31.2	29.3	
	3-5	12.6	16.8	16.7	15.7	15.1	14.7	
	6-12	3.3	4.6	6.8	4.4	10.1	5.5	
	13-24	1.0	1.4	1.9	1.4	0.1	1.1	
	25 y más		0.2	0.4	0.9	0.4	0.3	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

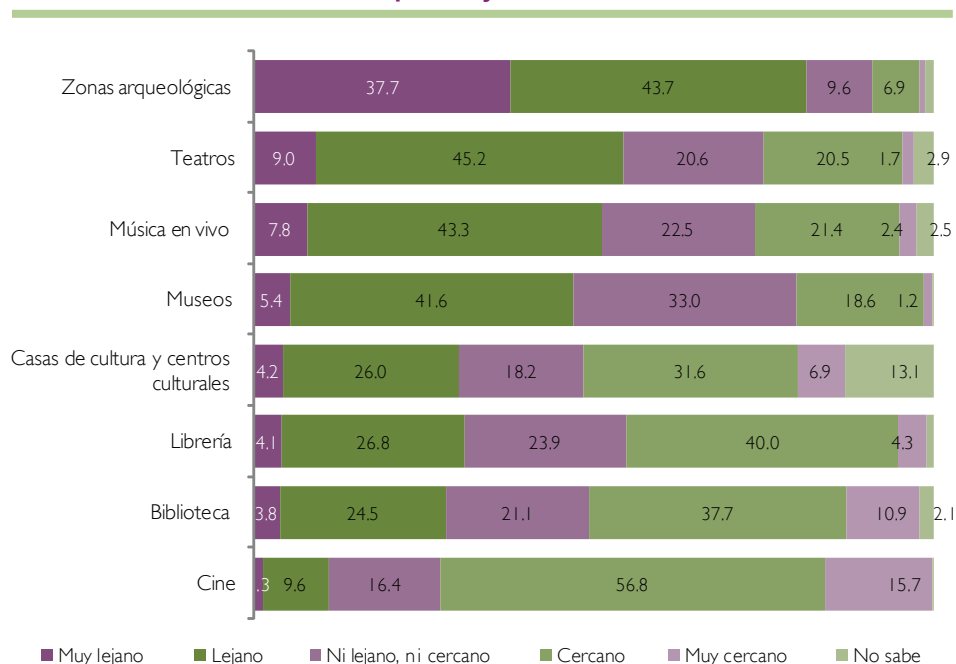
## Distancia percibida a espacios y actividades culturales

Para ahondar más sobre el tema de asistencia, se les preguntó a los visitantes qué tan cercano o lejano consideraban de su casa los siguientes espacios y actividades culturales: zonas arqueológica, teatro, escuchar música en vivo, museos, casa de cultura y centros culturales, librería, biblioteca y cines.

Con base en los resultados, los espacios culturales que se perciben lejos y muy lejos por parte de los visitantes son las zonas arqueológicas con 81.4%, teatro y escuchar música en vivo, con 54.2% y 51.1% respectivamente. Los porcentajes más altos de respuesta de los visitantes que perciben ni lejano ni cercano son: los museos (33%) y escuchar música en vivo (22.5%). Finalmente, los espacios y actividades culturales que se perciben más cercanos (cercano o muy cercano) son los cines con 72.5%, las bibliotecas con 48.6% y librerías con 44.3%.

Aun cuando los espacios culturales pueden no estar lejanos o muy lejanos de los hogares de la población entrevistada, es cierto que esta percepción puede obedecer a un desconocimiento de la existencia de los mismos. En este sentido, se podría hacer un análisis de distancias reales con base, por ejemplo, en códigos postales y la ubicación específica. Si bien es cierto que el caso particular de las zonas arqueológicas puede ser excepcional por la ubicación geográfica de la mayoría de ellas, en el resto de los espacios se puede incentivar la difusión de su ubicación y trazar rutas para reducir el tiempo de recorrido entre el hogar y el espacio cultural, así como generar programas de transporte para reducir los costos de traslado.

Distancia a espacios y actividades culturales



Al separar los resultados por asistentes de cada exposición, nos encontramos que los visitantes de Paseo en mapa consideran que los espacios culturales que se encuentran lejos y muy lejos de su hogar son: las bibliotecas, casas de cultura y centros culturales, librerías, museos y teatros por arriba de los asistentes de las otras exposiciones. Del mismo modo los asistentes a la exposición de Tiempo universitario percibieron los siguientes espacios y actividades culturales: cines, zonas arqueológicas y escuchar música en vivo.

Los resultados más altos de visitantes que perciben cercano y muy cercano los espacios y actividades culturales los registraron los asistentes a la exposición Cine y Revolución (casas de cultura y centros culturales, zonas arqueológicas y escuchar música en vivo), Foster & Partners (bibliotecas, librerías, museos y teatros) y Orozco (cines).

### Distancia a espacios y actividades culturales

Espacios y actividades culturales	Distancia	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total
<b>Museos</b>	Muy lejano	6.8	2.4	5.9	6.1	2.7	5.4
	Lejano	53.7	37.0	27.8	40.0	35.8	41.6
	Ni lejano, ni cercano	22.6	30.4	39.7	38.3	43.5	33.0
	Cercano	16.0	27.9	23.4	14.5	17.1	18.6
	Muy cercano	0.5	2.3	2.7	1.1	0.5	1.2
	No sabe	0.3		0.6		0.4	0.3
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>Bibliotecas</b>	Muy lejano	4.9	1.8	2.4	5.0	2.9	3.8
	Lejano	30.9	18.6	13.7	28.0	23.5	24.5
	Ni lejano, ni cercano	13.8	31.7	19.1	20.0	33.0	21.1
	Cercano	34.2	37.9	39.6	44.5	36.9	37.7
	Muy cercano	12.9	6.6	24.1	1.2	3.1	10.9
	No sabe	3.4	3.3	1.0	1.4	0.5	2.1
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

### Distancia a espacios y actividades culturales

Espacios y actividades culturales	Distancia	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total
Casas de cultura y centros culturales	Muy lejano	4.9	0.7	3.3	3.2	<b>6.4</b>	4.2
	Lejano	<b>29.6</b>	<b>27.4</b>	17.0	<b>29.9</b>	24.1	26.0
	Ni lejano, ni cercano	11.0	18.1	<b>29.7</b>	17.7	<b>20.8</b>	18.2
	Cercano	24.8	<b>44.5</b>	<b>37.5</b>	<b>38.2</b>	26.5	31.6
	Muy cercano	<b>10.6</b>	4.9	<b>8.8</b>	1.4	3.4	6.9
	No sabe	19.2	4.4	3.5	9.6	<b>18.8</b>	13.1
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Cines	Muy lejano	<b>1.7</b>	0.2	0.6	<b>1.5</b>	<b>1.6</b>	1.3
	Lejano	<b>9.9</b>	8.4	8.8	<b>10.1</b>	<b>10.1</b>	9.6
	Ni lejano, ni cercano	11.9	<b>17.7</b>	10.2	<b>18.4</b>	<b>29.4</b>	16.4
	Cercano	62.0	<b>62.1</b>	41.9	<b>64.1</b>	53.0	56.8
	Muy cercano	14.3	11.6	<b>38.2</b>	5.6	5.6	15.7
	No sabe	0.1		0.3	0.3	0.3	0.2
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Música en vivo	Muy lejano	<b>7.9</b>	2.5	<b>8.1</b>	6.6	<b>11.4</b>	7.8
	Lejano	47.0	<b>48.6</b>	33.4	41.8	<b>44.9</b>	43.3
	Ni lejano, ni cercano	15.1	19.7	<b>28.8</b>	<b>31.5</b>	<b>24.3</b>	22.5
	Cercano	<b>26.7</b>	<b>26.4</b>	<b>22.1</b>	13.6	14.3	21.4
	Muy cercano	2.1	2.2	<b>5.8</b>		1.7	2.4
	No sabe	1.3	0.6	1.8	<b>6.5</b>	<b>3.3</b>	2.5
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



## Distancia a espacios y actividades culturales

Espacios y actividades culturales	Distancia	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total
Librerías	Muy lejano	5.8	1.4	4.2	1.9	3.6	4.1
	Lejano	29.2	27.5	14.6	30.8	31.3	26.8
	Ni lejano, ni cercano	16.9	22.1	25.2	27.2	34.9	23.9
	Cercano	42.0	45.4	46.6	38.3	27.2	40.0
	Muy cercano	5.4	3.6	8.2	0.2	1.5	4.3
	No sabe	0.7		1.2	1.5	1.5	1.0
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Teatros	Muy lejano	9.3	2.4	6.4	6.2	17.2	9.0
	Lejano	51.6	45.9	31.2	51.7	41.6	45.2
	Ni lejano, ni cercano	15.8	19.7	33.1	19.6	18.3	20.6
	Cercano	18.6	29.6	23.0	19.2	17.8	20.5
	Muy cercano	1.5	1.8	3.7	0.4	0.9	1.7
	No sabe	3.1	0.6	2.6	2.8	4.2	2.9
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Zonas arqueológicas	Muy lejano	34.4	9.5	46.0	39.0	49.2	37.7
	Lejano	50.7	60.7	22.5	47.0	40.4	43.7
	Ni lejano, ni cercano	7.6	12.2	18.2	6.9	5.1	9.6
	Cercano	5.2	16.5	9.0	6.1	3.7	6.9
	Muy cercano	0.9	0.7	2.1		0.4	0.9
	No sabe	1.3	0.2	2.2	1.0	1.2	1.3
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



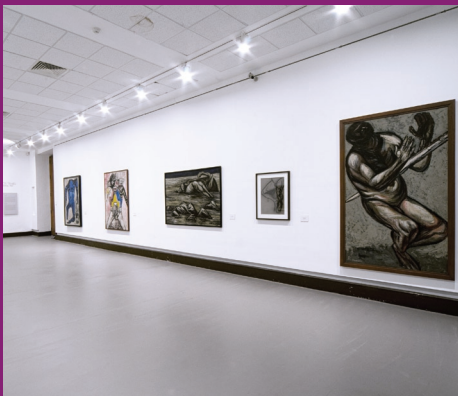



# Capítulo

# 2

## Conocimiento previo a la visita del museo







Este apartado tiene como objetivo conocer algunos aspectos de los visitantes, tales como si es su primera visita al museo, cómo se enteraron de la existencia del mismo, cuáles son los medios de transporte utilizados para llegar y cuál es su museo de preferencia.

También da cuenta sobre la asistencia previa al museo y los medios por los que los visitantes se enteraron de la existencia del museo. Los resultados se presentan desagregados por sexo, edad, escolaridad, ocupación y por exposición, lo que permite hacer sugerencias para que el museo responda a las necesidades particulares de sus asistentes enfocándose en cada uno de estos aspectos.

Otro factor que resulta relevante conocer es la accesibilidad del museo, particularmente para los habitantes del Distrito Federal y Estado de México (que suman 93.5% de los asistentes del museo). Los datos sobre los medios de transporte utilizados para llegar al museo se desglosan por entidad, delegación/municipio y por exposición.

Finalmente, la información sobre el museo de preferencia se cruzó contra la exposición temporal a la que asistieron los visitantes.

## Asistencia previa al museo

Para tener un primer acercamiento de la conformación del público del museo, se preguntó a los asistentes si esa era su primera visita al museo. Cuatro de cada 10 visitantes (42.2%) aseguró que sí, es decir, no son visitantes habituales; cabe destacar que seis de cada 10 visitantes (57.8%) no era la primera vez que visitaban al museo en cuestión, por lo que se observa la conformación de un público asiduo al recinto.

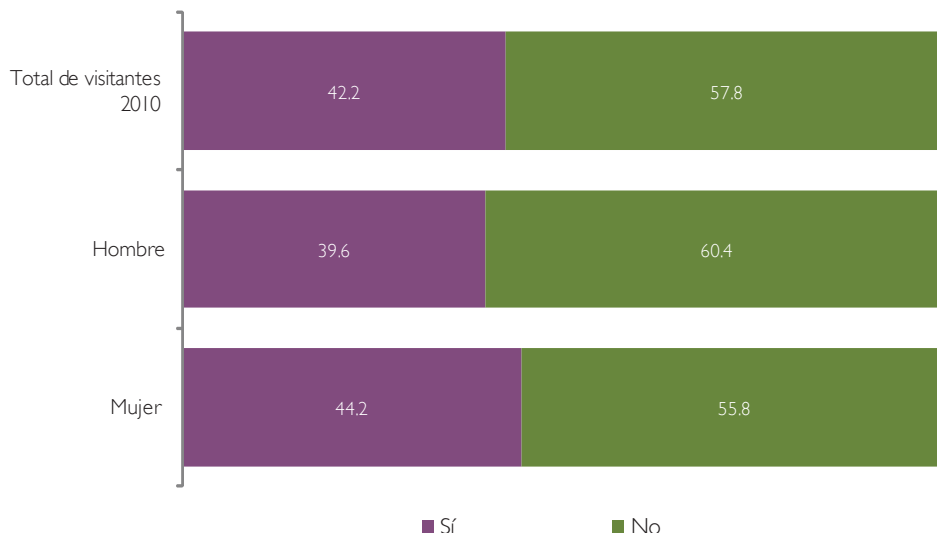
Al desglosar la asistencia de primera vez al museo por sexo, observamos que las mujeres (44.2%) se encuentran por encima del promedio anual de visitantes no habituales. Por el contrario, los hombres (60.4%) reportaron mayor asistencia en visitantes habituales.

### Primera visita al museo

	Total de casos	Sí	No	Total
<b>Total de visitantes 2010</b>	<b>1500</b>	<b>42.2</b>	<b>57.8</b>	<b>100.0</b>
Hombre	669	39.6	<b>60.4</b>	100.0
Mujer	831	<b>44.2</b>	55.8	100.0
15 a 17años	217	<b>76.0</b>	24.0	100.0
18 a 22 años	454	42.1	<b>57.9</b>	100.0
23 a 30 años	340	29.4	<b>70.6</b>	100.0
31 a 45 años	262	40.4	<b>59.6</b>	100.0
46 años o más	227	24.5	<b>75.5</b>	100.0
Ninguna	4	27.2	<b>72.8</b>	100.0
Primaria	13	<b>66.2</b>	33.8	100.0
Secundaria	69	<b>79.2</b>	20.8	100.0
Bachillerato	400	<b>63.8</b>	36.2	100.0
Licenciatura	902	29.1	<b>70.9</b>	100.0
Posgrado	112	30.0	<b>70.0</b>	100.0
Trabaja	540	31.1	<b>68.9</b>	100.0
Trabaja y estudia	147	37.9	<b>62.1</b>	100.0
No trabaja	47	28.3	<b>71.7</b>	100.0
Ama de casa	73	<b>57.2</b>	42.8	100.0
Estudiante	654	<b>51.4</b>	48.6	100.0
Jubilado	39	9.3	<b>90.7</b>	100.0



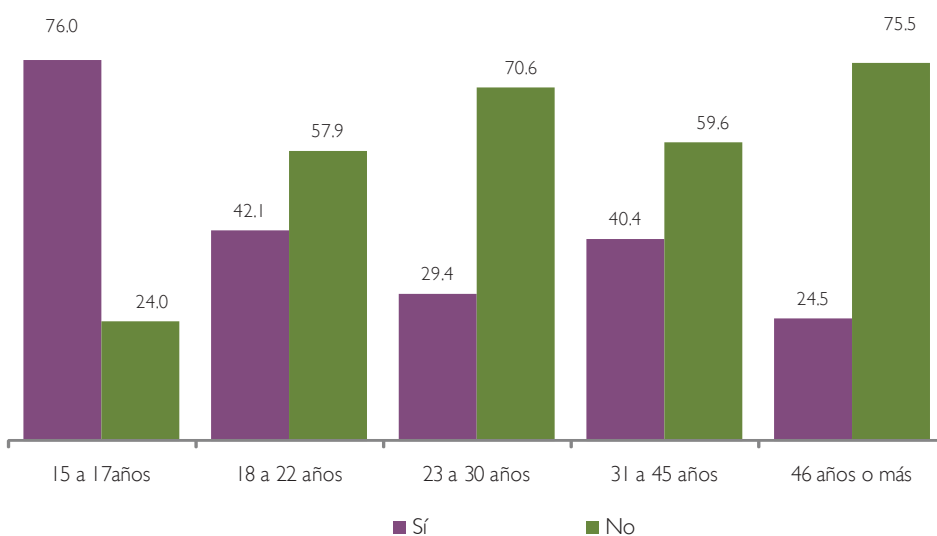
### Primera visita por sexo



Los mayores niveles de asistencia de primera vez al museo lo registran los visitantes más jóvenes, entre 15 a 17 años, seguido de 18 a 22 años y los de 31 a 45 años. Por otra parte, el porcentaje más alto del público que ya había asistido al menos alguna vez al museo, lo alcanzaron los visitantes de mayor edad, de 46 años o más, seguido de 23 a 30 años y 31 a 45 años.

Con los niveles de asistencia del público entre 15 a 17 años que cuenta el museo, se contempla indispensable lograr un ofrecimiento de experiencias significativas y formativas para este grupo, con el objeto de convertirlos en un público cautivo, lo que a futuro ensanchará el aumento de visitantes en los diferentes rangos de edad mayores a los 17 años.

### Primera visita por edad

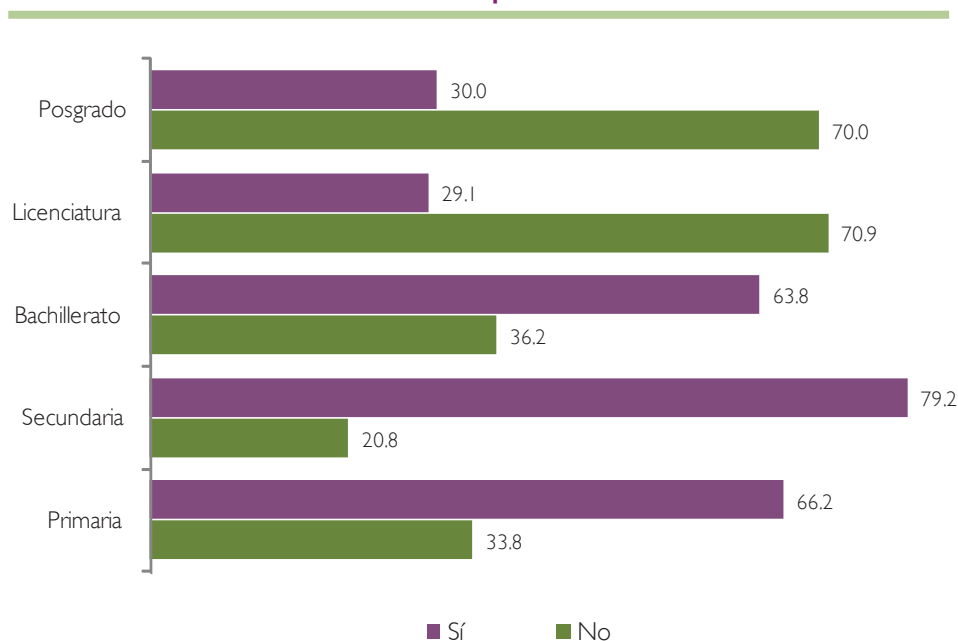


Hay algunos investigadores que piensan que existen factores psicológicos que son determinantes para la creación de un público cautivo, ya que si se han tenido malas experiencias durante la niñez al interior de un recinto cultural, en el futuro no les será grato asistir a otros.

Existe una mayor asistencia de primera visita al Antiguo Colegio de San Ildefonso en los visitantes que cuentan con los niveles de escolaridad menor, primaria, secundaria y bachillerato, los cuales se hallan por arriba del promedio total de visitantes (42.2%). Por otra parte, los niveles de escolaridad de licenciatura y posgrado (70.9% y 70% respectivamente) alcanzaron los porcentajes más altos en asistencia habitual.

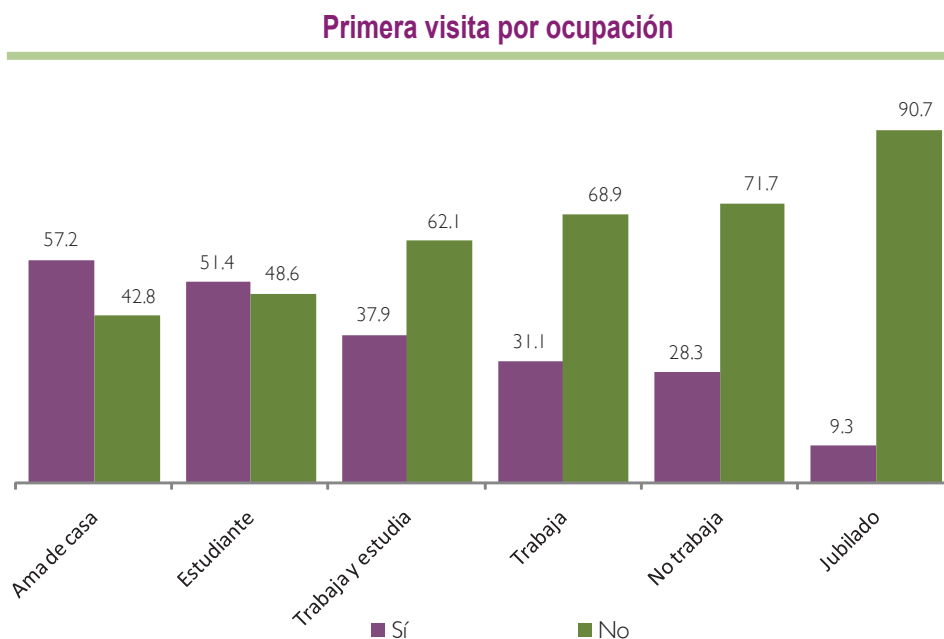
Es importante trabajar conjuntamente con las escuelas (promociones, visitas guiadas, entradas gratis, estudios focalizados, etc.) sobre todo en los niveles inferiores al bachillerato, ya que actualmente estas instituciones educativas son las que suelen generar las primeras prácticas de consumo cultural en los estudiantes, con el fin de que las prácticas dejen de ser sólo eso, "prácticas", y pasen a ser hábitos; con ello el museo y las escuelas estarán fortaleciendo la creación de públicos a los museos.

### Primera visita por escolaridad



Desagregando la pregunta de primera visita por ocupación nos encontramos que las amas de casa y los estudiantes (57.2% y 51.4% respectivamente), son las ocupaciones que reportaron mayor asistencia de primera vez.

Las ocupaciones con mayor asistencia habitual son los jubilados y los que no trabajan; este público representa 5.7% de la población entrevistada en 2010.



Por exposición, encontramos que uno de cada dos asistentes (52.4%) de Paseo en mapa declaró que era la primera vez que iba al museo; del mismo modo Tiempo universitario y Orozco reportaron 46.5% y 46%, respectivamente. Estas exposiciones se encuentran por arriba del promedio anual (42.2%) en asistencia de primera vez. Por otro lado, ocho de cada 10 asistentes de Foster & Partners aseguraron haber visitado el museo con anterioridad; en esa misma condición se ubican los visitantes de Cine y Revolución (66.4%).

#### Primera visita por exposición

Exposición	Sí	No	Total
Paseo en mapa	52.4	47.6	100.0
Cine y Revolución	33.6	66.4	100.0
Foster & Partners	20.4	79.6	100.0
Orozco	46.0	54.0	100.0
Tiempo universitario	46.5	53.5	100.0
Total	42.2	57.8	100.0

## ¿Cómo se enteró de la existencia del museo?

Dentro de los objetivos del estudio se encuentra conocer cómo se enteraron los visitantes de la existencia del museo. De manera global una tercera parte de los visitantes (33.1%) aseveró conocer el museo desde siempre; 32.1% dijo conocer el espacio Por un maestro o libro de texto, y un poco más de uno de cada 10 (11.9%) afirmó haberse enterado por una Recomendación (amigos, familiares, compañeros de trabajo, etc.). Casi ocho de cada 10 visitantes (77.2%) manifestaron cualquiera de las tres formas anteriores como principal medio de enterarse de la existencia del museo, lo que afirma que no hay mejor publicidad como la que se da de persona a persona y más porque es gratuita.

Sólo un poco más de uno de cada 10 visitantes (12.1%) se enteraron de la existencia del museo por alguno de estos medios de comunicación: televisión, radio, periódicos, internet y redes sociales (facebook, twitter, hi5, myspace, etc.). La efectividad de estos medios electrónicos no se puede medir si no se conoce los recursos invertidos en los mismos; sin embargo, dado que estos medios no suelen ser gratuitos y pueden llegar a ser muy costosos, se pueden buscar patrocinadores para poder pagar estos medios de difusión o buscar espacios en programas de televisión, radio o columnas de periódicos en donde se invite a la población general a visitar el museo, ofreciendo a cambio cortesías para entradas, visitas guiadas o talleres que imparta el museo al público.

Las formas de enterarse de la existencia del museo con menor influencia en los visitantes fueron: redes sociales (facebook, twitter, hi5, myspace, etc.) con 0.4%, seguido de Otros (desde niño, ex alumno y trabaja en la UNAM) con 0.8% y Oficina turística (guía) con 1.7%.

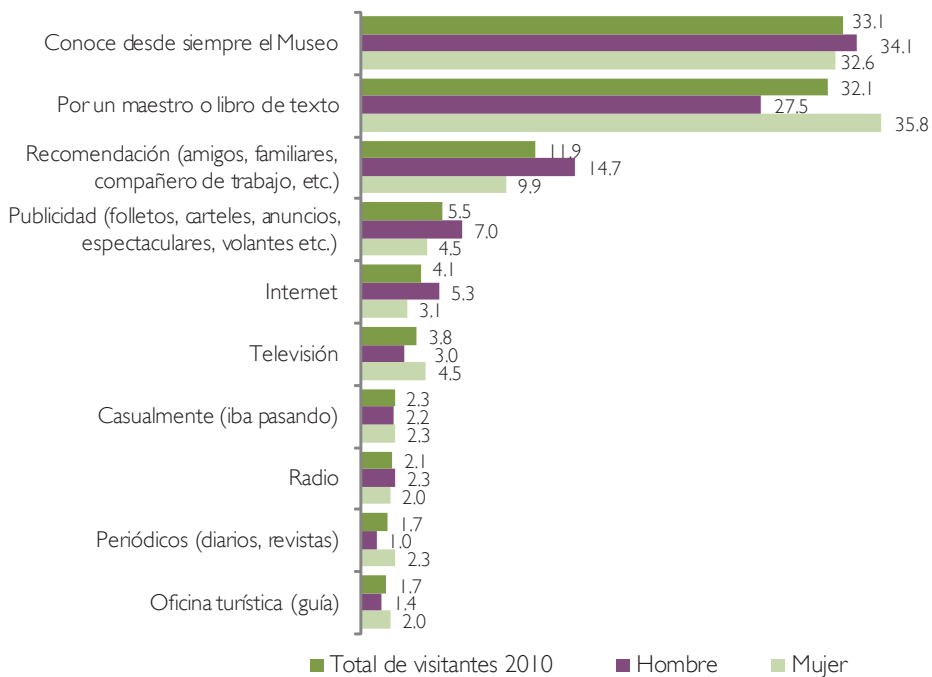
Al desglosar por sexo la forma de enterarse de la existencia del museo, nos encontramos que poco más de una tercera parte de las mujeres (35.8%) lo conocen Por un maestro o libro de texto, seguido de la opción de conocerlo desde siempre (32.6%) y como tercera opción de mayor mención se encuentra por Recomendación (amigos, familiares, compañeros de trabajo, etcétera.) con 9.9%.

El 34.1% de los visitantes hombres conocen desde siempre el museo y casi tres de cada 10 (27.5%) se enteraron del museo Por un maestro o libro de texto y 14.7% por una Recomendación (amigos, familiares, compañeros de trabajo, etcétera.).

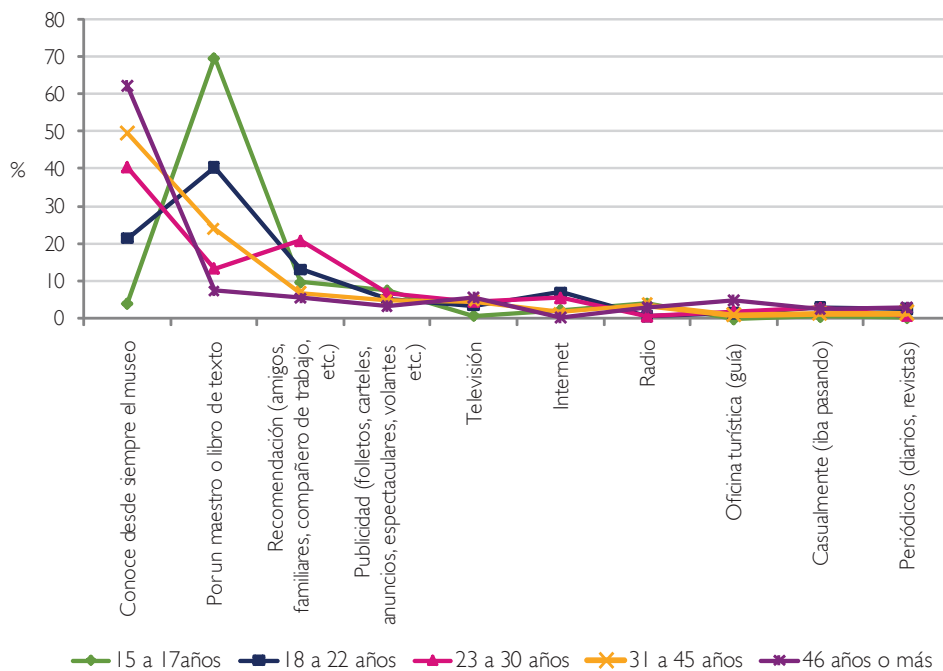
## ¿Cómo se enteró de la existencia del museo?

	Formas													Total
	Total de casos	Conoce desde siempre el museo	Por un maestro o libro de texto	Recomendación (amigos, familiares, compañero de trabajo, etc.)	Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes, etc.)	Internet	Televisión	Casualmente (iba pasando)	Radio	Periódicos (diarios, revistas)	Oficina turística (guía)	Otros (especifique)	Redes sociales (facebook, twitter, hi5, myspace, etc.)	
Total de visitantes 2010	1500	33.1	32.1	11.9	5.5	4.1	3.8	2.3	2.1	1.7	1.7	0.8	0.4	100.0
Hombre	669	34.1	27.5	14.7	7.0	5.3	3.0	2.2	2.3	1.0	1.4	1.3	0.2	100.0
Mujer	831	32.6	35.8	9.9	4.5	3.1	4.5	2.3	2.0	2.3	2.0	0.4	0.5	100.0
15 a 17años	217	4.2	69.9	9.9	7.6	2.4	0.9	0.6	4.1	0.3				100.0
18 a 22 años	454	21.5	40.7	13.2	5.1	7.0	3.5	3.1	0.6	2.6	1.4	1.3	0.1	100.0
23 a 30 años	340	40.5	13.5	20.9	6.8	5.6	4.7	3.0	0.8	1.0	2.1		1.2	100.0
31 a 45 años	262	49.6	23.9	6.9	4.7	1.7	4.5	1.4	3.8	1.6	1.0	0.3	0.6	100.0
46 años o más	227	62.5	7.3	5.4	3.4	0.2	5.6	2.4	3.0	2.9	4.8	2.4		100.0
Ninguna	4	47.9		24.9					27.2					100.0
Primaria	13	18.6	55.9	6.0	3.7		3.1		12.7					100.0
Secundaria	69	15.1	60.9	12.9	5.1	1.4	1.2	1.6	0.8	1.0				100.0
Bachillerato	400	15.2	55.2	8.0	5.9	4.5	2.1	2.1	4.0	0.6	1.1	1.3		100.0
Licenciatura	902	40.2	20.5	14.8	5.7	4.3	5.3	2.4	1.2	2.5	1.8	0.6	0.6	100.0
Posgrado	112	69.7	7.6	4.6	3.1	2.6	0.6	2.9	0.6	1.3	5.2	1.8		100.0
Trabaja	540	52.1	14.6	8.7	4.7	3.2	5.0	2.5	2.8	1.3	3.5	1.1	0.6	100.0
Trabaja y estudia	147	32.2	34.9	15.4	7.6	3.0	2.1	1.2		1.4	1.4		0.8	100.0
No trabaja	47	50.4	8.4	17.1	6.2	9.5		1.0		1.6	3.9		2.0	100.0
Ama de casa	73	35.0	31.6	13.1	5.1	1.2	6.0	3.0	4.3		0.6			100.0
Estudiante	654	17.6	47.1	13.6	6.1	5.1	3.2	2.4	1.8	1.8	0.5	0.7	0.1	100.0
Jubilado	39	62.6	2.0	5.9			4.6		4.3	14.4	2.0	4.2		100.0

## Cómo se enteró de la existencia del museo por sexo



## Cómo se enteró de la existencia del museo por edad



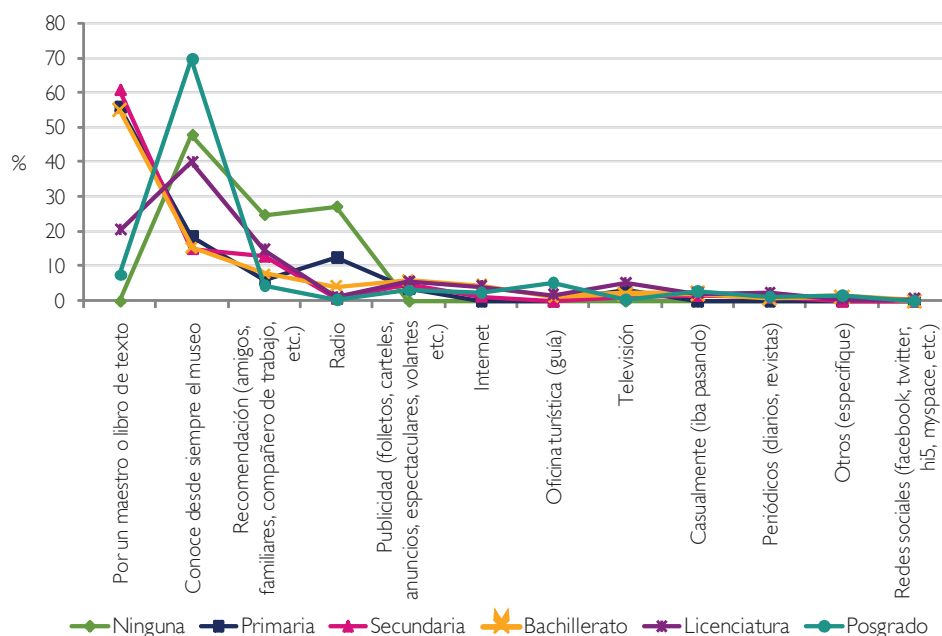


Los jóvenes de 15 a 22 años son los que se encuentran por arriba del promedio total de los visitantes que confirmaron conocer al museo gracias a un maestro o libro de texto; entre el público de 23 años y más, la respuesta con mayor mención corresponde a los que lo conocen desde siempre, también situándose por arriba del promedio.

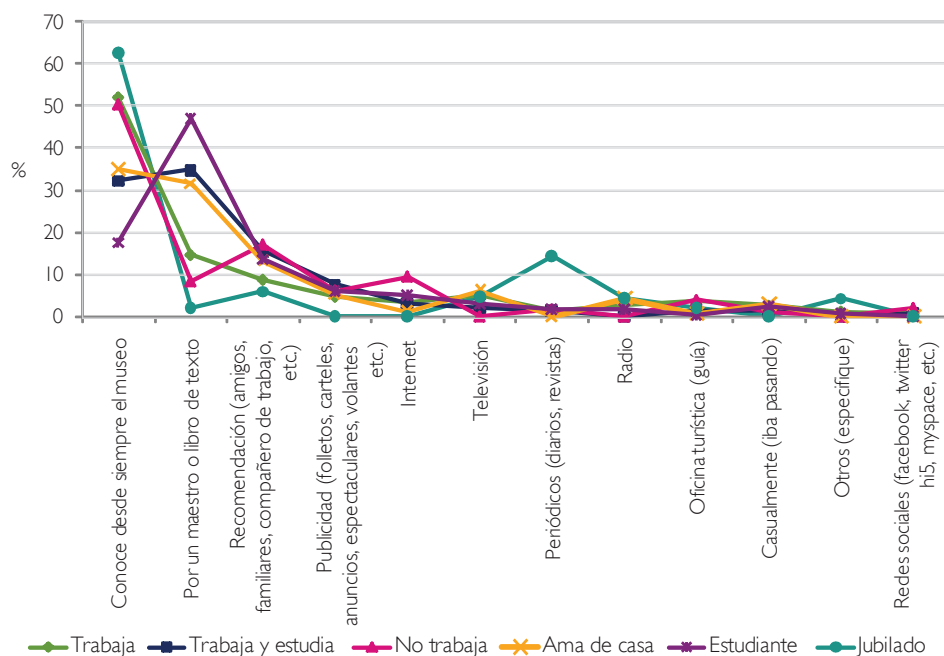
Es interesante ver que a pesar de que las redes sociales que operan por internet: facebook, twitter, hi5, myspace entre otras, son aplicaciones que ocupan mucho los jóvenes, no funciona como medio de difusión cultural para los jóvenes de 15 a 17 años o para los adultos de 46 años o más, al menos esto sucede con los visitantes que asisten al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso.

Los resultados muestran que a mayor nivel de escolaridad aumenta la diversidad de formas de enterarse de la existencia del museo. Para quienes cuentan con una escolaridad de primaria a bachillerato el papel de la escuela es el que tiene mayor peso en esta información, mientras que los visitantes con posgrado y licenciatura ya han integrado al recinto dentro de su cotidianidad.

### Cómo se enteró de la existencia del museo por escolaridad



## Cómo se enteró de la existencia del museo por ocupación



Existe una diferencia notoria entre los visitantes que trabajan y los que estudian con respecto a su principal forma de enterarse de la existencia del museo. Para los estudiantes la principal forma fue por un maestro o libro de texto (47.1%), mientras que para los visitantes que trabajan fue porque lo conocían desde siempre (52.1%).

En la exposición Foster & Partners se reportaron más asistentes que conocían desde siempre el museo (41.6%), en tanto que los que asistieron a Orozco su principal forma de conocer el museo fue por medio de un maestro o libro de texto (39.7%).

El público que asistió a la exposición de Paseo en mapa fue el que logró mayor mención de haberse enterado de la existencia del museo por medio de la radio (2.9%), en tanto que en Tiempo universitario se ubicó Otros (desde niño y ex alumno).

A diferencia de todos los demás visitantes que asistieron a las otras exposiciones, los visitantes de Cine y Revolución fue la única que no reportó ningún asistente que se hubiera enterado del museo por medio de alguna red social.

### Cómo se enteró de la existencia del museo por exposición

Medios	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total
Conoce desde siempre el museo	33.5	35.6	41.6	26.4	27.7	33.1
Por un maestro o libro de texto	37.8	21.6	14.3	39.7	38.9	32.1
Recomendación (amigos, familiares, compañero de trabajo, etc.)	8.8	19.4	15.8	10.9	10.9	11.9
Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes etc.)	3.7	6.1	5.6	10.2	4.7	5.5
Internet	3.6	3.4	5.8	2.5	5.0	4.1
Televisión	4.0	3.6	6.7	1.9	2.0	3.8
Casualmente (iba pasando)	1.4	2.7	3.1	3.5	1.8	2.3
Radio	2.9	2.0	1.1	1.3	2.4	2.1
Periódicos (diarios, revistas)	1.6	4.7	1.0	1.7	1.4	1.7
Oficina turística (guía)	0.8	0.9	3.9	1.2	2.0	1.7
Otros (especifique)	0.6		0.7	0.4	2.2	0.8
Redes sociales (facebook, twitter, hi5, myspace, etc.)	0.2		0.5	0.2	0.9	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

### Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) para llegar al museo

Se les preguntó a los visitantes que mencionaran los medios de transporte que utilizaron para llegar al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, tomando como punto de partida la casa en donde habita o lugar en donde se hospeda si fuera turista mexicano. Esta pregunta fue de opción múltiple por lo que los visitantes pudieron haber dado un solo medio de transporte o varios, según fuera el caso.

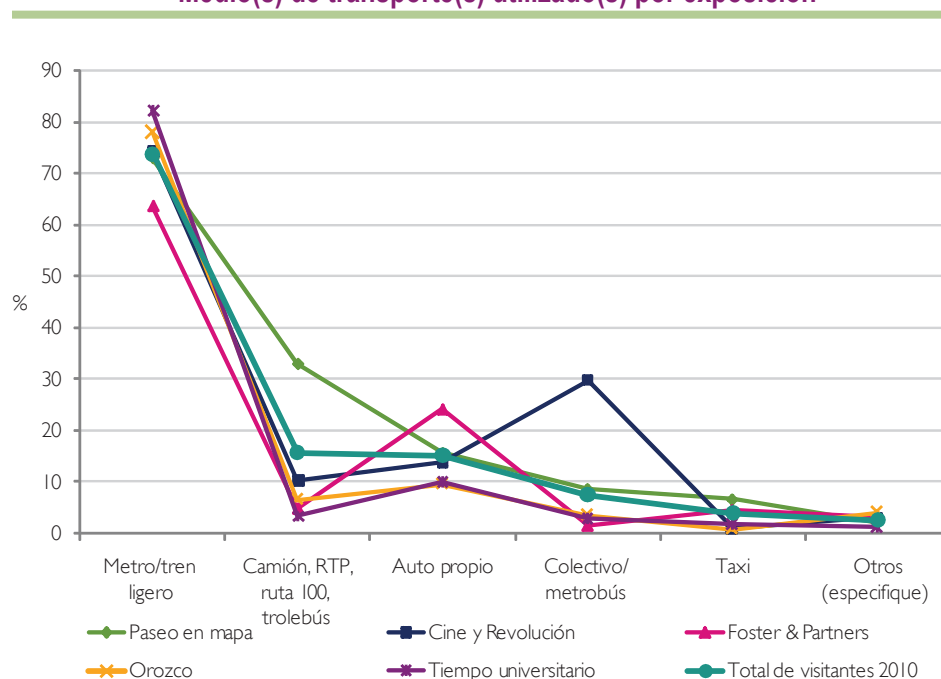
El Metro/tren ligero sobresalió como el medio de transporte más utilizado o más accesible para llegar al museo, pues un poco más de siete de cada 10 visitantes (73.7%) lo mencionaron como principal medio utilizado; enseguida se encontró el Camión, RTP, Ruta 100 y trolebús, con poco menos de una sexta parte de los asistentes (15.8%), y con menor porcentaje (4.0% y 2.7%) se reportaron el uso de Taxi y Otros (autobús foráneo, bici-taxi, bicicleta, caminando y motocicleta).

### Medio(s) de transporte(s) utilizado(s)

Exposición	Metro/ tren ligero	Camión, RTP, Ruta 100 y trolebús	Auto propio	Colectivo/ metrobús	Taxi	Otros (especifique)
Paseo en mapa	72.9	33.0	15.7	8.7	6.7	2.2
Cine y Revolución	74.2	10.4	13.9	29.8	1.0	3.1
Foster & Partners	63.7	5.0	24.2	1.7	4.7	3.4
Orozco	77.9	6.6	9.7	3.6	0.9	4.2
Tiempo universitario	82.1	3.4	10.2	2.9	1.9	1.3
Total	73.7	15.8	15.2	7.5	4.0	2.7

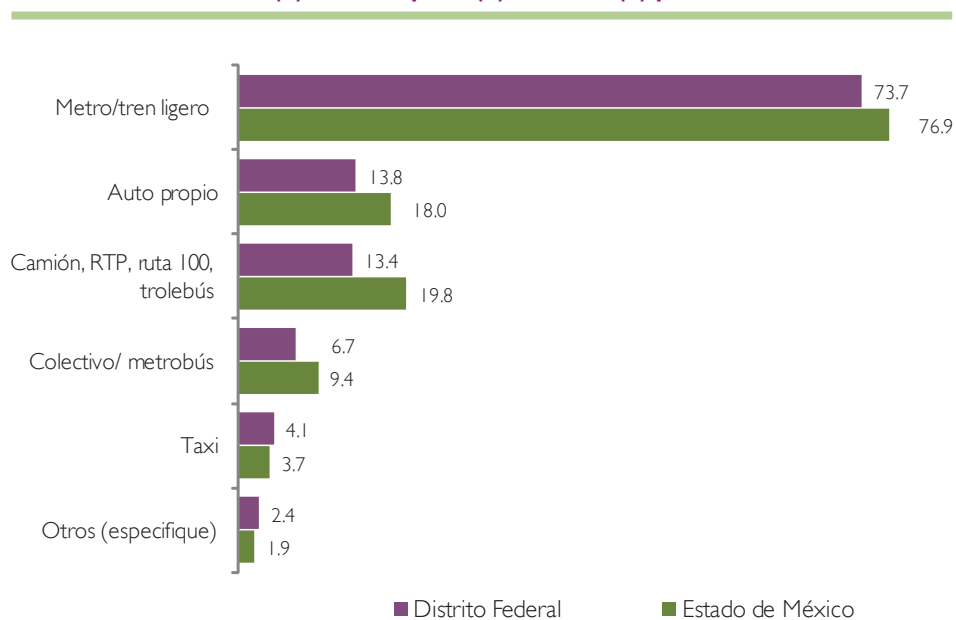
Los visitantes que asistieron a la exposición Tiempo universitario utilizaron más el Metro/tren ligero (82.1%) por encima del resto de los visitantes a otras exposiciones. Se encontraron diferencias notorias en los otros medios de transporte y los visitantes de cada exposición; tres de cada 10 visitantes de Paseo en mapa (33%) utilizaron el Camión RTP, Ruta 100 y trolebús para llegar al museo, superando a todas las demás exposiciones; del mismo modo, tres de cada 10 visitantes de Cine y Revolución (29.8%) usó Colectivo/metrobús; una cuarta parte de los asistentes de Foster & Partners (24.2%) utilizó Auto propio, y casi uno de cada 20 asistentes de Orozco (4.2%) recurrió a otro medio (bicicleta y caminando).

### Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) por exposición



Es importante recalcar que los medios de transporte utilizados para llegar al museo dependen en gran medida de la ubicación de la vivienda o de donde se está hospedado. Es por ello que se cruzó la información de los medios de transporte utilizados por las entidades de procedencia del Distrito Federal y Estado de México (que suman 93.5% de los asistentes del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso). Se pudo observar que los visitantes que proceden del Estado de México utilizaron más cantidad de transportes para poder llegar que los visitantes que radican en el Distrito Federal, excepto taxis y otros, en donde el Distrito Federal resultó tener mayor proporción en el uso de esos transportes.

### Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) por entidad



Al utilizar otro nivel de desagregación de procedencia de los visitantes por delegación/municipio encontramos que los visitantes que vienen de las delegaciones Azcapotzalco y Cuauhtémoc (las más cercanas al museo), son los que reportaron mayor porcentaje en el uso de taxi para poder llegar al museo, a diferencia de las otras delegaciones del Distrito Federal. Los visitantes de la delegación Milpa Alta son los que usaron más el transporte Colectivo/metrobús y los visitantes de Miguel Hidalgo son los que menos usaron el Metro, pero son los que más usaron Auto propio como medio de transporte.

### Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) por los visitantes procedentes de las delegaciones del Distrito Federal

Delegaciones	Total de casos	Metro/ tren ligero	Colectivo/ metrobús	Camión, RTP, Ruta 100, trolebús	Taxi	Auto propio	Otros (especifique)
<b>Todas las delegaciones del D.F.</b>	<b>973</b>	<b>73.7</b>	<b>6.7</b>	<b>13.4</b>	<b>4.1</b>	<b>13.8</b>	<b>2.4</b>
Azcapotzalco	54	73.4	3.2	9.2	<b>19.5</b>	9.4	1.3
Coyoacán	116	<b>76.7</b>	3.0	3.1	2.7	<b>19.3</b>	1.5
Cuajimalpa de Morelos	18	68.8	<b>7.2</b>	13.1		24.0	
Gustavo A. Madero	134	59.2	5.9	<b>25.8</b>	1.3	<b>18.6</b>	1.8
Iztacalco	43	<b>93.4</b>	<b>6.7</b>	6.1	3.5	0.9	0.8
Iztapalapa	127	<b>89.9</b>	<b>11.1</b>	<b>20.2</b>	2.3	6.1	
Magdalena Contreras, La	17	<b>88.2</b>	5.0			11.8	
Milpa Alta	7	<b>92.1</b>	<b>39.0</b>	<b>33.6</b>		7.9	
Álvaro Obregón	60	<b>79.5</b>	4.1	<b>23.1</b>		<b>19.4</b>	1.1
Tláhuac	19	<b>76.8</b>	4.5	<b>27.2</b>		18.7	
Tlalpan	73	70.8	6.1	8.3	3.3	<b>21.7</b>	
Xochimilco	29	<b>85.2</b>	5.8	9.4	2.4	8.4	
Benito Juárez	75	<b>75.8</b>	<b>12.7</b>	2.4	1.7	<b>17.0</b>	<b>2.8</b>
Cuauhtémoc	108	65.2	4.6	7.2	<b>11.1</b>	4.8	<b>13.4</b>
Miguel Hidalgo	48	50.7	3.4	2.3	<b>4.9</b>	<b>38.7</b>	<b>2.5</b>
Venustiano Carranza	45	60.9	<b>7.3</b>	<b>25.6</b>	<b>5.8</b>	2.4	2.9

El número de casos de visitantes que proceden de los municipios del Estado de México resulta insuficiente para brindar una apreciación con respecto a los diferentes medios de transporte utilizados para llegar al museo. Lo que sí se puede señalar es que el Metro y el tren ligero es el medio de transporte fundamental de los mexiquenses para poder llegar al Centro Histórico del Distrito Federal.

También se observó una mayor proporción de uso de los autos propios con respecto a la procedencia (municipio) de los visitantes de Huixquilucan y Toluca, que llegaron a registrar un porcentaje mayor a 50% de visitantes que utilizaron este medio de transporte con respecto a las delegaciones/municipios del Distrito Federal y Estado de México.



### Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) por los visitantes procedentes de los municipios del Estado de México

Municipios	Total de casos	Metro/ tren ligero	Colectivo/ metrobus	Camión, RTP, Ruta 100 y trolebús	Taxi	Auto propio	Otros (especifique)
Todos los municipios del Estado de México	429	76.9	9.4	19.8	3.7	18.0	1.9
Acolman	1	100.0					
Amecameca	2	100.0					65.2
Atenco	1	100.0	100.0				
Atizapán	18	74.9		28.6	3.8	29.3	
Atizapán de Zaragoza	16	76.0	33.3	13.8	16.4	13.0	
Atlacomulco	1	100.0					
Atlautla	1	100.0	100.0				
Coacalco de Berriozábal	8	74.6	30.6	20.7		25.4	
Coyotepec	1	100.0		100.0			
Cuautitlán	18	74.3	11.1	36.9	3.6	17.2	
Chalco	10	100.0	12.5	4.3			
Chapultepec	1	100.0					
Chicoloapan	6	100.0		77.5	23.2		
Chiconcuac	1		100.0				
Chimalhuacán	10	77.2	11.7	15.0		16.3	29.7
Ecatepec de Morelos	64	78.2	4.7	13.7	2.0	13.1	
Huehuetoca	1	100.0	100.0				
Hueypoxtla	1	100.0					
Huixquilucan	10	29.3	6.3		8.3	54.1	8.3
Ixtapaluca	12	97.9	2.0	2.1	8.8		
Jaltenco	1	100.0					
Jilotzingo	1		100.0				
Melchor Ocampo	4	49.2				50.8	
Metepec	3	100.0			42.6		
Naucalpan de Juárez	44	80.1	8.4	7.6		18.8	2.7
Nezahualcóyotl	80	89.1	8.8	23.8	3.0	12.3	

Nicolás Romero	6	100.0				
La Paz	4	85.2	29.5			
Polotitlán	1	100.0				
Tecámac	4	64.6		46.9		
Teotihuacán	2	100.0				
Tepetlaoxtoc	2	100.0		45.0		
Tepotzotlán	2	43.6		56.4		
Texcoco	8	69.0		6.3	7.5	23.5
Tezoyuca	1	100.0				
Tianguistenco	1		100.0	100.0		
Tlalnepantla de Baz	42	63.1	13.1	27.1	2.4	25.1
Toluca	12	17.2		13.7		75.2
Tultepec	1	100.0				
Tultitlán	11	80.9		8.1	10.4	19.1
Zumpango	1	100.0				
Cuautitlán Izcalli	11	100.0	13.4	46.7		
Valle de Chalco	4	96.6		12.3		24.4
Solidaridad						

## Museo de su preferencia

Al indagar respecto al museo de preferencia de los visitantes, se encontró que casi tres de cada 10 asistentes (28.5%) mencionaron al Museo Nacional de Antropología como el principal museo de preferencia; en segundo lugar fue citado el Antiguo Colegio de San Ildefonso (15.4%), y en tercer lugar se mencionó al Museo del Palacio de Bellas Artes (6.2%).

Al conocer el museo preferido de los visitantes se está obteniendo una noción previa de los temas de interés del público. Con esta noción se pueden preparar exposiciones atractivas que ayuden a atraer más cantidad de visitantes. Esta información puede ser de utilidad para algunos artistas, quienes pueden utilizar estos conocimientos para generar nuevas y atractivas formas de expresión (obras), con el objetivo de poder llegar al gusto de más visitantes.

Los resultados de esta variable permiten ponderar el conocimiento y preferencia de los recintos museísticos y de esta manera contar con un indicador

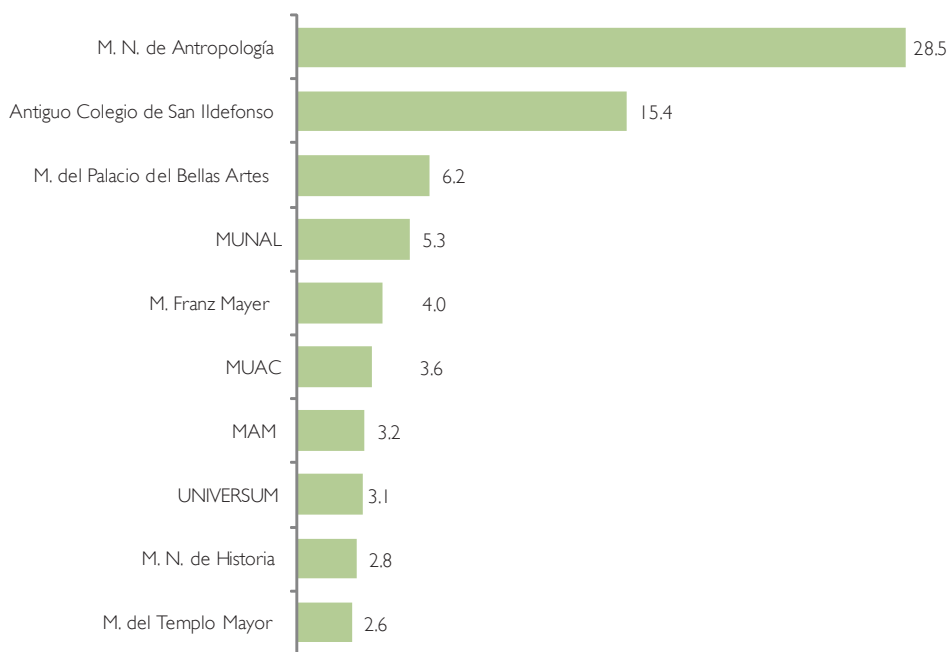
que permita mostrar el papel y preferencia que tiene San Ildefonso en el juego de oferta cultural entre el resto de los museos, pudiendo establecer una línea base de comparación y evaluar el impacto en cuanto a la gestión y difusión del recinto entre sus visitantes.

La siguiente gráfica muestra los 10 museos preferidos de los visitantes del Antiguo Colegio de San Ildefonso.

Entre las cinco exposiciones temporales que presentó el Antiguo Colegio de San Ildefonso en 2010, los visitantes que asistieron a Foster & Partners fueron los que tuvieron los niveles más altos en reportar al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso como el primer museo de su preferencia (21.2%). Los visitantes que asistieron a las otras exposiciones temporales lo ubicaron en un segundo lugar de mención, excepto los visitantes que asistieron a la exposición de Paseo en mapa, en donde lo llegaron a situar en un tercer lugar.

Para los visitantes que asistieron a las exposiciones de Paseo en mapa, Tiempo universitario, Orozco y Cine y Revolución el primer museo de preferencia lo ocupó el Museo Nacional de Antropología.

### Museo de su preferencia



### Museo de preferencia por exposición

Museos	Paseo en mapa	Foster & Partners	Tiempo universitario	Orozco	Cine y Revolución	Total
MNA	39.4	18.9	21.9	25.5	26.1	28.48
Antiguo Colegio de San Ildefonso	6.9	21.2	20.4	17.9	20.5	15.43
M. del Palacio de Bellas Artes	7.9	7.7	2.4	6.6	4.3	6.24
MUNAL	2.4	6.9	6.0	8.8	5.8	5.34
M. Franz Mayer	3.5	5.1	3.6	3.9	4.8	4.03
MUAC	2.2	8.8	1.4	3.9	1.6	3.56
MAM	4.7	2.2	3.1	2.0	2.4	3.21
UNIVERSUM	2.3	2.8	5.9	3.4	0.7	3.09
Nacional de Historia	5.0	1.4	1.0	0.9	4.5	2.83
Templo Mayor	1.5	3.3	4.2	3.0	1.5	2.59
Otros	2.3	1.9	2.0	0.8	3.4	2.03
Ninguno	1.4		1.6	3.9	5.4	1.99
Historia Natural	2.6	0.2	3.3	1.5	1.3	1.92
Dolores Olmedo	0.8	2.5	2.3	1.6	0.8	1.56
De Cera	2.3	0.2	1.8	1.5	0.7	1.48
Frida Kahlo	1.6	1.4	1.9	1.4	0.6	1.45
MUTEC de la CFE	2.3	0.2	1.3	0.6	0.2	1.21
MIDE	1.8	0.3	0.8	1.7	0.3	1.15
San Carlos	2.6	0.2		0.6		1.04
Del Estanquillo	0.3	0.1	1.7	1.0	3.4	0.97
Tamayo Arte Contemporáneo	0.3	3.6			1.1	0.94
Palacio de Minería	0.9	1.4	1.2	0.6		0.90
De la Inquisición			3.0	1.4	0.5	0.85
Papalote Museo del Niño		0.9	1.7	0.8		0.63
De la Luz	0.2	1.2	0.7	0.9	0.3	0.62

### Museo de preferencia por exposición

Museos	Paseo en mapa	Foster & Partners	Tiempo universitario	Orozco	Cine y Revolución	Total
De la Medicina	0.8	0.6	0.8			0.55
Culturas Populares	1.3		0.3			0.52
Intervenciones	0.4	<b>1.4</b>			<b>0.7</b>	0.47
Caracol	0.4		1.2	0.5		0.45
Internacionales		2.1				0.41
Todos			0.2		<b>3.5</b>	0.40
Insuf. especificado	0.2		1.6			0.37
Ripley			<b>1.1</b>	<b>0.7</b>	0.3	0.35
Caricatura	0.5		0.5	0.4		0.33
MAP	0.2			<b>1.4</b>	0.2	0.30
De la Ciudad de México		0.4			<b>2.2</b>	0.30
C. C. Banamex	0.3		<b>0.6</b>	<b>0.3</b>	0.2	0.29
Centro Cultural España		1.2			<b>0.4</b>	0.28
Universitario del Chopo	0.2	0.2		0.8		0.23
Diego Rivera y Frida Kahlo	0.5				<b>0.4</b>	0.22
Geología	0.2		0.2	0.7		0.21
Amparo		0.6		<b>0.3</b>	<b>0.4</b>	0.21
Laboratorio Arte Alameda		0.3		<b>0.4</b>	0.1	0.15
Soumaya		0.4			<b>0.2</b>	0.10
Planetario LEE	0.1		0.3			0.09
Arte Carrillo Gil					<b>0.7</b>	0.08
Desierto			-	0.4		0.07
MUCA		0.2				0.03
Hospicio Cabañas		0.1				0.03
Casa Luis Barragán		0.1				0.03
Virreinato					0.2	0.02
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.00








# Capítulo

## 3

### Experiencia de la visita







En este capítulo se ofrece información útil para trazar lineamientos de acción al conocer las expectativas y puntos de vista de los visitantes, observar o corregir las fallas que puedan afectar los servicios o instalaciones, así como los factores que pueden menoscabar la experiencia de la visita al museo.

Este apartado da cuenta de varios aspectos de los visitantes al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso y sus opiniones: con quién asisten, cuál es la razón principal de su visita, los medios por los que se enteraron del museo y la exposición, su valoración en torno a los servicios e instalaciones (personal, vigilancia, instalaciones, señalamientos, iluminación, exposición temporal, fichas técnicas o cédulas, exposición permanente, tienda, cafetería, guardarropa y baños), la duración de su visita, qué otros servicios les gustaría que hubiera y en qué grado la visita al museo cubrió sus expectativas.

Toda esta información se encuentra desagregada por perfil sociodemográfico y por exposición temporal. La evaluación en general permite conocer más acerca del público asistente convirtiéndose en una herramienta práctica para el diseño, la planeación, la realización y la evaluación de programas de desarrollo de públicos.

## Con quién asisten los visitantes

Para conocer con quién asistieron los visitantes se les preguntó el número de personas que las acompañó al museo (tamaño de grupo), así como su relación (parentesco) con cada una de ellas (tipo de grupo).

Encontramos que poco más de una cuarta parte de los visitantes al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso (26.4%) asistió de manera individual, dos de cada 10 (20.3%) lo hizo en compañía de familiares y 14.8% lo hizo con amigos y compañeros de escuela.

Existe una diferencia significativa entre los visitantes que asistieron al museo solos (26.4%) y los que lo hicieron acompañados (73.6%), lo que sugiere que

### Con quién asisten los visitantes

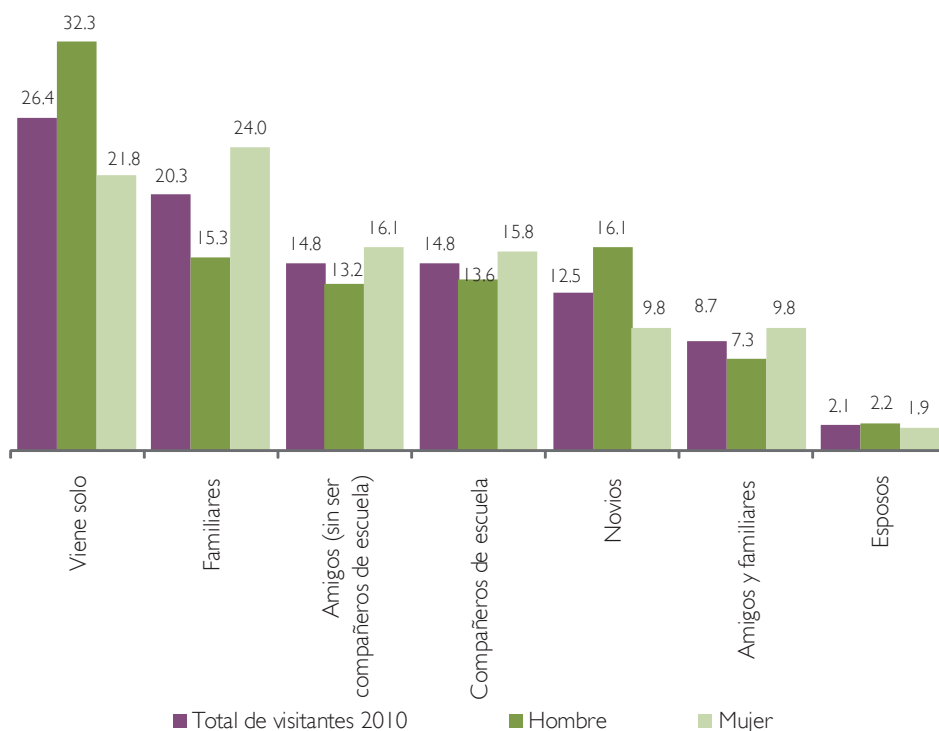
	Tipo de grupo										
	Total de casos	Viene solo	Familiares	Amigos (sin ser compañeros de escuela)	Compañeros de escuela	Novios	Amigos y familiares	Esposos	Maestra y alumnos	Compañeros de trabajo	Otros
<b>Total de visitantes 2010</b>	<b>1500</b>	<b>26.4</b>	<b>20.3</b>	<b>14.8</b>	<b>14.8</b>	<b>12.5</b>	<b>8.7</b>	<b>2.1</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
Hombre	669	32.3	15.3	13.2	13.6	16.1	7.3	2.2			100.0
Mujer	831	21.8	24.0	16.1	15.8	9.8	9.8	1.9	0.8	0.1	100.0
15 a 17años	217	17.8	11.1	14.1	42.5	8.4	5.8	0.3			100.0
18 a 22 años	454	28.5	11.2	16.9	21.1	15.8	4.9	0.2	1.4		100.0
23 a 30 años	340	28.3	12.2	19.5	5.0	23.9	8.5	2.4		0.1	100.0
31 a 45 años	262	23.5	37.8	11.2	1.2	5.8	18.0	2.3		0.2	100.0
46 años o más	227	32.2	41.0	8.6	0.2	1.4	8.9	7.7			100.0
Ninguna	4		100.0								100.0
Primaria	13	6.0	64.0		3.1		26.9				100.0
Secundaria	69	23.1	38.0	4.0	28.6	2.0	3.5	0.8			100.0
Bachillerato	400	18.9	18.8	13.8	27.5	9.0	10.4	1.5			100.0
Licenciatura	902	30.6	18.7	16.6	9.0	15.7	6.6	1.8	0.8	0.1	100.0
Posgrado	112	27.7	18.2	14.0		10.7	21.3	8.0			100.0
Trabaja	540	26.4	28.4	14.0	1.3	11.6	13.7	4.5		0.1	100.0
Trabaja y estudia	147	34.1	10.8	21.5	8.9	16.6	6.0	2.1			100.0
No trabaja	47	25.7	39.8	19.5	1.0	7.4	6.6				100.0
Ama de casa	73	18.3	56.0	2.0	0.5		22.2	1.1			100.0
Estudiante	654	25.5	10.6	15.1	28.4	14.6	4.5	0.4	0.9		100.0
Jubilado	39	35.3	37.7	19.0			3.1	4.9			100.0

la visita al museo es en primer término tomada como una experiencia social y en segundo como un espacio de disfrute y aprendizaje personal.

Con esto en mente se sugiere la oportunidad de explotar la difusión y publicidad del recinto dentro de todos los tipos de grupos, ya sea como actividades y promociones de accesos, por ejemplo: promoción pareja "si vas acompañado con tu esposo(a) o novio(a) pagas uno y tu pareja entra gratis"; promoción familiar "si vienes con cuatro miembros de tu familia un boleto es gratis", etc.

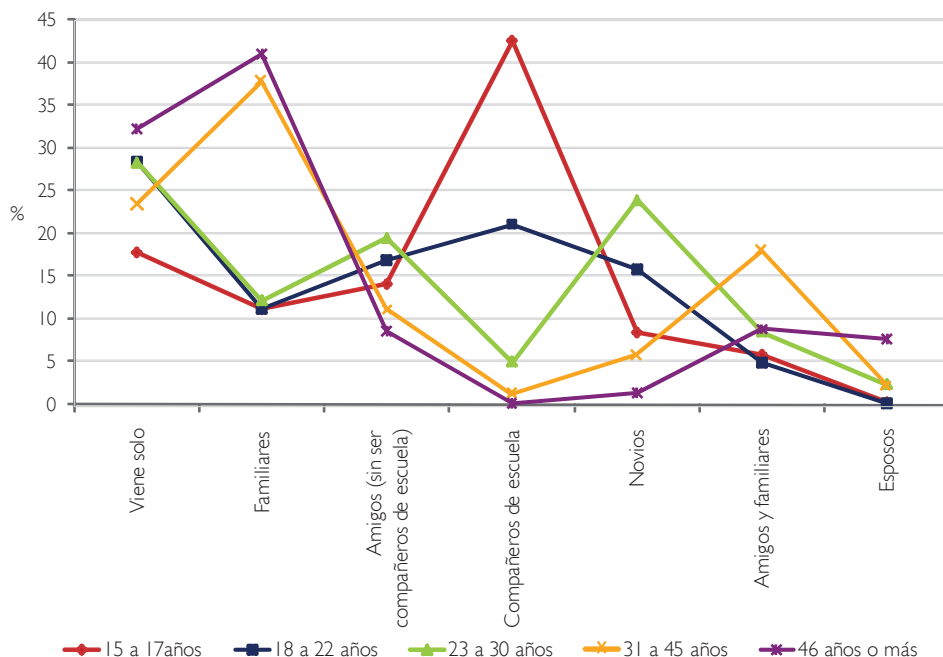
Al desagregar la información de los visitantes por sexo, nos encontramos que existen diferencias notorias entre hombres y mujeres en torno a su manera de asistir al museo. Mientras que para los hombres su principal forma de asistencia fue solo (32.3%), las mujeres lo hicieron acompañadas de al menos un familiar (24%). En segundo lugar de mención los hombres reportaron ir con su novia (16.1%) y las mujeres solas (26.4%), y en un tercer lugar los hombres manifestaron ir con algún familiar (15.3%), mientras que las mujeres lo hicieron con un amigo(a) que no fuera compañero(a) de escuela (16.1%). En general las mujeres van más al museo acompañadas que los hombres.

### Con quién asisten los visitantes por sexo



Por grupos de edad se tiene que los visitantes jóvenes de 15 a 17 años prefirieron asistir al museo con algún compañero de escuela (42.5%), de 18 a 30 años lo hicieron de una manera individual y de 31 años y más fueron acompañados de algún familiar. Se puede observar que los visitantes jóvenes no acostumbran asistir al museo acompañados de algún familiar, pero conforme aumenta la edad va creciendo la proporción de visitantes que prefieren asistir con familiares.

### Con quién asisten los visitantes por edad

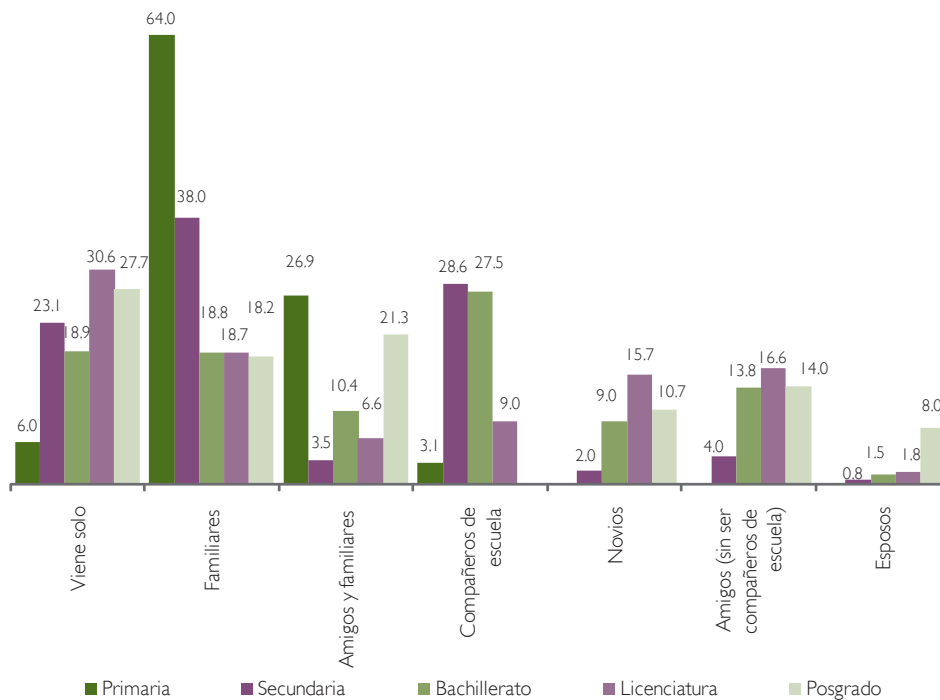


La proporción de visitantes que fueron solos al museo crece conforme aumenta el nivel de escolaridad, mientras que los visitantes que cuentan con una escolaridad menor al bachillerato se ubicaron por arriba del promedio total de visitantes que fueron al museo acompañados de algún familiar (20.3%). Estos datos reflejan la influencia que puede tener el papel de la familia en el consumo de una actividad cultural ya sea que algunos de los visitantes lo hayan hecho por acompañar a alguien, por diversión, para ser una tarea, o por gusto, en cualquiera de estas formas se estaría generando un consumo de actividad cultural que a la larga tiene el potencial de convertirse en un hábito.

Los visitantes jubilados, como los que trabajan y estudian son los que alcanzaron mayor porcentaje de asistencia individual respecto al resto de las ocupaciones. También se observó que las amas de casa y estudiantes alcanzaron mayor porcentaje en sus preferencias de asistencia con familiares y compañeros de escuela respectivamente.

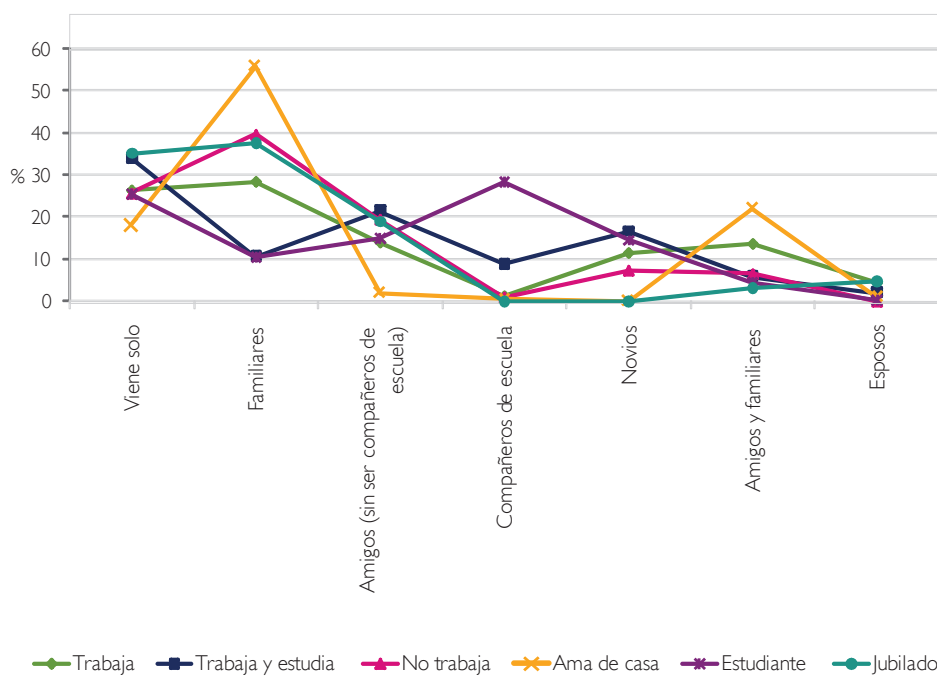
Dos de cada 10 asistentes que fueron a la exposición Paseo en mapa (22.9%) realizó su visita con algún compañero de escuela, mientras que tres de cada 10 de los visitantes de la exposición Cine y Revolución (29.4%) lo hizo en compañía

### Con quién asisten los visitantes por escolaridad



73

### Con quién asisten los visitantes por ocupación





de algún familiar. Los visitantes que asistieron a las exposiciones Orozco (31.8%), Foster & Partners (31.5%) y Tiempo universitario (30.8%) reportaron la mayor proporción de asistentes que fueron de manera individual.

Estos resultados revelan que existe una relación entre la temática de la exposición y el tipo de grupo con el que asisten los visitantes, es por ello que la temática de Paseo en mapa reportó más visitantes que asistieron con personas que tuvieran un vínculo con el lugar de estudios, que el resto de las exposiciones, incluso fue la única exposición en la que se dio una asistencia entre maestros y alumnos, siendo que esta encuesta no incluye grupos escolares. Resalta el hallazgo obtenido, ya que refleja las nuevas dinámicas de asistencia que se pueden ir dando entre los visitantes.

Por su parte, la exposición Cine y Revolución trajo a más visitantes que asistieron con familiares, Foster & Partners a público con sus parejas y la exposición Orozco a visitantes que asistieron de manera individual.

### Con quién asisten los visitantes por exposición

Tipos de grupo	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total
Viene solo	20.0	23.0	31.5	31.8	30.8	26.4
Familiares	19.1	29.4	16.5	19.9	21.9	20.3
Amigos (sin ser compañeros de escuela)	14.8	17.0	16.5	11.7	14.6	14.8
Compañeros de escuela	22.9	5.7	6.2	17.1	10.7	14.8
Novios	6.1	17.0	19.6	13.2	14.8	12.5
Amigos y familiares	15.8	2.4	5.4	4.1	5.3	8.7
Esposos	0.2	4.8	4.3	2.2	1.9	2.1
Maestra y alumnos	1.2					0.4
Compañeros de trabajo		0.4				0.04
Otros		0.2				0.02
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

### Razón principal de la visita

En cuanto al principal motivo de su visita, se identificó que casi cinco de cada 10 visitantes (47.0%) respondió haber acudido para conocer la exposición temporal, seguido de una cuarta parte de los asistentes que lo hizo para hacer una tarea o porque lo mandaron de su escuela y en tercer lugar de mención (8.7%) se ubicó Para entretenerse o pasar un rato agradable (casi uno de cada 10 visitantes).

## Razón principal de la visita

	Total de casos	Conocer la exposición temporal	Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela	Para entretenerse, pasar un rato agradable	Para conocerlo	Para ver qué novedades hay	Para acompañar a alguien	Otro (especifique)	Para aprender (educar a los niños)	Total
<b>Total de visitantes 2010</b>	<b>1500</b>	<b>47.0</b>	<b>26.6</b>	<b>8.7</b>	<b>7.8</b>	<b>4.1</b>	<b>2.7</b>	<b>2.4</b>	<b>0.8</b>	<b>100.0</b>
Hombre	669	45.8	26.1	<b>9.8</b>	<b>9.0</b>	3.9	2.2	2.3	<b>1.0</b>	100.0
Mujer	831	<b>47.8</b>	<b>27.0</b>	7.8	6.8	<b>4.3</b>	<b>3.2</b>	<b>2.4</b>	0.6	100.0
15 a 17años	217	19.0	<b>66.6</b>	5.1	3.8	1.3	0.6	<b>3.3</b>	0.3	100.0
18 a 22 años	454	<b>48.7</b>	24.7	8.2	7.3	<b>4.4</b>	<b>4.7</b>	1.2	0.7	100.0
23 a 30 años	340	<b>55.5</b>	9.0	<b>15.0</b>	<b>10.6</b>	<b>5.3</b>	2.5	1.9	0.3	100.0
31 a 45 años	262	<b>48.7</b>	<b>29.2</b>	6.5	7.6	1.8	1.2	<b>3.4</b>	<b>1.6</b>	100.0
46 años o más	227	<b>60.5</b>	7.4	7.4	<b>9.5</b>	<b>7.7</b>	<b>3.0</b>	<b>3.2</b>	<b>1.3</b>	100.0
Ninguna	4		52.1			47.9				100.0
Primaria	13	25.3	<b>57.1</b>	3.7	3.1		10.9			100.0
Secundaria	69	22.3	<b>55.2</b>	4.4	7.0		2.5	8.7		100.0
Bachillerato	400	27.3	<b>57.9</b>	5.0	4.7	2.6	1.0	0.9	0.5	100.0
Licenciatura	902	<b>57.8</b>	10.5	<b>10.3</b>	<b>9.5</b>	<b>5.3</b>	<b>3.5</b>	2.1	<b>1.0</b>	100.0
Posgrado	112	<b>62.2</b>	1.4	<b>15.8</b>	<b>7.8</b>	2.2	2.4	<b>6.9</b>	<b>1.3</b>	100.0
Trabaja	540	<b>54.7</b>	14.1	<b>10.8</b>	<b>11.3</b>	3.3	2.0	<b>2.4</b>	<b>1.3</b>	100.0
Trabaja y estudia	147	<b>54.8</b>	21.3	5.4	5.0	<b>7.1</b>	2.6	<b>3.3</b>	0.6	100.0
No trabaja	47	<b>55.3</b>	10.7	<b>10.2</b>	<b>17.5</b>	2.0	2.6	1.6		100.0
Ama de casa	73	36.0	<b>43.0</b>	3.6	3.4	<b>8.1</b>	<b>3.5</b>	2.0	0.5	100.0
Estudiante	654	39.9	<b>36.7</b>	7.8	6.0	3.5	<b>3.3</b>	2.2	0.6	100.0
Jubilado	39	<b>66.9</b>		<b>17.3</b>	1.2	<b>11.5</b>		3.1		100.0

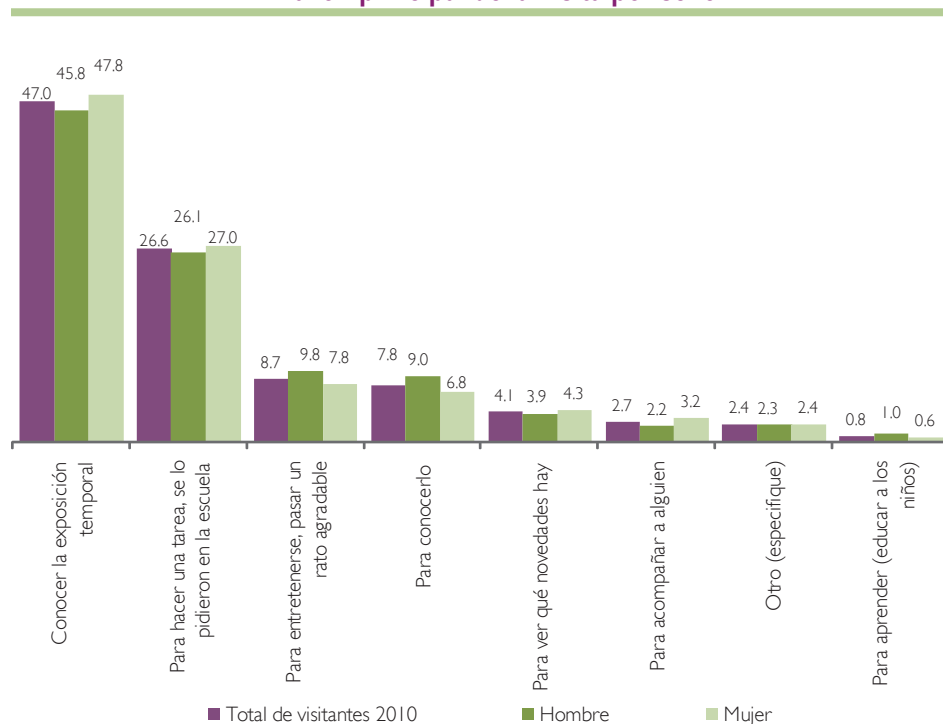
Entre las razones menos mencionadas entre los visitantes se encuentran: Para aprender o educar a los niños (0.8%), otros (2.4%) que incluye: curso de verano, talleres, entrada libre, los murales, por una investigación, recordar viejos tiempos, reunión de trabajo, su amiga participó en el montaje, tiempo libre, tienda, tomar café, ver su preparatoria y para acompañar a alguien 2.7%.

La razón principal de visita se puede clasificar en tres principales tipos: el primero donde los asistentes expusieron haber ido al museo para aprender (59.6%), percibiendo así al museo como un espacio generador de conocimiento; el segundo donde la asistencia es dirigida (29.3%) por alguien más, es decir, donde el visitante fue al museo ya sea para acompañar a alguien o para hacer una tarea.

Este tipo de público es muy probable que no vuelva a asistir al museo si no es por invitación de alguien más o que sea obligado a asistir, a menos que la experiencia de su visita haya tenido un impacto de satisfacción y agrado que genere la necesidad de volver al museo; el tercer tipo está relacionado con el esparcimiento o diversión, casi uno de cada 10 visitantes (8.7%) asocian al museo como un lugar de diversión.

Al desagregar por sexo la razón principal de la visita de los asistentes, encontramos que no existen diferencias notorias entre ellos, siendo la razón Para conocerlo la que mayor diferencia presentó, con 6.8% en el caso de las mujeres y 9.0% para los hombres.

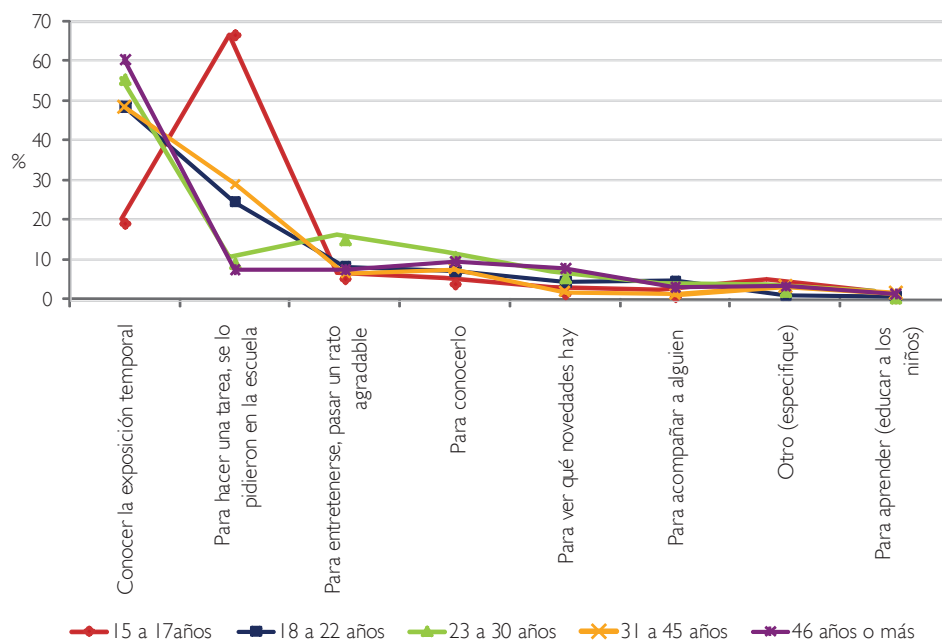
### Razón principal de la visita por sexo



En algunos rangos de edad existen diferencias contundentes sobre las razones principales de asistencia de los visitantes. Este es el caso de los jóvenes de 15 a 17 años que reportaron como principal razón haber ido para hacer una tarea o porque se los pidieron en la escuela; en el resto de las razones estos jóvenes se situaron por debajo de los visitantes de más edad, lo que nos permite reconocer que estos jóvenes de 15 a 17 años no tienen aún desarrolladas sus prácticas, hábitos y gusto de asistir al museo a diferencia del resto de los visitantes.

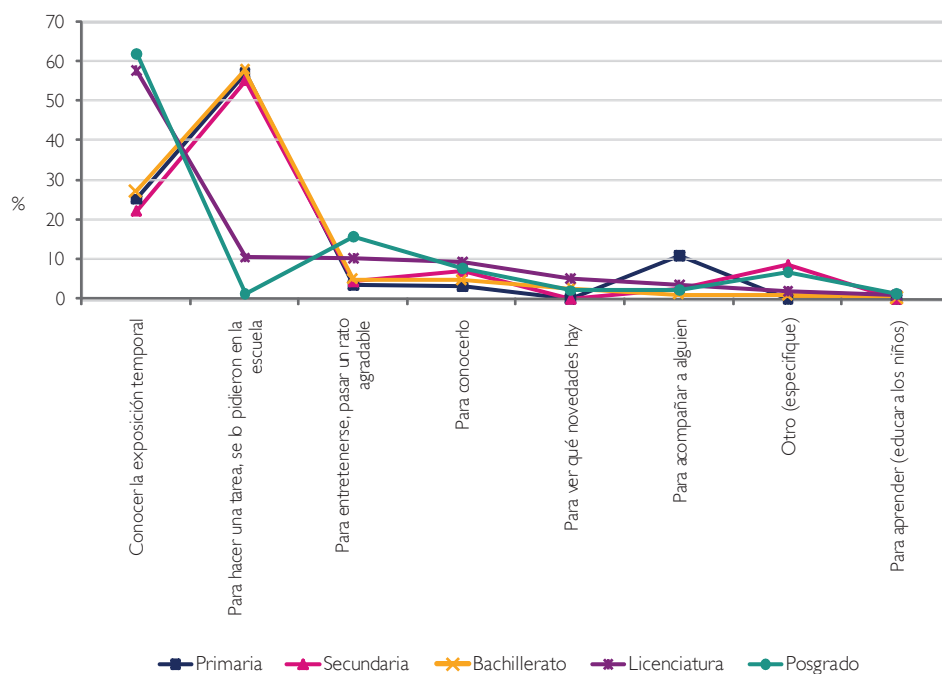
Los visitantes que cuentan con un nivel de escolaridad mínima de licenciatura incompleta, aludieron como principal motivo de su visita ir a conocer la exposición temporal, en tanto que los visitantes con escolaridad inferior a la mencionada manifestaron como principal razón haber ido para hacer una tarea o porque se lo pidieron en la escuela.

### Razón principal de la visita por edad



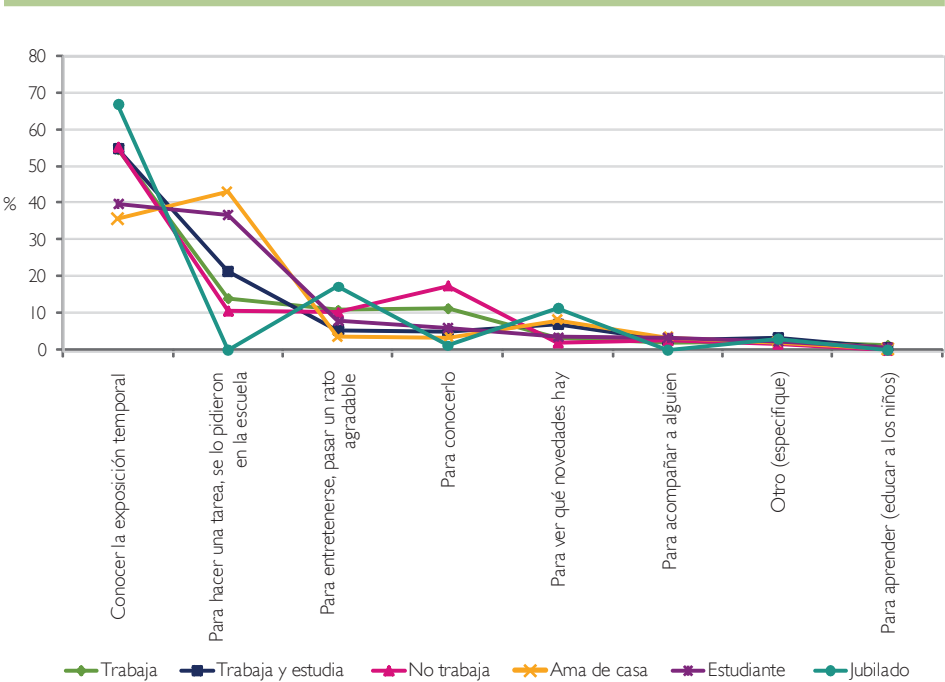
Se observó que los visitantes que cuentan con mayor nivel de escolaridad expresan mayor diversidad de razones de asistencia, estas razones están asociadas más con el uso de su tiempo libre (para conocer la exposición temporal y entretenerse), lo cual significa que ellos ya cuentan con el hábito de ir a los museos, a diferencia del resto de los visitantes.

### Razón principal de la visita por escolaridad



Los jubilados manifestaron una mayor proporción de respuestas de asistencia al museo para conocer la exposición temporal, en comparación con el resto de los visitantes. Para las amas de casa y los estudiantes su principal razón de asistencia fue para hacer una tarea o porque se lo pidieron en la escuela. Y los visitantes que trabajan y los que no trabajan reportaron el porcentaje más alto en asistir para entretenerse y pasar un rato agradable.

Razón principal de la visita por ocupación



Razón principal de la visita por exposición

Razón principal de la visita	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total
Conocer la exposición temporal	38.5	53.7	57.8	45.7	49.8	47.0
Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela	38.5	11.3	1.3	41.3	25.4	26.6
Para entretenerse, pasar un rato agradable	12.0	14.6	6.1	3.5	6.0	8.7
Para conocerlo	3.8	4.9	18.2	3.5	10.0	7.8
Para ver qué novedades hay	0.8	5.9	10.0	1.9	5.3	4.1
Para acompañar a alguien	3.0	3.5	3.9	0.8	2.2	2.7
Otro (especifique)	2.9	4.2	1.8	2.5	0.7	2.4
Para aprender (educar a los niños)	0.5	1.9	0.8	1.0	0.6	0.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Casi cuatro de cada 10 visitantes que asistieron a la exposición Paseo en mapa (38.5%) declararon como principal motivo de asistencia haber ido para hacer una tarea o porque se lo pidieron de la escuela; asimismo, 41.3% de los visitantes que fueron a la exposición Orozco reportaron esta misma razón, mientras que los visitantes que asistieron al resto de las exposiciones temporales declararon como principal motivo conocer la exposición temporal.

## Medio por el cual se enteró de la exposición temporal

Los Maestros fueron el medio de difusión más importante para las exposiciones temporales, en donde poco más de tres de cada 10 visitantes (34.8%) declararon haberse enterado de ese modo, seguido de la publicidad exterior con 14.1% y Recomendación de amigos/familiares con 13.2%.

Con una menor cantidad de respuestas, pero no de poca importancia, se encuentran los Impresos/carteles/volantes/folletos, en donde casi uno de cada 10 visitantes (8.7%) se enteró de la exposición temporal por estos medios, en tanto que Internet se ubica con una diferencia de tres décimas porcentuales por debajo. Otra de las respuestas fue Por casualidad, ya que 6.1% de los visitantes manifestaron que su asistencia se debió a algo no previsto que los llevó a realizar su visita al museo para conocer la exposición temporal.

Estos datos sugieren la necesidad de ampliar o reforzar estrategias y formas de difusión a través de la prensa y los medios masivos, al igual que la posible creación de programas y vínculos con instituciones educativas y académicas.

Por sexo, tanto hombres como mujeres colocan a los Maestros como principal medio de difusión por el cual se enteraron de la exposición temporal, Recomendación amigos/familiares, Internet, Radio y Periódicos presentan una mínima diferencia porcentual más alto para los hombres que para las mujeres, en tanto que la televisión y las oficinas turísticas muestran un patrón inverso, con mayor porcentaje entre las mujeres.

Los visitantes con edades desde 15 y hasta 45 años reportaron como principal medio de difusión a los Maestros, ya que por medio de ellos se enteraron de la exposición temporal, en tanto que para los adultos de 46 años o más destaca la recomendación de un amigo o familiar, televisión, radio y periódico.

Se podría suponer que los visitantes más jóvenes (de 15 a 22 años) reportarían en mayor proporción el internet como medio de difusión de la exposición temporal, pero es de resaltar que en este caso los visitantes de 31 a 45 años obtuvieron mayor porcentaje que el resto de los visitantes.

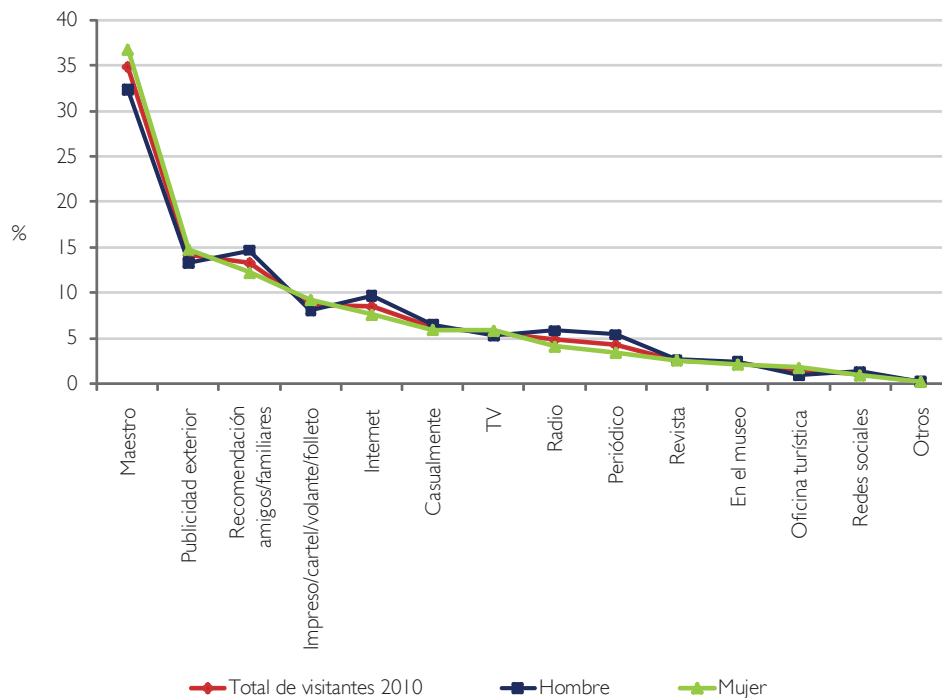
Los visitantes que cuentan con un nivel de escolaridad de posgrado reportaron que las revistas fueron el principal medio por el cual se enteraron de la exposición temporal, para el resto de las escolaridades Maestro fue el principal medio,

## Medio(s) por el cual se enteró de la exposición temporal

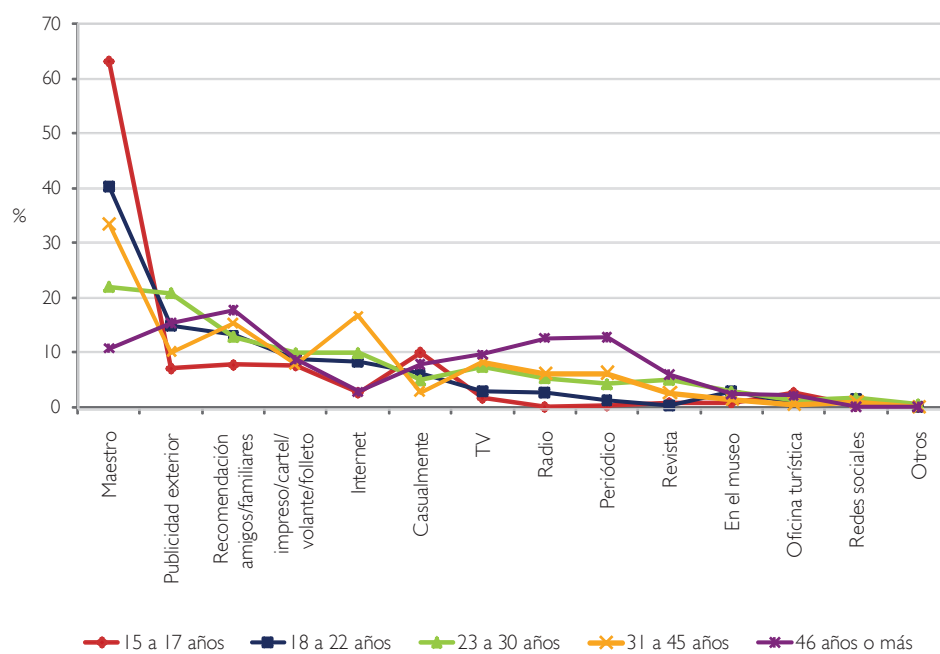
	Total de casos	Maestro	Publicidad exterior	Recomendación amigos/familiares	Impreso/cartel/volante/folleto	Internet	Casualmente	Televisión	Radio	Periódico	Revista	En el museo	Oficina turística	Redes sociales	Otros
Total de visitantes 2010	1500	34.8	14.1	13.2	8.7	8.4	6.1	5.5	4.8	4.2	2.5	2.2	1.3	1.0	0.2
Hombre	669	32.3	13.2	14.6	7.9	9.6	6.5	5.2	5.8	5.3	2.6	2.4	0.9	1.2	0.1
Mujer	831	36.8	14.8	12.2	9.2	7.6	5.9	5.8	4.0	3.4	2.5	2.1	1.7	0.9	0.2
15 a 17 años	217	63.0	7.0	7.6	7.6	2.6	9.9	1.6		0.3	0.7	0.8	2.6	0.2	
18 a 22 años	454	40.3	15.0	13.2	8.9	8.3	6.2	3.0	2.7	1.3	0.4	3.0	0.9	1.7	0.1
23 a 30 años	340	22.0	20.9	12.9	9.9	9.9	4.9	7.4	5.3	4.2	5.0	2.8	1.3	1.6	0.5
31 a 45 años	262	33.4	10.0	15.3	7.7	16.7	2.7	8.3	6.0	6.2	2.5	1.4	0.6	0.8	
46 años o más	227	10.8	15.4	17.8	8.7	2.8	7.9	9.6	12.7	12.9	5.9	2.3	2.0		
Ninguna	4	75.1						24.9							
Primaria	13	57.1	3.7	7.8	6.0	5.4	3.1	10.9		16.9					
Secundaria	69	42.6	5.7	21.5	2.0	2.4	24.6	5.8	2.3		1.1	1.7			
Bachillerato	400	60.4	10.1	6.2	8.2	6.6	4.1	3.1	2.6	0.9	0.8	1.0	1.7	0.5	
Licenciatura	902	24.0	18.0	15.8	9.5	10.0	5.7	5.7	6.1	5.7	1.9	2.6	1.2	1.5	0.2
Posgrado	112	5.9	5.9	16.9	9.3	8.3	5.6	13.6	5.2	8.0	18.4	5.1	2.0	0.5	0.6
Trabaja	540	17.8	15.7	16.3	9.3	11.3	5.0	8.7	7.5	7.2	5.6	1.9	1.4	0.9	0.1
Trabaja y estudia	147	36.4	17.3	14.5	9.7	7.7	5.8	3.1	6.8	2.3	2.6	1.7	1.4	0.8	0.8
No trabaja	47	16.9	16.8	11.0	12.1	16.4	4.0	14.5	16.3	1.7		3.3		2.2	
Ama de casa	73	46.4	9.9	16.1	9.2	9.3	4.4	12.7	8.4	2.3	1.2	1.8			
Estudiante	654	48.0	12.8	10.6	7.7	6.2	7.4	2.5	1.4	1.6	0.6	2.4	1.4	1.3	0.1
Jubilado	39		10.6	15.5	10.8	3.0	4.2	5.8	7.9	31.5	2.8	4.5	2.0		



### Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por sexo



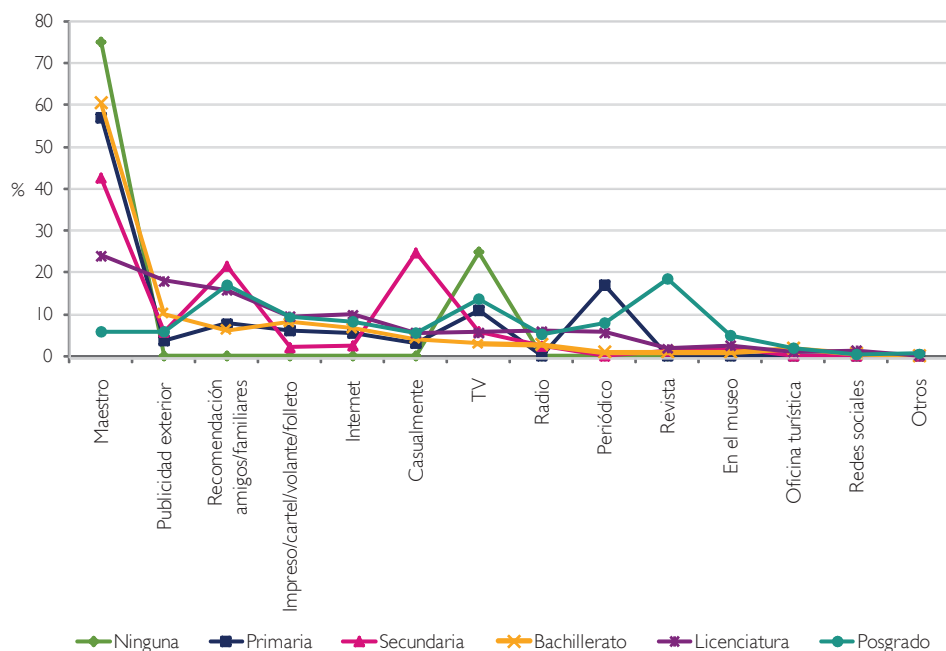
### Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por edad



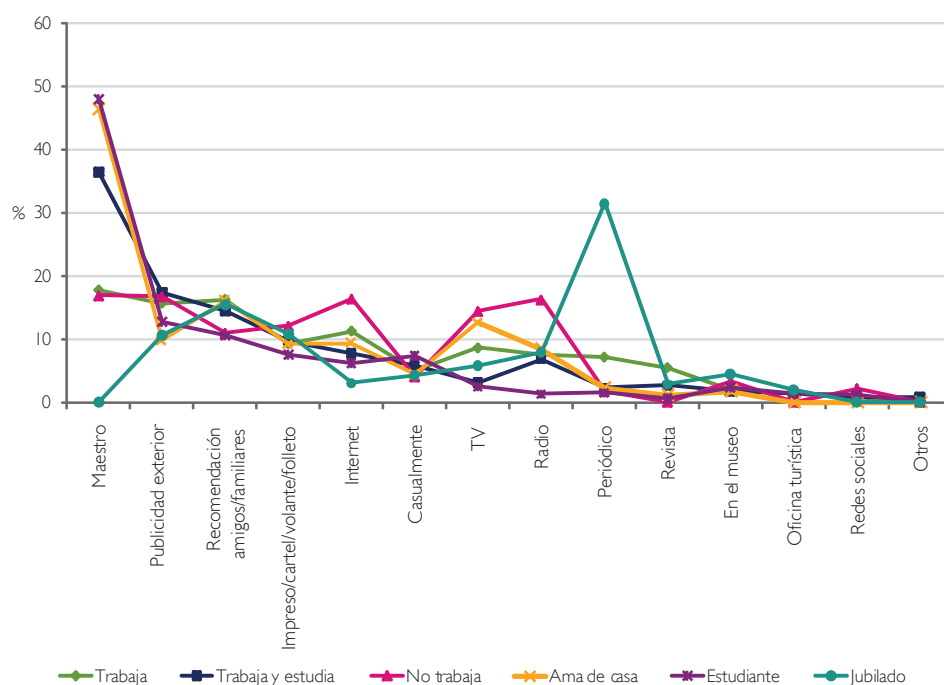
excepto para los visitantes que no cuentan con ningún nivel de escolaridad, los cuales se enteraron por medio de la televisión.

Los visitantes que declararon ser estudiantes, amas de casa y estudiantes que trabajan reportaron como principal medio por el que se enteraron de la exposi-

### Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por escolaridad



### Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por ocupación



ción temporal algún maestro. También resulta interesante ver que los visitantes que no trabajan es la población que reportó mayor porcentaje de los medios electrónicos (internet, televisión, radio y redes sociales) como principal medio por el cual se enteraron de la exposición temporal, lo que puede sugerir que estos visitantes al contar con más tiempo libre están más expuestos al impacto de éstos. En el caso de los jubilados el periódico resultó ser el medio principal por el cual se enteraron de la exposición temporal.

Al analizar los medios de información de los visitantes por exposición temporal nos encontramos que los asistentes a las exposiciones Paseo en mapa, Orozco y Tiempo universitario se enteraron principalmente de ellas por un maestro, obteniendo 46.0%, 42.1% y 35.6% respectivamente. En el caso de los visitantes de Cine y Revolución, su principal forma de enterarse fue por el mismo museo (22.3%, casi una cuarta parte de sus visitantes), en tanto que dos de cada 10 visitantes que asistieron a Foster & Partners (21.4%) se enteraron por una recomendación de un amigo o familiar.

#### Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por exposición

Medios	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	Total
Maestro	46.0	12.2	18.7	42.1	35.6	34.8
Publicidad exterior	23.5	9.1	5.6	8.3	12.0	14.1
Recomendación amigos/familiares	8.9	16.4	21.4	8.1	16.0	13.2
Impreso/cartel/volante/folleto	1.4	5.3	9.1	17.0	17.4	8.7
Internet	10.6	9.4	10.4	5.6	3.8	8.4
Casualmente	8.5	0.6	6.5	4.3	5.7	6.1
Televisión	4.4	10.1	10.2	3.4	2.3	5.5
Radio	4.2	6.2	10.7	2.3	1.1	4.8
Periódico	4.1	4.9	7.0	4.3	1.1	4.2
Revista	2.5	2.1	5.0	0.7	1.8	2.5
En el museo		22.3		0.2		2.2
Oficina turística		0.4	1.3	4.0	2.2	1.3
Redes sociales	0.8		2.3	0.8	1.0	1.0
Otros		1.0			0.3	0.2

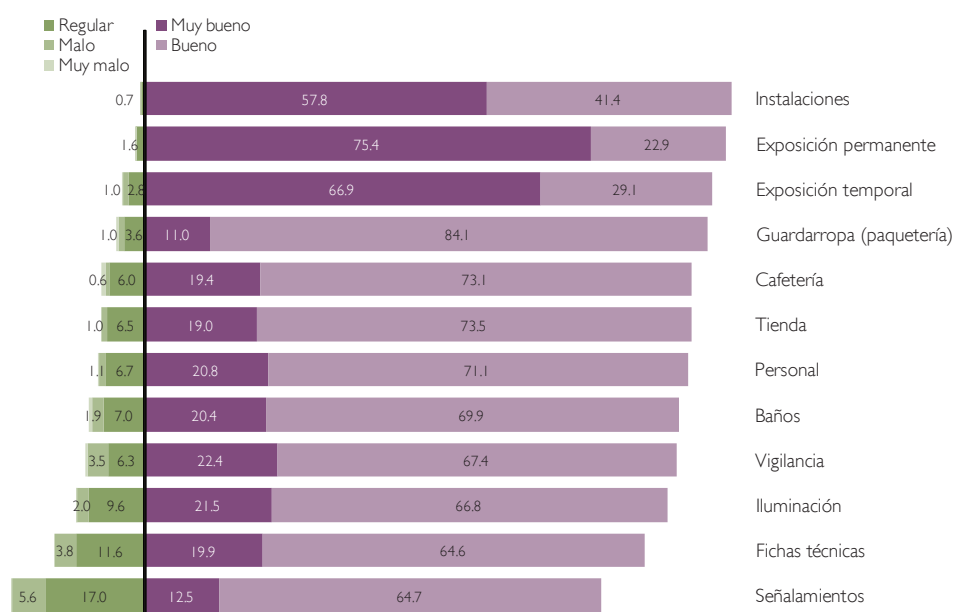
## Apreciación de los servicios e instalaciones

Es de resaltar el alto porcentaje de visitantes que calificaron como Muy bueno los servicios e instalaciones para la Exposición permanente, donde poco más de tres cuartas partes de los visitantes (75.4%) así lo consideraron, para la

### Apreciación de los servicios e instalaciones

Servicios e instalaciones	Evaluación					Total
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	
Exposición permanente	75.4	22.9	1.6	0.1	0.1	100.0
Exposición temporal	66.9	29.1	2.8	1.0	0.2	100.0
Instalaciones	57.8	41.4	0.7	0.2		100.0
Vigilancia	22.4	67.4	6.3	3.5	0.4	100.0
Iluminación	21.5	66.8	9.6	2.0	0.1	100.0
Personal	20.8	71.1	6.7	1.1	0.3	100.0
Baños	20.4	69.9	7.0	1.9	0.7	100.0
Fichas técnicas	19.9	64.6	11.6	3.8	0.0	100.0
Cafetería	19.4	73.1	6.0	0.6	0.8	100.0
Tienda	19.0	73.5	6.5	1.0		100.0
Señalamientos	12.5	64.7	17.0	5.6	0.2	100.0
Guardarropa (paquetería)	11.0	84.1	3.6	1.0	0.3	100.0

### Apreciación de los servicios e instalaciones



Exposición temporal 66.9% y las Instalaciones del museo para casi seis de cada 10 visitantes (57.8%).

Entre los servicios e instalaciones que alcanzaron la menor mención de Muy bueno en su evaluación se encuentran: el servicio de Guardarropa (11%), Señalamientos (12.5%) y la Tienda (19%).

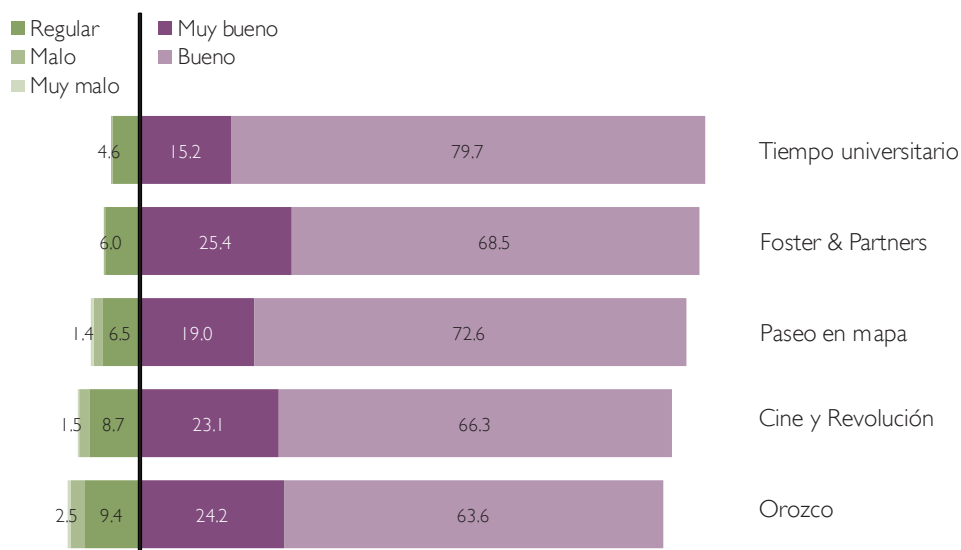
La gran mayoría de los visitantes expresan un alto nivel de apreciación satisfactoria (Muy bueno y Bueno) en cuanto a los servicios e instalaciones considerados en la encuesta. Casi la totalidad de los visitantes (99.2%) consideró Muy buenas y Buena las instalaciones del museo; en ese mismo nivel de apreciación la exposición permanente alcanzó 98.2% de los visitantes y el tercer lugar lo ocupa la exposición temporal, con una mención de 96% de los visitantes.

Si bien los niveles de insatisfacción expresados por los visitantes conciernen a las apreciaciones de Regular, Malo y Muy malo solamente dos de cada 10 visitantes (22.8%) declaró a los señalamientos del museo en ese nivel de insatisfacción, seguido de las fichas técnicas o cédulas con 15.5% de los visitantes; uno de cada 10 asistentes también señaló a la iluminación de todo el museo en ese nivel de insatisfacción.

## Personal

Al desagregar la apreciación de los visitantes sobre los servicios e instalaciones por exposición, encontramos que el público asistente a la exposición Tiempo universitario alcanzó el nivel más alto de percepción de Muy bueno y Bueno (94.9%) con respecto al personal del museo, que va desde el personal que atiende el guardarropa, taquilleros, recepcionistas, personal de cafetería y tienda, limpieza y todo aquel que tenga un contacto cara a cara con el público (no

### Apreciación del personal por exposición



incluye vigilantes, policías y custodios) respecto al resto de los visitantes que asistieron a las otras exposiciones temporales.

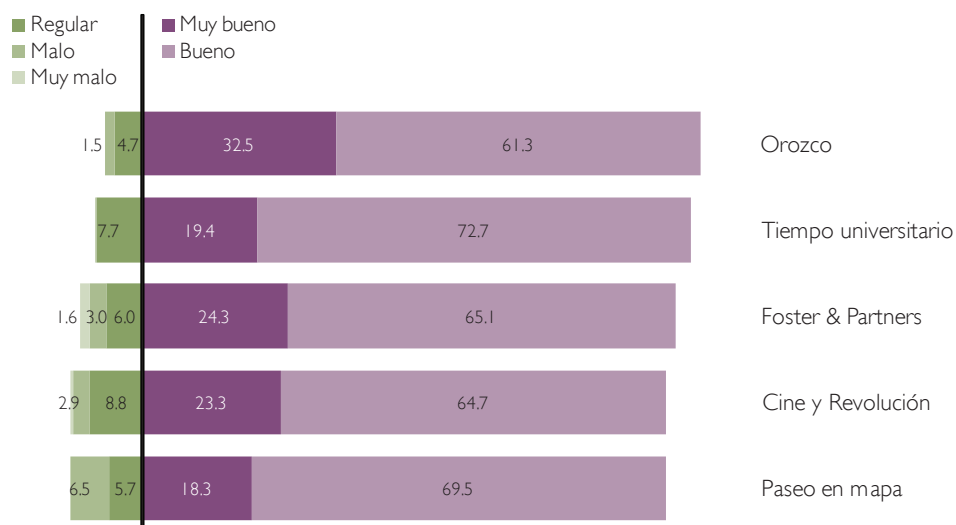
El desempeño de los empleados que atienden a los visitantes es muy importante para el tipo de experiencia que pueda tener el público asistente, es por ello que dicho personal debe contar con características mínimas que van desde ser amables, sociables, serviciales, atentos, seguros, respetuosos, con buena presentación, etcétera, así como contar con una capacitación continua para tener los conocimientos mínimos sobre el recinto cultural en donde trabajan y las exposiciones que ahí se presentan.

Sería de mucha utilidad que el personal que asiste al público contara con técnicas de pedagogía, esto con el propósito de orientar correctamente a los asistentes sobre cualquier duda acerca de la exposición. Su correcta y documentada respuesta podría generar en el visitante la inquietud de querer conocer más sobre el tema de su duda o de la exposición temporal. Con ello se estaría cumpliendo con una de las funciones de los museos, que es el de transmitir conocimiento a sus visitantes. Un ejemplo de ello es la utilización cada vez más extendida de intérpretes (actores) en los museos de ciencias, como medio de comunicación emocional entre los objetos de la exposición y el público.

## Vigilancia

El público que asistió a la exposición Orozco calificó el servicio de vigilancia (vigilantes, policías y custodios) de manera muy satisfactoria, ya que 93.8% de sus visitantes lo calificó como Muy bueno y Bueno. Por el contrario, poco más de uno de cada 10 visitantes que fue a la exposición Paseo en mapa (12.2%) evaluó el servicio de vigilancia insatisfactoriamente (Regular, Malo y Muy malo).

### Apreciación de la vigilancia por exposición



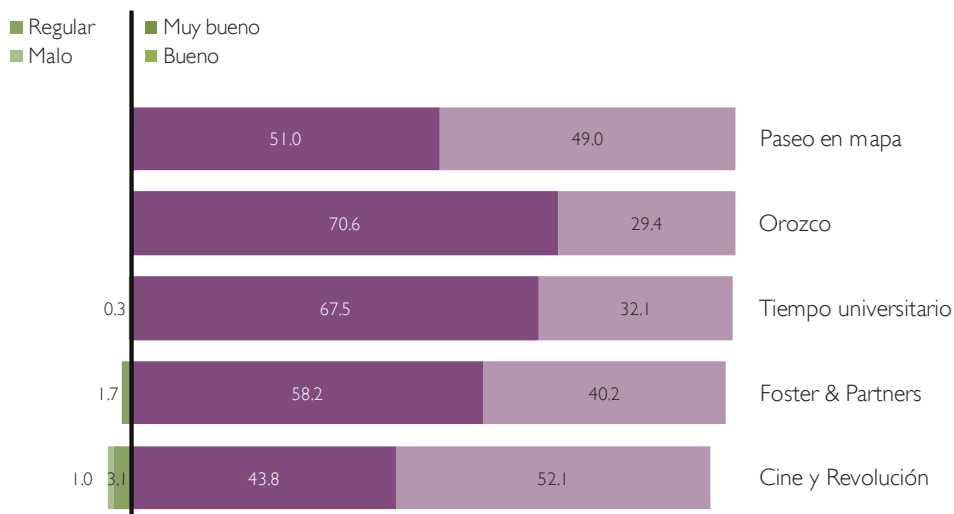


Los custodios son una pieza muy importante para los museos que cuentan con este personal, no sólo por las actividades que realizan de resguardar y proteger las obras de los artistas, sino porque podrían participar de una manera adicional a los proyectos de estudios de público de los museos, ya que ellos son los que pasan más tiempo observando a los visitantes y por ello podrían conocer las reacciones del público, tiempo de observación de cada obra, duración de los recorridos, cuanto leen los visitantes las cédulas o fichas técnicas, qué paredes o espacios no ven los visitantes en los recorridos de la exposición, obra en donde pasan más tiempo los visitantes observando, comentarios de los visitantes, etcétera, información que sería muy útil para los curadores, administradores, área de comunicación y difusión (para todas las áreas del museo) ya que con ella se pueden generar estrategias o corregir errores que se presentan sobre la marcha de la exhibición. Para que esto funcione, es necesario capacitar a los custodios en técnicas de investigación cualitativa, como conjuntar en sus horarios de trabajo estas actividades, para que los custodios no lo vean como algo adicional que les va a generar más trabajo, sino al contrario, que lo vean como actividades que les corresponden y que serán de gran utilidad, ya que esta información recabada será usada para la toma de decisiones y tendrá un impacto en el museo.

## Instalaciones

Para la evaluación de las instalaciones se consideró todo el inmueble del museo: áreas de descanso, pasillos, paredes, pisos, puertas, escaleras, pasa manos, etc. Todo el público que asistió a las exposiciones temporales Paseo en mapa y Orozco valoró las instalaciones muy satisfactoriamente (Muy bueno y Bueno), en tanto que los visitantes de las otras exposiciones percibieron en menor medida de satisfacción las instalaciones del museo. Empero, estas diferencias no

### Apreciación de las instalaciones por exposición

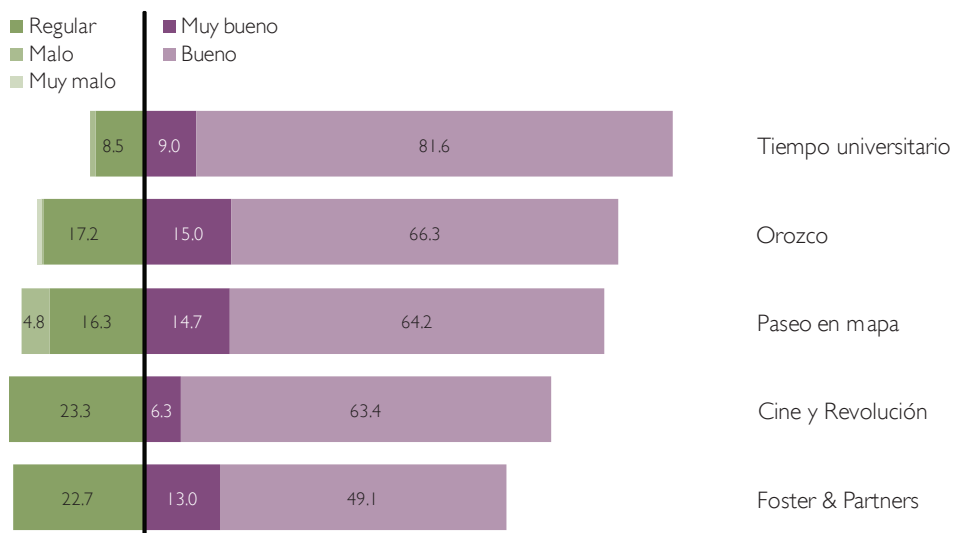


fueron mayores a los cinco puntos porcentuales. Por lo tanto, se puede afirmar que los visitantes del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso consideran en muy buen estado sus instalaciones. Es importante que todos los museos cuenten con infraestructura adecuada para todas las personas que suelen ir a los museos (bebés, niños, ancianos, adultos, jóvenes y discapacitados).

## Señalamientos

Indiscutiblemente, los señalamientos son parte fundamental de cualquier espacio público, no sólo por razones informativas y de control, sino también por motivos de seguridad. Nueve de cada 10 visitantes que asistió a la exposición Tiempo universitario (90.6%) apreciaron los señalamientos del museo Muy buenos y Buenos, en tanto que uno de cada cinco asistentes de la exposición Foster & Partners (22.7%) los calificaron como Regulares, Malos y Muy malos, debido a que no los vieron y los que llegaron a ver comentaron que no se encuentran en lugares visibles o que son muy confusos.

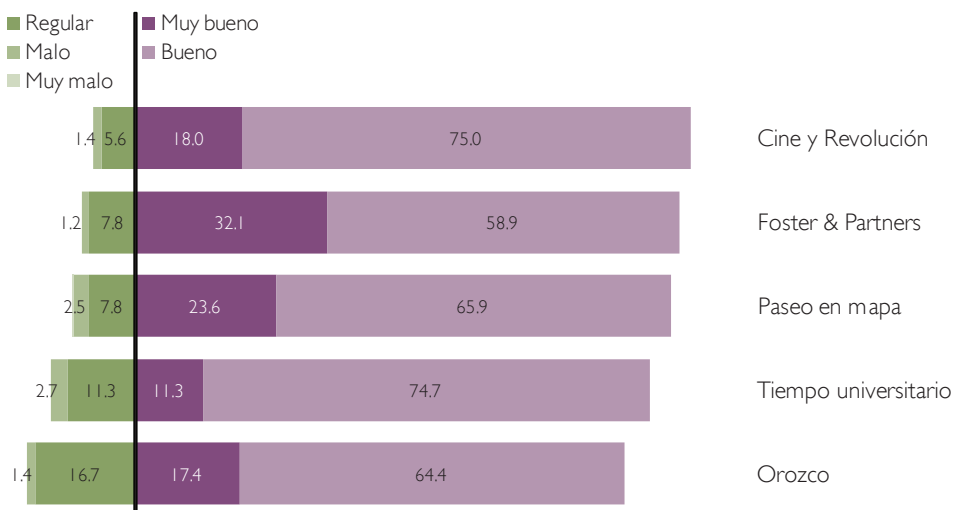
### Apreciación de los señalamientos por exposición



## Iluminación

En términos generales se calificó como Muy buena y Buena la iluminación por 88.3% de los visitantes. Se tomó en cuenta tanto la iluminación de las salas en donde se exhibieron las exposiciones temporales como la de todas las instalaciones del museo. Los visitantes de la exposición Cine y Revolución manifestaron mayor satisfacción en cuanto a iluminación en relación con el resto de los visitantes que asistieron a otras exposiciones.

### Apreciación de la iluminación por exposición

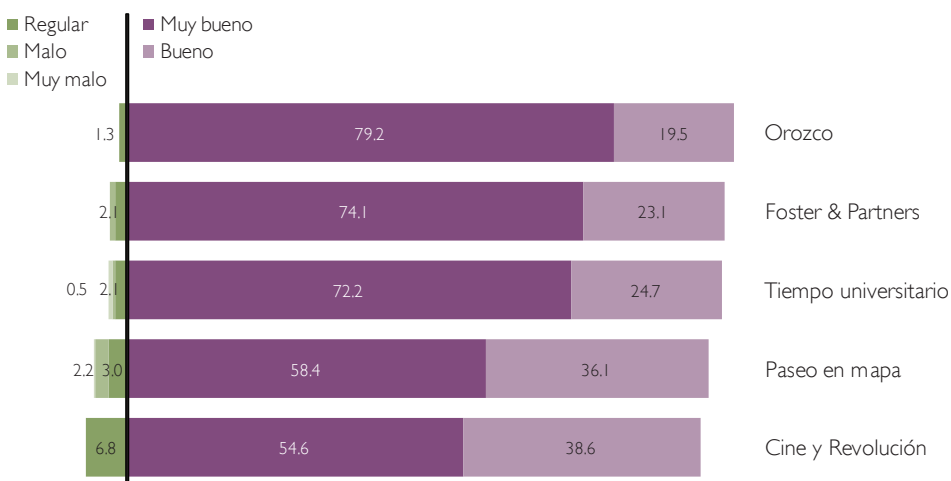


Los visitantes que reportaron menor satisfacción con respecto a la iluminación lo obtuvieron los visitantes a la exposición Orozco. Dentro de las razones que externaron los visitantes que consideraron Mala y Muy mala, se encuentran que faltaba iluminación en algunas salas y se veía muy oscuro o que en algunos casos la iluminación provocaba algún reflejo en las piezas de las exposiciones.

### Exposición temporal

Se les preguntó a los visitantes qué les había parecido la exposición temporal por la que asistieron al museo y los resultados proyectaron que la exposición mejor evaluada por sus asistentes fue Orozco, y la que alcanzó el porcentaje más bajo de Muy bueno y Bueno fue Cine y Revolución.

### Apreciación de la exposición temporal por exposición



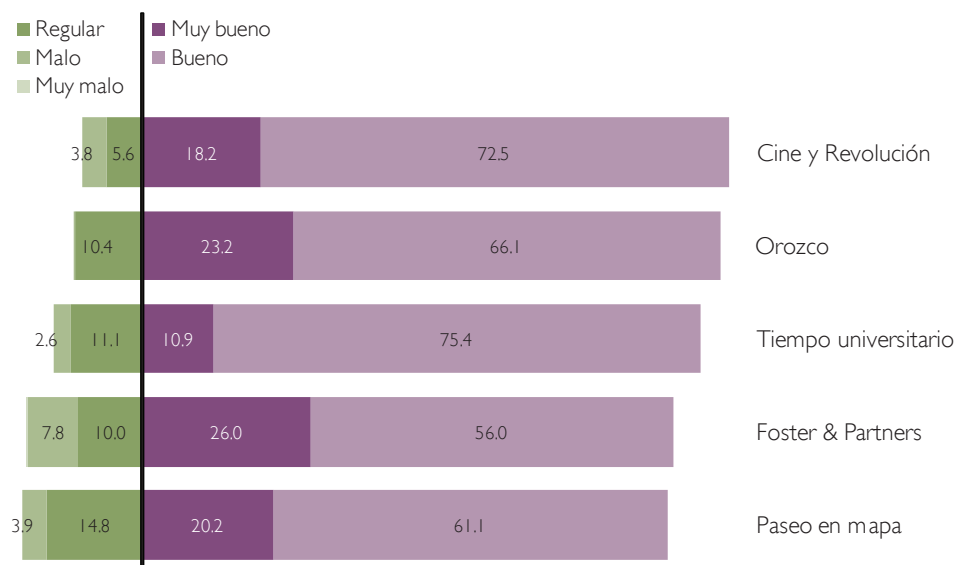
Los visitantes que consideraron a las exposiciones temporales Muy malas y Malas fue por que faltaba información, no permitieron tomar fotos, consideraron la temática muy tediosa, que no había secuencia cronológica o por considerar la entrada con un costo elevado.

## Fichas técnicas o cédulas

Otro aspecto de valoración importante dentro de las características de los museos son las fichas técnicas. Aquí debe destacarse que las opiniones toman en consideración su tamaño, ubicación, existencia y claridad. Los visitantes de Cine y Revolución obtuvieron los porcentajes más altos en torno a los resultados Muy bueno y Bueno con respecto al resto de las exposiciones temporales. Los visitantes que evaluaron las fichas técnicas con el mayor porcentaje de insatisfacción (Regular, Malo y Muy malo) fueron los asistentes a la exposición Paseo en mapa.

Entre las consideraciones que se deben tener en cuenta para la realización de los textos explicativos en las fichas técnicas o cédulas se encuentran que se cuente con las ideas principales, darle más importancia a la interpretación que a la presentación de los textos, dirigir los textos hacia el conocimiento previo del público, que los textos nunca carezcan de diseño y contenidos claros, usar vocabulario que se encuentre dentro del alcance del visitante, que no sean textos demasiado largos, no formular preguntas poco adecuadas, siempre hay que comenzar con referencias concretas visuales y elegir siempre el tamaño y tipo de letra adecuado.

### Apreciación de las fichas técnicas por exposición



## Otros servicios e instalaciones

Hay que hacer notar que existen servicios e instalaciones como los baños, guardarropa, tienda, cafetería y exposición permanente, a los que no accedieron todos los visitantes que asistieron al museo. En consecuencia, el margen de error asociado a la apreciación de los niveles de satisfacción de estos servicios puede variar según la cantidad de casos registrados.

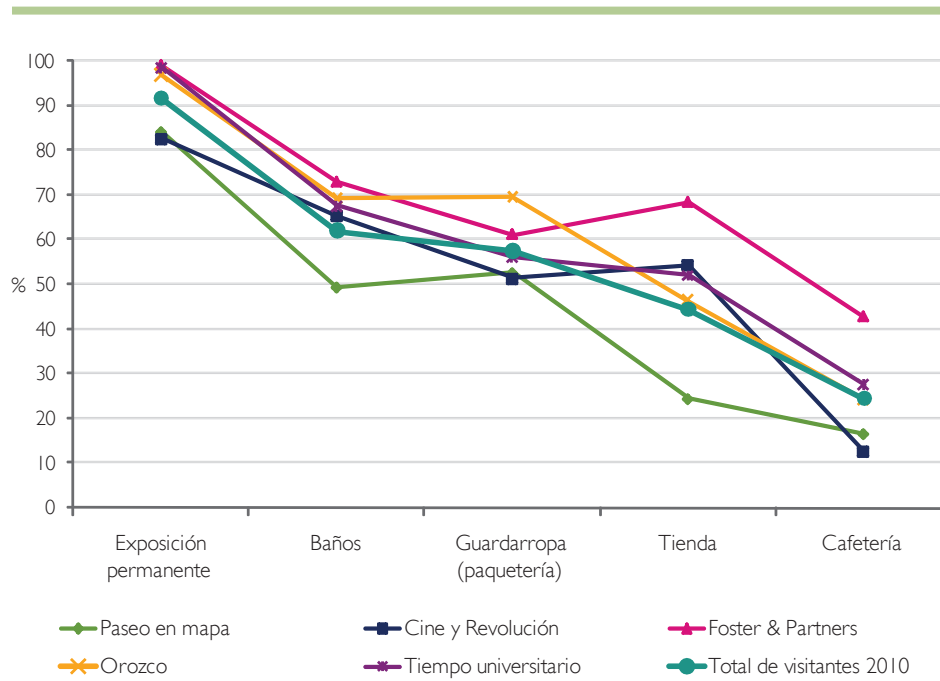
A continuación se muestran los resultados generales de los visitantes que llegaron a utilizar algunos de estos servicios e instalaciones: nueve de cada 10 visitantes (91.6%) recorrió la exposición permanente del museo, mientras que seis de cada 10 visitantes llegaron utilizar los baños, un poco más de la mitad (57.5%) de los visitantes usó el guardarropa, mientras que un poco menos de la mitad de los visitantes (44.5%) llegó a entrar a la tienda del museo y sólo una cuarta parte (24.5%) a la cafetería.

En la siguiente gráfica se pueden comparar los servicios que sí fueron utilizados entre los asistentes por exposición temporal. Los visitantes que asistieron a las exposiciones temporales Cine y Revolución y Paseo en mapa fueron el público que menos utilizó los baños y los que en menor número entraron a la cafetería. En tanto que los asistentes a Foster & Partners consiguieron el más alto porcentaje de asistencia a la tienda y cafetería respecto a los visitantes del resto de las exposiciones temporales, lo cual se entiende ya que los visitantes de Foster & Partners ocupan el segundo lugar de los asistentes que registraron mayor ingreso por hogar (véase capítulo I apartado Nivel de ingreso).

### Otros servicios e instalaciones

Exposición	Exposición permanente		Baños		Guardarropa (paquetería)		Tienda		Cafetería	
	Total de casos	Sí lo usó	Total de casos	Sí lo usó	Total de casos	Sí lo usó	Total de casos	Sí lo usó	Total de casos	Sí lo usó
Paseo en mapa	270	84.2	152	49.4	158	52.6	78	24.4	42	16.6
Cine y Revolución	247	82.7	207	65.4	131	51.4	162	54.4	32	12.6
Foster & Partners	297	99.1	216	73.0	169	61.2	190	68.4	108	42.8
Orozco	284	96.8	210	69.2	207	69.5	144	46.4	77	24.1
Tiempo universitario	295	98.6	208	67.6	172	56.1	152	52.0	88	27.5
Total	1393	91.6	993	62.0	837	57.5	726	44.5	347	24.5

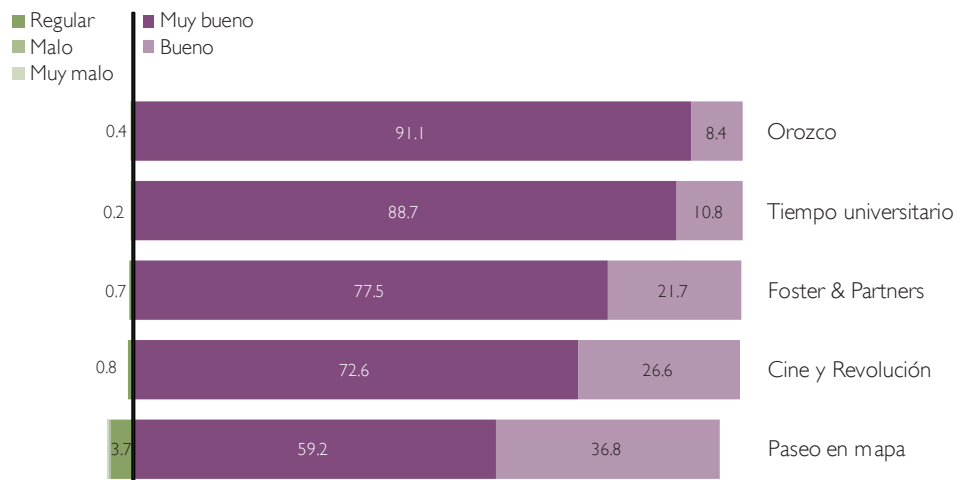
### Uso de otros servicios e instalaciones



### Exposición permanente

El Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso cuenta con murales realizados por distintos artistas plásticos como Diego Rivera, Jean Charlot, Fernando Leal, David Alfaro Siqueiros, Ramón Alva de la Canal y Fermín Revueltas, cuyas obras forman parte de la exposición permanente.

### Apreciación de la exposición permanente por exposición temporal\*



\*Incluye sólo los visitantes que sí visitaron la exposición permanente.



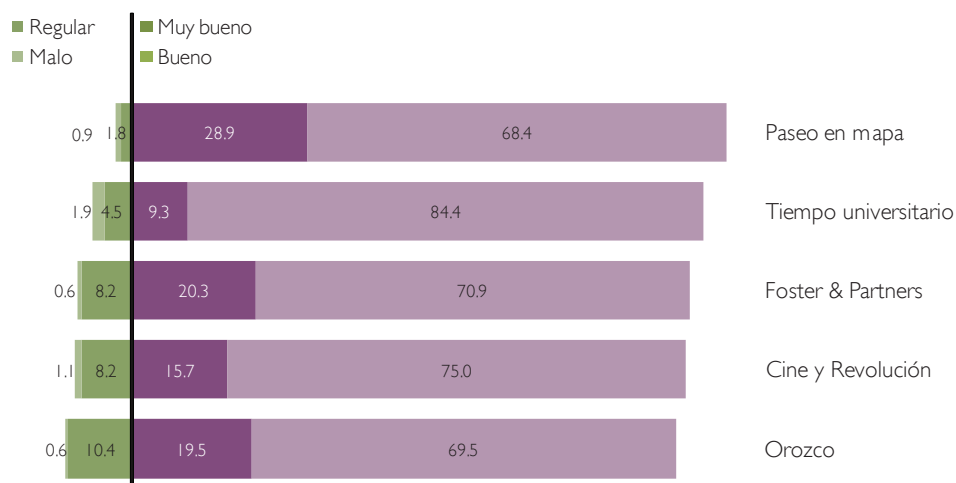
Desagregando los resultados por exposición temporal, se observó que no existen diferencias significativas entre los visitantes a cada una de ellas, ya que todos los asistentes calificaron la exposición permanente como Muy Bueno y Bueno.

Resalta que el público asistente a la exposición de Orozco fue el que mejor apreció la exposición permanente, ya que 91.1% la consideraron Muy buena, en tanto que el público asistente a la exposición Paseo en mapa fue la que registró el porcentaje menor en relación a esta misma categoría (59.2%).

## Tienda

En cuanto a la apreciación de la tienda del museo por parte de los visitantes de cada exposición temporal, se tiene que casi tres de cada 10 visitantes que asistieron a Paseo en mapa (28.9%) la consideraron Muy buena, en tanto que un poco más de ocho de cada 10 asistentes a Tiempo universitario (84.4%) la calificaron como Buena. Es de resaltar que ninguno de los visitantes a las exposiciones temporales la consideró como Muy mala, sólo uno de cada 10 visitantes a Orozco le pareció regular.

### Apreciación de la tienda por exposición\*



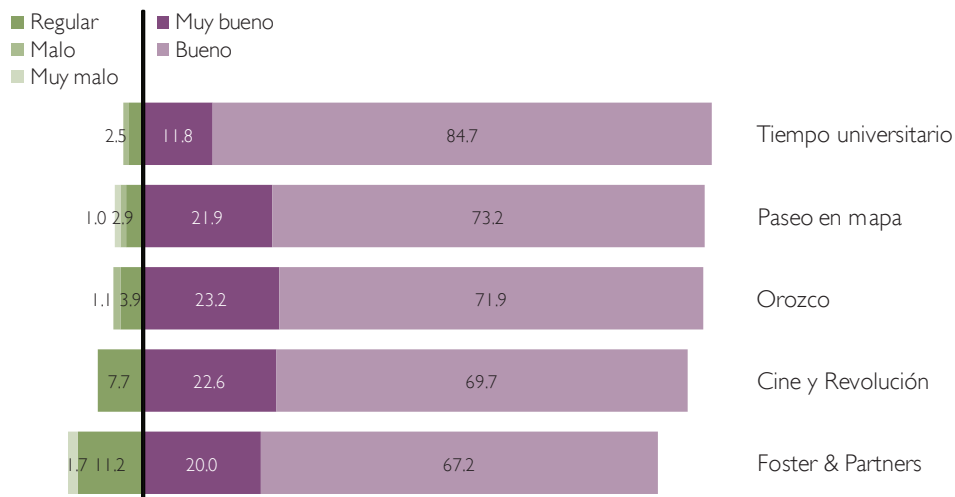
\*Incluye sólo los visitantes que sí entraron a la tienda.

## Cafetería

Casi todos los visitantes a las diferentes exposiciones temporales (excepto Tiempo universitario) calificaron como Muy bueno el servicio de cafetería en proporciones similares; Paseo en mapa con 21.9%, Orozco con 23.2%, Cine

y Revolución con 22.6% y Foster & Partners con 20.0%. Por otro lado, 11.2% de los visitantes a esta última exposición la consideraron como Regular, lo que puede entenderse dado que estos visitantes son los que usaron más el servicio de cafetería en relación a los asistentes de las otras exposiciones temporales.

### Apreciación de la cafetería por exposición\*



\*Incluye sólo los visitantes que sí entraron a la cafetería.

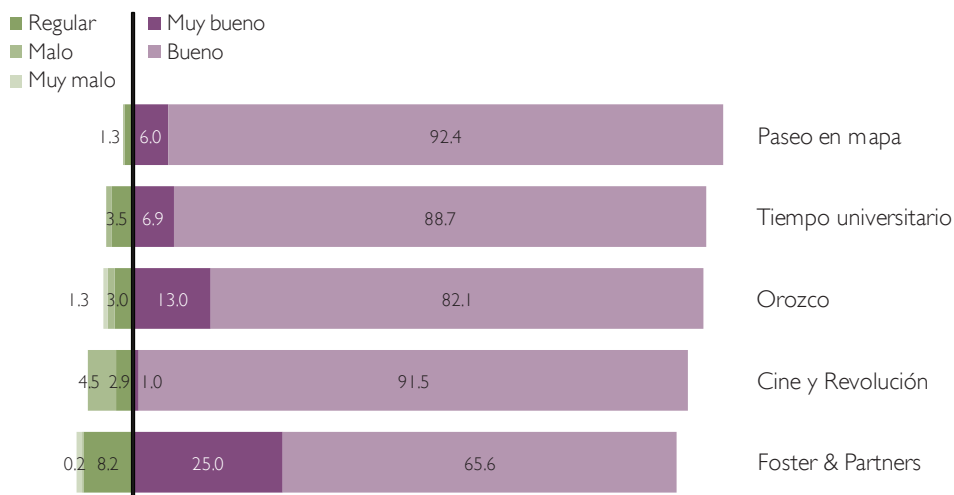
### Guardarropa

Una cuarta parte de los asistentes a Foster & Partners (25.0%) evaluaron el servicio de guardarropa como Muy bueno, en tanto que en Cine y Revolución no registró ningún caso con esta calificación; sin embargo, nueve de cada 10 de sus asistentes (91.5%) lo consideró Bueno y uno de cada 20 visitantes lo calificaron como Malo (4.5%).

### Baños

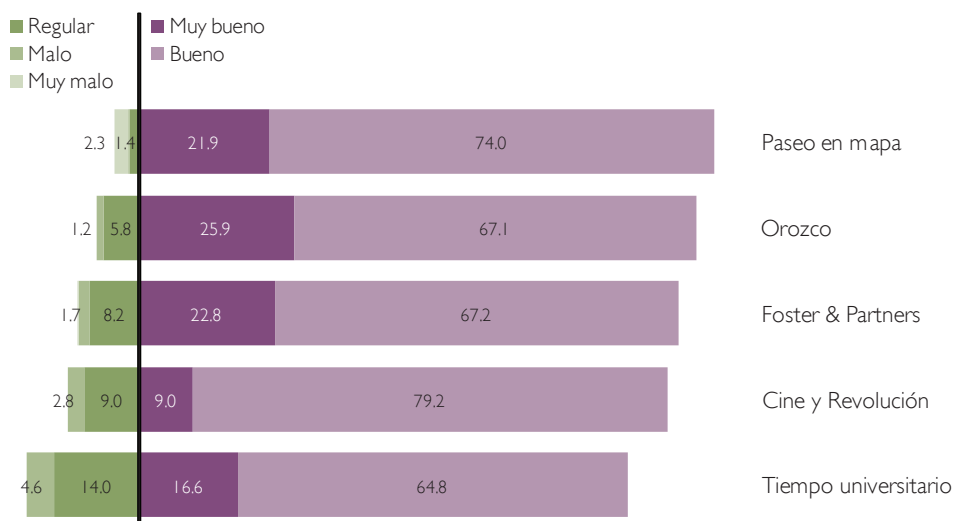
El público en general de todas las exposiciones temporales consideró que el funcionamiento de los baños fue Bueno; ocho de cada 10 visitantes que asistió a Cine y Revolución (79.2%) calificó este servicio como Bueno, siendo los visitantes con mayor porcentaje en esta categoría. La apreciación de Muy bueno ocupa el segundo lugar de mención, en donde la proporción más alta se ubicó en el público asistente a la exposición Orozco (25.9%), y en un tercer lugar se situó la respuesta de Regular, y con los asistentes a la exposición Tiempo universitario alcanzó el más alto porcentaje (14.0%) respecto al resto de los visitantes de las otras exposiciones temporales.

### Apreciación del guardarropa por exposición\*



\*Incluye sólo los visitantes que sí utilizaron el servicio.

### Apreciación de los baños por exposición\*



\*Incluye sólo los visitantes que sí utilizaron el servicio.

Los baños no sólo pueden ser calificados como muy buenos por hallarse limpios, o por contar con agua corriente. Existen otros factores que pueden ser considerados, como la existencia de papel o jabón de manos, una buena iluminación, tecnología para el cuidado del medio ambiente (sensores para el ahorro de agua, papel y luz), mesas para cambiar a los bebés (en baños de hombres y mujeres), así como contar con instalaciones apropiadas para las personas con capacidades diferentes.

## Duración de la visita

Se preguntó a los visitantes sobre el tiempo que duró su visita al museo, incluyendo el tiempo invertido en ver la exposición permanente que motivó su asistencia, así como las otras exposiciones temporales que se pudieran estar presentando en ese momento y el uso de los servicios de cafetería y tienda si los usó, obteniendo un promedio general de una hora con 44 minutos. Cabe resaltar que en otros estudios de público que se han realizado en otros países, el tiempo promedio de la duración de la visita es menor de una hora.

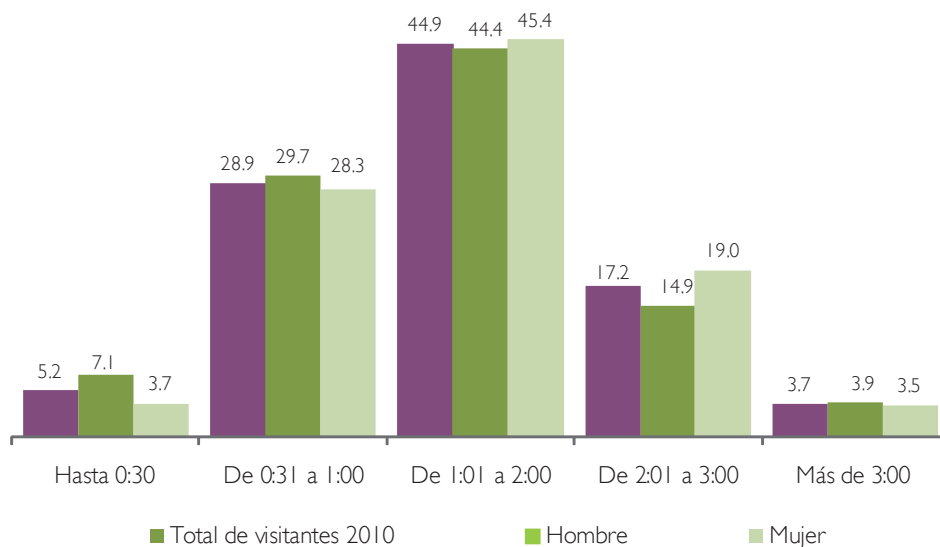
En términos generales, dos terceras partes de los visitantes (65.8%) destinó más de una hora a su visita, mientras que tres de cada 10 visitantes (28.9%) le dedicó de 31 minutos a una hora y uno de cada 20 asistentes (5.2%) hizo su visita en un máximo de 30 minutos.

Por sexo, tenemos que en los diferentes rangos de tiempo que corresponden a la duración de la visita hay ligeras diferencias entre hombres y mujeres, habiendo una diferencia marcada en el rango de duración menor a los 31 minutos, en donde los hombres (7.1%) reportaron mayor porcentaje que las mujeres (3.7%).

### Duración de la visita

	Total de casos	Hasta 0:30	De 0:31 a 1:00	De 1:01 a 2:00	De 2:01 a 3:00	Más de 3:00	Total
<b>Total 2010</b>	<b>1500</b>	<b>5.2</b>	<b>28.9</b>	<b>44.9</b>	<b>17.2</b>	<b>3.7</b>	<b>100.0</b>
Hombre	669	7.1	29.7	44.4	14.9	3.9	100.0
Mujer	831	3.7	28.3	45.4	19.0	3.5	100.0
15 a 17años	217	7.4	42.1	40.3	8.9	1.3	100.0
18 a 22 años	454	6.5	27.0	50.3	13.6	2.6	100.0
23 a 30 años	340	6.0	25.6	42.2	20.4	5.9	100.0
31 a 45 años	262	2.7	28.8	39.7	24.6	4.2	100.0
46 años o más	227	1.7	23.4	48.9	21.0	5.0	100.0
Ninguna	4		27.2	24.9	47.9		100.0
Primaria	13	3.1	49.0	25.3	22.6		100.0
Secundaria	69	16.9	34.9	33.6	5.3	9.3	100.0
Bachillerato	400	7.8	34.9	44.8	10.7	1.8	100.0
Licenciatura	902	3.4	26.2	46.3	20.1	3.9	100.0
Posgrado	112	0.6	19.1	45.7	28.5	6.0	100.0
Trabaja	540	2.9	27.1	44.7	20.8	4.5	100.0
Trabaja y estudia	147	1.9	26.4	52.4	13.5	5.8	100.0
No trabaja	47		31.8	46.5	15.5	6.2	100.0
Ama de casa	73	1.5	32.7	37.7	24.6	3.6	100.0
Estudiante	654	8.3	30.4	44.8	14.0	2.6	100.0
Jubilado	39		24.5	38.2	33.4	3.9	100.0

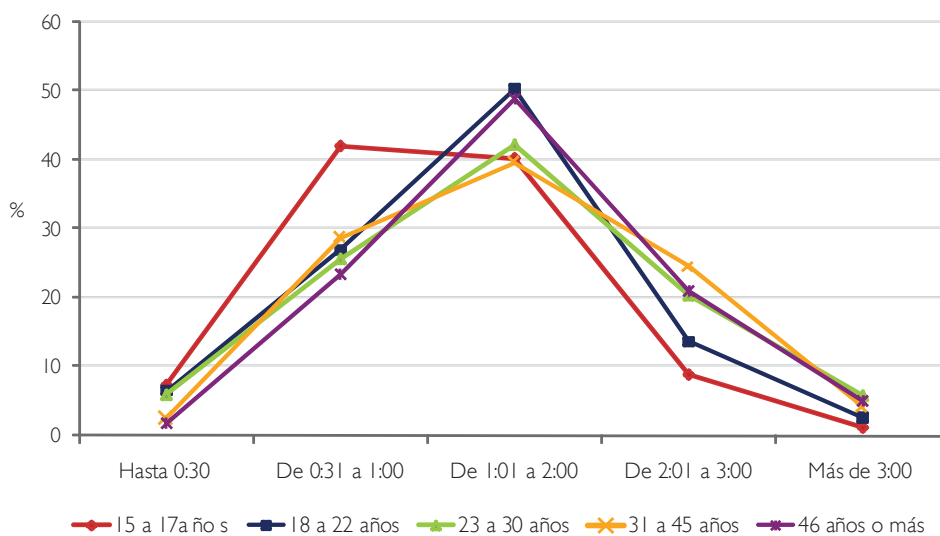
### Duración de la visita por sexo



Los jóvenes de 15 a 17 años son los que reportaron una proporción mayor que el resto de los visitantes en torno a la duración de su visita (máximo de una hora), mientras que los visitantes de 18 a 22 años (50.3%) y 46 años o más (48.9%) se situaron por arriba del promedio total de visitantes con una duración superior a una hora y hasta dos horas.

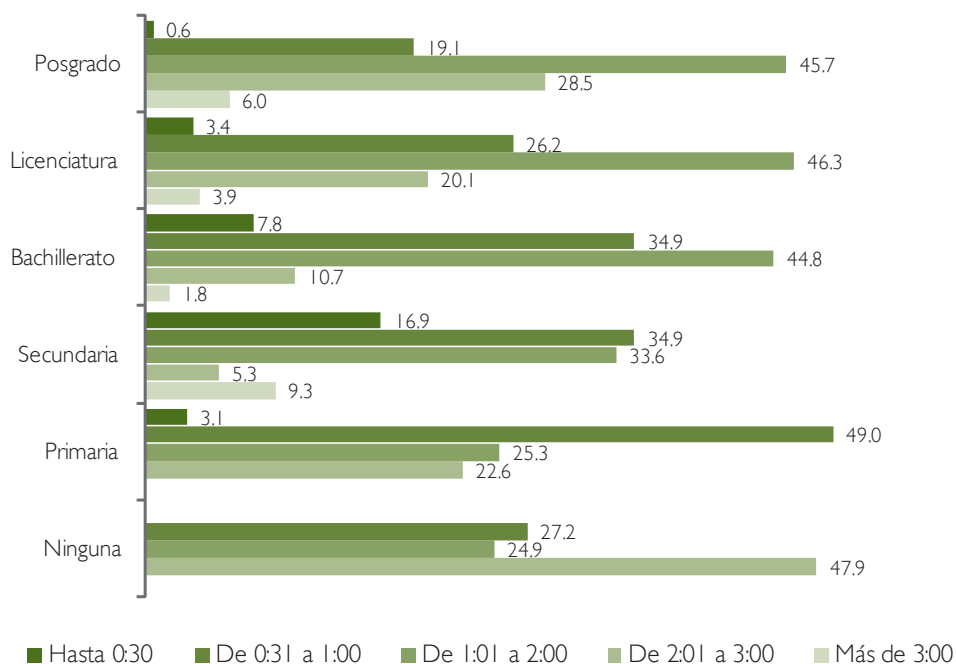
Por otro lado los jóvenes de 15 a 17 años son los que duraron menos tiempo en su visita respecto al resto de los visitantes, uno pensaría que los adultos mayores de 46 años podrían haber sido los que duraron menos tiempo por sus condición física (cansancio) pero no fue así, al contrario siempre se situaron por arriba del promedio total de los visitantes en los tiempos mayores de una hora.

### Duración de la visita por edad

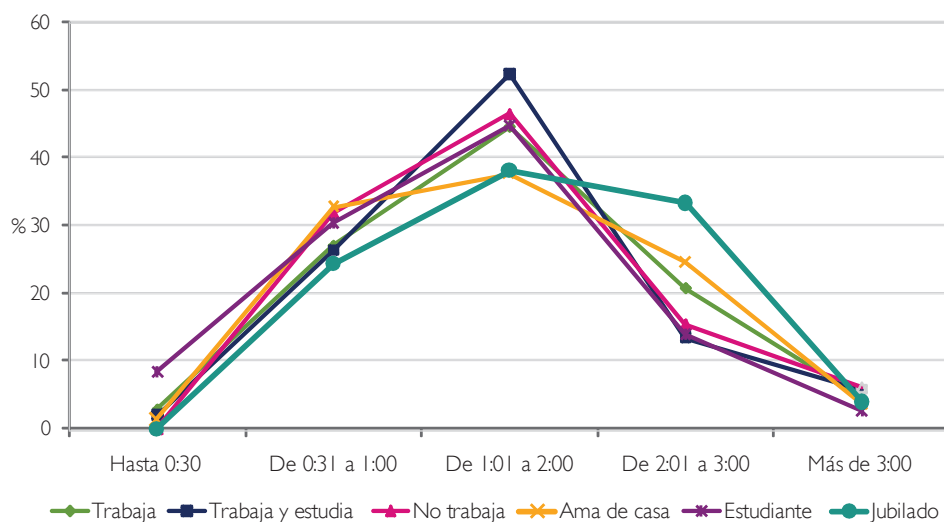


El número de horas empleadas para la visita crece conforme aumenta el nivel de escolaridad. La proporción que utilizó hasta una hora en su visita se observa entre los visitantes con escolaridad de Primaria con 52.1%, para secundaria con 51.8%, para bachillerato con 42.7%. Todos estos grupos se encuentran por arriba del promedio total de los visitantes. Los porcentajes más altos con una duración mayor de una hora se encuentran en los niveles de educación Licenciatura (70.3%) y Posgrado (80.2%).

### Duración de la visita por escolaridad



### Duración de la visita por ocupación





Los estudiantes que asistieron al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso registraron la menor cantidad de horas en torno a la duración de su visita, mientras que los jubilados alcanzaron la permanencia más larga en el museo que el resto de los visitantes, el público que trabaja y estudia se ubica por arriba del promedio en el rango de permanencia entre más de una hora y hasta dos horas.

El perfil de visitantes por exposición temporal con más alta proporción de visitas con duración menor de 30 minutos se encontró en Paseo en mapa (10.3%). Los perfiles con un porcentaje mayor de visitas de los 31 minutos hasta una hora son Foster & Partners (37.4%), Tiempo universitario (36.0%) y Paseo en mapa (29.2%).

Nueve de cada 10 visitantes de Cine y Revolución (91.3%) realizó su visita en un lapso no menor de una hora; en ese mismo rango de tiempo un poco más de siete de cada 10 asistentes de Orozco afirmó haber hecho su visita y los visitantes de Foster & Partners (60.1%) son los que consiguieron el menor porcentaje de asistentes con este periodo de duración.

#### Duración de la visita por exposición temporal

Exposición	Hasta 0:30	De 0:31 a 1:00	De 1:01 a 2:00	De 2:01 a 3:00	Más de 3:00	Total
Paseo en mapa	10.3	29.2	44.5	15.4	0.6	100.0
Cine y Revolución	0.2	8.4	44.0	36.8	10.4	100.0
Foster & Partners	2.5	37.4	45.6	9.8	4.8	100.0
Orozco	2.9	22.5	53.9	17.4	3.3	100.0
Tiempo universitario	2.5	36.0	38.0	18.2	5.4	100.0
Total	5.2	28.9	44.9	17.2	3.7	100.0

#### Información recibida durante la visita

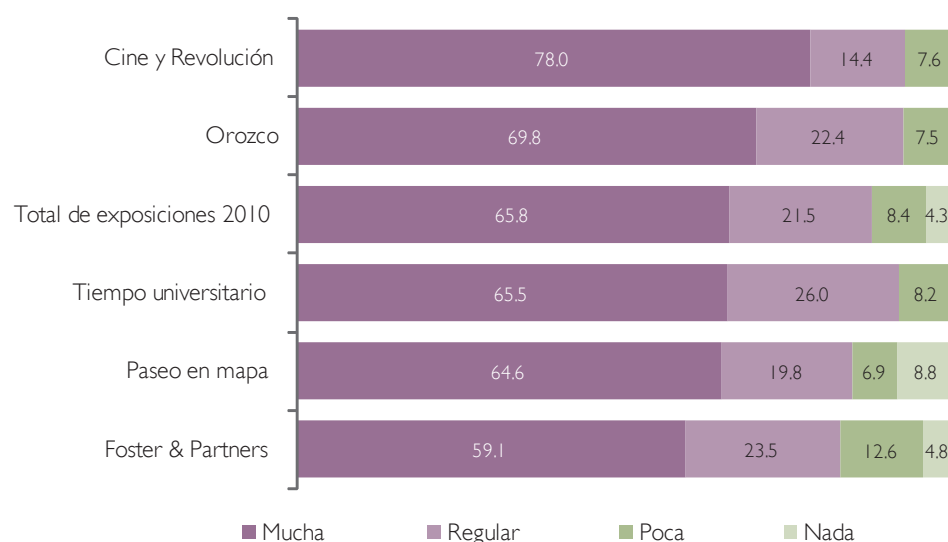
Dos terceras partes de los asistentes a las diferentes exposiciones (65.8%) consideraron haber recibido Mucha información en su visita, en tanto que 8.4% consideró recibir Poca información.

Al desagregar los resultados por exposición temporal, los visitantes a Cine y Revolución son los que consideran en mayor porcentaje que recibieron Mucha información (78.0%) respecto al resto de las exposiciones, en tanto que los asistentes a Foster & Partners registraron el porcentaje más bajo en esta misma categoría (59.1%).

## Información recibida durante la visita

Exposición	Mucha	Regular	Poca	Nada	Total
Paseo en mapa	64.6	19.8	6.9	<b>8.8</b>	100.0
Cine y Revolución	<b>78.0</b>	14.4	7.6		100.0
Foster & Partners	59.1	<b>23.5</b>	<b>12.6</b>	<b>4.8</b>	100.0
Orozco	<b>69.8</b>	<b>22.4</b>	7.5	0.3	100.0
Tiempo universitario	65.5	<b>26.0</b>	8.2	0.2	100.0
Total	<b>65.8</b>	<b>21.5</b>	<b>8.4</b>	<b>4.3</b>	<b>100.0</b>

## Información recibida durante la visita por exposición temporal

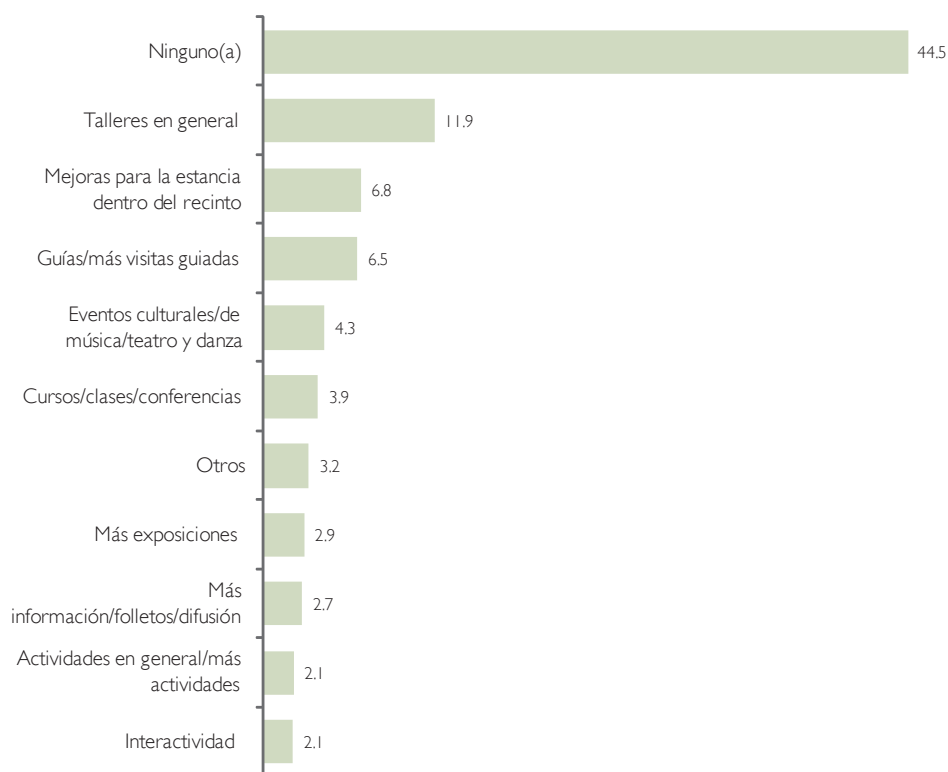


## Servicios o actividades adicionales

Resulta interesante el hecho de que 44.5% del total de los encuestados refirieron no estar interesados en que existan otras actividades distintas a las ya integradas en los museos. Sin duda esta negativa puede obedecer a la falta de ofertas o propuestas que de alguna manera disponen al asistente a conformarse o a no tener más expectativas sobre los espacios. Sin embargo, los talleres en general y las mejoras para la estancia dentro del recinto tuvieron una pequeña pero importante mención seguidas por las visitas guiadas.

No existen diferencias significativas entre los distintos grupos de edad, si bien podemos resaltar que entre los 31 a 45 años se tiene el nivel más alto de respuestas negativas sobre el interés de que existan otros servicios o actividades adicionales (50.5%). Son los jóvenes de 18 a 22 años los que en mayor porcentaje están interesados en la existencia de talleres en general como una actividad adicional deseable (véase cuadro de la siguiente página).

### Servicios o actividades adicionales por edad



### Expectativas cubiertas con la visita al museo

Dentro de una escala de uno a 10, el nueve fue el número con mayor mención entre los asistentes a las diferentes exposiciones temporales, con lo que se puede afirmar que en términos generales las expectativas de los visitantes al museo fueron cubiertas satisfactoriamente; en tanto, 35.6% eligió el 10, 43.3% sostuvo el nueve y 17.3% optó por el ocho.

No existen diferencias significativas en las respuestas señaladas entre hombres y mujeres; ambos sexos ubicaron el nueve como primera respuesta con 46.9% y 40.5% respectivamente; en segundo lugar mencionaron el 10, con 37.1% mujeres y 33.7% en el caso de los hombres. Finalmente, el tercer lugar de mención es el ocho, con 18.8% en mujeres y 15.4% en los hombres.

## Servicios o actividades adicionales por edad

Otros servicios o actividades que le gustaría que hubiera	Edad					Total
	15 a 17 años	18 a 22 años	23 a 30 años	31 a 45 años	46 años o más	
Ninguno(a)	40.6	<b>45.5</b>	41.1	<b>50.5</b>	44.4	44.5
Talleres en general	11.1	<b>16.4</b>	10.5	8.1	9.1	11.9
Mejoras para la estancia dentro del recinto	5.3	5.8	<b>10.3</b>	5.1	<b>7.7</b>	6.8
Guías/más visitas guiadas	<b>8.6</b>	5.7	<b>6.7</b>	5.6	<b>7.1</b>	6.5
Eventos culturales/de música/teatro y danza	1.2	4.0	2.9	<b>7.4</b>	<b>6.6</b>	4.3
Cursos/clases/conferencias	<b>7.4</b>	2.2	3.3	2.9	<b>5.5</b>	3.9
Otros	2.2	<b>4.5</b>	2.4	3.0	2.7	3.2
Más exposiciones	0.3	2.3	<b>5.5</b>	<b>3.7</b>	2.2	2.9
Más información/folletos/difusión	1.4	2.0	2.4	<b>4.2</b>	<b>4.5</b>	2.7
Actividades en general/más actividades	<b>2.3</b>	0.9	<b>5.5</b>	1.2	1.2	2.1
Interactividad	<b>4.0</b>	<b>3.0</b>	2.1	0.3	0.2	2.1
Biblioteca		<b>2.2</b>	0.6	<b>2.9</b>	0.5	1.4
Actividades para adultos	<b>3.1</b>	0.7	<b>1.3</b>	0.6	0.9	1.2
Juegos	<b>4.2</b>	0.5		1.6		1.1
Cine/ciclos de cine	<b>4.1</b>	0.6	<b>1.1</b>	0.2		1.1
Actividades didácticas/más dinámicas	2.0	1.2	1.1		1.1	1.1
Internet/Ludoteca/Guardería/áreas dedicadas	0.6	0.8	<b>1.5</b>	0.4	<b>1.5</b>	0.9
Cafetería/comida		0.3	0.7	0.8	<b>3.7</b>	0.9
IMAX/Pantallas/Audiovisuales	<b>0.9</b>	<b>1.3</b>	0.4	0.2		0.7
Actividades para niños	<b>0.8</b>	0.3	0.1	<b>1.4</b>	<b>1.0</b>	0.6
Actividades deportivas			0.5			0.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

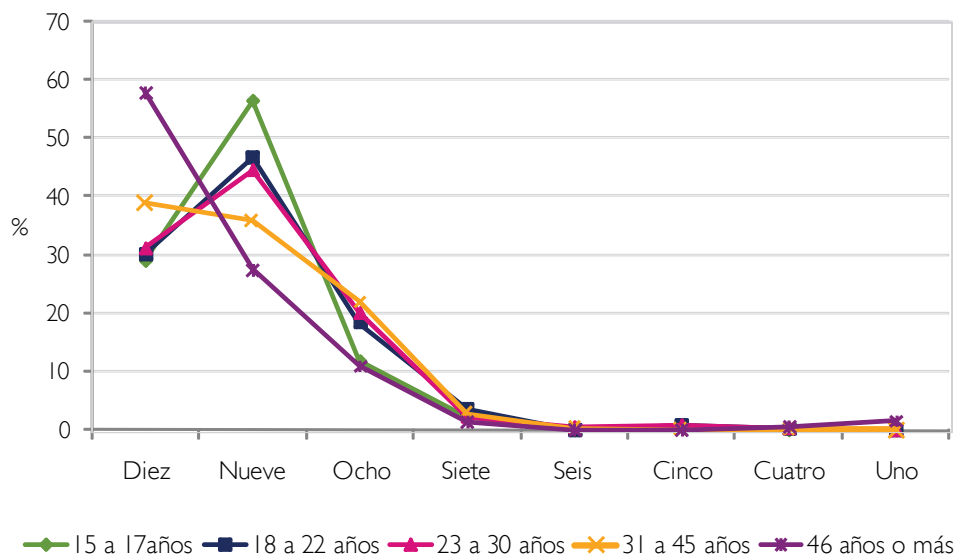
## Expectativas cubiertas con la visita al museo

	Total de casos	Escala del 1 al 10								Total
		Uno	Cuatro	Cinco	Seis	Siete	Ocho	Nueve	Diez	
Total de visitantes 2010	1500	0.2	0.2	0.6	0.2	2.7	17.3	43.3	35.6	100
Hombre	669		0.2	0.8	0.5	2.6	15.4	46.9	33.7	100
Mujer	831	0.4	0.2	0.4		2.7	18.8	40.5	37.1	100
15 a 17años	217			0.6		2.2	11.8	56.4	29.0	100
18 a 22 años	454		0.2	0.9	0.1	3.6	18.4	46.7	30.1	100
23 a 30 años	340		0.4	0.9	0.5	2.3	20.1	44.6	31.2	100
31 a 45 años	262				0.3	2.8	22.1	35.9	38.9	100
46 años o más	227	1.6	0.5			1.5	10.9	27.5	58.0	100
Ninguna	4							72.8	27.2	100
Primaria	13						7.8	27.5	64.7	100
Secundaria	69					0.9	19.0	50.3	29.8	100
Bachillerato	400			0.8	0.1	1.9	14.7	49.0	33.4	100
Licenciatura	902	0.4	0.3	0.6	0.3	3.5	19.2	40.8	35.0	100
Posgrado	112		0.8			0.6	12.2	34.8	51.6	100
Trabaja	540		0.4	0.5	0.1	2.7	19.1	36.0	41.2	100
Trabaja y estudia	147			1.0	2.0	4.5	21.1	45.3	26.0	100
No trabaja	47		2.6	1.7			23.9	46.9	24.9	100
Ama de casa	73					0.5	9.9	22.3	67.3	100
Estudiante	654			0.5		2.8	16.2	50.9	29.5	100
Jubilado	39	10.4	1.1				6.7	23.1	58.7	100

### Expectativas cubiertas por sexo



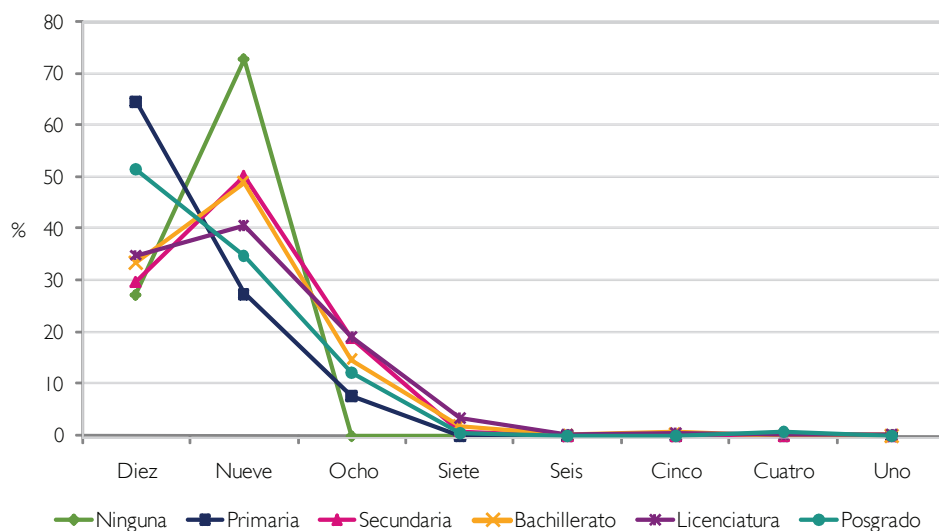
### Expectativas cubiertas por edad



Resulta interesante observar que los grupos de mayor edad, es decir, de 31 a 45 años y los de 46 años o más ubican en primer término la escala más alta (10) respecto a las expectativas cubiertas por la visita, en tanto que para el resto de los grupos de edad la primera opción es nueve.

Cabe resaltar que los visitantes con Posgrado son los que registran en primer término la escala más alta de satisfacción respecto a las expectativas cubiertas por el museo. Si bien, este grupo podría ser el de más amplio bagaje cultural y por tanto tener una perspectiva más crítica, son los que más satisfechos se van con su visita.

### Expectativas cubiertas por escolaridad

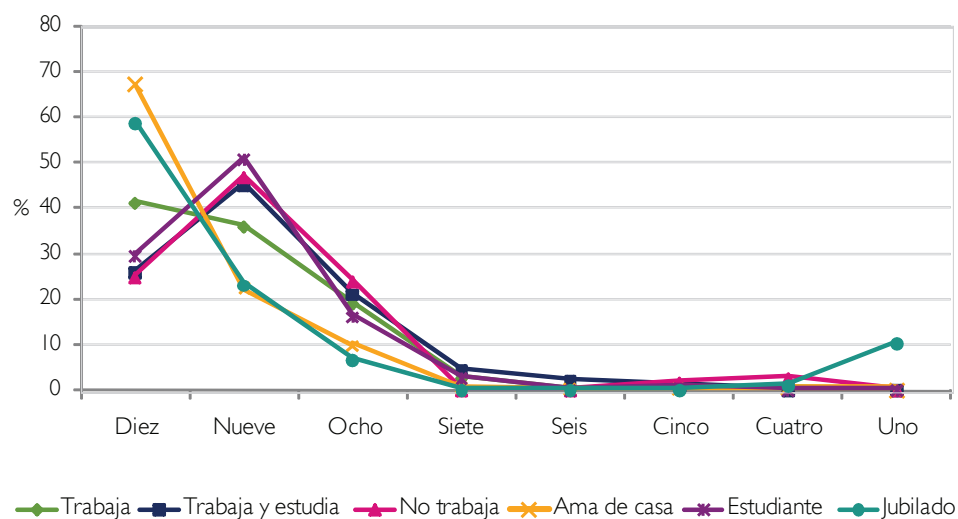


Se observa que los jubilados fueron uno de los grupos que otorgaron la escala máxima (10) en su valoración sobre las expectativas cubiertas con la visita, aunque también es este mismo grupo el que otorgó el mayor porcentaje a la escala más baja de apreciación (uno). Los visitantes que estudian ubicaron en primer término la escala de nueve con respecto a sus expectativas cubiertas.

Los visitantes a las exposiciones temporales Cine y Revolución, Foster & Partners y Orozco son los que registran el mayor porcentaje para la escala más alta (10) para calificar las expectativas cubiertas con su visita, situándose por encima del promedio total de los visitantes. Un poco más de uno de cada 20 asistentes a Tiempo universitario otorgó una calificación máxima de siete respecto a la expectativa cubierta.



## Expectativas cubiertas por ocupación



## Expectativas cubiertas por exposición temporal

Exposición	Escala del 1 al 10								Total
	Uno	Cuatro	Cinco	Seis	Siete	Ocho	Nueve	Diez	
Paseo en mapa		0.2			1.6	18.8	48.7	30.8	100.0
Cine y Revolución	2.2	0.2		0.2	2.6	16.3	38.1	40.3	100.0
Foster & Partners				0.6	5.1	12.0	40.8	41.6	100.0
Orozco			0.3	0.3	0.6	14.2	41.9	42.8	100.0
Tiempo universitario		0.7	2.8	0.2	4.0	23.2	39.1	30.0	100.0
Total	0.2	0.2	0.6	0.2	2.7	17.3	43.3	35.6	100.0


## Capítulo

# 4

## El papel de la familia







Este capítulo tiene como fin conocer el papel de la familia para generar y reproducir los hábitos y prácticas culturales, para ello se preguntó a los visitantes sobre tres temáticas principales: 1) Si sus padres los llevaban o no a visitar museos en su niñez; 2) Si todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos, así como las razones principales de no asistencia, y 3) Si consideran que los museos ayudan a su educación o formación.

Cada temática se desagrega por sexo, edad, escolaridad, ocupación y exposición, a fin de que el cruce de variables permita indagar más a fondo cada temática.

## Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar museos?

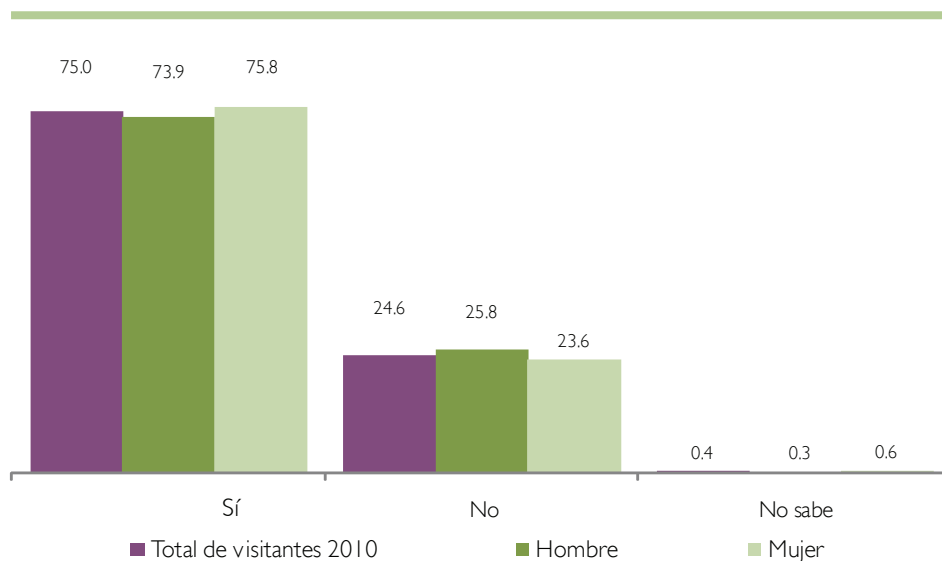
El hecho de que los padres lleven a sus hijos o no a visitar museos en la niñez aparece como un factor que influye en sus hábitos y prácticas futuras, de ahí la inquietud de saber en qué medida los visitantes actuales tuvieron esta práctica junto con sus padres. En ese sentido, tres cuartas partes de los asistentes al museo (75%) declaró sí haber sido llevado por sus padres a visitar museos; no obstante una cuarta parte (24.6%) señaló no haber realizado esta actividad con ellos. Esto no excluye la posibilidad de que esta cuarta parte del público no haya practicado esta actividad con otro tipo de personas o instituciones como por ejemplo: hermanos, abuelos, tíos, amigos, escuela, grupos de scouts, etc.

### Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar museos?

	Total de casos	Sí	No	No sabe	Total
<b>Total de visitantes 2010</b>	<b>1500</b>	<b>75.0</b>	<b>24.6</b>	<b>0.4</b>	<b>100.0</b>
Hombre	669	73.9	<b>25.8</b>	0.3	100.0
Mujer	831	<b>75.8</b>	23.6	<b>0.6</b>	100.0
15 a 17 años	217	<b>77.0</b>	22.1	<b>0.8</b>	100.0
18 a 22 años	454	<b>79.9</b>	19.9	0.3	100.0
23 a 30 años	340	<b>77.5</b>	22.1	0.4	100.0
31 a 45 años	262	68.1	<b>31.0</b>	<b>0.9</b>	100.0
46 años o más	227	66.6	<b>33.4</b>		100.0
Ninguna	4	24.9	<b>75.1</b>		100.0
Primaria	13	48.0	<b>52.0</b>		100.0
Secundaria	69	50.5	<b>46.3</b>	<b>3.2</b>	100.0
Bachillerato	400	73.0	<b>26.5</b>	0.4	100.0
Licenciatura	902	<b>78.0</b>	21.7	0.3	100.0
Posgrado	112	<b>81.4</b>	18.6		100.0
Trabaja	540	<b>75.0</b>	<b>24.8</b>	0.2	100.0
Trabaja y estudia	147	73.0	<b>26.1</b>	<b>0.9</b>	100.0
No trabaja	47	<b>81.8</b>	18.2		100.0
Ama de casa	73	56.5	<b>40.5</b>	<b>3.0</b>	100.0
Estudiante	654	<b>77.6</b>	22.0	0.3	100.0
Jubilado	39	58.2	<b>41.8</b>		100.0

Al desagregar la información por sexo, no encontramos diferencias notorias, ya que hombres y mujeres tuvieron la misma proporción de visitantes que acudieron a los museos cuando eran niños con sus padres.

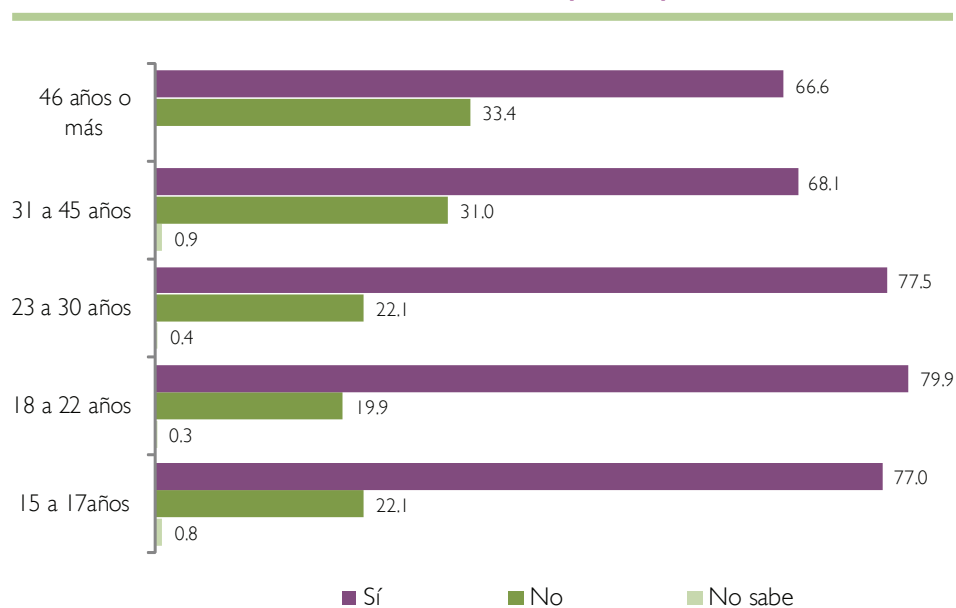
### Visita a los museos con los padres por sexo



Al graficar esta variable por grupos de edad se puede observar una brecha generacional que marca la relación existente entre padres e hijos, mientras que los visitantes de 15 a 30 años reportaron tener la menor proporción de porcentaje de no asistencia a los museos con sus padres cuando eran niños, los visitantes de 31 años en adelante alcanzaron la proporción más alta de no asistencia a los museos con sus padres.

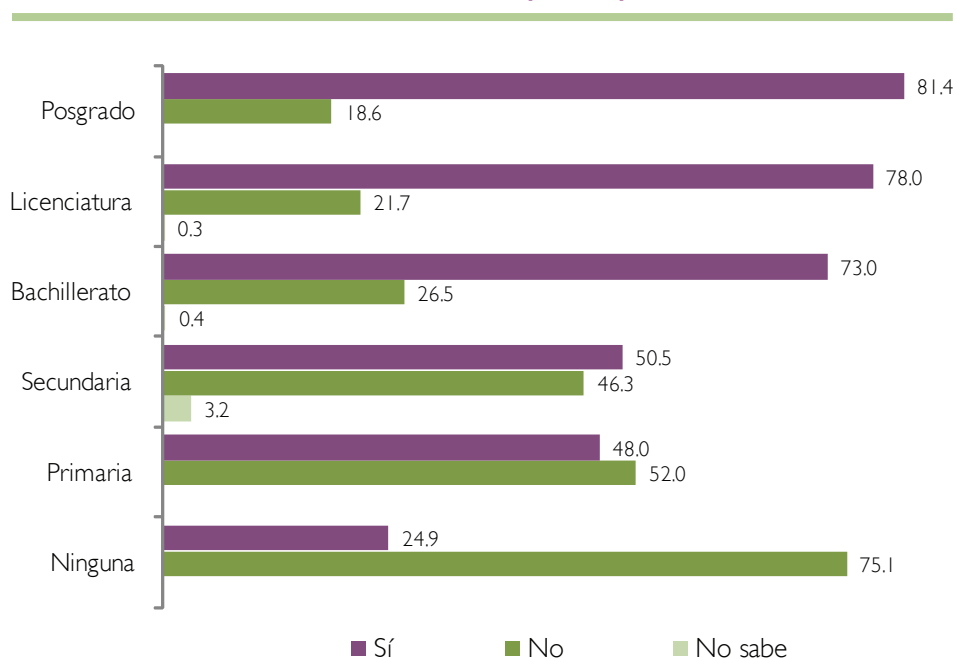
Es importante señalar que si bien los jóvenes alcanzaron mayores porcentajes de asistencia a los museos con sus padres cuando eran niños, ello no es garantía de que el día de mañana serán consumidores asiduos o que ellos reproduzcan en el futuro esta práctica con sus propios hijos, pero eso es un elemento que impulsa dicha práctica.

### Visita a los museos con los padres por edad



Los visitantes de mayor escolaridad, son los que reportaron mayor porcentaje de asistencia a museos en su niñez con sus padres, en tanto que los visitantes con menor escolaridad son los que reportaron mayor proporción de no asistencia a los museos con sus padres cuando eran niños. Se pueden observar los dos extremos en la gráfica en donde ocho de cada 10 visitantes con posgrado contestó sí haber ido con sus padres a los museos cuando eran niños y cómo disminuye ésta a medida que baja la escolaridad.

### Visita a los museos con los padres por escolaridad



Cuatro de cada 10 jubilados (41.8%) contestaron no haber asistido a los museos con sus padres cuando eran niños, siendo la ocupación de los visitantes con más alto porcentaje de no asistencia, seguido por los visitantes que son amas de casa (40.5%). Los visitantes que no trabajan (desempleados) son los que alcanzaron mayor proporción de asistencia a museos en su niñez, acompañados con sus padres (81.8%).

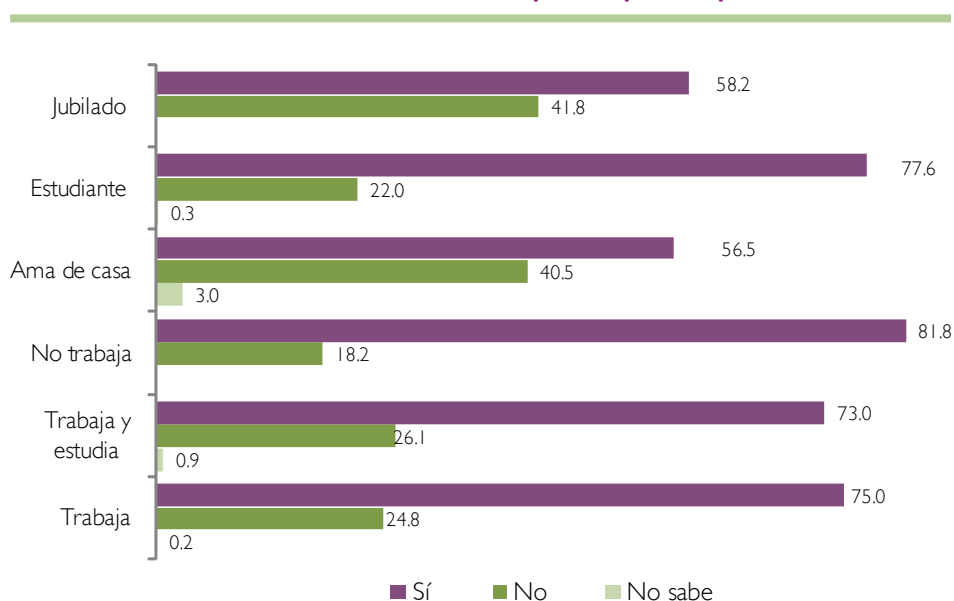
Casi nueve de cada 10 asistentes a Foster & Partners (86.4%), mencionaron haber ido alguna vez al museo con sus padres cuando eran niños, seguido del público que asistió a Tiempo universitario (79%) y en un tercer lugar quedaron los visitantes de la exposición Orozco (78.8%). Existe una relación mediada por la escolaridad, entre la temática de la exposición temporal y la asistencia a museos en la niñez con sus padres. Cuando la temática de la exposición temporal llega a ser más compleja o no tan conocida (Foster & Partners), sus visitantes reportaron tener una proporción más grande en asistencia a museos con los padres, en tanto que cuando la temática es más conocida (Cine y Revolución) llega a atraer a público con menor proporción de asistencia con los padres a los museos.



Es importante resaltar que cuando se cruza esta pregunta con la variable ¿Cuántas veces asistió a museos en los últimos 12 meses?, se puede comprobar el impacto que tienen los padres con respecto a sus hijos en relación a su consumo cultural de museos, por ello se encontraron diferencias relevantes en los diferentes rangos de asistencia de los últimos 12 meses. Siendo los visitantes que solían ir a museos con sus padres, los que reportaron mayor proporción de visitas a museos en el último año, con respecto al público al que no lo llevaban en su infancia.

Uno de cada 20 asistentes (5.0%) que reportó no haber asistido al museo con sus padres en su niñez, contestó no haber realizado ninguna visita a ningún museo en los últimos 12 meses, mientras que los visitantes que sí los llevaban de niños, sólo 1.1% reportó no haber ido a ningún museo en el último año.

### Visita a los museos con los padres por ocupación



### Visita a los museos con los padres por exposición

Exposición	Sí	No	No sabe	Total
Paseo en mapa	68.2	31.4	0.4	100.0
Cine y Revolución	64.1	35.9	0.0	100.0
Foster & Partners	86.4	13.6	0.0	100.0
Orozco	78.8	20.5	0.7	100.0
Tiempo universitario	79.0	19.9	1.1	100.0
Total	75.0	24.6	0.4	100.0

## ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos?

Para poder conocer si los familiares de los encuestados suelen ir a museos, se les preguntó a los visitantes de San Ildefonso si todas las personas que viven con ellos suelen visitar museos. Casi siete de cada 10 asistentes (65.8%) mencionaron que sí, mientras que dos de cada 10 (19.9%) dijeron que sólo algunos de ellos. Resulta un tanto estimulante el hecho de que más de la mitad de los visitantes haya declarado que todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos (aunque sabemos que es una pregunta cuya respuesta puede ser de compromiso, siendo una respuesta socialmente aceptable) ya que al cruzar esta información con la pregunta de si lo llevaban sus padres al museo cuando era niño, se observó que los visitantes que declararon que todos los miembros de su hogar suelen ir a museos, son los visitantes que obtuvieron mayores proporciones de asistencia a museos con sus padres cuando eran niños, lo cual muestra nuevamente que la familia juega un papel determinante en la práctica del consumo cultural de museos y de los hábitos que se transmiten a los miembros de un hogar.

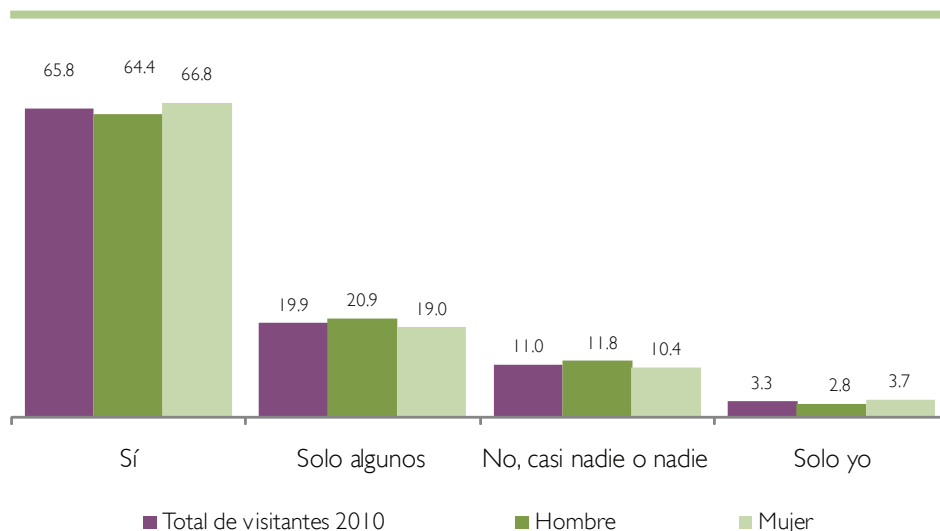
### Asistencia a museos en el hogar

	Total de casos	Sí	Solo algunos	No, casi nadie o nadie	Solo yo	Total
<b>Total de visitantes 2010</b>	<b>1500</b>	<b>65.8</b>	<b>19.9</b>	<b>11.0</b>	<b>3.3</b>	<b>100.0</b>
Hombre	669	64.4	20.9	11.8	2.8	100.0
Mujer	831	66.8	19.0	10.4	3.7	100.0
15 a 17años	217	54.2	23.4	18.5	3.9	100.0
18 a 22 años	454	56.8	24.7	14.8	3.7	100.0
23 a 30 años	340	63.6	22.3	9.7	4.3	100.0
31 a 45 años	262	77.5	15.7	5.5	1.2	100.0
46 años o más	227	88.0	6.4	2.8	2.9	100.0
Ninguna	4	24.9	47.9	27.2		100.0
Primaria	13	37.4	39.3	23.2		100.0
Secundaria	69	58.4	11.3	28.2	2.1	100.0
Bachillerato	400	60.4	22.4	14.2	2.9	100.0
Licenciatura	902	67.0	20.4	8.8	3.8	100.0
Posgrado	112	90.0	6.3	1.3	2.4	100.0
Trabaja	540	79.1	15.7	3.0	2.2	100.0
Trabaja y estudia	147	60.4	22.9	15.1	1.7	100.0
No trabaja	47	76.8	11.0	9.3	2.8	100.0
Ama de casa	73	71.7	18.5	9.8		100.0
Estudiante	654	55.5	23.5	16.6	4.4	100.0
Jubilado	39	79.7	4.7	3.0	12.7	100.0

No se encontraron diferencias notorias al desagregar la información de los visitantes por sexo, ya que obtuvieron casi los mismos porcentajes en cada opción de respuesta respecto a la asistencia a museos de los miembros de su hogar. Casi dos tercera parte de los visitantes hombres (64.4%) y mujeres (66.8%) declararon que todos los miembros de su hogar sí acostumbra ir a museos.

Los visitantes de 46 años y más son los que reportaron contar con más miembros de su familia que suelen ir a museos (88%) respecto al resto de los visitantes de otras edades. También se pudo observar que mientras decrece la edad de los visitantes disminuye el porcentaje de asistencia de todos los familiares de su hogar que asisten a museos.

### Asistencia a museos en el hogar por sexo

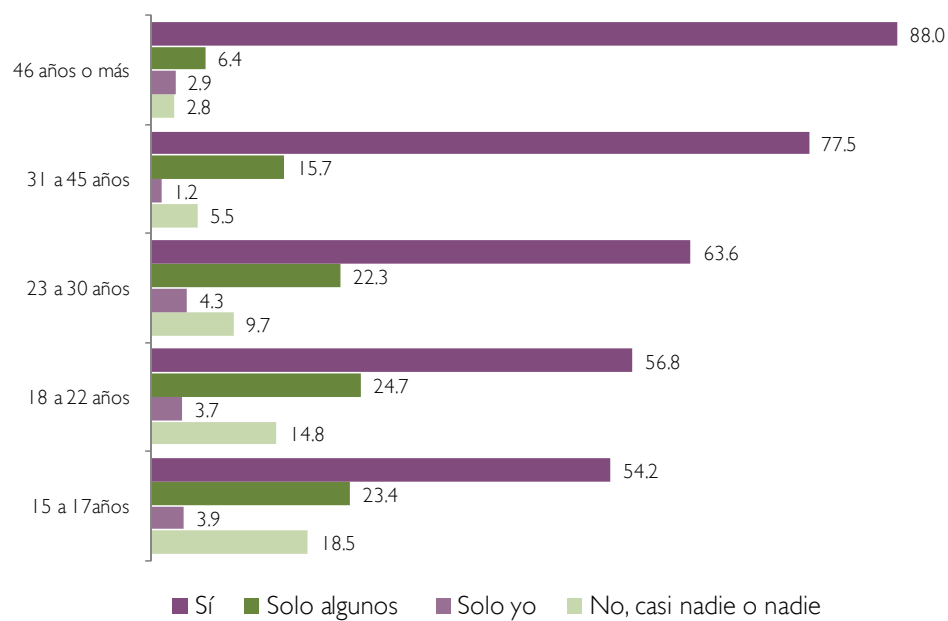


Los visitantes con mayor grado de escolaridad, son los visitantes que reportaron mayor proporción de miembros de su hogar que suelen ir a museos, porcentaje que va decreciendo conforme disminuye el nivel de escolaridad.

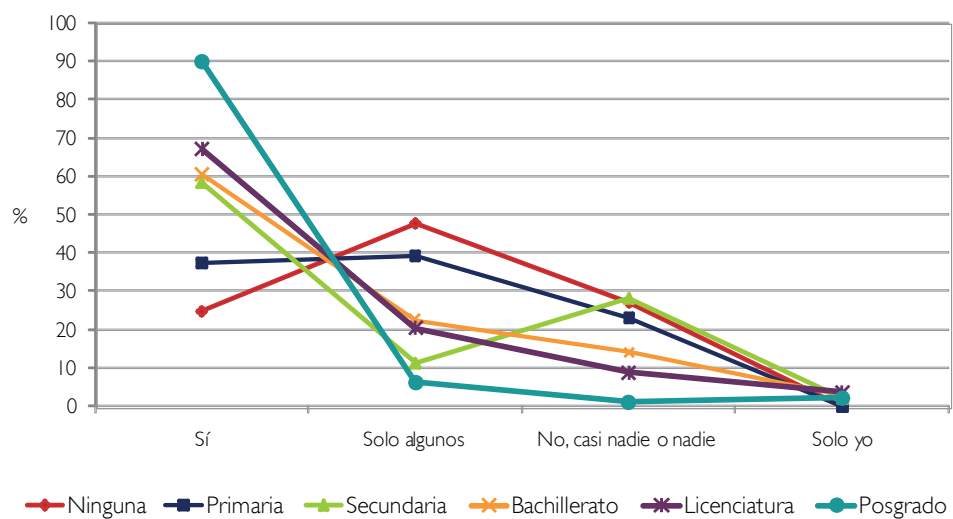
Ocho de cada 10 visitantes que declararon ser jubilados (79.7%) o trabajar (79.1%), son los que reportaron mayor proporción de miembros de su hogar que suelen visitar museos respecto al resto de las ocupaciones.

Ocho de cada diez visitantes (81.3%) que fueron a ver la exposición de Foster & Partners declararon que todos los miembros de su hogar suelen visitar museos, ubicándose por arriba del promedio total de los visitantes, otros visitantes que también se ubicaron por arriba del promedio son los de Tiempo universitario y Orozco, con 73.5% y 70.4% respectivamente.

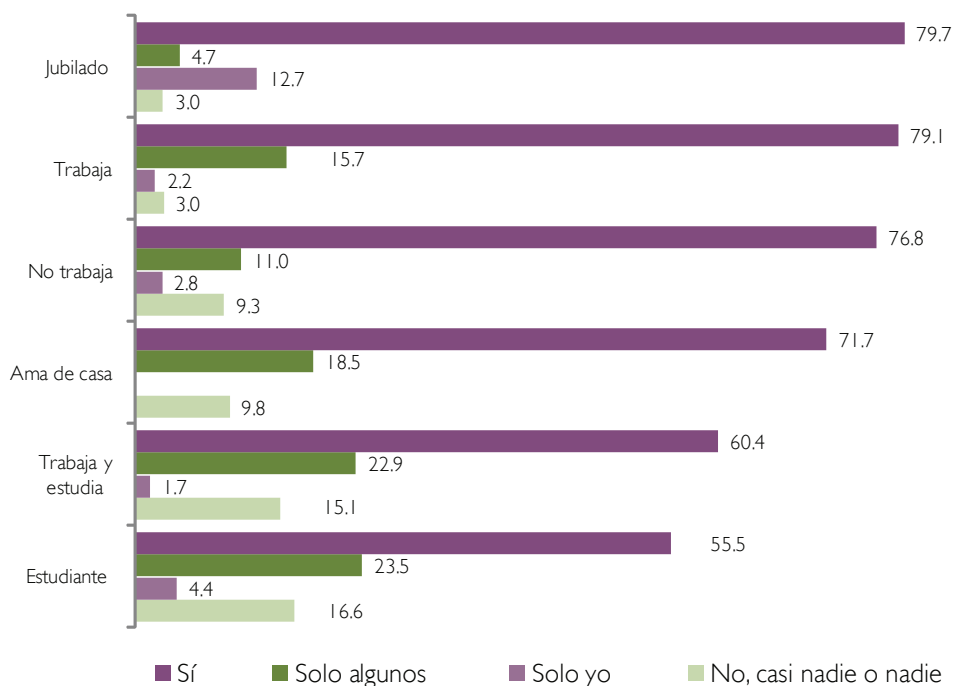
## Asistencia a museos en el hogar por edad



## Asistencia a museos en el hogar por escolaridad



### Asistencia a museos en el hogar por ocupación



### Asistencia a museos en el hogar por exposición

Exposición	Sí	Solo algunos	No, casi nadie o nadie	Solo yo	Total
Paseo en mapa	56.1	17.0	25.6	1.3	100.0
Cine y Revolución	49.3	28.7	4.7	17.3	100.0
Foster & Partners	81.3	15.2	2.3	1.2	100.0
Orozco	70.4	21.5	4.6	3.6	100.0
Tiempo universitario	73.5	24.4	0.2	1.8	100.0
Total	65.8	19.9	11.0	3.3	100.0

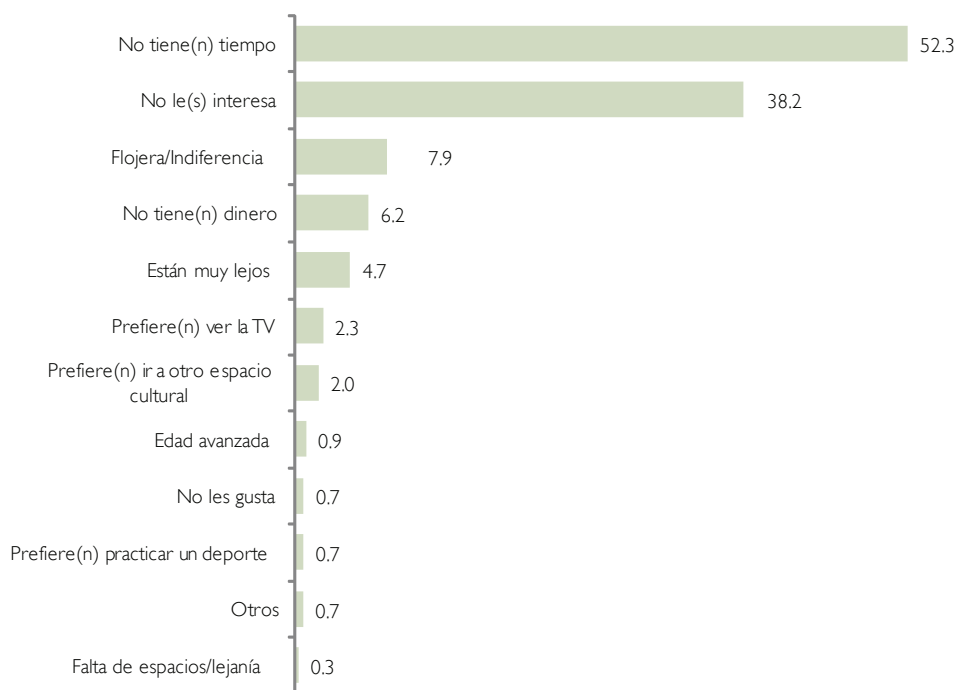
## ¿Cuál es la razón principal por la que no asiste(n) a museos?

Aquellos visitantes que expresaron que no todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos (34.2%), se les cuestionó acerca de las razones por las que no lo hacen, obteniendo diferentes respuestas para cada miembro que integra su hogar, por ello esta pregunta es de respuesta múltiple y se obtuvieron los siguientes resultados:

El primer motivo de no asistencia es la falta de tiempo (52.3%), seguido de la falta de interés (38.2%) y flojera o indiferencia (7.9%). Un poco más de uno de cada 20 visitantes declaró que la falta de dinero (6.2%) también es un factor determinante en la asistencia a los museos.

Seis de cada 10 visitantes a la exposición Tiempo universitario (57.2%), respondieron que la razón principal por la que no van a museos los miembros de su hogar es por la falta de tiempo, mientras que casi la mitad de los visitantes de Foster & Partners (46.9%) dio como razón principal de no asistencia la falta de interés, de ese mismo modo los visitantes de Orozco reportaron 39.4%. Otra razón que sobresale es la falta de dinero, en donde los visitantes de Paseo en mapa obtuvieron la mayor proporción (12.1%) que el resto de las exposiciones e incluso por arriba del promedio general.

#### Razón principal por la que no asiste(n) a museos



### Razón principal por la que no asiste(n) a museos por exposición

Motivos	Exposición						Total
	Total de casos	Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco	Tiempo universitario	
No tiene(n) tiempo	261	50.9	<b>56.0</b>	51.6	49.2	<b>57.2</b>	52.3
No le(s) interesa	194	<b>39.9</b>	29.0	<b>46.9</b>	<b>39.4</b>	34.2	38.2
Flojera/Indiferencia	24	<b>11.7</b>	4.6	<b>8.2</b>	0.9	4.7	7.9
No tiene(n) dinero	13	<b>12.1</b>		3.1	1.1		6.2
Están muy lejos	30	<b>5.0</b>	3.4	<b>7.4</b>	<b>5.6</b>	2.1	4.7
Prefiere(n) ver la TV	13	<b>3.9</b>	<b>2.5</b>			0.9	2.3
Prefiere(n) ir a otro espacio cultural	1	<b>4.1</b>					2.0
Edad avanzada	4		6.3				0.9
No les gusta	10		4.9				0.7
Prefiere(n) practicar un deporte	3	1.0			1.6		0.7
Otros	4	<b>1.0</b>			1.4		0.7
Falta de espacios/ lejanía	2			1.2		<b>0.9</b>	0.3
Problemas de salud/ discapacidad	3		1.3				0.2
No sabe(n) leer ni escribir	1				0.9		0.1
Por el trabajo	1		0.5				0.1
Reuniones familiares	1		0.5				0.1

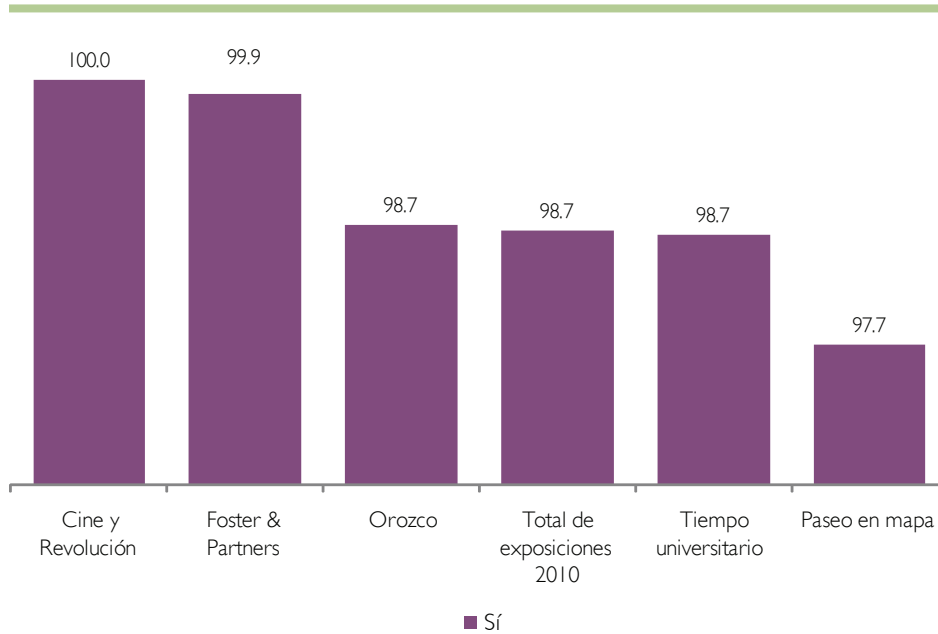
### ¿Cree usted que los museos ayudan a su educación/ formación?

Aunque esta última pregunta pareciera redundante, el interés de la misma está centrado en obtener una estimación al respecto que dé evidencia de la opinión de los visitantes y la importancia que le dan a los museos, aunque muchos visi-



tantes fueron al museo para conocer la exposición temporal, hacer una tarea, o por recomendación de algún conocido, etcétera. En todo caso, consideran que asistir a los museos les ayuda en su educación o formación individual, sin importar el motivo por el que asistieron.

### ¿Cree usted que los Museos ayudan a su educación/formación?




Capítulo

5

Medios electrónicos







Los medios electrónicos juegan un papel muy importante en las sociedades modernas en relación a la educación de las nuevas generaciones, moldeando gustos y tendencias en públicos de todas las edades y hasta han cambiado las formas de gobernar y hacer política. Por ello la importancia de conocer los hábitos o frecuencia del uso diario de estos medios por parte de los visitantes del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, para poder desarrollar estrategias de difusión y de una manera general, usar estos medios como aliados para la generación de hábitos y prácticas culturales, del mismo modo que es usado para generar consumidores de cualquier producto.

En este último capítulo se podrá encontrar información sobre el uso del tiempo que hacen los visitantes con relación a los siguientes medios electrónicos: radio, televisión, internet y computadoras sin internet. Esta información también se desagregó por exposición temporal visitada.

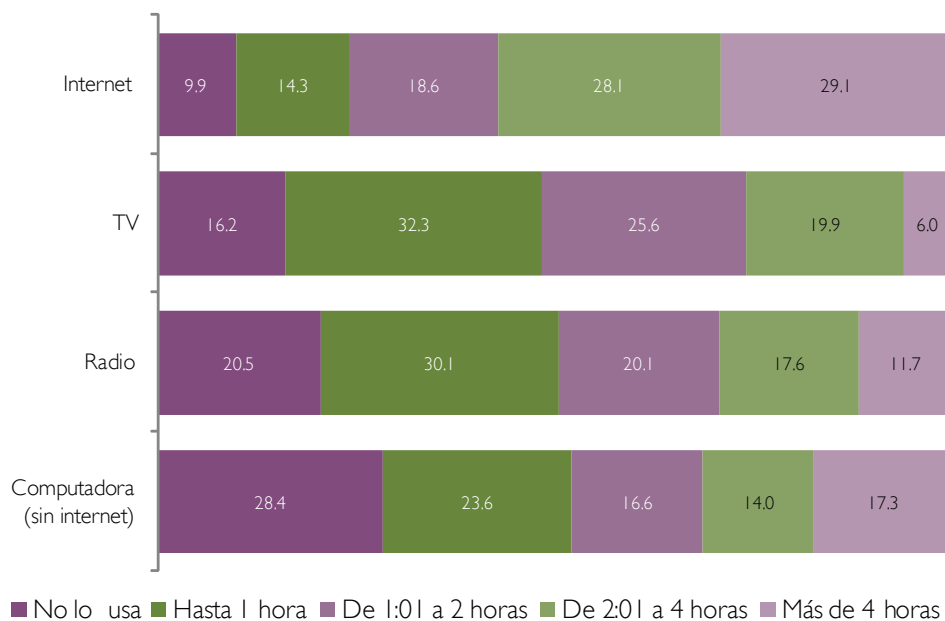
## Medios electrónicos

Otras de las cuestiones planteadas para el conocimiento de los visitantes fueron las relacionadas a sus hábitos o frecuencia de uso en medios electrónicos: radio, televisión, internet y computadora (sin internet).

Con respecto a los hábitos de consumo diario de los visitantes de los medios electrónicos, el uso de la computadora (sin internet) fue el medio que alcanzó el más alto porcentaje de no uso (28.4%), respecto al resto de los medios, seguido de la radio (20.5%), en tercer lugar la televisión (16.2%) y por último internet alcanzó el porcentaje más bajo de no uso (9.9%).

Internet es el medio electrónico en el que más horas al día invierten los visitantes, en promedio tres horas con 24 minutos al día, seguido del uso de la computadora (sin internet) con dos horas y 12 minutos diarios, en un tercer lugar quedó el uso de la radio con dos horas y por último la televisión con una hora y 47 minutos.

### Tiempo invertido en medios electrónicos



Al cruzar el tiempo invertido diario en el uso de los medios electrónicos con la variable del medio por el cual se enteró de la exposición temporal, nos encontramos que a medida que va aumentando el tiempo de uso de un determinado medio electrónico, también va aumentando el público que manifiesta haberse enterado de la exposición temporal por ese mismo medio.

Al desagregar el consumo diario de los medios electrónicos por visitantes que asistieron a cada exposición temporal, nos encontramos que los asistentes a Orozco (31.3%), son los que usaron más de cuatro horas diarias internet que el resto de los visitantes; el público de Foster & Partners alcanzó las más altas proporciones en los usos de la computadora sin internet (24.5%) y en la radio (15.6%); en tanto que los asistentes de Cine y Revolución lo obtuvieron en el uso de la televisión (9.2%).

### Tiempo invertido en medios electrónicos por exposición

Medios electrónicos	Tiempo invertido por día	Exposición				Tiempo universitario	Total
		Paseo en mapa	Cine y Revolución	Foster & Partners	Orozco		
Radio	No lo usa	20.5	19.5	12.8	<b>24.0</b>	<b>26.4</b>	20.5
	Hasta 1 hora	26.5	<b>31.2</b>	<b>30.9</b>	28.4	<b>37.2</b>	30.1
	De 1:01 a 2 horas	21.6	17.7	<b>20.5</b>	<b>21.7</b>	16.8	20.1
	De 2:01 a 4 horas	<b>19.7</b>	<b>18.6</b>	<b>20.2</b>	16.7	10.8	17.6
	Más de 4 horas	<b>11.8</b>	<b>13.1</b>	<b>15.6</b>	9.2	8.9	11.7
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
TV	No lo usa	13.6	<b>17.0</b>	11.9	<b>23.1</b>	<b>19.5</b>	16.2
	Hasta 1 hora	34.0	32.2	<b>33.3</b>	28.0	31.5	32.3
	De 1:01 a 2 horas	25.4	19.3	<b>27.7</b>	23.9	<b>28.8</b>	25.6
	De 2:01 a 4 horas	<b>22.9</b>	<b>22.2</b>	<b>20.6</b>	17.6	13.9	19.9
	Más de 4 horas	4.2	<b>9.2</b>	<b>6.5</b>	<b>7.4</b>	<b>6.3</b>	6.0
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Internet	No lo usa	13.9	7.9	7.9	8.2	6.4	9.9
	Hasta 1 hora	13.9	<b>17.8</b>	<b>15.3</b>	<b>16.7</b>	10.2	14.3
	De 1:01 a 2 horas	<b>19.4</b>	<b>19.7</b>	16.6	15.2	<b>21.7</b>	18.6
	De 2:01 a 4 horas	25.5	25.9	<b>29.3</b>	<b>28.6</b>	<b>32.6</b>	28.1
	Más de 4 horas	27.3	28.6	<b>30.9</b>	<b>31.3</b>	29.1	29.1
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Computadora (sin internet)	No lo usa	<b>29.7</b>	22.9	27.3	<b>33.6</b>	25.5	28.4
	Hasta 1 hora	<b>26.1</b>	22.5	14.7	22.6	<b>29.9</b>	23.6
	De 1:01 a 2 horas	16.4	14.8	15.7	<b>18.7</b>	<b>17.1</b>	16.6
	De 2:01 a 4 horas	11.6	<b>16.1</b>	<b>17.7</b>	12.9	<b>14.7</b>	14.0
	Más de 4 horas	16.2	<b>23.7</b>	<b>24.5</b>	12.1	12.8	17.3
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0





# Conclusiones





Los resultados 2010 del programa de estudios de público del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso mostraron que se ha conformado un público cautivo, ya que dos de cada cinco de sus visitantes expresaron haber asistido con anterioridad al recinto, lo cual lo es una situación bastante favorable. En este sentido, la selección de sus exposiciones temporales, la difusión e instalaciones, logran posicionarlo como un espacio que atrae a visitantes nuevos, quienes pueden ser integrados a su público habitual.

A diferencia de otros estudios de público en otros países, el Antiguo Colegio de San Ildefonso reporta a más visitantes mujeres que hombres.

Por otra parte, se identificó que a mayor nivel de escolaridad aumenta la diversidad de formas de enterarse de la existencia del museo. Para quienes tienen una escolaridad de primaria a bachillerato el papel de la escuela es el que tiene mayor peso en esta información, mientras que los visitantes con posgrado y licenciatura ya han integrado al recinto dentro de su cotidianidad.

La razón principal de la visita al museo se puede clasificar en tres tipos: el primero donde los asistentes expusieron haber ido al museo para aprender (59.6%), percibiendo así al museo como un espacio didáctico y generador de conocimiento; el segundo, donde la asistencia (29.3%) es dirigida por alguien más, es decir, el visitante fue al museo ya sea para acompañar a alguien o para hacer una tarea. Este tipo de público es muy probable que no vuelva a asistir al museo si no es por invitación de alguien más o que sea obligado a asistir, a menos que la experiencia de su visita haya tenido un impacto de satisfacción y agrado y genere el interés suficiente para regresar; el tercer tipo está relacionado con el esparcimiento o diversión, casi uno de cada 10 visitantes (8.7%) asociaron al museo como un lugar de diversión.

La duración de la visita incluye el tiempo invertido en ver las exposiciones permanentes y temporales, así como el uso de los servicios de cafetería y tienda si es que acudió a estos. El promedio general de permanencia en el recinto fue de una hora con 44 minutos. Cabe resaltar que en otros estudios de público el tiempo promedio de la duración de la visita es menor de una hora.

Los visitantes que solían ir a museos con sus padres, son los que reportaron mayor proporción de visitas a museos en el último año, en comparación con el público que expresó no haber tenido esta práctica. Resulta estimulante que más de la mitad de los visitantes declaró que todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos, siendo éstas las que obtuvieron mayores proporciones de asistencia a museos con sus padres cuando eran niños. Los resultados anteriores ponen de manifiesto el papel de la familia como pilar fundamental en la conformación de prácticas y consumos culturales.

Dentro de una escala de uno a 10, el nueve fue la calificación con mayor mención entre los asistentes a las diferentes exposiciones temporales, con lo que se puede afirmar que en términos generales las expectativas de los visitantes al museo fueron cubiertas satisfactoriamente.

Las redes sociales que operan por internet: facebook, twitter, hi5, myspace entre otras, son aplicaciones que ocupan mucho los jóvenes; sin embargo, los resultados mostraron que no alcanzaron un impacto sustantivo como medio de difusión de las exposiciones ni para el conocimiento del recinto.

Este ejercicio estadístico muestra y cuantifica los diferentes factores que determinan la asistencia al museo Antiguo Colegio de San Ildefonso, como son: la escolaridad, la familia, la temática de la exposición, el nivel económico, la edad, el sexo, así como la ubicación geográfica, entre otros. Además de estos factores basados en el perfil de los visitantes, este trabajo profundiza en el análisis a través de un comparativo entre el índice de asistencia y el índice de marginación del Consejo Nacional de Población (Conapo) que permite diferenciar entidades y municipios del país según el impacto global de las carencias que padece la población como resultado de la falta de acceso a la educación, la residencia en viviendas inadecuadas, la percepción de ingresos monetarios insuficientes y las relacionadas con la residencia en localidades pequeñas.

Ya que 64% de la asistencia del museo es del Distrito Federal, para realizar este análisis se ajustó el índice de marginación en una escala de 0 a 100 para las 16 delegaciones y se comparó con la procedencia de los visitantes por delegación a través del índice de asistencia.

El índice de asistencia es el cociente, por delegación, del porcentaje de los visitantes del Distrito Federal entre el porcentaje de la población del Distrito Federal correspondiente a los datos obtenidos por el INEGI en el Censo de Población 2010. En la siguiente página se presenta el comparativo entre estos dos índices.

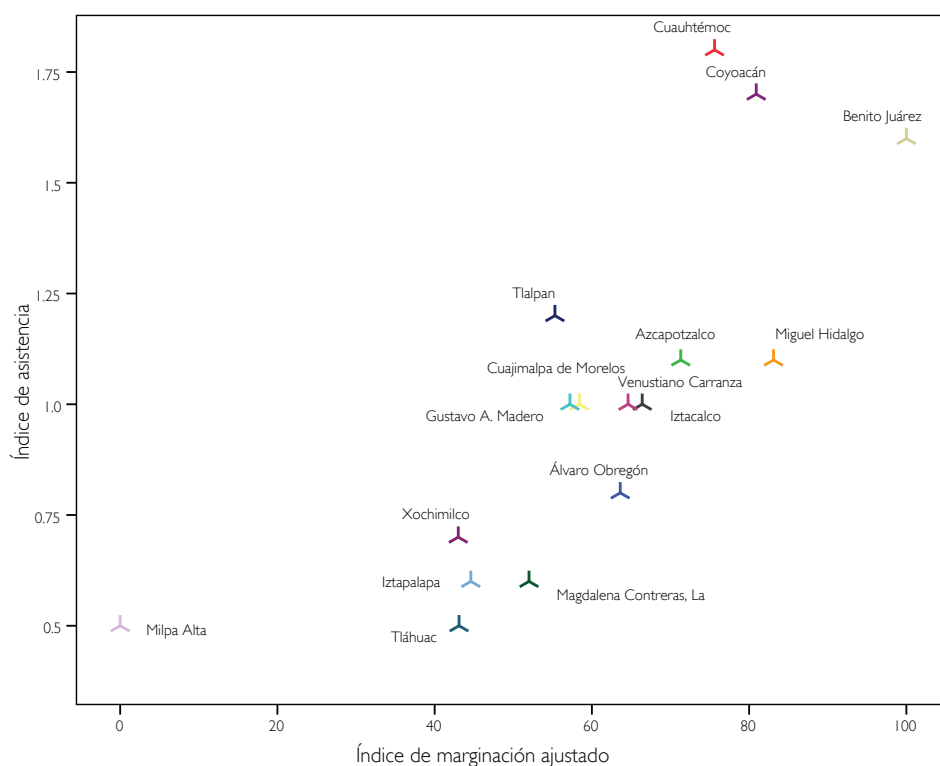
La marginación es una causa que limita el avance en la generación de público a los espacios culturales, ya que excluye a ciertos grupos sociales de los beneficios de las prácticas culturales y del desarrollo social. En la gráfica siguiente se puede observar que los visitantes que provienen de la Delegación Cuauhtémoc (1.8), obtuvieron el nivel más alto de asistencia al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, y registra un grado de marginación bajo (75.6), seguido de

### Índice de asistencia vs. Índice de marginación ajustado

Delegación	Total de casos	Índice de asistencia	Índice de marginación ajustado
Cuauhtémoc	108	1.8	75.6
Coyoacán	116	1.7	80.9
Benito Juárez	75	1.6	100.0
Tlalpan	73	1.2	55.3
Miguel Hidalgo	48	1.1	83.1
Azcapotzalco	54	1.1	71.3
Gustavo A. Madero	134	1.0	57.2
Venustiano Carranza	45	1.0	64.6
Iztacalco	43	1.0	66.4
Cuajimalpa de Morelos	18	1.0	58.4
Álvaro Obregón	60	0.8	63.6
Xochimilco	29	0.7	43.0
Iztapalapa	127	0.6	44.6
Magdalena Contreras, La	17	0.6	52.0
Milpa Alta	7	0.5	0.0
Tláhuac	19	0.5	43.1

Cálculos propios realizados con datos del Censo de población y vivienda 2010 (INEGI), Índice de marginación 2010 (Conapo) y la Encuesta de Estudio de público 2010 del Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso.

### Índice de asistencia vs. Índice de marginación ajustado



los visitantes que provienen de la Delegación Coyoacán (1.7) y Benito Juárez (1.6) con poca marginación. En cambio, los visitantes con un nivel de marginación mayor son los que reportaron ser los visitantes con menor proporción de asistencia al museo, por ejemplo: Milpa Alta (0.5), Tláhuac (0.5), Iztapalapa (0.6) y Xochimilco (0.7).

Estos factores deben contribuir a establecer prioridades, detectar problemas y oportunidades, no sólo para las personas con responsabilidad en el museo o en las tareas educativas o instituciones dedicadas a la cultura, sino también para todos aquellos que quieren generar nuevos consumidores de actividades culturales.

Para comprender con mayor cabalidad el consumo cultural, es necesario realizar periódicamente este tipo de encuestas y complementarlas con estudios cualitativos (historia de vida, grupos de enfoque, entrevistas de profundidad, entrevistas cognitivas, etc.), en donde se pueda identificar las preferencias del público o sus conocimientos a ciertos temas; no se trata de complacer a los visitantes, sino de poder detectar a tiempo y en forma los posibles conflictos que puedan repercutir en asistencias futuras y sobre todo indagar respecto a la experiencia en el museo y el nivel y las formas de comunicación más adecuados.

Como reflexión última creemos que todos los esfuerzos invertidos en el desarrollo de los estudios de público, no tendrían sentido si la información recabada no encontrara repercusión en los tomadores de decisiones en general y en los responsables de los distintos espacios culturales en particular; en los académicos e investigadores interesados en la materia así como en la ciudadanía, para incidir en el diseño de indicadores y de políticas culturales adecuadas y en constante evaluación y reestructuración. De ahí la importancia de la divulgación de los resultados y del uso de esta información, en el entendido de que los museos como instituciones públicas, aspiran a ser accesibles al mayor número de visitantes y tener un papel activo en el desarrollo de la sociedad. Resulta imprescindible dar continuidad a los estudios de público, fortaleciendo la gestión de los espacios culturales en diversas áreas, desde la evaluación de su infraestructura, la calidad de los contenidos ofrecidos, la proximidad hacia sus públicos, así como la evaluación del papel que desempeñan los medios de difusión.

Finalmente cabe señalar que la información presentada también es un insumo de transparencia y rendición de cuentas a la ciudadanía; la transparencia no sólo posibilita el acceso a la información sobre asuntos públicos, sino que abre la puerta a la evaluación y autoevaluación de las instituciones, en este caso dedicadas a la cultura.



Capítulo

6

Anexo







## Diseño muestral

La metodología aplicada para la realización de esta encuesta tomó como referencia inicial la sugerida por el Museo de la Civilización de la ciudad de Québec, Canadá,<sup>1</sup> ajustándose a las características particulares de este proyecto, acorde al contexto del museo y sus visitantes. Antes de su levantamiento formal, hubo una etapa piloto, con la cual se pudieron detectar oportunidades de mejora en el cuestionario y la estrategia de levantamiento de información, lo que a su vez permitió avanzar en la dirección deseada.

## Población objetivo

En el contexto de la presente encuesta, la población objetivo se definió como los visitantes mexicanos de 15 años o más que realizaron una visita a alguna de las exposiciones temporales presentadas durante 2010. En caso de haber seleccionado a un visitante menor de 15 años, de acuerdo con el criterio de selección abajo expuesto, se dirigía la entrevista al tutor o acompañante de edad mayor (si fuere el caso).

## Marco muestral

El marco muestral se conformó por todos los días hábiles en los que estuvo abierto el museo, teniendo en cuenta los siguientes parámetros: días de apertura al público entre semana y en fin de semana, horarios de servicio, vías de circulación de los visitantes y acceso principal de salida con el fin de instrumentar el cálculo de la probabilidad de selección de cada entrevistado y realizar de la manera menos sesgada la selección de los informantes dentro del recinto.

## Unidad de análisis

La unidad de análisis fue el individuo que visitó las exposiciones temporales que se expusieron a lo largo del año. La encuesta realizada comprendió preguntas personales con respecto al motivo de su visita, al grado de satisfacción, hábitos de prácticas y consumo cultural, etcétera. La persona que respondió a las preguntas de la encuesta lo hizo a título personal y no en nombre de un grupo.

Con el fin de tener un panorama más amplio de la composición sociodemográfica de los visitantes y poder contar con información más robusta para la elaboración de pirámides de población, se recabó al inicio del cuestionario una batería con información básica (sexo, edad, escolaridad y ocupación) del grupo que acompañaba al entrevistado, dejando una categoría de respuesta para los menores de edad.

---

<?> Société des musées québécois, Musée de la Civilisation, Conozca a sus visitantes, guía de encuesta por sondeo, Canadá, 2001.

## Método de muestreo

El muestreo fue estratificado en dos etapas. En la primera se seleccionaron días, diferenciándose los días entre semana y fin de semana para la recolección de los datos, omitiendo los días feriados. Para cada uno de estos estratos se seleccionaron los días de levantamiento, tomando en cuenta los horarios de apertura y cierre del museo. Como se trató de una encuesta de salida, se iniciaban las entrevistas al menos una hora después de la apertura del museo.

En la segunda etapa se seleccionó al informante. La selección del entrevistado se hizo con la denominada estrategia de línea de referencia, que consiste en trazar una línea imaginaria que todos los visitantes de las exposiciones deben cruzar, interceptando cada cierto número de personas a un informante o bien entrevistando a la primera persona que la pasara, en cuanto el entrevistador terminara de aplicar una entrevista. Esto es con el fin de garantizar que la selección de la muestra fuese aleatoria.

## Tamaño de muestra

Ya que se deseaba poder identificar características específicas de públicos para cada una de las exposiciones, cada una de éstas se consideró como dominio de estudio, por lo que considerando la capacidad de recursos humanos del museo para la realización de este ejercicio estadístico se estableció un tamaño de muestra de 300 entrevistas para cada una de las exposiciones, lo que permite contar con resultados con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5.7 puntos porcentuales. Considerando el tamaño final de la muestra, se obtuvieron 1 500 entrevistas, lo que permite contar con un margen de error de 3.1 puntos porcentuales y una confianza asociada de 95%.

## Ponderadores

Las frecuencias presentadas en el informe no son directas del número de casos de la muestra, son frecuencias ponderadas por el número de visitantes de cada semana, diferenciando el total de visitantes que registró el museo entre semana y en fin de semana.

## Nivel de ingresos

Para intentar conocer el nivel de ingresos de los encuestados, se incluyó en el cuestionario una pregunta respecto a la cantidad de focos existentes en su vivienda. Es claro que si se hubiese preguntado directamente el nivel de ingresos, cabría la posibilidad de gran cantidad de no respuestas. Por otra parte, en la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH, 2005) del ENIGH,

además de captar los ingresos, se hace la misma pregunta en su sección de Características de vivienda. Al considerarse en la ENIGH estas cuestiones, es decir ingreso y número de focos, es factible describir la asociación de dependencia existente entre ellas y posteriormente, dada la representatividad de la encuesta, extrapolar los resultados para el contingente de visitantes a los museos.

Con base en los resultados y estructura de la ENIGH se utilizaron sus módulos de Hogares y de Ingresos. De la sección de Hogares se extrajo el factor de expansión, lo que permitió que los datos de la muestra representaran al contexto nacional; posteriormente se seleccionaron exclusivamente viviendas utilizando el último dígito indicador de este atributo de la clave de folio de la ENIGH (pues la pregunta de focos es claramente dirigida a las viviendas en nuestra encuesta); asimismo se consideró, dado los lugares de procedencia mayoritariamente de los visitantes encuestados de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, los estratos donde hubiesen 100 000 habitantes y más (definido en la ENIGH como estrato I). De la sección de Ingresos, se agregaron aquellos correspondientes a los distintos miembros de los hogares y el ingreso trimestral, que luego se dividió entre tres para obtener un promedio mensual de ingreso (pesos corrientes).

Una vez aplicados los criterios referidos, se generan cinco niveles tanto en la variable de ingreso como en la variable del número de focos, donde en esta última se toma la misma categorización que la empleada en nuestro cuestionario. Con ello, cada uno de los niveles de ingreso cuenta con aproximadamente 20% del total de las observaciones. La Tabla siguiente muestra, en porcentajes, la concentración de las viviendas respecto al número de focos y los niveles de ingreso.

En la tabla se puede interpretar grosso modo, que tener hasta cinco focos se asocia fuertemente con un nivel bajo; de 6 a 10 focos con un ingreso medio y medio/bajo y 11 focos y más con un nivel medio y medio/alto.

**Número de focos vs. niveles de ingreso**

Número de focos	Hasta \$2 419.68	De \$2419.69 a \$4 032.80	De \$4 032.81 a \$6 049.20	De \$6 049.21 a \$10 082	Más de \$10 082
De 1 a 5	83.3	75.2	61.7	45.6	19.3
De 6 a 10	15.0	23.7	35.5	50.0	58.7
De 11 a 15	0.9	0.9	2.2	3.2	12.2
De 16 a 20	0.3	0.1	0.5	1.2	5.3
Más de 20	0.5	0.1	0.1	0.0	4.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

## Cuestionario

A continuación se presentan el cuestionario utilizados en la realización de la encuesta.

## Encuesta a visitantes de Museos 2010

¡Buenos días/tardes! Mi nombre es (nombre del encuestador). En el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes y algunos Museos privados estamos realizando una encuesta con el objeto de brindar un mejor servicio. Su participación es muy importante.

### Datos generales

Folio: \_\_\_\_\_ Encuestador:   Museo: \_\_\_\_\_

Fecha:    Horario:     hrs. Tamaño de Grupo:

D M A H H M M

Exposición: \_\_\_\_\_

Tipo de exposición: \_\_\_\_\_

### Datos del entrevistado (solo para visitantes mexicanos de 15 años o más):

Entidad federativa de residencia: \_\_\_\_\_   (clave INEGI)

Municipio/Delegación de residencia \_\_\_\_\_    (clave INEGI)

Código Postal:

### Perfil sociodemográfico de los visitantes

P.2 Sexo	V.1	V.2	V.3	V.4	V.5	V.6
P.3 Edad						
P.4 Escolaridad						
P.5 Ocupación						
P.6						

Códigos			
Escolaridad		Ocupación	
No estudió nada	1	Trabaja	1
Primaria incompleta	2	Trabaja y estudia	2
Primaria completa	3	No trabaja	3
Secundaria incompleta	4	Ama de casa	4
Secundaria completa	5	Estudiante	5
Preparatoria incompleta	6	Jubilado	6
Preparatoria completa	7	Menor de 6 años	7
Licenciatura incompleta	8	No contesta	99
Licenciatura completa	9		
Posgrado	10	Sexo	
Menor de 6 años	11	Hombre	1
No contesta	99	Mujer	2

### P.1 Tipo de grupo ☐

Amigos (sin ser compañeros de escuela)	1
Compañeros de escuela	2
Familiares	3
Amigos y familiares	4
Viene solo	5
Otros, especifique_____	6

### P.6 ¿Fue ésta su primera visita a este Museo? ☐

Sí	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

### P.7 Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar Museos? ☐

Sí	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

### P.8 ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar Museos? ☐

Sí	1
Solo algunos	2
No, casi nadie o nadie	3
Solo yo	4
No contesta	99

(Encuestador: si la respuesta fue Sí, pasa a la pregunta P.10)

### P.9 ¿Cuál es la razón principal por la que no asiste(n) a Museos?

No le(s) interesa	1	
No tiene(n) tiempo	2	
No tiene(n) dinero	3	
Está(n) muy lejos	4	
Prefiere(n) ir a otro espacio cultural	5	
(Especifique)		
Prefiere(n) ver la televisión	6	
Prefiere(n) practicar un deporte	7	
Problemas de salud o discapacidad	8	

No sabe(n) leer ni escribir	9	
Otro (especifique)	10	
No sabe	98	
No contesta	99	

## P.10

En los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces asistió a...?		¿Qué tan cercano/lejano considera que está de su casa la / el...?	
Bibliotecas			<b>Códigos</b>
Casas de cultura o Centro cultural		Muy lejano	1
Cines		Lejano	2
Escuchar música en vivo (conciertos)		Ni lejano, ni cercano	3
Librerías		Cercano	4
Museos		Muy cercano	5
Teatros		No sabe	98
Zonas arqueológicas		No contesta	99

Códigos	
Ninguno	0
No sabe	98
No contesta	99

## P.11 ¿Qué medio(s) de transporte(s) utilizó para llegar a este Museo? (desde su casa o desde donde está hospedado)

Metro (tren ligero)	1
Colectivo (metrobús)	2
Camión (RTP, Ruta 100, trolebús)	3
Taxi	4
Auto propio	5
Otro especifique_____	6

## P.12 ¿Cuánto tiempo por día invierte en...?

	Horas (o minutos) invertidas
Oír radio	
Ver televisión	
Usar internet	
Usar computadora (sin internet)	
No lo usa	00:00



**P.13 ¿Cómo se enteró de la existencia del Museo?** ☐

Oficina turística (guía)	1	Redes sociales, (facebook, twitter, hi5, myspace, etc)	8
Recomendación (amigos, familiares, compañeros de trabajo, etc.)	2	Por un maestro o un libro de texto	9
Periódicos (diarios y revistas)	3	Casualmente (iban pasando)	10
Radio	4	Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes, etc)	11
Televisión	5	Otros (especifique)	12
Conoce desde siempre el museo	6	No contesta	99
Internet	7		

**P.14 ¿Cuál fue la razón principal de su visita de hoy?** ☐

Para hacer una tarea, solo pidieron en la escuela	1
Para entretenerse, pasar un rato agradable	2
Para aprender (educar a los niños)	3
Para conocerlo	4
Para ver qué novedades hay	5
Para acompañar a alguien	6
Conocer la exposición temporal	7
Otro especifique_____	8
No sabe	98
No contesta	99

**P.15 ¿Cómo se enteró de la exposición?** ☐

Oficina turística	1	Por un maestro o un libro de texto	9
Recomendación (amigos, familiares, compañeros de trabajo, etc.)	2	Casualmente (iban pasando)	10
Periódicos (diarios y)	3	Impresos (cartel, volante, folleto)	11
Revista	4	Publicidad exterior (metro, parabús, moviliario urbano, pendón, espectacular)	12
Radio	5	Otros (especifique)	13
Televisión	6	No sabe	98
Internet	7	No contesta	99
Redes sociales, (facebook, twitter, hi5, myspace, etc)	8		

**P.16 Durante su visita ¿Qué tanta información recibió?** ☐

Mucha	1
Regular	2
Poca	3
Nada	4
No sabe	98
No contesta	99

### P.17 ¿Qué le parecieron los siguientes servicios?

Vigilancia		Guarda ropa (paquetería)	
Personal		Tienda	
Iluminación		Cafetería (restaurante)	
Fichas técnicas		Instalaciones	
Señalamientos		Exposición temporal	
Baños		Exposición permanente	

Códigos			
Muy bueno	1	Muy malo	5
Bueno	2	No aplica	6
Regular	3	No sabe	98
Malo	4	No contesta	99

Si se declaró Malo o Muy malo especificar ¿Por qué?\_\_\_\_\_

### P. 18 En una sola palabra ¿Qué otros servicios o actividades le gustaría que hubiera?\_\_\_\_\_

\*Nota: en caso de no haber propuesta anota NINGUNA

### P. 19 En una sola palabra ¿Qué cambiaría de este Museo?\_\_\_\_\_

\*Nota: en caso de no haber propuesta anota NADA

### P. 20 ¿Cuál es el Museo de su preferencia?\_\_\_\_\_

No contesta 99

### P. 21 ¿Cree usted que los Museos ayudan a su educación/formación? ☐

Sí 1  
No 2

¿Por qué? (En pocas palabras)

\_\_\_\_\_

No sabe 98

### P.22 ¿Cuánto tiempo duró su visita?

Horas (o minutos)	
-------------------	--

### P.23 De una escala del 1 al 10 ¿En qué medida cubrió sus expectativas el Museo? ☐

No tenía expectativa 0  
No contesta 99

P. 24 En este año bicentenario 2010, ¿Qué personaje considera el más importante para...?

Evento	
La Independencia de 1810	
La Revolución de 1910	

P. 25 ¿Le gustaría recibir en su correo electrónico el boletín cultural del Conaculta? ☐

Sí |  
 e-mail: \_\_\_\_\_  
 No tengo 2  
 No me interesa, muchas gracias 3  
 No contesta 99

P. 26 Finalmente ¿Cuántos focos hay en su vivienda? ☐

No sabe 98  
 No contesta 99

(La encuesta ha concluido).  
**¡Muchas gracias por su colaboración!**

**El Análisis de la Encuesta del Estudio de Público del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, 2010.** Se publicó en el portal del Sistema de Información Cultural de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en el mes de diciembre de 2011.





