



Análisis de la Encuesta del Estudio de Público del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, 2011

 **CONACULTA**

 Antiguo Colegio De
SAN ILDEFONSO

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Rafael Tovar y de Teresa

Presidente

Saúl Juárez Vega

Secretario Cultural y Artístico

Francisco Cornejo Rodríguez

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:
Jonatan Chávez Sánchez
José González Aguirre
Jazmín Flores Román

Encuestadores, validadores y capturistas
Blanca Irma Cedillo Llanas
Mónica Berenice Hernández Mora
Claudia Irene Meneses Bautista
Xanath Flores Rodríguez
Dalia Margarita García Pérez
Jesús Antonio López García
Rocío del Carmen Juárez Azuara
Sandra González Bosquez
Orlando Hernández Peralta
Edgar Enrique Parada Martínez
Adrián Karín Méndez Sánchez
Carla Daniela Villalobos Díaz
Moisés García Lizarde
Luz María Reyes de Jesús
Alejandro Cerón Arellano

Fotografías, sinopsis de las exposiciones temporales y del museo
Área de Comunicación
Rosa María López

Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional
Metodología y desarrollo del proyecto
Carlos C. Ávalos Franco
Ulises Vázquez Rosario

Análisis, redacción, elaboración de resultados, gráficos y mapas
Ulises Vázquez Rosario

Revisión de contenidos
Carlos C. Ávalos Franco

Corrección de estilo
Ildefonso García Lara
Fernando Poot Grajales

Diseño y formación
Luz María Zamitiz Cruz

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	9
Sinopsis de las exposiciones temporales	15
Resumen ejecutivo	17
Capítulo 1. El perfil de los visitantes	21
Procedencia de los visitantes	24
Visitantes procedentes del Distrito Federal	24
Visitantes procedentes del estado de México	28
Estructura demográfica de los visitantes del Distrito Federal y estado de México	31
Escolaridad	34
Sexo	34
Edad	35
Ocupación	37
Nivel de ingreso	38
Asistencia a espacios y actividades culturales	39
Capítulo 2. Conocimiento previo a la visita del museo	43
Asistencia previa al museo	46
Frecuencia de asistencia al museo	50
Cantidad de visitas al museo en los últimos 12 meses	54
Forma por la cual se enteró de la existencia del museo	58
Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) para llegar al museo	63
Tiempo de traslado al museo	64
Museo de su preferencia	66
Capítulo 3. Experiencia de la visita	69
Con quién asisten los visitantes	72
Razón principal de la visita	76
Medios por los cuales se enteró de la exposición temporal	81
Planificación de la visita	86
Duración de la visita	90
Programa de afiliación	94
Información recibida	98
Módulo de informes	98
Visitas guiadas	99
Evaluación del museo	101
Limpieza del museo	101

Instalaciones en general	102
Vigilancia fuera de las salas	102
Horario del museo	104
Señalización en el interior del museo	104
Calificación general del museo	105
Sugerencias de los visitantes	109
Evaluación de las exposiciones temporales	111
Montaje	112
Experiencia	113
Atención del personal dentro de las salas	114
Comodidad para ver las piezas y leer los textos	114
Iluminación	115
Información y explicaciones de la exposición dentro de la sala	116
Calificación de la exposición temporal	117
Evaluación de otros servicios/actividades en el museo	120
Tienda	120
Motivo(s) de no acceso a la tienda	121
Evaluación de los precios de la tienda	122
Módulo de informes	123
Guardarropa/paquetería	124
Visitas guiadas	126
Sanitarios	127
Actividades	128
Máquinas expendedoras	129

Capítulo 4. El papel de la familia **131**

Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil	134
Asistencia de los familiares	138
Razón(es) de no asistencia a los museos en el entorno familiar	143

Capítulo 5. Medios electrónicos **145**

Medios electrónicos	149
---------------------	-----

Conclusiones **153**


Anexo **165**

Diseño muestral	167
Población objetivo	167
Unidad de análisis	167
Marco muestral	167
Método de muestreo	168
Tamaño de muestra	168
Ponderadores	169
Nivel de ingresos	169
Mapas	171
Cuestionario para visitantes a museos 2011	174

103







En los últimos años se ha escuchado decir que la cultura es un instrumento de desarrollo, que fortalece el tejido social y que es un elemento de cohesión social. Estas afirmaciones tienen sentido siempre que se conciba a la cultura "... como el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad. O, más precisamente, como la organización social del sentido, como pautas de significados históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias".¹ Algunos de estos hechos simbólicos son apropiados, incluso inconscientemente, y llegan a convertirse en hábitos (modelos culturales) que son inculcados y sancionados socialmente ya sea en el interior de los hogares, por instituciones, modelos económicos, medios de comunicación o el entorno en donde se desarrollan los individuos. De ahí lo complicado que resulta modificar los hábitos culturales, ya que se tiene que trabajar simultáneamente con todos los modelos para alcanzar este fin.

La asistencia a los espacios culturales aportan nuevos significados al público, ya que queda expuesto a otros significados que le permite entender distintas realidades existentes en otras sociedades y a su vez generar reflexiones sobre la propia realidad y el entorno donde habita; estos nuevos significados pueden generar comportamientos de tolerancia, igualdad, participación entre otras conductas. De ahí la importancia de generar públicos para los espacios y actividades culturales.

Pero, cómo se quiere generar públicos si se desconoce quiénes son, qué sectores de la población no asisten, si el servicio es satisfactorio o no, si los contenidos expuestos

¹ Gilberto Giménez, *Teoría y análisis de la cultura*, Vol. uno, México, Conaculta, 2005, p. 67.

o actividades son importantes o no para la población en general, o si los contenidos no se convierten en elementos de exclusión y marginación de la población. Cómo tomar decisiones si no se cuenta con información confiable que sirva como base para dirigir líneas estratégicas para el disfrute de las prácticas culturales, cómo medir los impactos de las decisiones tomadas con anterioridad, para ser replicadas, eliminadas o mejoradas.

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, mejorar la capacidad de producción de contenidos culturales, formular y 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 y el Mapa Interactivo (<http://mapa.sic.gob.mx/>), entre otros. Estas investigaciones permiten la participación ciudadana, ya que por medio de las encuestas se perciben los gustos, intereses, ideas y percepción de las políticas culturales aplicadas de la población, siendo la encuesta una herramienta que permite democratizar la cultura.

En 2007 la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional (antes llamada Coordinación Nacional de Estrategia y Prospectiva) 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 actividades culturales (museos, bibliotecas, teatros, librerías, ferias del libro y festivales de la Ciudad de México). La información generada por el análisis de las distintas encuestas, así como las bases de datos respectivas, se encuentran publicadas para consulta y 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, Galería de Historia, 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 2011, con el objetivo de proporcionar información actualizada que sirva como insumo para medir la eficiencia de las decisiones tomadas en 2010, también tiene como objeto 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.

Es importante subrayar que la encuesta describe exclusivamente las características de los visitantes de las exposiciones temporales que tuvo el Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso en todo el año 2011 y no hace 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 de otro diseño metodológico.

Esta encuesta es representativa para el público de cada exposición temporal. Las exposiciones temporales que se presentaron en ese periodo son: Annette Messenger, Flor Garduño, José Saramago, Marilyn Manson, Ron Mueck y Szyszlo. Cuando se considera el tamaño global de la muestra, que corresponde al total de las entrevistas de las seis exposiciones temporales, se obtienen 1 674 entrevistas, lo que permite reducir el margen de error a 3.1% con un nivel de 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: 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 3 209 entrevistas.

La metodología aplicada para la realización de esta encuesta, tomó como punto de partida realizando los ajustes correspondientes la sugerida por el Museo de la Civilización de la ciudad de Québec, Canadá. 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.

Sinopsis de las exposiciones temporales

Fernando de Szyszlo. Elogio a las sombras

Periodo de exhibición: 05 de marzo al 15 de mayo de 2011

El lirismo del color enriquecido con efectos de textura y la maestría del manejo de la luz son las claves de la obra pictórica de Szyszlo, quien fue una figura relevante en el arte abstracto latinoamericano a mediados de la década de 1950.

El artista peruano refleja una amplia cultura que bebe de diversas fuentes, desde la filosofía y la ciencia hasta la literatura, identificando ampliamente las conexiones de las antiguas culturas con el lenguaje moderno.

Flor Garduño. Trilogía

Periodo de exhibición: 14 de abril al 14 de agosto de 2011

La fotógrafa mexicana Flor Garduño celebra treinta años de actividad profesional en el Antiguo Colegio de San Ildefonso. Noventa y seis imágenes en blanco y negro, captadas con luz natural que abordan tres temas que han acompañado a Garduño a lo largo de su prolífica carrera artística y que continúan siendo para ella una rica fuente de inspiración: Bestiario, Mujeres Fantásticas y Naturalezas Silenciosas.

Annette Messager

Periodo de exhibición: 13 de mayo al 14 de agosto de 2011

Primera gran retrospectiva que se presenta en la Ciudad de México de una de las figuras fundamentales del arte contemporáneo. La muestra reúne una selección de las obras más representativas de Annette Messager, en las que explora la naturaleza emocional del ser humano, a través de diversas técnicas como instalación, dibujo, intervención a muro, fotografía, collage y ambientación. Incluye obras que son hitos en la historia del arte como *Casino*, 2005, por la que recibió el León de Oro en la 51.ª Bienal de Venecia y *Articulés-Desarticulés*, 2001-2002, aclamada en Documenta XI, Alemania, entre otras.

José Saramago. La consistencia de los sueños

Periodo de exhibición: 24 de julio al 02 de octubre de 2011

La vida y obra del escritor portugués José Saramago (1922-2010), Premio Nobel de Literatura 1998, a través obras inéditas, manuscritos, notas personales, traducciones, fotografías, videos, mecanoscritos, primeras ediciones en portugués y español de todas sus obras, estudios críticos, tesis doctorales, documentos gráficos y audiovisuales, prensa y cartas de escritores y lectores.

La exposición reúne alrededor de 500 documentos originales y digitalizados que son exhibidos mediante un diseño innovador que combina los recursos convencionales con soportes digitales y audiovisuales empleando más de 50 monitores distribuidos por las salas que albergan la muestra.

Ron Mueck

Periodo de exhibición: 20 de septiembre de 2011 al 05 de febrero de 2012

El trabajo de este artista australiano ha destacado en el mundo del arte contemporáneo por sus excepcionales piezas escultóricas hiperrealistas e inigualables. Utilizando materiales como silicón, acrílico y fibra de vidrio, con los que comenzó su carrera cuando era creador de efectos especiales para películas, Ron Mueck crea personajes de proporciones extraordinarias que nos sacuden al confrontarlos.

La exposición presenta nueve obras que evocan la condición existencial del individuo en la sociedad contemporánea

Marilyn Manson: The path of misery

Periodo de exhibición: 05 de noviembre de 2011 al 05 de febrero de 2012

Por primera vez en México, el cantante, autor, director e ícono cultural Marilyn Manson, presenta una antología de su faceta como pintor. La exposición es la segunda muestra de Manson en Latinoamérica y está conformada por acuarelas de seres desfigurados y con expresiones de dolor.

El autor de "Antichrist Superstar" encontró en la pintura una nueva manifestación creativa, tan importante como su música, para expresar su particular visión del mundo.

Resumen ejecutivo

Seis de cada 10 visitantes que tuvo el museo en 2011 son mujeres (60%).

El 55.4% de los visitantes expresaron ser estudiantes, dato seguido por los que trabajan (28.7%).

Un poco más de dos quintas partes (43.7%) del público calificaron con 10 la exposición temporal que visitaron (sin contar otras áreas del museo ni la exposición permanente).

Dos terceras partes (66.8%) del público calificaron al museo en general (sin contar la exposición temporal) con 10, incluyendo las exposiciones permanentes (murales existentes en el espacio).

Dos terceras partes del público que asistió al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso en 2011 planeó su visita (65.3%) antes de ir, mientras que la otra tercera parte (34.7%) lo hizo de una manera espontánea.

El 64.1% de los visitantes que asistieron al Antiguo Colegio de San Ildefonso en 2011 provienen del Distrito Federal, seguido de los visitantes del estado de México con 27.9%, que en conjunto suman 92% de los asistentes. Los estados restantes muestran porcentajes de 2.4% (Puebla) y menos.

Del público proveniente del Distrito Federal, encontramos que las delegaciones con mayor asistencia fueron Cuauhtémoc (17%), Iztapalapa (16%) y Gustavo A. Madero (10.4%); y las de menor incidencia resultaron ser Milpa Alta (0.7%), Magdalena Contreras (0.8%) y Cuajimalpa de Morelos (1.1%).

De los visitantes que provienen del estado de México se encontró que los municipios con mayor afluencia fueron Nezahualcóyotl (14.3%), Naucalpan de Juárez (13.8%) y Ecatepec de Morelos (9.5%); los municipios con menor incidencia son Metepec y Atlacomulco, con 0.01% en cada uno de ellos.

Los asistentes con licenciatura (terminada o incompleta) fueron los que tuvieron mayor presencia en el museo, representando casi cinco visitantes de cada 10 (49%), seguido

por los asistentes de bachillerato (terminado o incompleto) en donde tres de cada 10 de ellos reportó tener este nivel de escolaridad (31.2%); en un tercer lugar quedó el nivel de secundaria (terminada o incompleta) con 10.9%.

La mayor concurrencia 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 48% de los visitantes asociados con un nivel económico medio y medio/alto, seguido por la categoría de 6 a 10 focos (44%) que pertenecen a un nivel medio y medio/bajo y por último casi uno de cada 10 visitantes (8%) se ubicó en la categoría de 1 a 5 focos perteneciendo a un nivel bajo de ingresos.

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 (87.2%) y librerías (81%).

Seis de cada 10 visitantes (57.5%) ya habían visitado al museo en cuestión, por lo que se observa la conformación de un público asiduo al recinto.

Considerando la población total del museo, se puede determinar que su público está constituido por una tercera parte de visitantes asiduos (34.9%), una quinta parte de visitantes no asiduos (22.6%) y un poco más de dos quintas partes un 42.5% de público de primera vez.

Siete de cada 10 de sus visitantes (75.9%) frecuentaron de una a 12 veces el museo en un año.

De manera global casi una tercera parte de los visitantes (31.4%) aseveró conocer el museo por un maestro o libro de texto; 18% dijo conocer el espacio por recomendación (amigos, familiares, etc.), y más de uno de cada 10 (16.4%) afirmó conocer desde siempre el museo.

Tres cuartas partes de los visitantes (75.2%) mencionaron utilizar el Metro como principal medio de transporte utilizado para llegar al Museo; el segundo lugar lo ocuparon las combis/microbús, con casi dos de cada 10 asistentes (18.7%), y un poco más de uno de cada 10 visitantes (12.9%) se transportó al museo en un camión (RTP/trolebús).

Casi tres cuartas partes de los visitantes (77.2%) reportaron haberse tardado en llegar al museo un máximo de una hora, esto significa que la ubicación del museo es adecuada para

este público, o que los medios de transporte facilitan su afluencia, sólo 22.8% de los visitantes reportó un tiempo mayor de una hora.

Dos de cada 10 asistentes (21.2%) mencionaron al Museo Nacional de Antropología como el principal museo de preferencia; en segundo lugar fue citado el Antiguo Colegio de San Ildefonso (17.8%), y en tercer lugar se mencionó al Museo Nacional de Arte (7.7%).

Una cuarta parte de los asistentes al museo (22.6%) acudió de manera individual, mientras que un poco más de dos de cada 10 asistentes (21.9%) lo hicieron en compañía de su novio(a) o pareja y 16.7% lo hizo con amigos (sin ser compañeros de escuela).

Seis de cada 10 visitantes (59.3%) respondieron que el principal motivo de su visita fue haber acudido para conocer la exposición temporal, seguido de casi una cuarta parte de los asistentes que lo hizo para hacer una tarea o porque lo mandaron de su escuela (22.6%) y en un tercer lugar de mención se ubicó la razón para entretenerse o pasar un rato agradable (un poco más uno de cada 20 visitantes).

Los maestros fueron el medio de difusión más importante para las exposiciones temporales, en donde dos de cada 10 visitantes (20.1%) declararon haberse enterado de ese modo, seguido del internet 17% y la televisión con 16.9%. Seis de cada 10 visitantes (60.2%) destinó más de una hora a su visita, mientras que una cuarta parte del público (26.4%) le dedicó de 31 minutos a una hora y un poco más de uno de cada 10 asistentes (13.3%) hizo su visita en un máximo de 30 minutos.

Un 53.6% del total de los visitantes refirieron no estar interesados en que existan otras actividades distintas a las ya integradas en el museo.

El montaje de las exposiciones temporales fue lo mejor evaluado en la escala de muy bueno y bueno (95.3%) por los visitantes, seguido de la experiencia vivida dentro de las salas (89.5%), en tercer lugar se ubica la comodidad para ver las piezas y leer los textos (89.2%), en cuarto lugar la atención del personal (incluye los custodios) dentro de las salas (89%), la iluminación dentro de la sala ocupó el quinto lugar (83.6%), y en el último lugar quedó la información proporcionada en el interior de las salas de la exposición temporal (77.3%).


Capítulo

1

El perfil de los visitantes







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

La información que arroja este análisis se cruzó contra la exposición temporal a la que asistieron los visitantes, lo que permite describir 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 2011?, 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 (sexo, edad, 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 alcance 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 27.9%, que en conjunto suman 92% de los asistentes. Los estados restantes muestran porcentajes de 2.4% (Puebla) y menos. No hubo visitantes provenientes de los estados de Baja California Sur, Campeche, Durango, Nayarit y Tamaulipas, es por ello que no aparecen en el cuadro que a continuación se presenta.

Procedencia por entidad

Entidad	% visitantes	Entidad	% visitantes
Distrito Federal	64.1	Tabasco	0.2
México	27.9	Querétaro	0.1
Puebla	2.4	Quintana Roo	0.1
Michoacán de Ocampo	0.7	Yucatán	0.1
Hidalgo	0.6	Zacatecas	0.1
Aguascalientes	0.6	Chiapas	0.1
Jalisco	0.5	Tlaxcala	0.1
Veracruz de Ignacio de la Llave	0.5	San Luis Potosí	0.1
Morelos	0.4	Nuevo León	0.1
Guerrero	0.3	Guanajuato	0.05
Baja California	0.3	Coahuila de Zaragoza	0.02
Chihuahua	0.3	Sinaloa	0.02
Oaxaca	0.2	Colima	0.01
Sonora	0.2		

n=1,674

Visitantes procedentes del Distrito Federal

Al desglosar la asistencia procedente del Distrito Federal, encontramos que las delegaciones con mayor asistencia fueron Cuauhtémoc (17%), Iztapalapa (16%) y Gustavo A. Madero (10.4%); y las de menor incidencia resultaron ser Milpa Alta (0.7%), Magdalena Contreras (0.8%) y Cuajimalpa de Morelos (1.1%).

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 de las proyecciones 2005-2050

de Conapo. De acuerdo con este índice, las delegaciones con mayor asistencia fueron Cuauhtémoc (2.8), Benito Juárez (1.8) y Álvaro Obregón (1.2). Del mismo modo, las de menor tasa en correspondencia a su población resultaron ser Magdalena Contreras (0.3), Tláhuac (0.4) y Milpa Alta (0.5).

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.

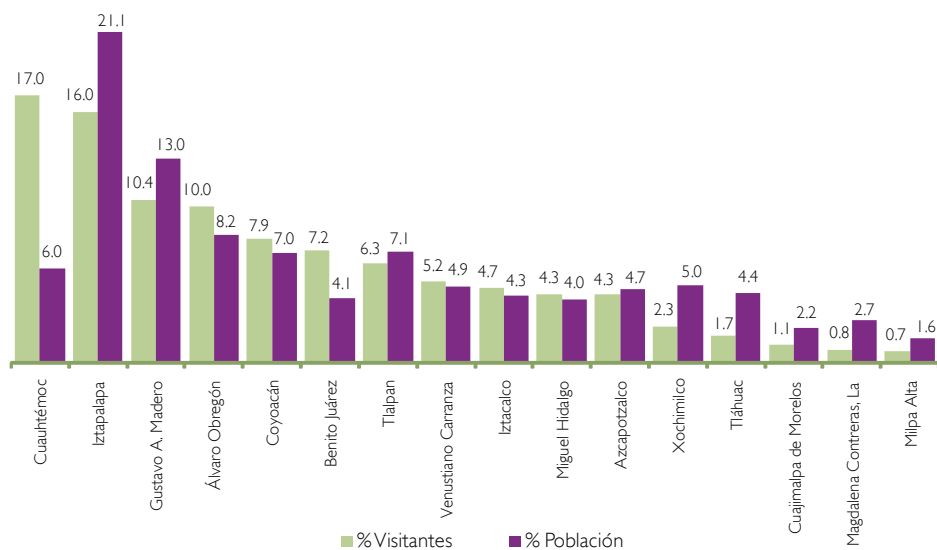
La información de procedencia permite realizar estrategias de difusión para cada una de las delegaciones que reportaron una afluencia menor de visitantes, o para tratar de atraer a más visitantes de las delegaciones con mayor respuesta.

Procedencia del Distrito Federal

Delegaciones	(1) % Visitantes	(2) % Población	(1) / (2) Cociente ¹
Cuauhtémoc	17.0	6.0	2.8
Benito Juárez	7.2	4.1	1.8
Álvaro Obregón	10.0	8.2	1.2
Coyoacán	7.9	7.0	1.1
Iztacalco	4.7	4.3	1.1
Miguel Hidalgo	4.3	4.0	1.1
Venustiano Carranza	5.2	4.9	1.1
Azcapotzalco	4.3	4.7	0.9
Tlalpan	6.3	7.1	0.9
Gustavo A. Madero	10.4	13.0	0.8
Iztapalapa	16.0	21.1	0.8
Cuajimalpa de Morelos	1.1	2.2	0.5
Xochimilco	2.3	5.0	0.5
Milpa Alta	0.7	1.6	0.5
Tláhuac	1.7	4.4	0.4
Magdalena Contreras, La	0.8	2.7	0.3
Total	100.0	100.0	1.0

¹ Cálculos propios con base a las proyecciones de la población de México, de las entidades federativas de los municipios/delegaciones 2005-2050 Conapo.

Procedencia del Distrito Federal



Visitantes procedentes del Distrito Federal por exposición

Al separar la procedencia de los visitantes que habitan en el Distrito Federal por la exposición visitada (Véase cuadro Procedencia del Distrito Federal por exposición), nos encontramos que la delegación con mayor afluencia a las exposiciones de Annette Messenger y José Saramago fue Coyoacán (15% y 13.2%, respectivamente); para la muestra de Flor Garduño, Iztapalapa (19.4%); Marilyn Manson y Ron Mueck, Cuauhtémoc (12.2% y 24.4%, respectivamente), y para Szyszlo la Delegación Gustavo A. Madero (15.3%). La delegación con menor incidencia resultó ser Milpa Alta en la mayoría de las exposiciones, excepto en dos: Marilyn Manson y Ron Mueck, en esta última se sitúa por arriba del promedio total de los visitantes 2011.

En la siguiente gráfica se pueden observar ocho de las principales delegaciones del Distrito Federal por exposición visitada. Una cuarta parte de los visitantes que fueron a Ron Mueck (24.4%) declaró venir de la Delegación Cuauhtémoc, situándose por arriba de todos los visitantes de las otras delegaciones; del mismo modo, dos de cada 10 visitantes que asistieron a la exposición Flor Garduño (19.4%) pertenecían a la Delegación Iztapalapa; en esta misma exposición se mencionó que 18.2% de asistentes eran de la Delegación Gustavo A. Madero; la exposición de Annette Messenger obtuvo el más alto porcentaje de visitantes provenientes de la delegaciones Coyoacán (15%) y Benito Juárez (13.1%); uno de cada 10 visitantes que presencié a Marilyn Manson (8.6%) habita en la Delegación Tlalpan y un poco más de uno de cada 20 en la Delegación Venustiano Carranza (7.9%).

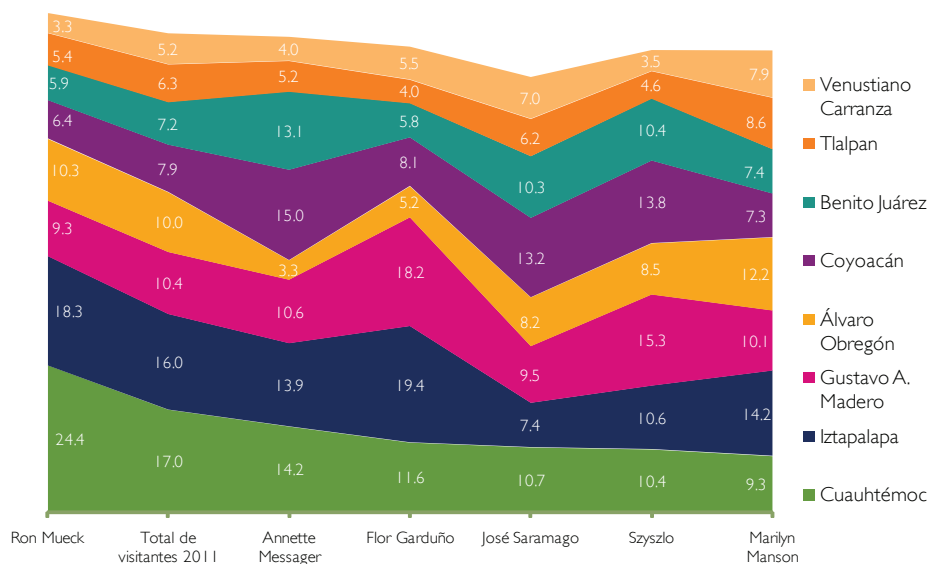
Procedencia del Distrito Federal por exposición

Delegaciones	Exposición						Total
	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	
Cuauhtémoc	14.2	11.6	10.7	9.3	24.4	10.4	17.0
Iztapalapa	13.9	19.4	7.4	14.2	18.3	10.6	16.0
Gustavo A. Madero	10.6	18.2	9.5	10.1	9.3	15.3	10.4
Álvaro Obregón	3.3	5.2	8.2	12.2	10.3	8.5	10.0
Coyoacán	15.0	8.1	13.2	7.3	6.4	13.8	7.9
Benito Juárez	13.1	5.8	10.3	7.4	5.9	10.4	7.2
Tlalpan	5.2	4.0	6.2	8.6	5.4	4.6	6.3
Venustiano Carranza	4.0	5.5	7.0	7.9	3.3	3.5	5.2
Iztacalco	2.5	4.3	7.2	6.2	3.7	6.1	4.7
Miguel Hidalgo	4.9	5.7	6.0	6.2	2.6	5.2	4.3
Azcapotzalco	5.1	3.5	5.3	3.1	5.0	4.9	4.3
Xochimilco	5.2	1.0	3.1	2.3	2.1	1.0	2.3
Tláhuac	1.4	0.9	2.1	2.9	1.0	3.6	1.7
Cuajimalpa de Morelos	0.8	1.1	2.1	1.4	0.9	1.0	1.1
Magdalena Contreras, La	0.4	5.8	1.5	0.3	0.4	1.0	0.8
Milpa Alta	0.4			0.6	1.1		0.7
Total	100.0	100.0	100.0	100	100.0	100.0	100.0

n=1,130

27

Procedencia del Distrito Federal por exposición



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 (14.3%), Naucalpan de Juárez (13.8%) y Ecatepec de Morelos (9.5%); los municipios con menor incidencia son Metepec y Atlacomulco, con 0.01% en cada uno de ellos.

El estado de México cuenta con 125 municipios y sólo 38 de ellos fueron captados en la procedencia de los visitantes al Museo. A continuación se presentan dichos municipios.

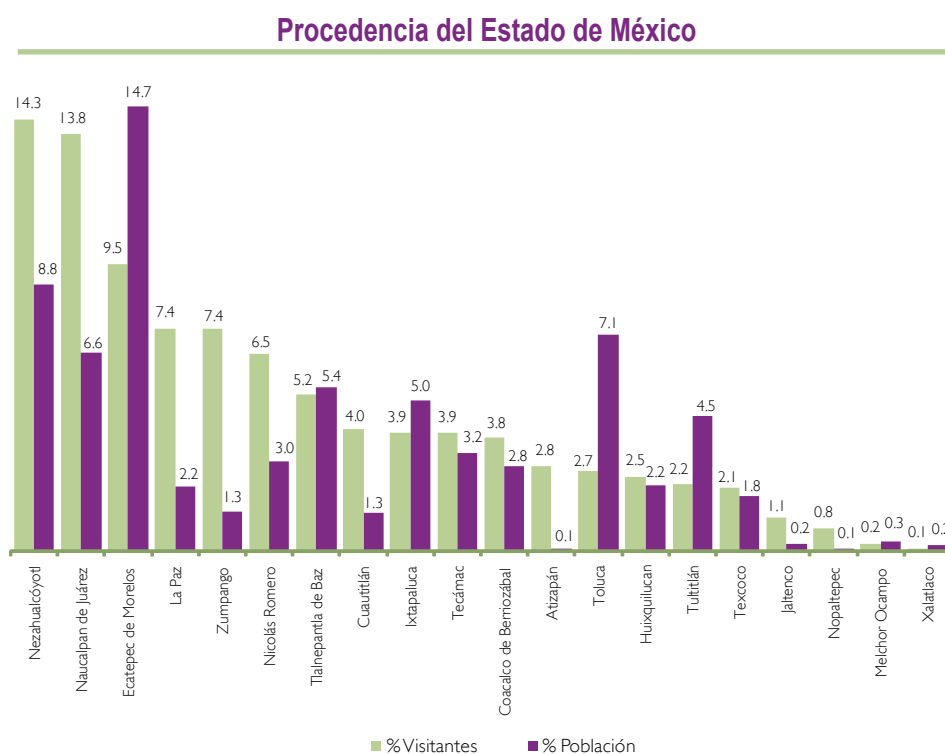
Procedencia del Estado de México

Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población	(1) / (2) Cociente ¹	Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población	(1) / (2) Cociente ¹
Atizapán	2.8	0.1	33.3	Amecameca	0.1	0.4	0.3
Nopaltepec	0.8	0.1	9.7	Cuautitlán Izcalli	1.4	4.6	0.3
Zumpango	7.4	1.3	5.6	Nextlalpan	0.1	0.2	0.3
Jaltenco	1.1	0.2	4.6	Xonacatlán	0.1	0.4	0.3
La Paz	7.4	2.2	3.4	Chiconcuac	0.1	0.2	0.3
Cuautitlán	4.0	1.3	3.2	Chimalhuacán	1.2	4.7	0.3
Nicolás Romero	6.5	3.0	2.2	Chicoloapan	0.6	2.3	0.2
Naucalpan de Juárez	13.8	6.6	2.1	Valle de Chalco Solidaridad	0.7	2.9	0.2
Nezahualcóyotl	14.3	8.8	1.6	San Felipe del Progreso	0.2	0.8	0.2
Coacalco de Berriozábal	3.8	2.8	1.3	Tepetlaoxtoc	0.1	0.2	0.2
Tecámac	3.9	3.2	1.2	Tultepec	0.2	1.1	0.2
Texcoco	2.1	1.8	1.1	Coyotepec	0.1	0.4	0.2
Huixquilucan	2.5	2.2	1.1	Tepotzotlán	0.1	0.6	0.1
Tlalnepantla de Baz	5.2	5.4	1.0	Chalco	0.3	2.6	0.1
Ixtapaluca	3.9	5.0	0.8	Atizapán de Zaragoza	0.4	4.0	0.1
Melchor Ocampo	0.2	0.3	0.8	Atlacomulco	0.0	0.7	0.1
Ecatepec de Morelos	9.5	14.7	0.6	Lerma	0.1	1.0	0.1
Tultitlán	2.2	4.5	0.5	Metepec	0.0	1.9	0.0
Xalatlaco	0.1	0.2	0.5	Total	100.0	100.0	1.0
Toluca	2.7	7.1	0.4				

(1) Cálculos propios con base a las proyecciones de la población de México, de las entidades federativas de los municipios/delegaciones 2005-2050 Conapo.

Para estos datos también se calculó el cociente de asistencia relativa. De acuerdo con este índice, los municipios con mayor número de asistentes fueron Atizapán (33.3), Nopaltepec (9.7) y Zumpango (5.6). El municipio con menor tasa de asistencia con relación a su población resultó ser Metepec, con 0.01.

En la siguiente gráfica se puede ver el comportamiento del porcentaje de los visitantes y la población. Sólo se tomaron los 20 municipios con mayor afluencia para generar el gráfico.



Visitantes procedentes del estado de México por exposición

Al separar la procedencia de los visitantes por municipio y exposición visitada, encontramos que el municipio con mayor asistencia a la exposición de Annette Messenger y José Saramago es Ecatepec de Morelos (24.2% y 15.1%, respectivamente); para la muestra de Flor Garduño y Marilyn Manson el municipio es Naucalpan de Juárez (17.4% y 20.3%, respectivamente); para Ron Mueck es el municipio de La Paz (16.3%), y por último Szyszlo reportó que 17.5% de sus visitantes provienen del municipio de Ecatepec de Morelos.

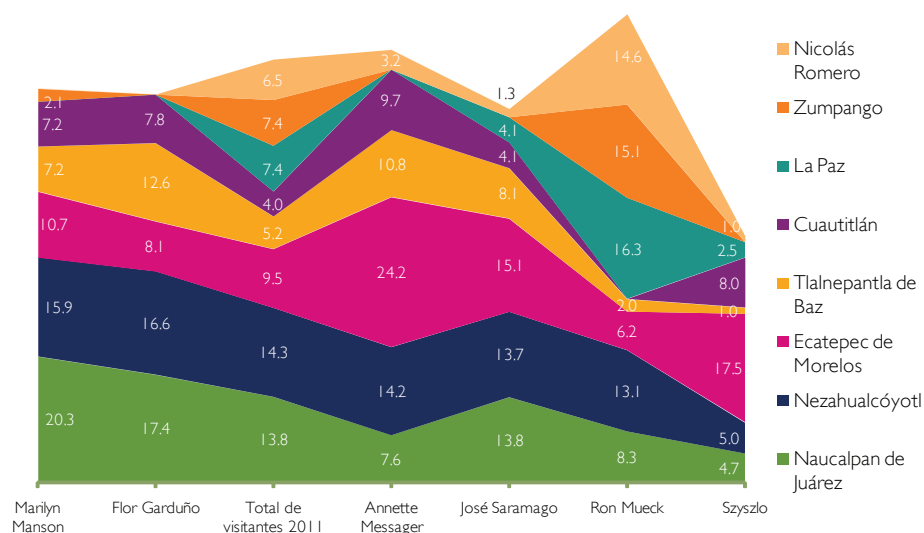
Procedencia del Estado de México por exposición

Municipios	Exposición						Total
	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	
Nezahualcóyotl	14.2	16.6	13.7	15.9	13.1	5.0	14.3
Naucalpan de Juárez	7.6	17.4	13.8	20.3	8.3	4.7	13.8
Ecatepec de Morelos	24.2	8.1	15.1	10.7	6.2	17.5	9.5
La Paz			4.1		16.3	2.5	7.4
Zumpango				2.1	15.1		7.4
Nicolás Romero	3.2		1.3		14.6	1.0	6.5
Tlalnepantla de Baz	10.8	12.6	8.1	7.2	2.0	1.0	5.2
Cuautitlán	9.7	7.8	4.1	7.2		8.0	4.0
Ixtapaluca	1.5	8.4	2.7	6.9	1.0	5.0	3.9
Tecámac		2.1	2.3	6.6	2.3		3.9
Coacalco de Berriozábal	3.7	0.8	5.1	3.7	3.5	13.6	3.8
Atizapán	3.0	2.1		4.4	1.8	2.4	2.8
Toluca	1.5	3.1	2.3	1.2	4.0	6.0	2.7
Huixquilucan	2.9	0.8	5.9	2.6	1.8	7.5	2.5
Tultitlán	4.6	0.8	4.6	0.5	3.5		2.2
Texcoco	1.4	0.8		4.0	0.5	8.0	2.1
Cuautitlán Izcalli		2.4	3.7	2.6		3.5	1.4
Chimalhuacán	4.4	6.5	0.9	1.1	0.5	5.0	1.2
Jaltenco					2.5		1.1
Nopaltepec					1.8		0.8
Valle de Chalco Solidaridad	1.4			1.0	0.5	2.5	0.7
Chicoloapan	1.5			0.5	0.5	5.6	0.6
Atizapán de Zaragoza		4.9	3.6			1.0	0.4
Chalco		3.0		0.5			0.3
Melchor Ocampo				0.6			0.2
Tultepec					0.5		0.2
San Felipe del Progreso				0.5			0.2
Amecameca			2.3				0.1
Xonacatlán			1.9				0.1
Tepotzotlán			1.4				0.1
Xalatlaco			1.4				0.1
Nextlalpan		1.5					0.1
Coyotepec			0.9				0.1
Tepetlaoxtoc			0.9				0.1
Lerma	1.6						0.1
Chiconcuac	1.5						0.1
Atlacomulco	1.4						0.05
Metepec						0.4	0.01
Total	100.0	100.0	100.0	100	100.0	100.0	100.0

n=410

En la siguiente gráfica se presentan los principales municipios (ocho) de donde provienen los visitantes del estado de México, esta información se encuentra desagregada por exposición visitada. Una quinta parte de los visitantes que asistieron a Marilyn Manson declaró venir del municipio Naucalpan de Juárez (20.3%), situándose por arriba de los visitantes de otras exposiciones; 16.6% de los visitantes que asistieron a la exposición Flor Garduño pertenecía al municipio de Nezahualcóyotl y 13.6% eran de Tlalnepantla; mientras que uno de cada cuatro visitantes de Annette Messenger fueron de Ecatepec de Morelos (24.2%) y uno de cada 10 eran de Cuautitlán (9.7%); los visitantes de Ron Mueck tuvieron el porcentaje más alto de procedencia de Zumpango (15.1%) y Nicolás Romero (14.6%).

Procedencia del Estado de México por exposición



Estructura demográfica de los visitantes del Distrito Federal y estado de México

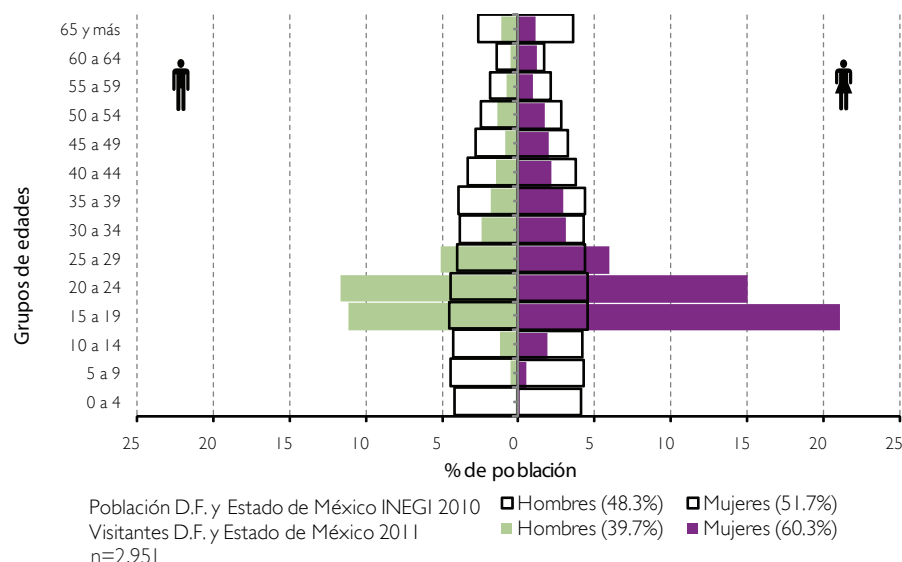
Para mostrar las características de sexo y edad de los visitantes se utilizaron pirámides de población, con las que se pueden realizar comparaciones entre distintas poblaciones.

Es posible observar dos pirámides, la que está sin color 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 puede contemplar a los menores de edad.

Las diferencias existentes entre ambas estructuras muestran al público que no se está captando en los espacios o bien 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).

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, mostrando 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).

Pirámide de población del Distrito Federal y el Estado de México

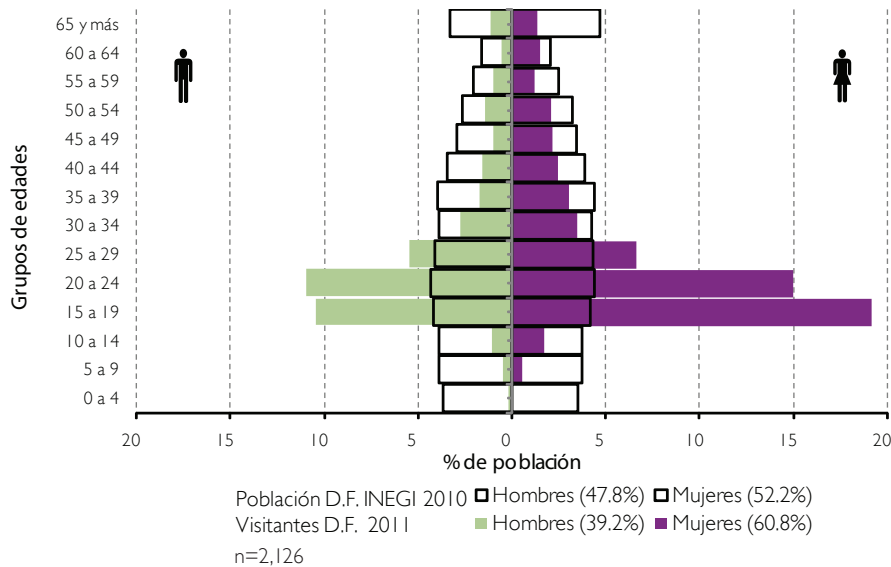


Asimismo, se puede observar que asiste más público femenino que masculino en los diferentes rangos de edad.

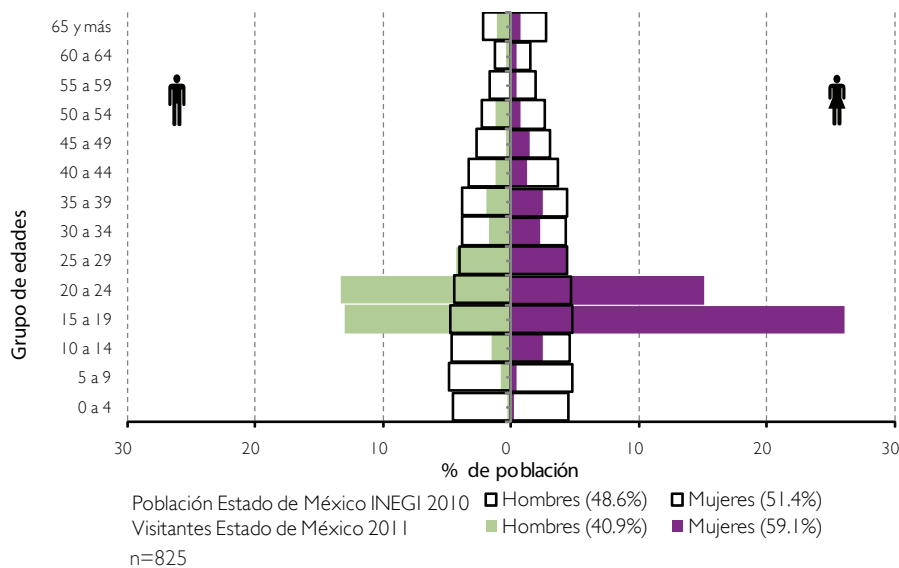
Se desagregaron los datos demográficos de los visitantes del Distrito Federal y estado de México, con el objetivo de poder comparar las dos pirámides poblacionales por separado y así identificar las similitudes o diferencias que comparten los visitantes en los aspectos demográficos de edad y sexo.

La diferencia más notoria, se da en el rango de edad de 25 a 29 años en donde el Distrito Federal reporta una sobredemanda mayor que la del Estado de México, sin importar el sexo de los visitantes.

Procedencia del Distrito Federal

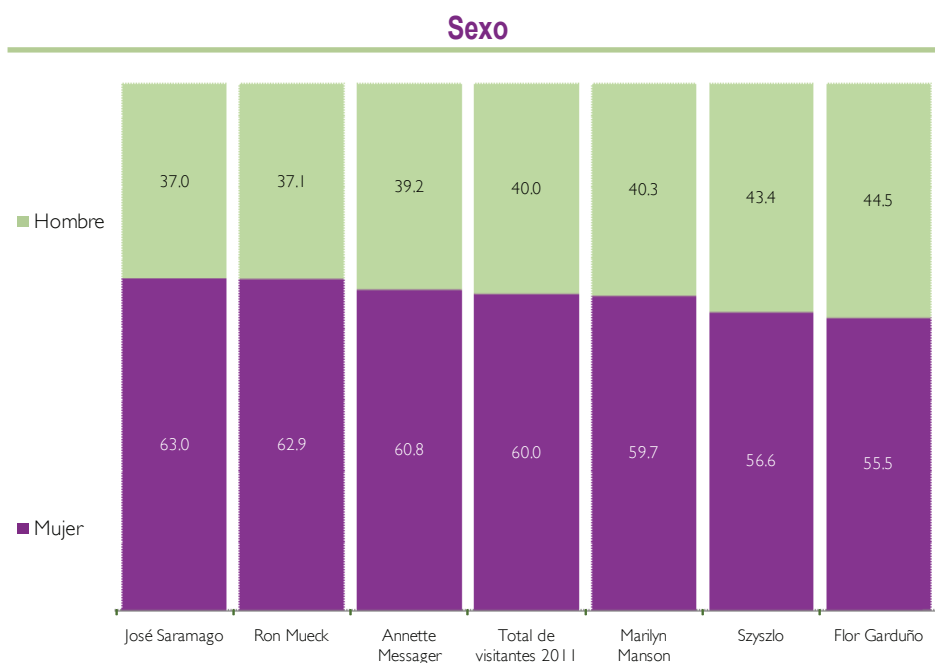


Procedencia del Estado de México



Sexo

La encuesta arroja que seis de cada 10 visitantes que tuvo el Museo en el 2011 son mujeres (60%). Al desagregar la información por exposición visitada, Flor Garduño es la que reportó menos diferencia entre hombres y mujeres (diferencia de 10% a favor de las mujeres), en cambio la exposición de José Saramago obtuvo la proporción más baja de hombres (37%).



Edad

En el siguiente cuadro se observan los diferentes niveles de asistencia por rangos de edad y por exposición visitada. Annette Messenger fue la exposición con mayor público infantil de 0 a 9 años (2.3%), Marilyn Manson refirió más visitantes de 10 a 19 años (40.3%), mientras que casi la mitad del público de Ron Mueck (44.7%) reportó tener de 20 a 29 años y Szyszlo fue la exposición con más asistencia de visitantes de 30 años en adelante (39.7%).

Edad por exposición

Edad	Exposición						Total
	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	
0 a 4	0.4	0.2	0.5		0.2	0.3	0.2
5 a 9	1.9	0.5	1.2	0.4	1.0	1.4	1.0
10 a 14	3.6	2.0	2.2	3.5	3.9	2.9	3.0
15 a 19	24.0	34.3	32.1	36.8	31.2	22.7	30.8
20 a 24	27.9	24.2	21.4	31.0	31.8	23.9	27.0
25 a 29	15.2	12.3	10.5	8.8	12.9	9.2	11.6
30 a 34	7.2	4.1	6.0	4.8	4.7	7.2	5.5
35 a 39	4.6	3.6	5.8	5.1	3.1	7.8	4.8
40 a 44	4.6	3.0	5.1	2.6	2.4	4.6	3.6
45 a 49	2.9	3.7	4.6	2.3	1.1	5.7	3.2
50 a 54	4.2	3.0	3.1	2.6	3.1	3.2	3.2
55 a 59	1.9	2.8	2.1	0.5	1.8	3.7	2.0
60 a 64	0.6	3.0	2.6	0.7	1.8	2.0	1.8
65 y más	1.1	3.2	2.7	0.9	1.3	5.5	2.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

n=3,209

Escolaridad

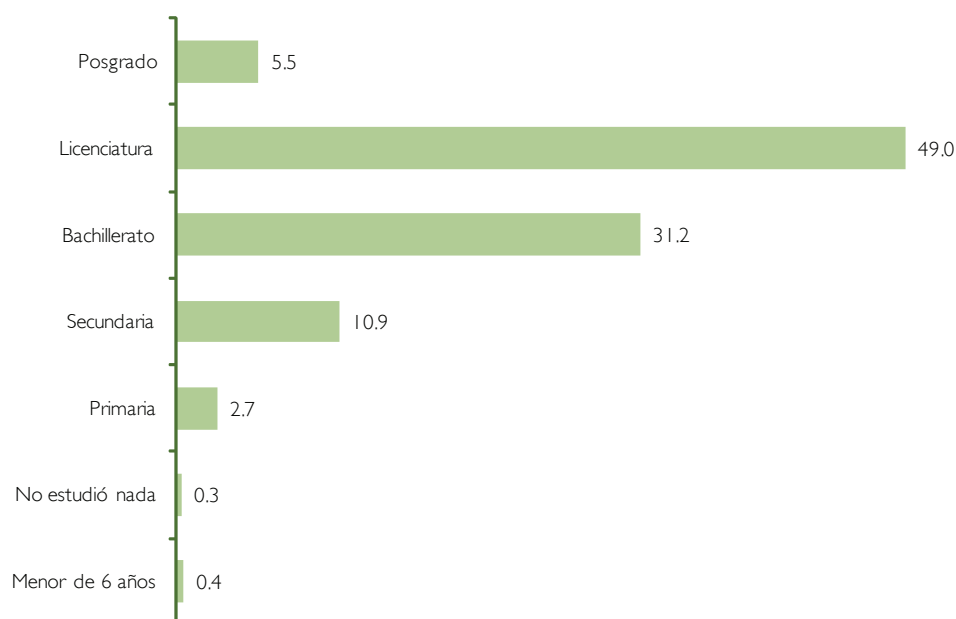
La mayoría de los visitantes durante el año contó con el grado de licenciatura (terminada o incompleta), representando casi cinco visitantes de cada 10 (49%); seguido por bachillerato (terminado o incompleto), en donde tres de cada 10 visitantes reportó tener este nivel de escolaridad (31.2%); en tercer lugar quedó el nivel de secundaria (terminada o incompleta) con 10.9%. El resto de los niveles escolares tuvieron porcentajes menores a 5.5%. Se puede observar que un poco más de ocho de cada 10 visitantes (85.7%) tienen como mínimo el bachillerato incompleto y que los visitantes que menos asistieron al Museo son los que no tienen ningún nivel de escolaridad (0.3%).

Por exposición, encontramos que Annette Messenger contó con el nivel más alto de escolaridad, en donde dos terceras partes (64.1%) de su público refirió tener como mínimo la licenciatura incompleta; en tanto que los visitantes de Szyszo lograron 61.3% y los de Flor Garduño 58.9%.

Las exposiciones que acumularon mayor concurrencia de visitantes con escolaridad inferior al bachillerato resultaron ser: José Saramago (19.6%) y Ron Mueck (19.3%).

Por otro lado, las exposiciones de José Saramago (0.9%) y Annette Messenger (0.6%) fueron las que contaron con mayor asistencia de niños menores de seis años, logrando un porcentaje mayor al promedio total de visitantes (0.4%).

Escolaridad



Se puede observar la relación que existe entre la temática de la exposición y el nivel de escolaridad de los visitantes, por ejemplo en las exposiciones de Ron Mueck y Marilyn Manson se tuvieron los porcentajes más altos en bachillerato y secundaria. En el primer caso se presentaron esculturas del cuerpo humano en donde el tamaño y el realismo de las piezas son el factor más atractivo; por otra parte, Marilyn Manson es un ícono musical creado y dirigido para jóvenes.

En exposiciones más complejas o especializadas —Annette Messenger, Flor Garduño y Szyszlo—, el público captado registró mayor escolaridad.

Escolaridad

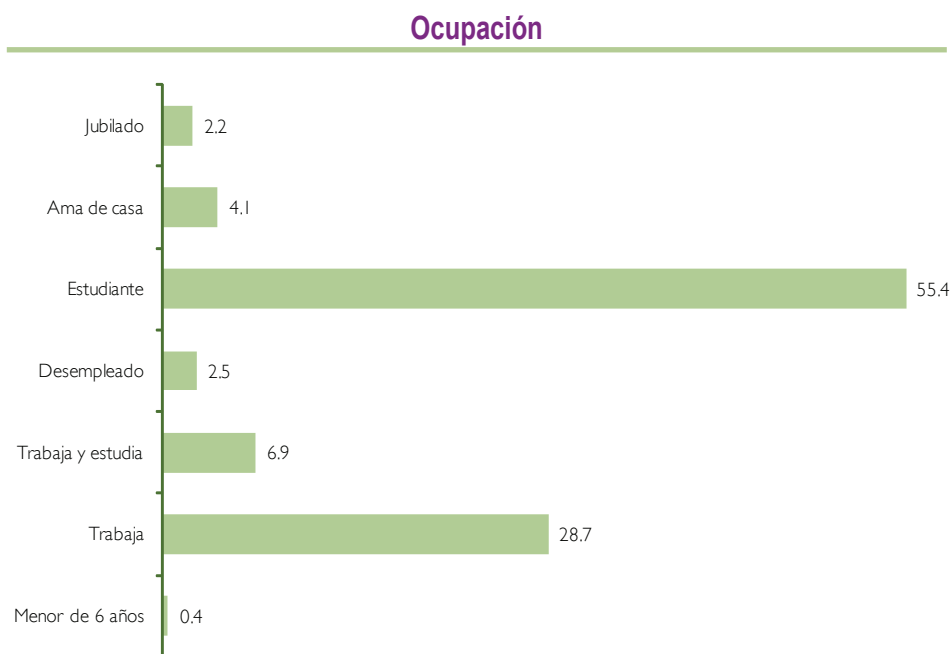
Exposición	Menor de 6 años	No estudió nada	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Licenciatura	Posgrado	Total
Annette Messenger	0.6		4.4	4.4	26.6	55.9	8.2	100.0
Flor Garduño	0.4	0.4	1.4	4.4	34.5	52.8	6.0	100.0
José Saramago	0.9	0.7	2.1	16.0	24.9	47.7	7.9	100.0
Marilyn Manson	0.2	0.2	2.6	15.1	36.1	42.4	3.3	100.0
Ron Mueck	0.3	0.2	2.7	16.1	35.2	44.4	1.1	100.0
Szyslo	0.3	0.3	3.2	6.9	28.0	53.5	7.8	100.0
Total	0.4	0.3	2.7	10.9	31.2	49.0	5.5	100.0

n=3,209

Ocupación

El 55.4% de los visitantes que acudieron al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso expresaron ser estudiantes, dato seguido por los que trabajan (28.7%). Resulta lógico el hecho de que los estudiantes sean los asistentes más asiduos a los museos por razones naturales a su ocupación, ya que las escuelas están usando los museos como herramientas pedagógicas de transmisión de conocimiento de algunos temas. Pero también es necesario formar otros públicos y para poder generarlos tenemos que cambiar la asociación negativa que se le puede dar como aburridos, obligatorios, de tarea, exclusivos, costosos, pérdida de tiempo, entre otras, y buscar que sean vistos como espacios de esparcimiento, libertad, emoción, introspección y sorpresa, ya que son impulsores de la creatividad y a su vez del pensamiento.

Las exposiciones con mayor asistencia de estudiantes fueron la de Marilyn Manson (62.5%), Flor Garduño (58.5%) y Ron Mueck (58.2%). Para quienes trabajan, la proporción más alta se da en Szyszlo (34.8%), José Saramago (34.5%) y Annette Messager (33.7%). El índice más alto para la respuesta Trabaja y estudia lo alcanzó Marilyn Manson, con casi uno de cada 10 de sus visitantes (9%).



Ocupación

Exposición	Estudiante	Trabaja	Trabaja y estudia	Ama de casa	Desempleado	Jubilado	Menor de 6 años	Total
Annette Messenger	52.1	33.7	7.2	3.6	1.3	1.5	0.6	100.0
Flor Garduño	58.5	27.4	4.3	4.3	2.1	3.0	0.4	100.0
José Saramago	50.6	34.5	5.7	3.3	2.7	2.7	0.5	100.0
Marilyn Manson	62.5	21.7	9.0	3.9	1.9	0.9	0.2	100.0
Ron Mueck	58.2	23.3	7.6	3.9	4.5	2.3	0.3	100.0
Szyszlo	46.6	34.8	7.8	6.3	1.4	2.9	0.3	100.0
Total	55.4	28.7	6.9	4.1	2.5	2.2	0.4	100.0

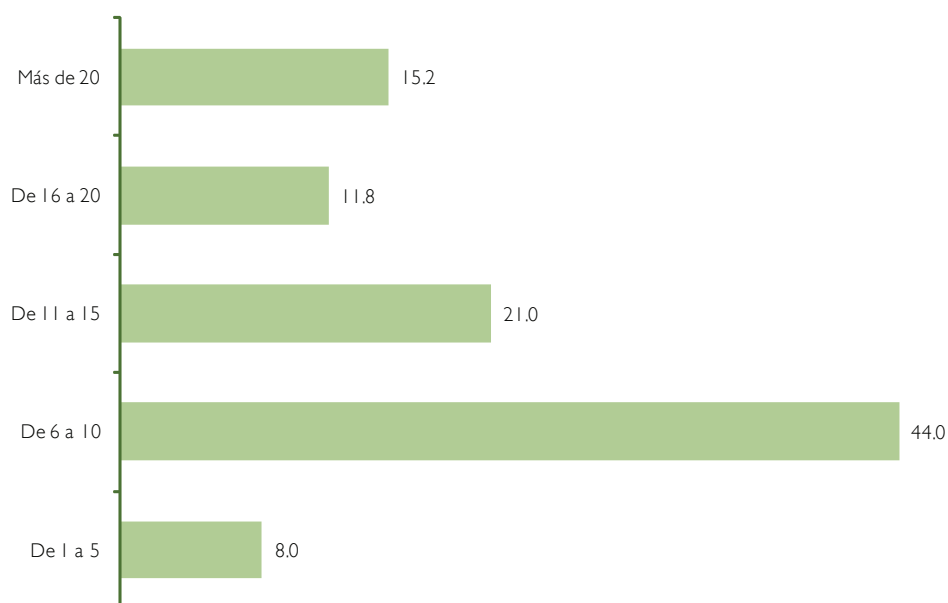
n=3,209

Nivel de ingreso

El nivel de ingreso de los visitantes es otro componente 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 el ingreso y el número de focos, se tiene que este último es un referen-

Nivel de ingreso



Nivel de ingreso

Exposición	De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	Más de 20	Total
Annette Messenger	10.0	32.7	26.0	15.9	15.3	100.0
Flor Garduño	6.8	43.5	16.4	12.5	20.8	100.0
José Saramago	7.2	34.7	30.7	10.6	16.9	100.0
Marilyn Manson	6.9	38.5	23.9	11.7	19.0	100.0
Ron Mueck	8.9	50.6	17.5	11.4	11.5	100.0
Szyszlo	9.0	42.1	22.7	12.8	13.5	100.0
Total	8.0	44.0	21.0	11.8	15.2	100.0

te para describir *grosso modo* el nivel de ingresos y posteriormente, dada la representatividad de la encuesta, extrapolar los resultados para los 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 48% de los visitantes asociados con un nivel económico medio y medio/alto, seguido por la categoría de 6 a 10 focos (44%) que pertenecen a un nivel medio y medio/bajo y por último casi uno de cada 10 visitantes (8%) se ubicó en la categoría de 1 a 5 focos perteneciendo a un nivel bajo de ingresos.

Como se muestra en el cuadro siguiente, las exposiciones más visitadas por aquellos que declaran tener más de 10 focos en sus viviendas son José Saramago (58.1%), Annette Messenger (57.3%) y Marilyn Manson (54.6%). En la categoría de 6 a 10 focos la exposición de Ron Mueck (50.6%) se sitúa por arriba de las otras exposiciones visitadas. En el menor rango (de 1 a 5 focos) la exposición más visitada resultó ser Annette Messenger, con 10%.

Asistencia a espacios y actividades culturales

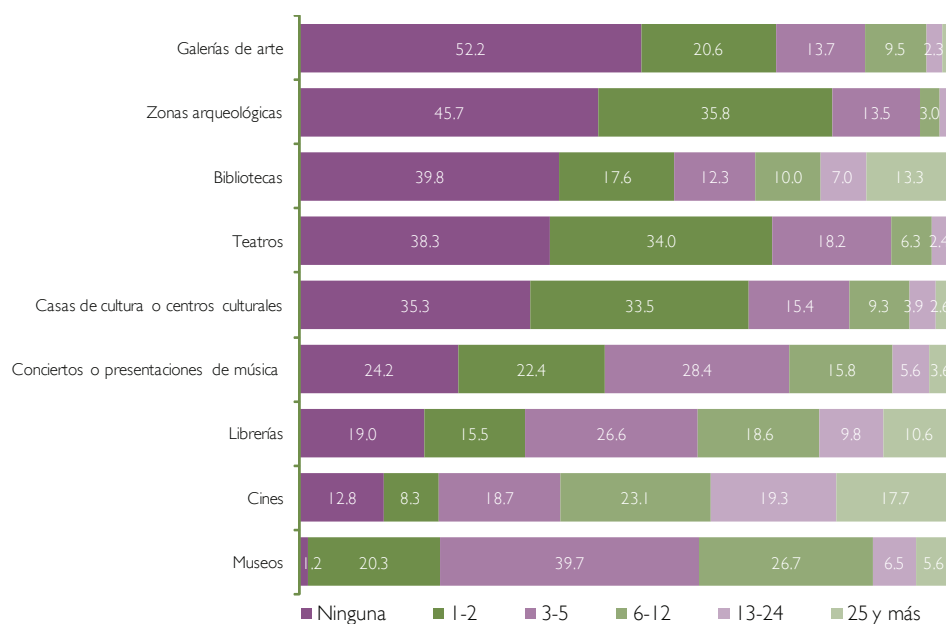
Con respecto a la asistencia a espacios y actividades culturales en los últimos 12 meses, la encuesta arrojó los siguientes resultados: casi la totalidad de los entrevistados (98%) manifestó haber visitado al menos una vez un museo, siendo el espacio cultural con mayor mención de visita; seguido de cines (87.2%) y librerías (81%).

Por otro lado, entre los espacios con mayor inasistencia en los últimos 12 meses se encuentran: las galerías de arte, en donde cinco de cada 10 de los visitantes (52.2%) no asistió alguna vez; para el caso de zonas arqueológicas, la inasistencia fue manifestada por poco más de cuatro de cada 10 de los encuestados (45.7%), en tanto que para bibliotecas la inasistencia se ubicó en 39.8%.

En el siguiente cuadro se puede observar un cruce entre los visitantes a las exposiciones y la frecuencia de asistencia de los últimos 12 meses a los diferentes espacios culturales. Una mayor asistencia a museos se registra entre los visitantes a la exposición Annette Messager, hasta alcanzar 99.5% y José Saramago 99.2% de asistencia de al menos una vez. En tanto que la de menor asistencia en los últimos 12 meses es de Szyszlo, en donde uno de cada 20 de sus visitantes (5%) no asistió ninguna vez.

Resalta que los visitantes a las exposiciones Ron Mueck y Szyszlo registran los porcentajes más altos de no asistencia a los diferentes espacios culturales (museos, cines, conciertos o presentaciones de música, bibliotecas, zonas arqueológicas y galerías de arte), excepto librerías, casas de cultura o centros culturales y teatros. 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



Asistencia a espacios y actividades culturales en los últimos 12 meses (continuación)

Espacios y actividades culturales	Asistencia en los últimos 12 meses	Exposición						Total de visitantes 2011	Porcentaje de asistencia
		Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszló		
Museos	Ninguna	0.5	3.0	0.8	1.1	1.0	5.0	1.2	98.8
	1-2	5.8	9.9	16.5	19.8	24.4	13.4	20.3	
	3-5	34.2	32.3	36.3	39.8	41.9	32.9	39.7	
	6-12	36.5	38.0	26.5	29.3	22.0	32.3	26.7	
	13-24	11.9	10.2	11.5	6.1	4.8	10.4	6.5	
	25 y más	11.2	6.6	8.5	3.9	5.8	6.0	5.6	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Casas de cultura o centros culturales	Ninguna	27.4	33.6	35.3	42.3	31.5	33.8	35.3	64.7
	1-2	22.2	19.1	21.6	32.9	38.6	33.0	33.5	
	3-5	21.5	24.6	20.9	15.7	12.3	19.5	15.4	
	6-12	13.5	13.5	12.3	4.9	11.1	7.6	9.3	
	13-24	6.6	5.2	4.8	2.0	4.9	3.1	3.9	
	25 y más	8.8	4.1	5.1	2.2	1.6	3.0	2.6	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Librerías	Ninguna	8.8	12.5	6.4	24.2	19.2	16.0	19.0	81.0
	1-2	11.4	11.8	12.5	16.4	16.2	15.0	15.5	
	3-5	26.2	23.6	24.0	25.7	28.1	24.0	26.6	
	6-12	30.8	33.7	20.7	18.8	14.6	25.8	18.6	
	13-24	11.2	8.9	19.9	7.9	9.6	9.9	9.8	
	25 y más	11.6	9.4	16.4	7.1	12.4	9.3	10.6	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Bibliotecas	Ninguna	38.4	31.6	31.9	41.2	41.0	42.0	39.8	60.2
	1-2	12.3	11.8	14.4	23.4	15.2	17.4	17.6	
	3-5	13.5	10.7	14.0	13.4	11.4	13.3	12.3	
	6-12	7.9	17.4	14.3	7.6	10.3	10.3	10.0	
	13-24	9.8	14.4	9.9	4.9	6.9	4.2	7.0	
	25 y más	18.1	14.2	15.5	9.5	15.1	12.8	13.3	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Cines	Ninguna	11.4	15.8	8.9	8.8	16.0	14.9	12.8	87.2
	1-2	8.2	7.7	9.8	7.6	8.5	12.5	8.3	
	3-5	19.2	20.9	18.1	21.6	16.3	19.4	18.7	
	6-12	21.0	26.0	22.8	25.4	21.6	18.7	23.1	
	13-24	17.2	18.0	22.4	17.1	20.8	18.2	19.3	
	25 y más	22.9	11.5	18.1	19.5	16.8	16.3	17.7	
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	


Capítulo

2

Conocimiento previo a la visita al museo







Este apartado tiene como objetivo conocer algunos aspectos de los visitantes, tales como si es su primera visita al Museo, la frecuencia con la que asisten, la cantidad de visitas realizadas en los últimos 12 meses, la forma por la cual se enteraron de la existencia del Museo, los medios de transporte utilizados para llegar, tiempo de traslado y otros museos de su preferencia.

Los resultados se presentan desagregados por sexo, edad, escolaridad, ocupación y por exposición temporal, lo que permite hacer reflexiones sobre las necesidades particulares de sus asistentes, enfocándose en cada uno de estos niveles de información.

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 (42.5%) aseguró que sí, es decir, no son visitantes habituales; cabe destacar que para seis de cada 10 visitantes (57.5%) no era la primera vez que acudían al Museo en cuestión, por lo que se observa la conformación de un público asiduo al recinto.

Al desglosar por sexo la asistencia de primera vez al Museo, observamos que las mujeres (44.9%) superan el promedio anual de visitantes no habituales. Por el contrario, los hombres (39.2%) reportaron mayor asistencia en visitantes habituales.

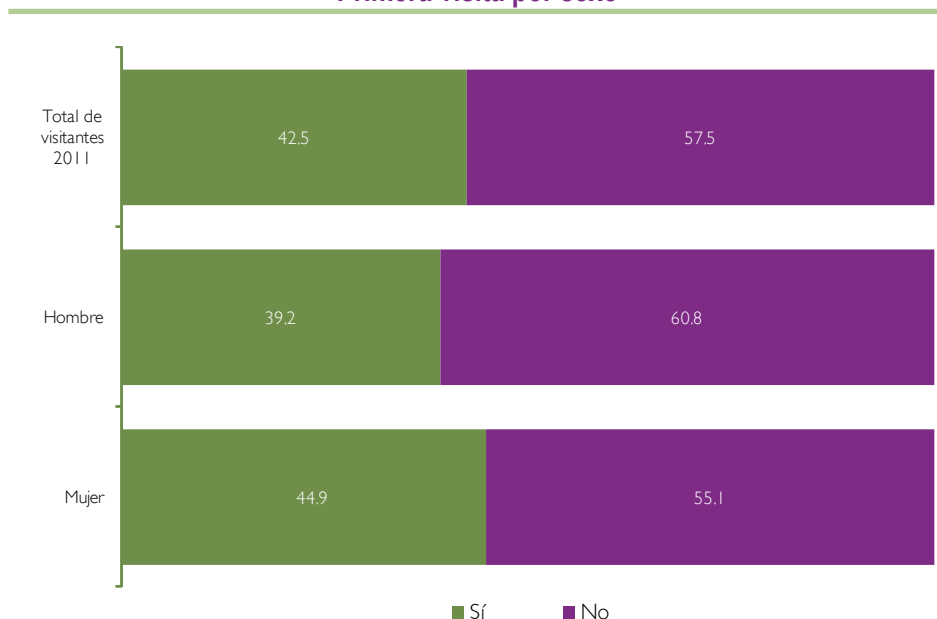
Los mayores niveles de asistencia de primera vez al Museo lo registran los visitantes más jóvenes, entre 15 a 17 años, seguido de 18 a 22 años y los de 31 a 45 años. Por otra parte, el porcentaje más alto del público que ya había asistido al menos alguna vez al Museo, lo alcanzaron los visitantes de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

Primera visita al Museo

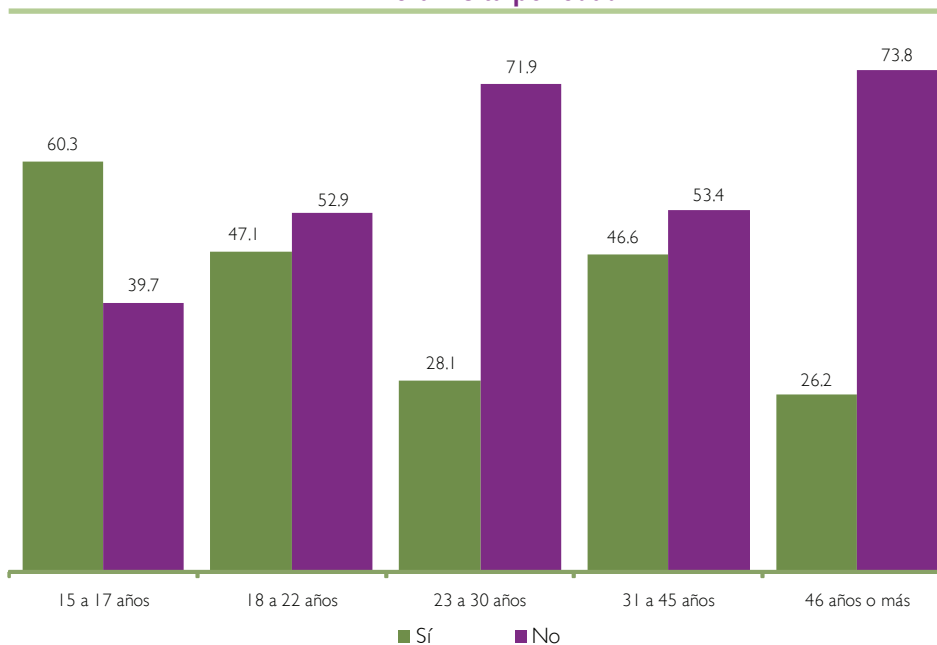
	Total de casos	Sí	No	Total
Total de visitantes 2011	1674	42.5	57.5	100.0
Hombre	660	39.2	60.8	100.0
Mujer	1014	44.9	55.1	100.0
15 a 17 años	254	60.3	39.7	100.0
18 a 22 años	563	47.1	52.9	100.0
23 a 30 años	394	28.1	71.9	100.0
31 a 45 años	263	46.6	53.4	100.0
46 años o más	200	26.2	73.8	100.0
No estudió nada	4	13.1	86.9	100.0
Primaria	10	87.9	12.1	100.0
Secundaria	124	60.2	39.8	100.0
Bachillerato	524	48.9	51.1	100.0
Licenciatura	897	34.0	66.0	100.0
Posgrado	114	24.0	76.0	100.0
Trabaja	555	30.8	69.2	100.0
Trabaja y estudia	143	32.4	67.6	100.0
Desempleado	39	50.9	49.1	100.0
Estudiante	835	49.0	51.0	100.0
Ama de casa	65	79.3	20.7	100.0
Jubilado	37	21.7	78.3	100.0

Cabe resaltar que los adultos (46 años o más) son público habitual (73.8%), mientras que los jóvenes sólo cuentan con cuatro de cada 10 de sus asistentes (39.7%). Con los niveles de asistencia de público entre 15 a 17 años, se considera 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 número de visitantes en los diferentes rangos de edad mayores a los 17 años.

Primera visita por sexo



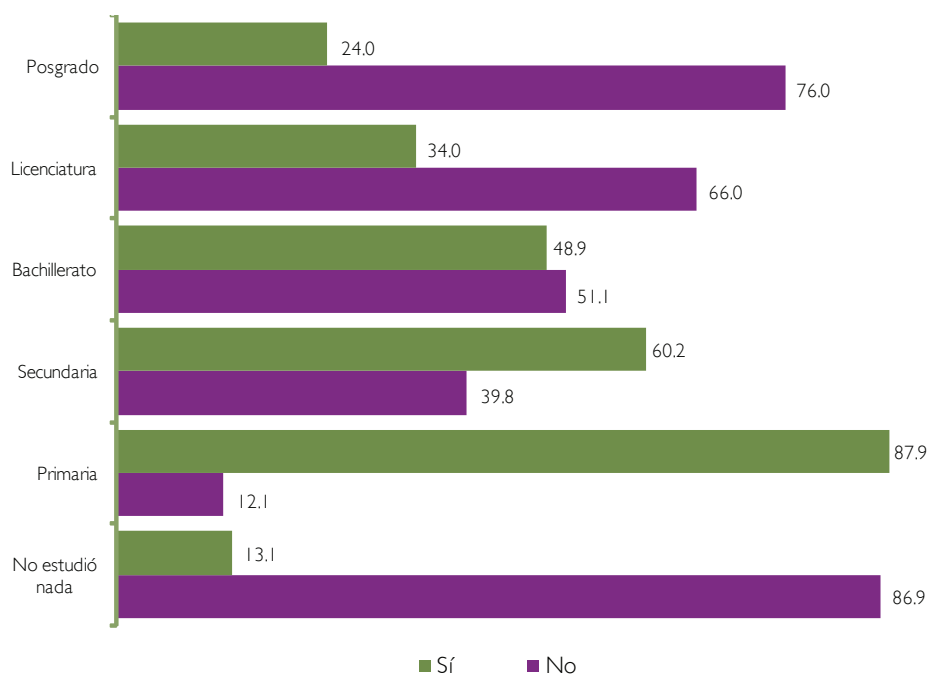
Primera visita por edad



Existe una mayor asistencia de primera visita al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso en los visitantes que cuentan con los niveles de escolaridad primaria, secundaria y bachillerato, los cuales se hallan por arriba del promedio total de visitantes (42.5%). Por otra parte, los niveles de escolaridad de licenciatura y posgrado (66% y 76%, respectivamente) alcanzaron los porcentajes más altos en asistencia habitual.

Coexiste una relación importante entre los niveles de educación y los hábitos de asistencia al Museo, por lo que no deja de ser la escuela un factor importante que promueve la asistencia, pero no hay que omitir que en la familia se transmiten los hábitos más arraigados de la conducta de los individuos. Por ello es importante trabajar conjuntamente con las escuelas en donde las visitas escolares deban incluir a los miembros de la familia de los estudiantes, con el fin de fortalecer esta práctica.

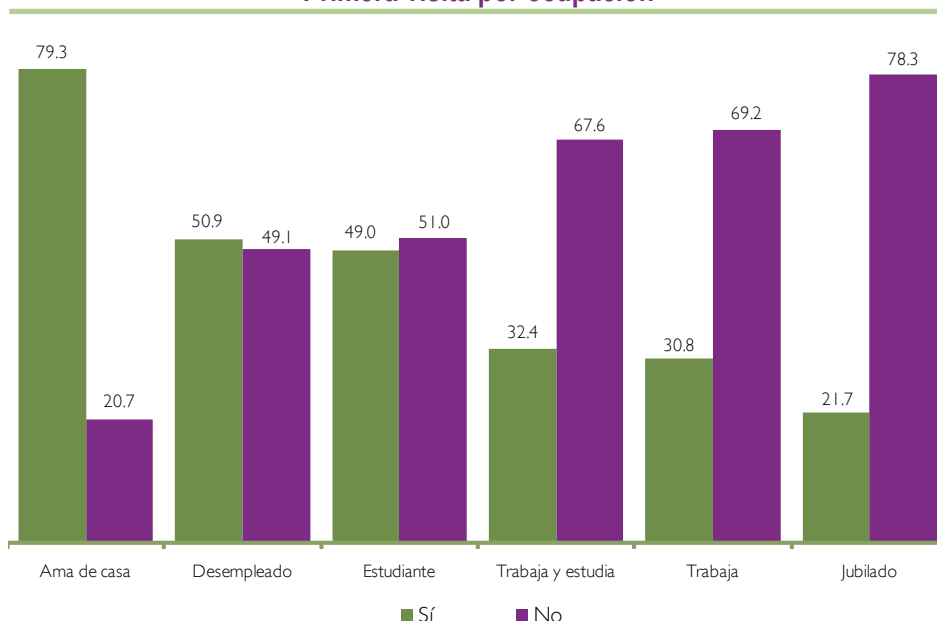
Primera visita por escolaridad



Desagregando la pregunta de primera visita por ocupación nos encontramos que las amas de casa y los desempleados (79.3% y 50.9%, respectivamente), son las ocupaciones que reportaron mayor asistencia de primera vez.

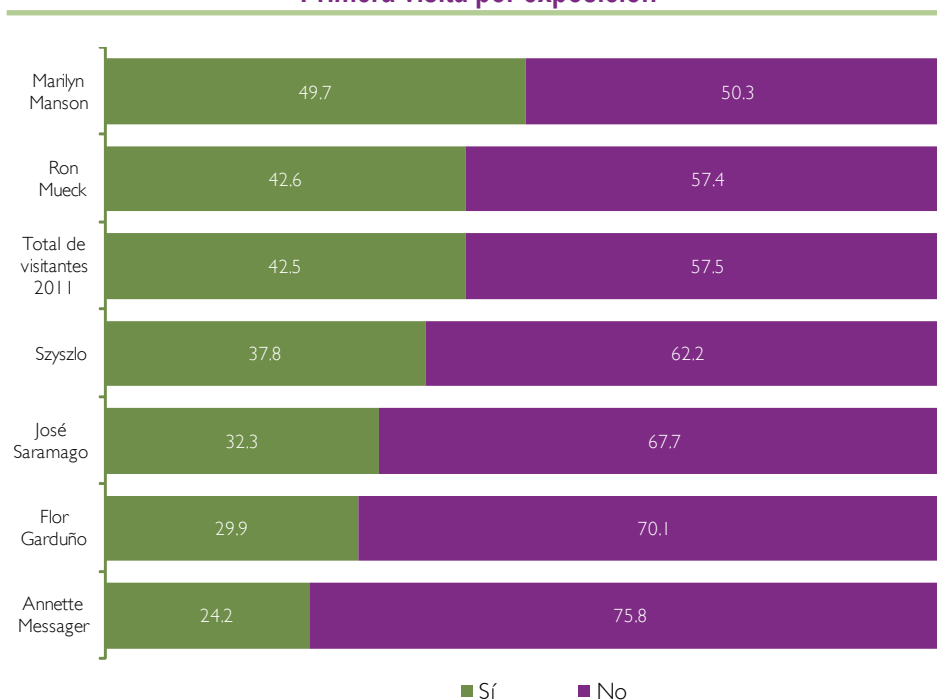
Las ocupaciones con mayor concurrencia habitual son los jubilados (78.3%), seguido del público que trabaja (69.2%) y en un tercer lugar se encuentran los visitantes que trabajan y estudian (67.6%).

Primera visita por ocupación



Por exposición, encontramos que la mitad de los asistentes de Marilyn Manson (49.7%) declararon que era la primera vez que iban al Museo; del mismo modo Ron Mueck reportó 42.6%. Estas exposiciones se encuentran por arriba del promedio anual (42.5%) en asistencia de primera vez. Por otro lado, casi ocho de cada 10 asistentes de Annette Messenger (75.8%) aseguraron haber visitado el Museo con anterioridad; en esa misma condición se ubican los visitantes de Flor Garduño (70.1%) y José Saramago (67.7%).

Primera visita por exposición



Frecuencia de asistencia al Museo

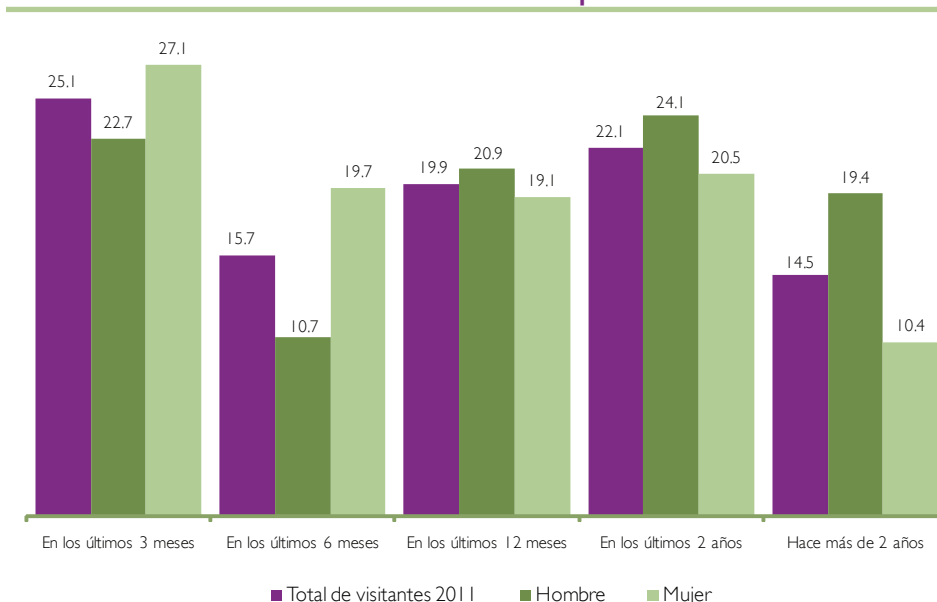
La encuesta contempló el tiempo que tardan los visitantes en asistir nuevamente al Museo. Si bien los rangos de tiempo que se utilizan pueden ser parciales, son útiles para determinar el tipo de público que es más o menos asiduo según la frecuencia con la que asisten. Se consideró que los visitantes que regresan al Museo en un tiempo no mayor de un año es un público asiduo y los asistentes que lo hacen en un tiempo mayor de un año representan a los visitantes menos asiduos. Considerando la población total del Museo, se puede determinar que el público del Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso está constituido por una tercera parte de visitantes asiduos (34.9%), una quinta parte de visitantes no asiduos (22.6%) y 42.5% de público de primera vez.

Al desagregar la pregunta por el público que fue con anterioridad al Museo (57.5%) y no contemplar a los visitantes de primera vez, los resultados fueron los siguientes: seis de cada 10 visitantes que ya habían ido al Museo representan un público asiduo (60.7%) y cuatro de cada 10 visitantes corresponde a un público no asiduo (39.3%).

Frecuencia de asistencia al Museo

	Total de casos	En los últimos 3 meses	En los últimos 6 meses	En los últimos 12 meses	En los últimos 2 años	Hace más de 2 años	No recuerda	Total
Total de visitantes 2011	1053	25.1	15.7	19.9	22.1	14.5	2.7	100.0
Hombre	423	22.7	10.7	20.9	24.1	19.4	2.2	100.0
Mujer	630	27.1	19.7	19.1	20.5	10.4	3.1	100.0
15 a 17 años	94	35.5	28.0	18.5	5.8	3.7	8.4	100.0
18 a 22 años	348	26.4	11.0	15.4	26.1	18.4	2.6	100.0
23 a 30 años	278	22.5	11.3	14.3	35.2	15.1	1.6	100.0
31 a 45 años	184	17.6	14.5	27.9	17.1	19.6	3.3	100.0
46 años o más	149	26.3	27.4	35.2	3.9	6.9	0.3	100.0
No estudió nada	2			100.0				100.0
Primaria	3	80.4			19.6			100.0
Secundaria	49	35.4	16.8	21.3	13.6	5.4	7.4	100.0
Bachillerato	253	27.0	22.2	10.9	16.8	19.7	3.4	100.0
Licenciatura	650	21.2	12.9	24.4	26.5	12.9	2.0	100.0
Posgrado	95	39.4	9.4	19.0	15.9	16.3		100.0
Trabaja	399	19.7	10.3	25.4	27.9	14.4	2.4	100.0
Trabaja y estudia	97	38.5	16.3	17.7	13.9	12.4	1.2	100.0
Desempleado	26	39.5	4.3	32.1	6.9	17.2		100.0
Estudiante	470	27.5	15.2	16.5	21.3	15.8	3.7	100.0
Ama de casa	32	45.3	8.3	13.5	19.1	13.8		100.0
Jubilado	29	10.6	79.0	5.8	1.3	3.4		100.0

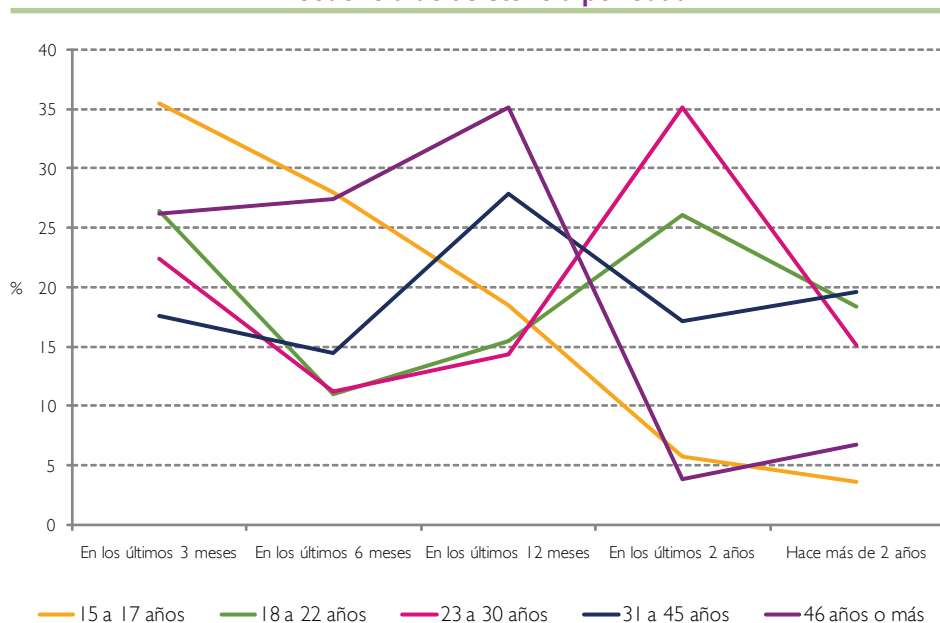
Frecuencia de asistencia por sexo



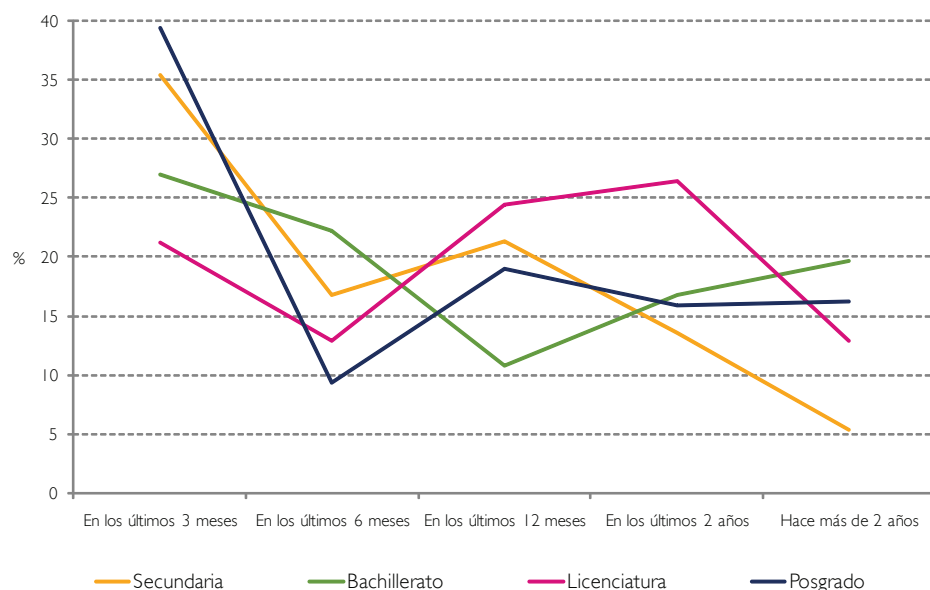
Al desagregar por sexo la frecuencia de asistencia, observamos que las mujeres (65.9%) superan el promedio anual de visitantes asiduos (60.7%). Por el contrario, los hombres (45.7%) reportaron mayores visitantes no asiduos en el Museo.

Los mayores niveles de visitantes asiduos lo registran los adultos de 46 años y más (88.9%) y los jóvenes de 15 a 17 años (82%). Por otra parte, el porcentaje más alto del público no asiduo lo alcanzan los visitantes de 23 a 30 años (51.9%), seguido de los de 18 a 22 años (47.1%) y los de 31 a 45 años (40%).

Frecuencia de asistencia por edad

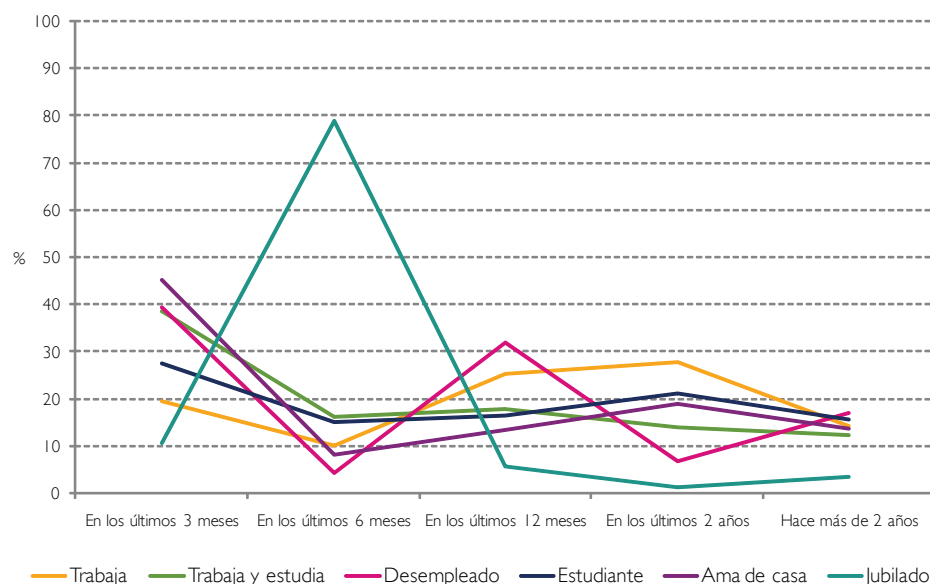


Frecuencia de asistencia por escolaridad



Existe una mayor proporción de público asiduo en los visitantes que cuentan con los niveles de escolaridad de secundaria (73.6%) y posgrado (67.8%), los cuales se hallan por arriba del promedio total de visitantes asiduos (60.7%). Por otra parte, los niveles de escolaridad de licenciatura y bachillerato (41.4% y 39.9%, respectivamente) alcanzaron los porcentajes más altos en asistentes no asiduos.

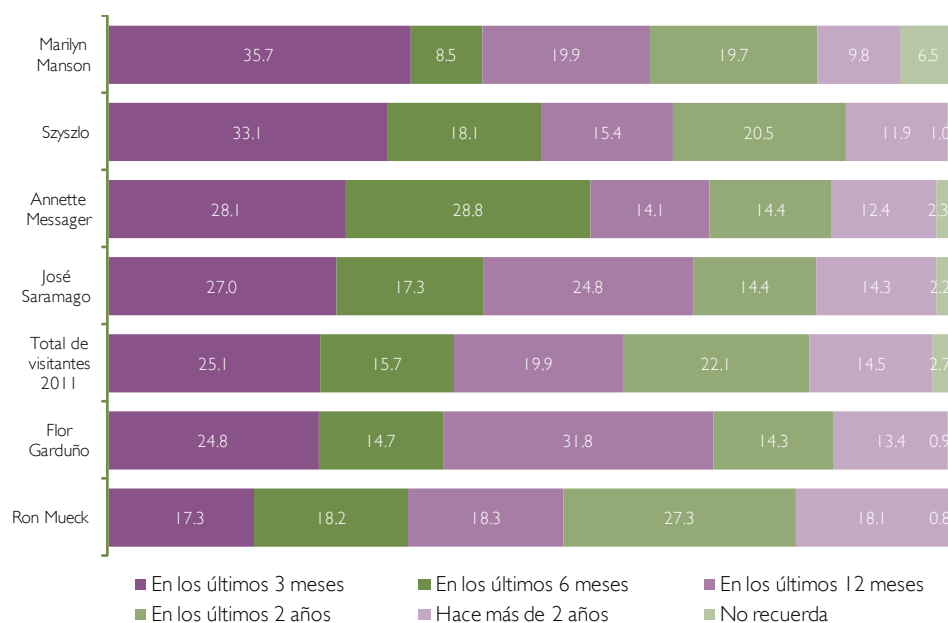
Frecuencia de asistencia por ocupación



Aunque la muestra es pequeña, se observa que casi 100 por ciento del público jubilado (95.4%) que asistió al Museo reveló ser visitante asiduo; de la misma manera los desempleados (75.9%) ocuparon el segundo lugar de proporción. Se puede percibir que el Museo es atractivo para este tipo de público, que cuenta con más tiempo libre que el resto de los visitantes de otras ocupaciones. El tiempo libre no está relacionado con la asistencia al Museo, pero en este caso caracterizó a un público asiduo.

Por exposición, encontramos que siete de cada 10 asistentes de Flor Garduño (71.4%) y Annette Messager (71%) declararon ser visitantes asiduos; del mismo modo, para la de José Saramago se reportó 69.1%. Por otra parte, casi cinco de cada 10 asistentes de Ron Mueck (46.2%) son visitantes no asiduos; en esa misma condición se ubican los visitantes de Marilyn Manson (36%) y Szyszlo (33.4%).

Frecuencia de asistencia por exposición



Cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses

Este instrumento no solo detectó el porcentaje de público asiduo (34.9%) sino que también captó la cantidad de visitas que realizó este tipo de público en los últimos 12 meses. Siete de cada 10 de sus visitantes (75.9%) frecuentaron de una a 12 veces el Museo en un año. Casi una quinta parte (18.8%) no recordó la cantidad de veces que asistió al Museo, esto se puede adjudicar a diferentes causas como son el que el informante hubiera sesgado su respuesta del apartado anterior (frecuencia de asistencia) y por ello no tuvo un parámetro de referencia para contestar, o que en realidad los visitantes no pudieron recordar la cantidad de veces que asistieron por haber asistido en múltiples ocasiones.

Solo uno de cada 20 visitantes asiduos (5.3%) asistió al Museo más de 13 veces en los últimos 12 meses.

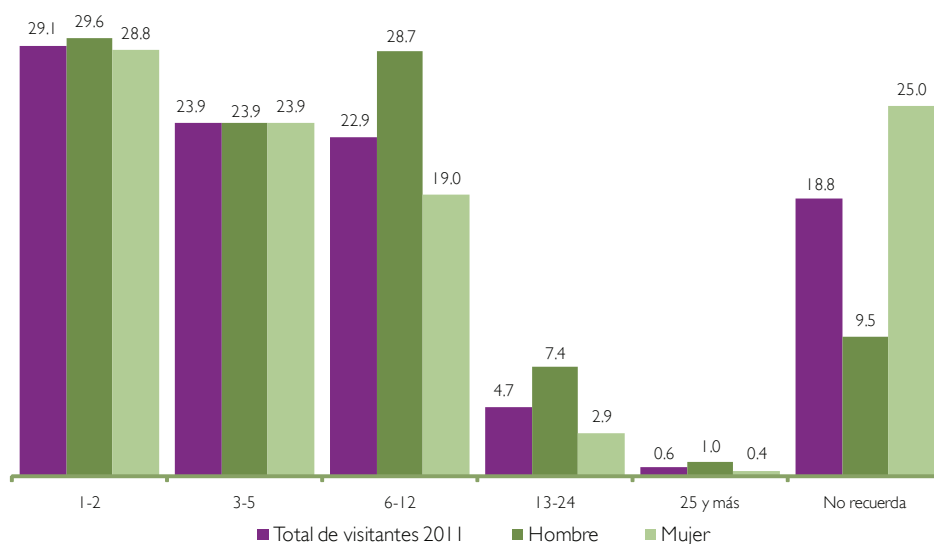
Por sexo, se descubrieron ligeras diferencias entre hombres y mujeres en los rangos de visita de 1-2 y 3-5; existe una diferencia marcada a partir de las seis visitas en adelante, en donde los hombres (37.1%) obtuvieron mayor porcentaje que las mujeres (22.1%). Además son las mujeres (25%) las que alcanzaron mayor incidencia en no recordar las veces que concurrieron al Museo en último año.

Cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses

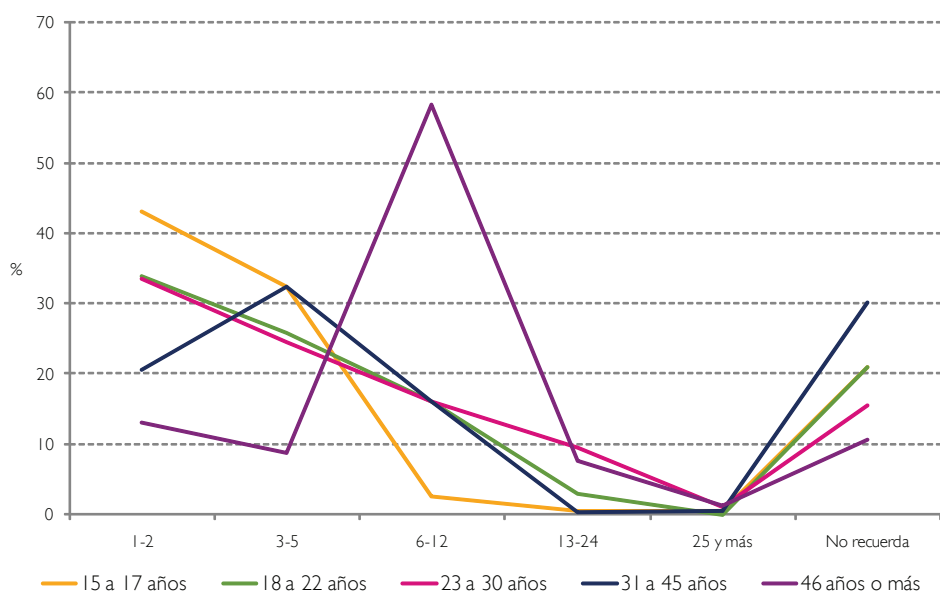
	Total de casos	1-2	3-5	6-12	13-24	25 y más	No recuerda	Total
Total de visitantes 2011	715	29.1	23.9	22.9	4.7	0.6	18.8	100.0
Hombre	286	29.6	23.9	28.7	7.4	1.0	9.5	100.0
Mujer	429	28.8	23.9	19.0	2.9	0.4	25.0	100.0
15 a 17 años	70	43.1	32.5	2.5	0.5	0.5	20.9	100.0
18 a 22 años	243	34.0	26.0	16.1	2.9		21.1	100.0
23 a 30 años	181	33.6	24.5	16.1	9.4	1.0	15.4	100.0
31 a 45 años	103	20.6	32.4	16.0	0.3	0.6	30.1	100.0
46 años o más	118	13.1	8.8	58.3	7.8	1.3	10.7	100.0
No estudió nada	2		70.3				29.7	100.0
Primaria	2	100.0						100.0
Secundaria	34	38.8	21.2	2.6	2.2		35.2	100.0
Bachillerato	176	26.8	29.9	28.4	1.5	0.6	12.8	100.0
Licenciatura	439	28.9	22.4	23.8	6.6	0.7	17.6	100.0
Posgrado	61	21.5	12.2	19.7	6.6	1.2	38.8	100.0
Trabaja	259	20.2	22.7	28.6	7.4	1.1	20.1	100.0
Trabaja y estudia	67	27.9	15.8	19.6	1.9	1.9	33.0	100.0
Desempleado	19	16.6	36.5	2.6	6.5		37.8	100.0
Estudiante	327	39.1	28.7	11.6	3.6		17.0	100.0
Ama de casa	19	43.8	17.0	35.2	3.9			100.0
Jubilado	24	13.3	5.5	78.5	0.2	1.3	1.2	100.0

Los jóvenes de 15 a 17 años son los que reportaron una proporción mayor que el resto de los visitantes en torno a la cantidad de visitas realizadas al Museo en los últimos 12 meses, tres cuartas partes de estos visitantes (75.6%) declararon ir de una a cinco veces, mientras que los visitantes de 46 años o más (67.7%) se situaron por arriba del promedio total de visitantes con una afluencia mínima de seis veces en el año.

Cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses por sexo



Cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses por edad



Los visitantes con más escolaridad son los que reportaron mayor cantidad de asistencia al Museo en los últimos 12 meses, en tanto que los visitantes con menos escolaridad son los que reportaron mayor proporción de no asistencia al Museo. Se pueden observar los dos extremos en la siguiente gráfica, en donde cuatro de cada 10 visitantes de secundaria (38.8%) manifestaron haber ido al Museo de una a dos veces, en tanto que tres de cada 10 visitantes de bachillerato (28.4%) fueron entre 6-12 veces al Museo.

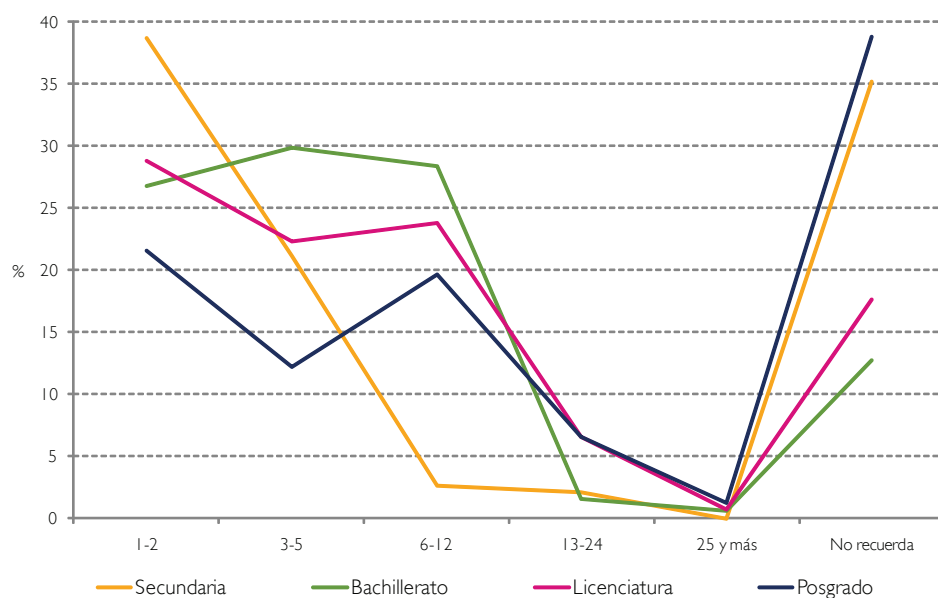
Desagregando por ocupación la cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses, nos encontramos que las amas de casa y los estudiantes (43.8% y 39.1%, respectivamente), son las ocupaciones que reportaron mayor asistencia en el rango 1-2 veces en el año.

Las ocupaciones con mayor concurrencia al Museo en el rango de 6-12 veces en el año se da por parte de los jubilados (78.5%), seguido del público que es ama de casa (35.2%) y en un tercer lugar se encuentran los visitantes que trabajan (28.6%).

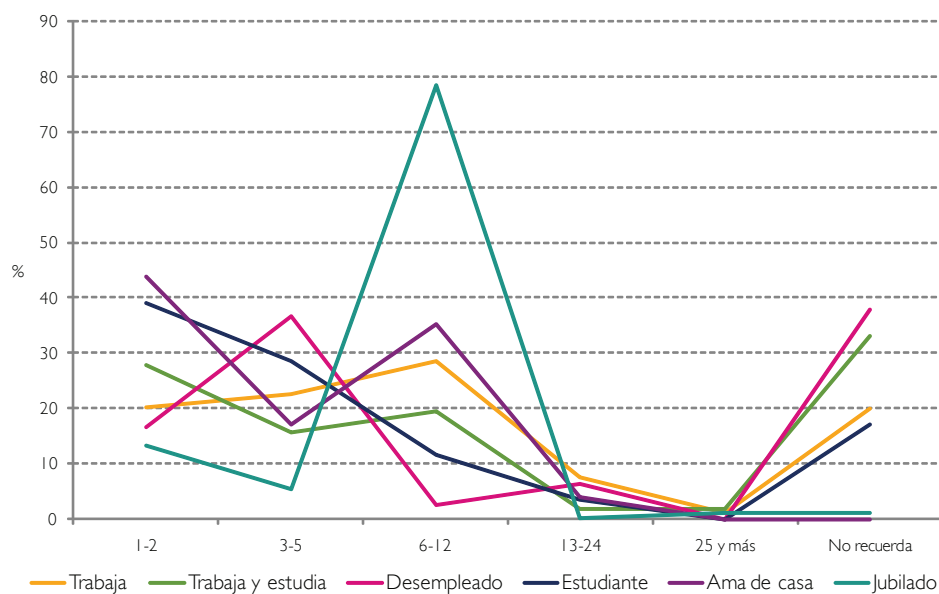
Por exposición, encontramos que más de la mitad de los asistentes asiduos de Szyszlo (59.9%) declararon haber ido al Museo entre 1-2 veces en el año; del mismo modo los visitantes de Annette Messenger reportaron 55.1% y los de Flor Garduño 46.7%.

Los visitantes de Ron Mueck son los que reportaron mayor concurrencia al Museo, con una asistencia mínima de seis veces al año. Por otro lado, cuatro de cada 10 asistentes asiduos de Marilyn Manson (39.5%) aseguraron no recordar la cantidad de veces que visitaron el Museo con anterioridad.

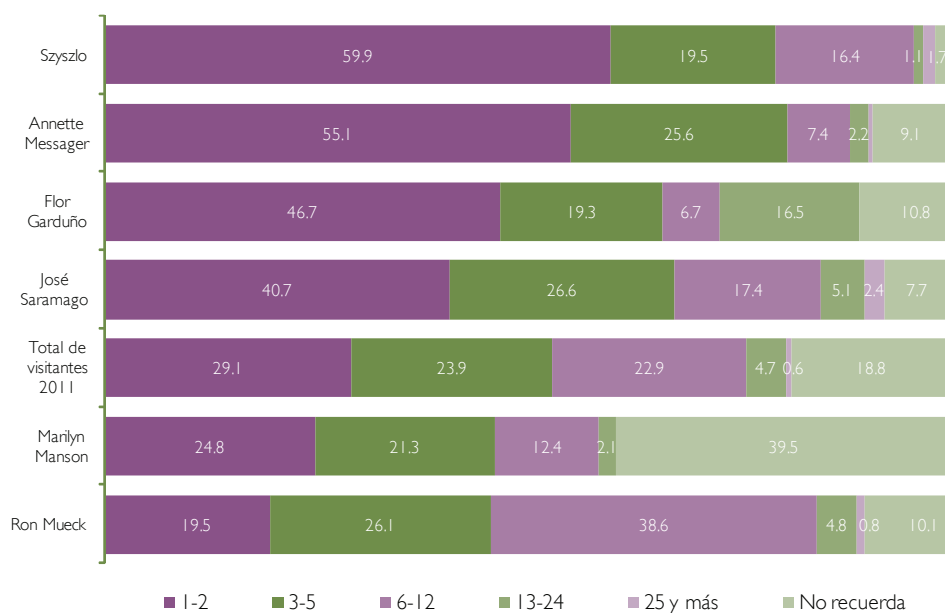
Cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses por escolaridad



Cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses por ocupación



Cantidad de visitas al Museo en los últimos 12 meses por Museo



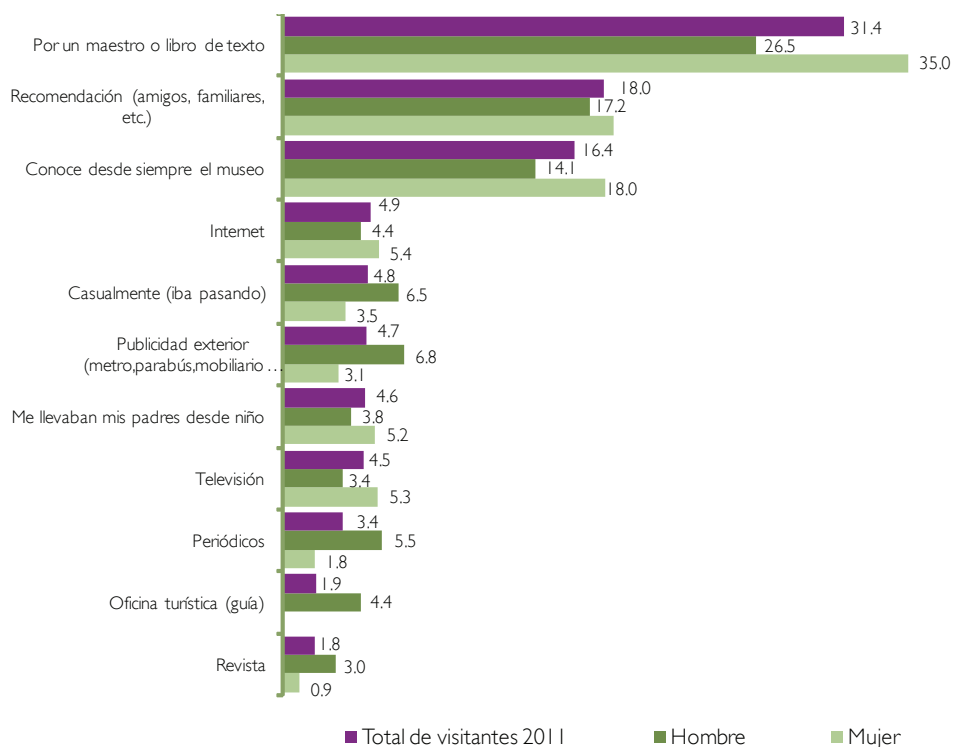
Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo

Dentro de los objetivos del estudio se encuentra conocer cómo se enteraron los visitantes de la existencia del Museo. De manera global casi una tercera parte de los visitantes (31.4%) aseveró conocer el Museo por un maestro o libro de texto; 18% dijo conocer el espacio por recomendación (amigos, familiares, etc.), y más de uno de cada 10 (16.4%) afirmó conocer desde siempre el Museo. Si se considera al 4.8% de los visitantes que expresaron conocer el Museo porque casualmente iban pasando y al 4.6% que fueron llevados por sus padres cuando eran niños, se infiere que tres cuartas partes del público (75.1%) aludió haberse enterado de la existencia del Museo por algunos de estos modos, los cuales posiblemente tuvieron visitas satisfactorias.

Una sexta parte de los visitantes (16.8%) se enteró de la existencia del Museo debido a algún medio de comunicación, internet (4.9%), televisión (4.5%), periódico (3.4%), revista (1.8%), radio (1.4%) y redes sociales (facebook, twitter, hi5, myspace, etc.)(0.8%).

Al desglosar por sexo la forma de enterarse de la existencia del Museo, nos encontramos que las mujeres se situaron por arriba de los hombres y del promedio total de visitantes en conocer al Museo por un maestro o libro de texto (35%), seguido de la opción de recomendación (amigos, familiares, etc.) (18.5%) y como tercera opción se encuentra conocerlo desde siempre (18%).

Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo por sexo



Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo

	Total de casos	Por un maestro o libro de texto	Recomendación (amigos, familiares, etc.)	Conoce desde siempre el Museo	Internet	Casualmente (iba pasando)	Publicidad exterior	Me llevaban mis padres desde niño	Televisión	Periódicos	Oficina turística (guía)	Revista	Radio	Impresos (folletos, carteles, volantes)	Redes sociales (facebook, twitter, etc.)	Otra	Total
Total de visitantes 2011	1674	31.4	18.0	16.4	4.9	4.8	4.7	4.6	4.5	3.4	1.9	1.8	1.4	0.9	0.8	0.6	100.0
Hombre	660	26.5	17.2	14.1	4.4	6.5	6.8	3.8	3.4	5.5	4.4	3.0	1.7	1.1	1.0	0.8	100.0
Mujer	1014	35.0	18.5	18.0	5.4	3.5	3.1	5.2	5.3	1.8		0.9	1.1	0.8	0.8	0.5	100.0
15 a 17 años	254	54.8	19.7	1.1	5.8	4.2	0.2	3.1	4.8	0.4	0.2	0.8	2.0	0.1	2.4	0.5	100.0
18 a 22 años	563	24.6	23.3	15.0	5.0	6.5	9.6	6.3	3.3	2.3	0.2	1.3	1.1	0.7	0.6	0.0	100.0
23 a 30 años	394	33.0	13.5	18.5	4.5	4.3	3.6	5.2	3.9	8.5		1.1	1.4	2.1	0.3	0.1	100.0
31 a 45 años	263	41.9	9.4	19.2	7.8	4.4	1.4	2.9	4.4	1.8		2.8	0.8	0.8	1.3	1.2	100.0
46 años o más	200	3.1	17.6	35.1	0.5	0.8	0.7	2.0	9.7	2.7	16.9	5.1	1.9	0.7		3.2	100.0
No estudió nada	4	71.6	28.4														100.0
Primaria	10	92.4	1.6	0.6		3.0			2.4								100.0
Secundaria	124	50.6	15.3	2.6	4.1	6.3	0.5	6.1	7.0	1.2		1.1	4.7			0.5	100.0
Bachillerato	524	27.4	24.2	11.0	6.4	2.6	9.2	5.6	6.4	2.6	0.1	1.4	0.7	0.4	1.7	0.3	100.0
Licenciatura	897	28.5	15.1	22.4	4.3	6.2	2.7	3.8	3.1	4.6	3.6	1.9	1.1	1.3	0.6	0.8	100.0
Posgrado	114	10.6	19.0	33.2	6.3	1.0	6.3	5.1	0.5	1.4		7.8	3.0	4.3		1.5	100.0
Trabaja	555	26.7	13.5	17.7	5.0	3.9	4.0	4.3	3.6	7.9	5.6	3.4	1.5	1.3	0.6	1.1	100.0
Trabaja y estudia	143	30.9	30.9	14.8	2.2	4.8	2.3	4.1	3.4	1.5	0.8	1.1	1.4	1.5			100.0
Desempleado	39	28.8	18.9	23.1	1.6	3.8	3.0	0.7	16.1		1.0	2.5				0.6	100.0
Estudiante	835	34.2	20.2	12.8	5.7	6.0	6.2	5.7	3.4	1.3		1.1	1.3	0.8	1.3	0.2	100.0
Ama de casa	65	55.7	10.2	10.7	4.9	0.5			14.4	1.3		0.5	0.5	0.6		0.6	100.0
Jubilado	37	2.7	9.5	67.7		0.1		0.2	11.2	1.0			2.9			4.9	100.0

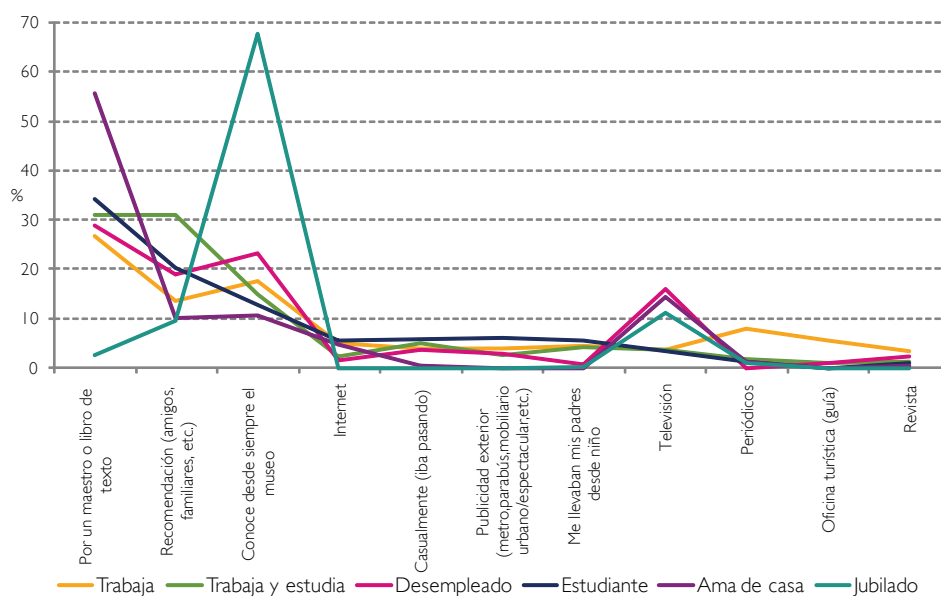
Uno de cada 20 visitantes hombres (4.4%) mencionaron haberse enterado de la existencia del Museo por alguna oficina turística, cabe destacar que los hombres fueron los únicos que hicieron referencia a este medio.

Un poco más de cinco de cada 10 visitantes de 15 a 17 años (54.8%) expresaron conocer el Museo gracias a un maestro o libro de texto, situándose muy por arriba del promedio total de los visitantes (31.4%); por la recomendación de algún amigo o familiar, tuvo mayor incidencia en el público de 18 a 22 años (23.3%); los visitantes de 46 años o más obtuvieron mayor proporción en conocer desde siempre el Museo.

Es curioso observar que a pesar de que las redes sociales (facebook, twitter, hi5, myspace entre otras) están en auge entre los jóvenes, sólo 2.4% del público de 15 a 17 años se enteró de la existencia del Museo por ese medio, siendo también el porcentaje más alto en el resto de los visitantes, incluso el público de 46 años o más no registró ninguna mención.

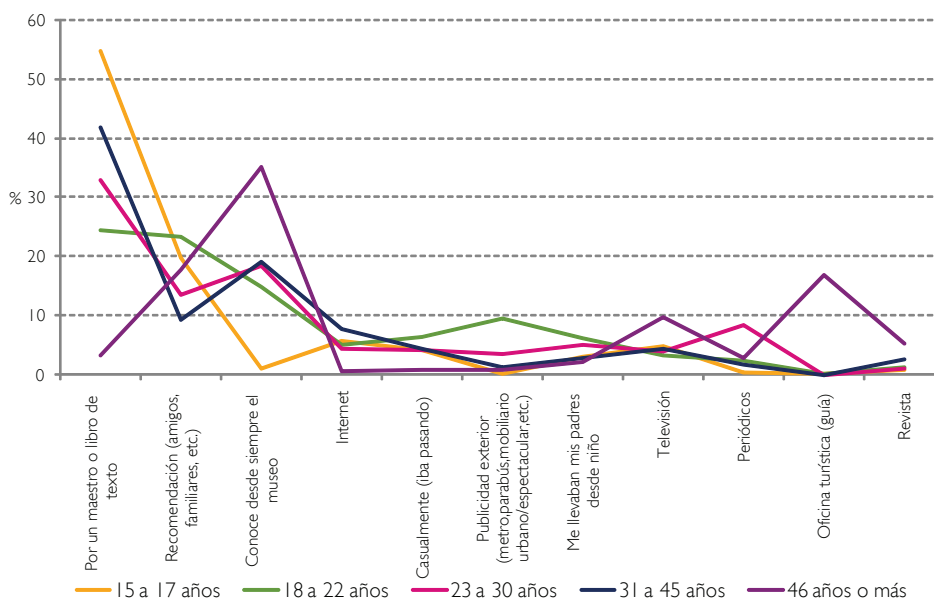
Los resultados muestran que los visitantes que cuentan con mayor nivel de escolaridad (licenciatura y posgrado) son los que reportaron mayor porcentaje en conocer desde siempre el Museo, debido a que han integrado al recinto dentro de sus prácticas culturales. Los visitantes que cuentan con bachillerato muestran mayor consideración en tomar en cuenta las recomendaciones de los familiares o amigos, lo que influye directamente en su asistencia al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso que el resto de los visitantes de otras escolaridades.

Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo por ocupación

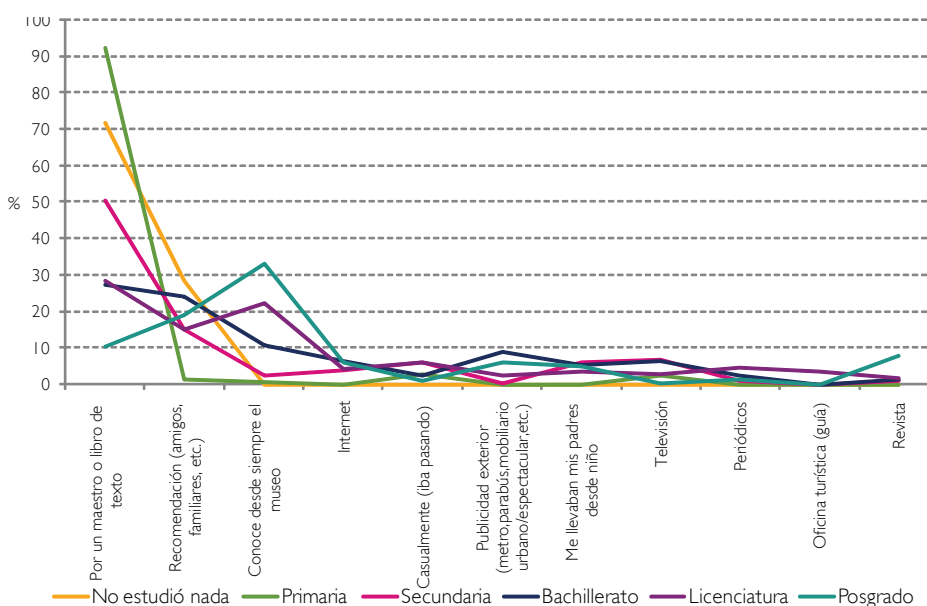


Existe una diferencia notoria entre el público que es ama de casa y jubilados en relación a su principal forma de enterarse de la existencia del Museo. Para las amas de casa la principal forma de enterarse fue debido a un maestro o libro de texto (55.7%), mientras que para los jubilados fue porque lo conocían desde siempre (67.7%).

Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo por edad



Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo por ocupación

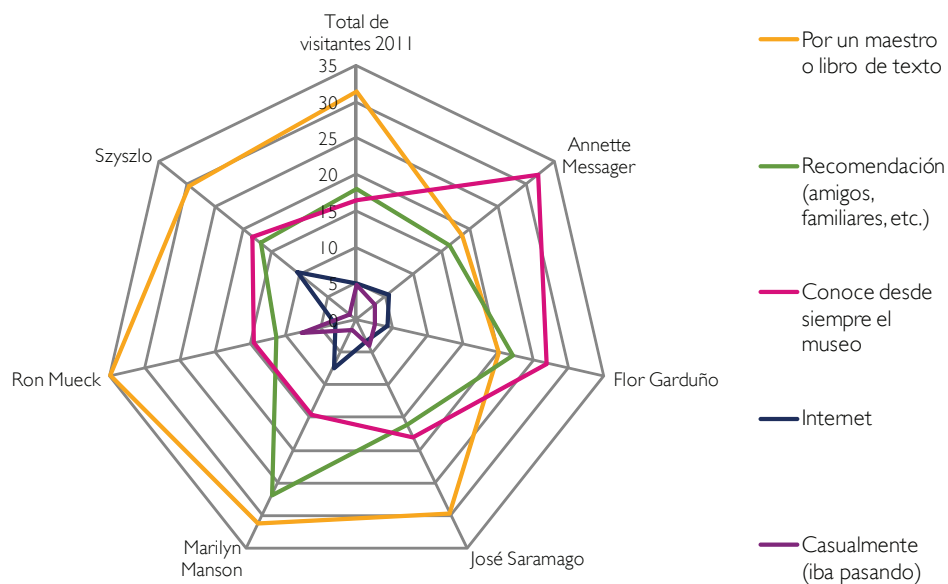


En la exposición de Annette Messenger se detectaron más asistentes que conocían desde siempre el Museo (31.9%), mientras que para los visitantes que fueron a Ron Mueck la principal forma de conocerlo fue por medio de un maestro o libro de texto (34.8%) y casi tres de cada 10 visitantes de Marilyn Manson (26.9%) lo hizo gracias a una recomendación (amigos, familiares, etc.).

El público que asistió a la exposición de Szyszlo presentó mayor proporción en enterarse de la existencia del Museo por medio de internet (10.5%), en tanto que los visitantes de José Saramago se enteraron porque los llevaban sus padres desde niños (9.9%).

A diferencia de todos los demás visitantes que asistieron a otras exposiciones, los visitantes de Marilyn Manson son los únicos que se enteraron de la existencia del Museo a través de alguna red social (2.5%).

Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo por exposición



Forma por la cual se enteró de la existencia del Museo por exposición

Medios	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
Por un maestro o libro de texto	18.6	20.1	29.5	31.1	34.8	29.4	31.4
Recomendación (amigos, familiares, etc.)	16.4	22.1	16.1	26.9	11.5	16.9	18.0
Conoce desde siempre el Museo	31.9	26.8	17.9	14.4	14.4	18.3	16.4
Internet	5.6	4.3	3.2	7.5	3.1	10.5	4.9
Casualmente (iba pasando)	3.2	2.5	3.9	1.6	7.8	1.2	4.8
Publicidad exterior (Metro, parabús, mobiliario urbano/ espectacular, etc.)	2.8	2.6	4.5	3.8	6.0	2.1	4.7
Me llevaban mis padres desde niño	2.9	4.5	9.9	1.9	6.2	2.3	4.6
Televisión	5.7	1.0	2.5	4.2	5.4	2.6	4.5
Periódicos	4.5	2.3	3.7	1.1	5.0	3.7	3.4
Oficina turística (guía)		0.4		0.2	3.8		1.9
Revista	2.0	6.9	2.3	2.3	0.5	4.9	1.8
Radio	1.5	1.7	4.6	2.0	0.4	1.2	1.4
Impresos (folletos, carteles, volantes)	3.5	2.2	1.3	0.5	0.7	2.0	0.9
Redes sociales (facebook, twitter, etc.)				2.5			0.8
Otra	1.5	2.5	0.6		0.5	4.7	0.6
Total	100.0	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 citado un solo transporte o varios, según fuera el caso.

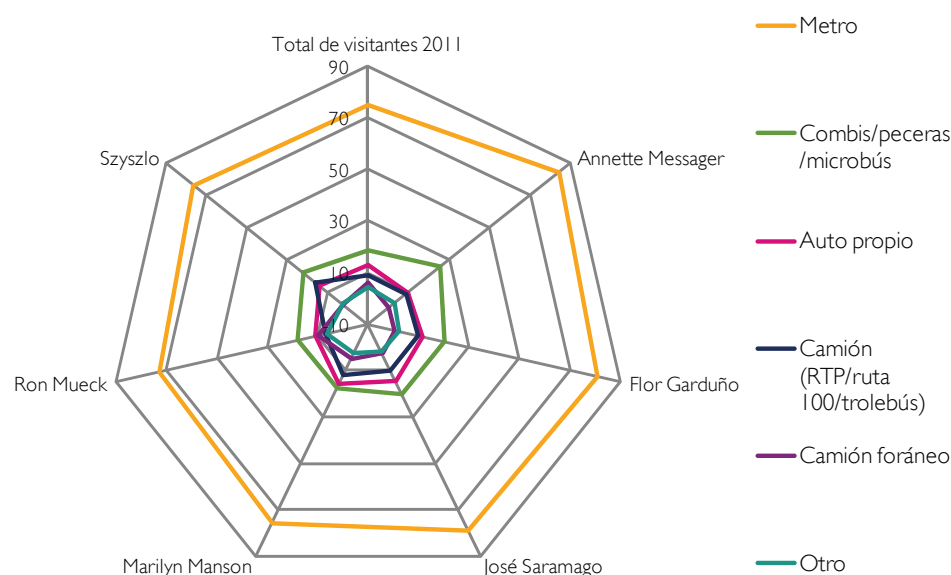
Tres cuartas partes de los visitantes (75.2%) mencionaron utilizar el Metro como principal medio de transporte utilizado para llegar al Museo; el segundo lugar lo ocuparon las combis/microbús, con casi dos de cada 10 asistentes (18.7%), y un poco más de uno de cada 10 visitantes (12.9%) se transportó al Museo en un camión (RTP/trolebús).

Los visitantes que asistieron a la exposición Annette Messenger utilizaron más el Metro (84.5%) y las combis/microbús (25.8%), por encima del resto de los visitantes de otras exposiciones. Se encontraron diferencias notorias en los otros

Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) para llegar al Museo por exposición

	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
E	84.5	81.0	78.6	75.6	72.7	76.3	75.2
Combis/microbús	25.8	20.7	20.3	17.6	18.2	22.2	18.7
Auto propio	9.5	11.6	14.3	15.8	11.1	13.8	12.9
Camión (RTP/trolebús)	9.2	9.9	10.1	12.0	6.7	16.0	9.3
Camión foráneo	0.3	0.3	2.5	5.0	9.7	2.1	6.5
Otro	3.2	2.6	2.0	2.4	6.4	2.6	4.3
Taxi	2.3	1.0	3.2	4.9	1.4	4.8	2.8
Metrobús	0.6	1.8	3.7	3.9	1.9	4.7	2.7
Tren ligero	1.4	0.6	0.3	0.6	0.6		0.6
Tren suburbano	2.7	0.7	1.6	0.4	0.1	1.7	0.5
Motocicleta		0.2	0.3	0.9			0.3
Bicicleta	0.3		0.3			0.2	0.0

Medio(s) de transporte(s) utilizado(s) para llegar al Museo por exposición



medios de transporte y los visitantes de cada exposición; una sexta parte de los visitantes de Szyszo (16%) utilizaron el camión (RTP/trolebús) para llegar al Museo, superando a todas las demás exposiciones; del mismo modo, uno de cada 10 asistentes de Ron Mueck (9.7%) utilizó camión foráneo.

Tiempo de traslado al Museo

La encuesta también indagó acerca del tiempo que tardaron los visitantes en llegar al Museo desde el lugar en donde viven o donde se hospedaban si

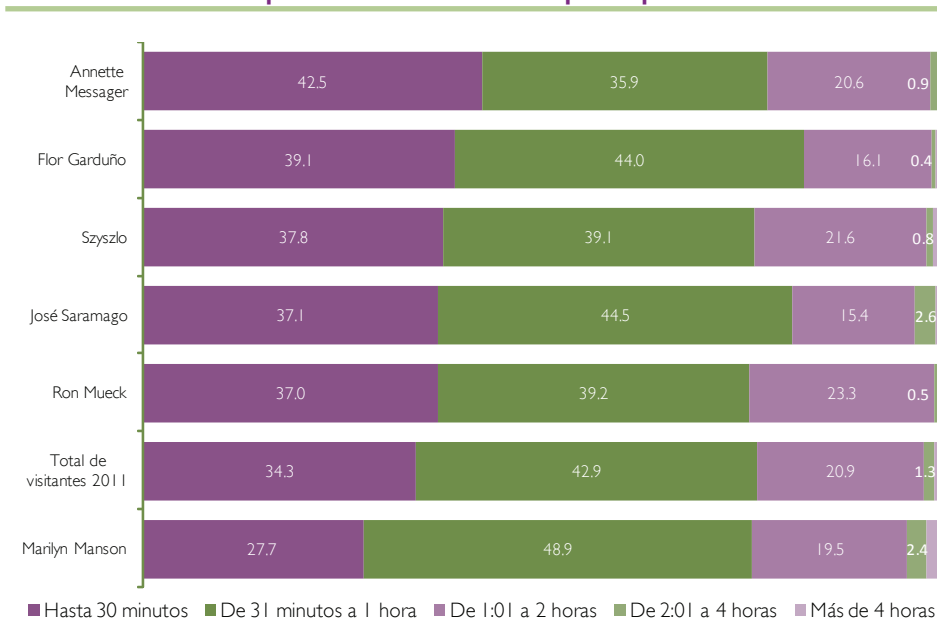
fuera el caso. Esta información cruzada con los medios de transporte, sirve para identificar los lugares de mayor impacto visual para colocar la publicidad impresa del Museo.

Casi tres cuartas partes de los visitantes (77.2%) reportaron haberse tardado en llegar al Museo un máximo de una hora, esto significa que la ubicación del Museo es adecuada para este público, o que los medios de transporte facilitan su afluencia; el 22.8% de los visitantes reportó un tiempo mayor al de una hora. El público de Annette Messenger (42.5%) es el que reportó mayor porcentaje en realizar el menor tiempo de traslado al Museo (hasta 30 minutos), casi la mitad de los visitantes de Marilyn Manson (48.9%) reportaron un rango de tiempo de 31 minutos a una hora y los visitantes de Ron Mueck (23.8%) son los que reportaron mayor tiempo de traslado para llegar al Museo (de 1:01 o más) que el resto de los visitantes de otras exposiciones.

Tiempo de traslado al Museo por exposición

	Hasta 30 minutos	De 31 minutos a 1 hora	De 1:01 a 2 horas	De 2:01 a 4 horas	Más de 4 horas	Total
Annette Messenger	42.5	35.9	20.6	0.9		100.0
Flor Garduño	39.1	44.0	16.1	0.4	0.4	100.0
José Saramago	37.1	44.5	15.4	2.6	0.3	100.0
Marilyn Manson	27.7	48.9	19.5	2.4	1.4	100.0
Ron Mueck	37.0	39.2	23.3	0.5		100.0
Szyszlo	37.8	39.1	21.6	0.8	0.7	100.0
Total	34.3	42.9	20.9	1.3	0.5	100.0

Tiempo de traslado al Museo por exposición



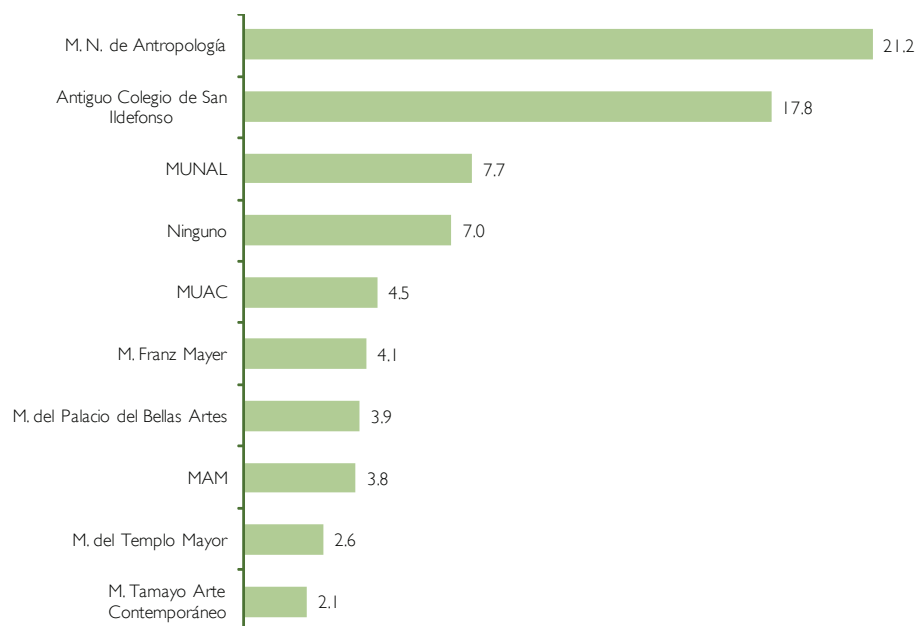
Museo de su preferencia

Al indagar respecto al museo de preferencia de los visitantes, se encontró que dos de cada 10 asistentes (21.2%) mencionaron al Museo Nacional de Antropología como su principal preferencia; en segundo lugar fue citado el Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso (17.8%), y en tercer lugar se mencionó al Museo Nacional de Arte (7.7%). La diferencia entre el primero y el segundo lugar es un poco más de tres puntos porcentuales (3.4), lo que deja al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso en una buena posición, ya que se ubica en medio de dos museos de talla nacional y que son de los más importantes del país.

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 llevar exposiciones atractivas para el público y atraer más cantidad de visitantes. Por ejemplo, en la siguiente gráfica se muestran los 10 museos preferidos de los visitantes del Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso, en donde dos museos son de antropología y siete son de arte, se tendría que revisar las exposiciones que se presentaron en ese momento para poder identificar las preferencias de los visitantes en ciertos temas visitados.

Entre las exposiciones temporales que presentó el Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso en el 2011, los visitantes que asistieron a Annette Messenger (22.5%) y Flor Garduño (25.3%) 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. Los visitantes que asistieron a las otras exposiciones temporales lo ubicaron en un segundo lugar de mención dejando al Museo Nacional de Antropología en el primer lugar.

Los 10 museos de su preferencia



Museo de su preferencia por exposición

Museos	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
M. N. de Antropología	13.6	24.1	26.9	22.1	20.2	21.1	21.2
Antiguo Colegio de San Ildefonso	22.5	25.3	19.2	17.8	16.0	19.0	17.8
MUNAL	7.1	5.0	5.1	2.9	12.1	3.4	7.7
Ninguno	5.9	1.5	4.8	7.1	8.2	5.0	7.0
MUAC	6.5	14.1	5.9	3.6	3.5	1.9	4.5
M. Franz Mayer	3.2	3.4	3.4	3.7	4.9	0.2	4.1
M. del Palacio del Bellas Artes	3.4	0.7	3.1	2.3	5.6	5.1	3.9
MAM	9.5	1.6	6.0	5.6	1.8	3.6	3.8
M. del Templo Mayor	0.8	0.7	1.3	1.0	4.3	5.7	2.6
M. Tamayo Arte Contemporáneo	1.4	3.4	2.6	2.4	1.8	1.2	2.1
UNIVERSUM	1.1	1.1	1.4	3.8	1.0	0.7	2.0
M. de Cera	0.3	0.8	1.8	2.8	1.8	2.0	2.0
M. del Estanquillo	0.3	1.1	0.3		3.8	0.6	1.9
M. Frida Kahlo	5.6	2.2	2.4	1.7	1.1	1.9	1.7
M. Dolores Olmedo	1.1	0.2	1.6	2.8	0.1	2.5	1.2
M. Soumaya	0.3	1.5	0.9	2.0	0.7	0.8	1.2
M. de Historia Natural y Cultura Ambiental	0.9	0.4	1.1	0.5	1.8	1.4	1.2
Otros	2.1	1.9	1.3	0.4	0.9	1.2	0.9
M. Diego Rivera-Anahuacalli	0.5	0.3	0.4	1.4	0.7	0.1	0.9
M. Memoria y Tolerancia	0.9	0.6	1.0	1.2	0.6	1.4	0.8
Papalote Museo del niño	1.4	0.8	0.7	0.5	1.0	1.2	0.8
M. de la Medicina Mexicana				0.9	1.0	2.1	0.8
Palacio de la Escuela de Medicina				1.6	0.6		0.8
M. de Ripley		1.1	0.6	1.5	0.3	0.1	0.7
M. N. de Historia	0.6	1.0	1.7	0.6	0.5	3.0	0.7
Palacio de Minería	0.4	1.7	1.0	0.5	0.6	2.0	0.7
MUTEC de la CFE	0.3	0.6	1.0	0.2	1.1		0.7
M. de la Caricatura				1.9		0.8	0.7
Palacio de Cultura Banamex (Palacio de Iturbide)	0.3		0.4	1.7		0.6	0.6
MIDE		0.3	0.5	0.3	0.8	0.1	0.6
Museo Ex Teresa Arte Actual	0.6			0.8	0.1	0.1	0.4

Museo de su preferencia por exposición (continuación)

Museos	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
Centro Cultural España	0.6	0.8		0.2	0.4		0.33
Laboratorio Arte Alameda	0.3			0.7	0.1	0.6	0.31
M. N. de la Acuarela Alfredo Guati Rojo				0.2	0.5	1.4	0.30
M. de San Carlos		0.3			0.6		0.29
M. del Policía		0.2	0.3	0.6	0.1		0.28
Palacio de la Autonomía		0.2	0.3	0.7			0.25
M. Nacional del Virreinato				0.7			0.24
M. del Arzobispado	0.3				0.5		0.23
M. Amparo			0.4	0.2	0.3		0.21
M. de Arte Popular	0.9	0.4		0.2	0.1		0.20
Todos		1.6			0.1	1.3	0.19
M. de las Culturas Populares	0.6		0.5	0.3		0.2	0.18
Palacio Nacional			1.4	0.2		0.8	0.16
No contesta	3.0						0.15
M. de la Ciudad de México	0.6	0.2	0.4		0.1	0.8	0.15
Galería de Historia, M. del Caracol	0.6		0.3	0.2		0.6	0.11
M. Universitario del Chopo	0.3	0.4		0.2		0.6	0.11
M. Archivo de la Fotografía		0.2			0.1	0.6	0.08
M. de las Intervenciones	0.3				0.1		0.07
M. N. de la Revolución		0.2		0.2			0.07
M. de Arte Carrillo Gil	0.9					0.6	0.06
MARCO		0.4				1.3	0.05
M. Nacional de las Culturas	0.3		0.3			0.6	0.04
Centro de la Imagen						1.4	0.03
Centro Cultural Universitario Tlatelolco	0.3						0.01


Capítulo

3

Experiencia de la visita







Este capítulo tiene la finalidad de ofrecer información útil para los tomadores de decisiones del Museo, con el objeto de que se convierta en una herramienta práctica para el diseño, planeación, realización y evaluación del programa de desarrollo de públicos. Con dicha información se podrán trazar lineamientos de acción y corregir fallas en los servicios e instalaciones que puedan afectar negativamente la visita, ya que con visitas más satisfactorias se estará garantizando la formación de públicos.

Entre los aspectos que se analizaron están: con quién asisten los visitantes, la razón principal de la visita, medios por los cuales se enteraron de la exposición temporal, planificación de la visita, duración de la visita, conocimiento de los programas de afiliación, cantidad de información recibida, evaluación del Museo, evaluación de las exposiciones temporales y evaluación de otros servicios y actividades.

Toda la información se encuentra desagregada por perfil sociodemográfico y por exposición temporal. La evaluación en general permite conocer más sobre la experiencia de los visitantes en el interior del recinto.

Con quién asisten los visitantes

Para conocer con quién asistieron los visitantes al Museo, se les preguntó a los entrevistados el número de personas que los acompañaban (tamaño de grupo), así como su relación de parentesco con cada una de ellas (tipo de grupo). Se encontró que casi una cuarta parte de los asistentes al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso (22.6%) acudió de manera individual, mientras que poco más de dos de cada 10 asistentes (21.9%) lo hicieron en compañía de su novio(a) o pareja y 16.7% lo hizo con amigos (sin ser compañeros de escuela).

Existe una diferencia significativa entre los visitantes que asistieron al Museo acompañados de personas que no son parte de su familia (38.9%) y los que lo hicieron con algún familiar (24.9%); esto sugiere que la visita al Museo propicia la socialización entre los individuos, volviéndolo un lugar de encuentro entre los diferentes miembros que conforman una sociedad, como lo pudo ser en otro tiempo las alamedas, los parques, los teatros, etc.

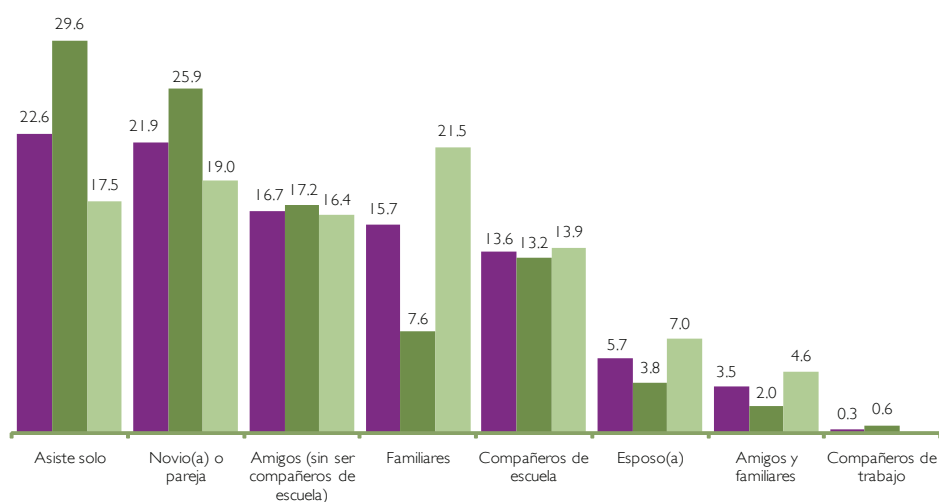
Con quién asisten los visitantes

	Total de casos	Viene solo	Novio(a) o pareja	Amigos (sin ser compañeros de escuela)	Familiares	Compañeros de escuela	Esposo(a)	Amigos y familiares	Compañeros de trabajo	Otros	Total
Total de visitantes 2011	1674	22.6	21.9	16.7	15.7	13.6	5.7	3.5	0.3	0.1	100.0
Hombre	660	29.6	25.9	17.2	7.6	13.2	3.8	2.0	0.6	0.0	100.0
Mujer	1014	17.5	19.0	16.4	21.5	13.9	7.0	4.6	0.0	0.1	100.0
15 a 17 años	254	26.6	11.1	9.5	14.4	35.5		2.8		0.1	100.0
18 a 22 años	563	18.3	31.1	22.6	5.8	18.8	0.2	3.2		0.0	100.0
23 a 30 años	394	20.8	32.9	20.1	11.0	4.5	5.5	4.6	0.4	0.2	100.0
31 a 45 años	263	17.0	8.0	15.4	47.0	0.6	7.1	4.6	0.3		100.0
46 años o más	200	41.9	2.1	2.2	19.2	1.0	30.3	2.1	1.2		100.0
No estudió nada	4				10.6	61.0		25.8		2.6	100.0
Primaria	10	10.3	1.0		86.1	2.6					100.0
Secundaria	124	27.7	8.5	6.4	19.1	33.8	1.0	2.7	0.5	0.1	100.0
Bachillerato	524	19.3	17.3	21.3	13.8	16.8	9.1	2.3			100.0
Licenciatura	897	23.5	29.4	17.2	12.9	8.6	3.5	4.3	0.4	0.1	100.0
Posgrado	114	33.1	12.1	7.7	15.8	2.4	20.5	7.9	0.4		100.0
Trabaja	555	25.9	21.0	15.8	20.8	0.9	8.8	6.0	0.6	0.0	100.0
Trabaja y estudia	143	29.3	28.1	16.4	6.4	17.2	2.3	0.3			100.0
Desempleado	39	21.0	15.3	34.8	20.9	2.8	3.4	1.8			100.0
Estudiante	835	21.3	24.9	18.4	8.6	23.7	0.3	2.7		0.1	100.0
Ama de casa	65	10.4	0.5	4.2	77.6	0.5	4.5	2.3			100.0
Jubilado	37	13.6	2.8	2.4	5.9		72.8	0.5	2.0		100.0

Al desagregar por sexo la información de los visitantes, encontramos que existen diferencias visibles entre hombres y mujeres en torno a su manera de asistir al Museo. Mientras que para los hombres su principal forma de asistencia fue en forma individual (29.6%), las mujeres lo hicieron acompañadas de algún familiar (21.5%). En segundo lugar de mención tanto para hombres como para mujeres es ir acompañados por su novio(a) o pareja (25.9% y 19%, respectivamente), y por último, los hombres manifestaron ir con un amigo —sin ser compañeros de escuela— (17.2%), mientras que las mujeres lo hicieron de manera individual (17.5%). En general las mujeres asisten al Museo en compañía de otra persona, caso contrario de los hombres.

Por grupos de edad se tiene que poco más de un tercio de los visitantes de 15 a 17 años (35.5%) asistieron al Museo con algún compañero de escuela; el público de 18 a 30 años prefirió asistir en compañía de su novio(a) o pareja, y casi la mitad de los visitantes de 31 a 45 años (47%) concurrieron con algún familiar. Se pudo observar que los visitantes de mayor edad —46 años y más— son los que mostraron una mayor afluencia al ir de manera individual con respecto al resto de los visitantes.

Con quién asisten los visitantes por sexo

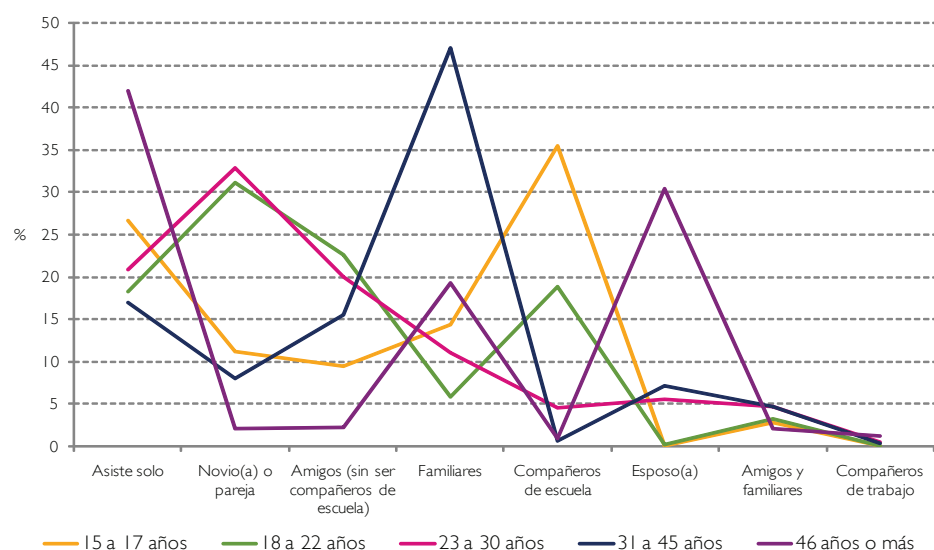


Los visitantes que cuentan con un nivel de escolaridad más alto (posgrado 33.1%), son los que reportaron mayor asistencia individual al Museo, mientras que los visitantes que cuentan con escolaridad menor a la licenciatura se ubicaron por arriba del promedio total de los visitantes que fueron al Museo con compañeros de escuela.

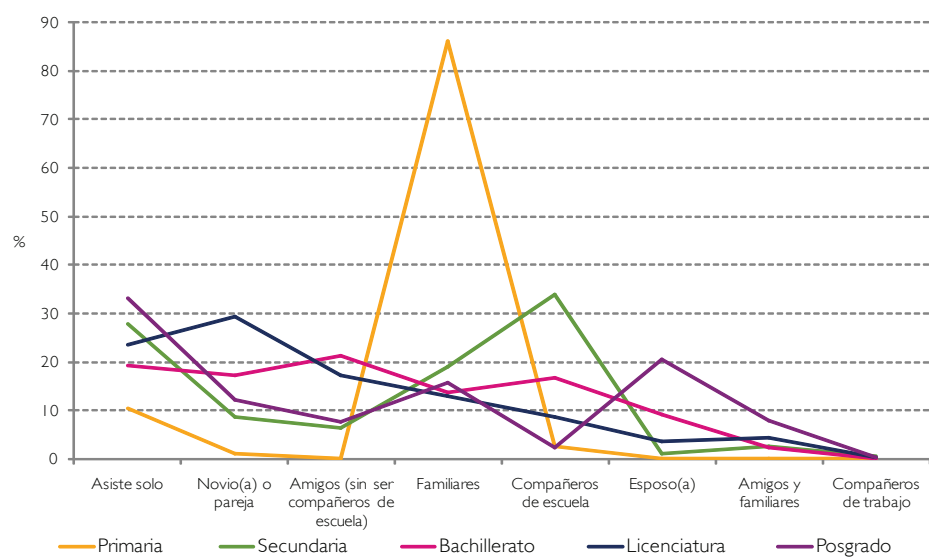
Los visitantes con posgrado son los que asistieron más al Museo acompañados de su esposo(a). Existen muchas interpretaciones para este resultado, pero lo que es evidente es que este público ha superado dos motivos de peso que

influyen en la asistencia de cualquier espacio cultural. El primero es que el visitante con posgrado no está obligado a asistir al museo por alguna institución académica y el segundo es que este mismo público ya no ve al museo como un sitio de reunión o encuentro. Esta acción influye en las prácticas culturales futuras, ya que este público al convertirse en padres de familia transmitirá a sus hijos el hábito de ir a los museos.

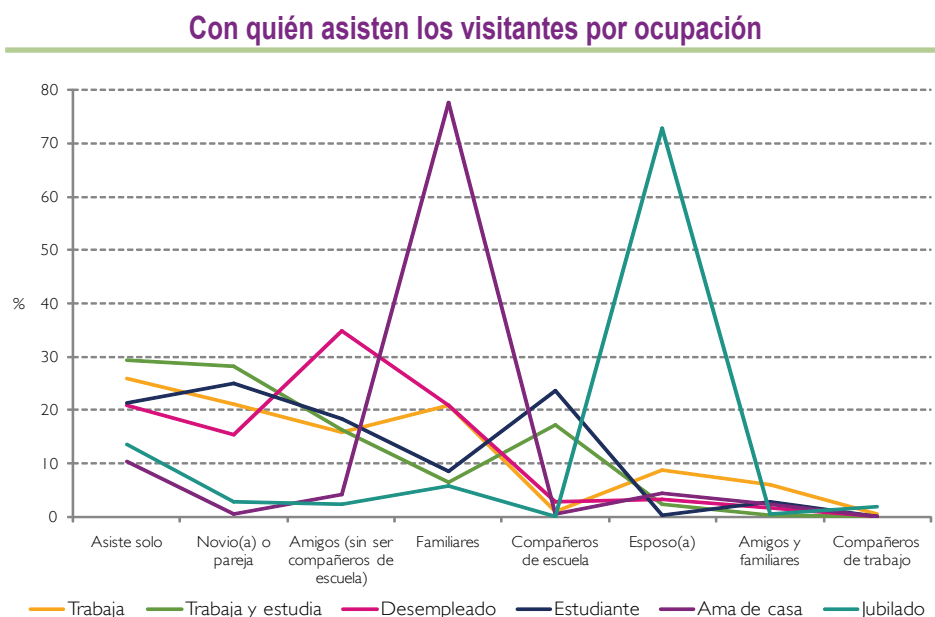
Con quién asisten los visitantes por edad



Con quién asisten los visitantes por escolaridad



Los visitantes que trabajan y los que combinan esta actividad con la de estudiar, son los que alcanzaron mayor porcentaje en asistencia individual con respecto al resto de los visitantes de otras ocupaciones. También se observó que una tercera parte de los desempleados (34.8%) prefirieron ir al Museo con amigos y siete de cada 10 jubilados asistieron al Museo en compañía de su esposo(a).

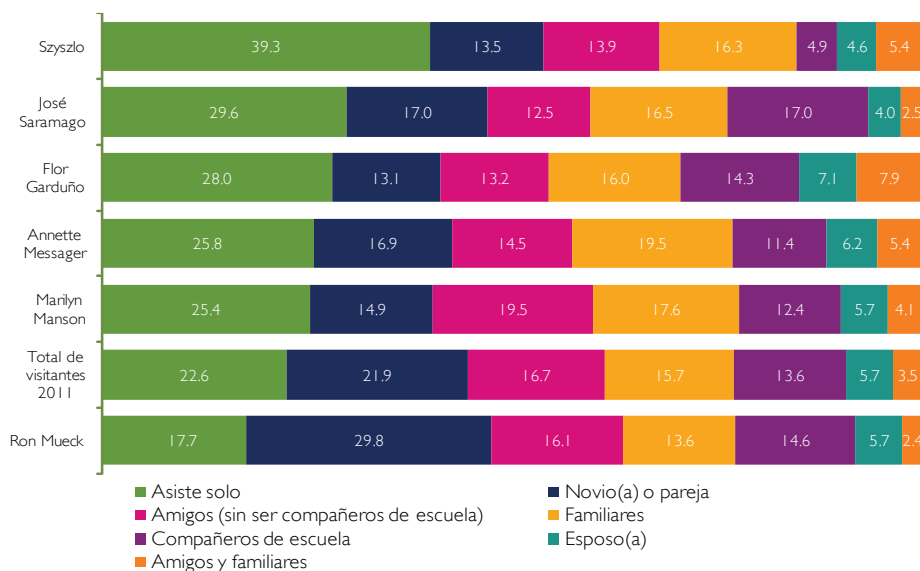


Cuatro de cada 10 asistentes a la exposición Szyszlo (39.3%) realizaron su visita de manera individual, mientras que tres de cada 10 de los visitantes a la exposición Ron Mueck (29.8%) lo hicieron en compañía de su novio(a) o pareja. El público que asistió a la exposición Marilyn Manson (19.5%) reportó la mayor proporción de asistencia con amigos (sin ser compañeros de escuela).

Existe una relación entre la temática de la exposición y el tipo de grupo con el que asisten los visitantes. En el caso de la obra de Annette Messager, sobresale la visita con familiares por ser una exposición en donde se resaltan los colores (vivos, fuertes) y los materiales (peluches y juguetes) con los que están hechas las obras; también pudo influir la imagen que se usó para la difusión de la exposición, en donde se muestra el nombre del artista escrito con peluches, lo que pudo sugerir que era una exposición para toda la familia.

Los visitantes de la exposición José Saramago reportaron la mayor asistencia al Museo con compañeros de la escuela (17%) que en el resto de las exposiciones, esto se debe a que la temática de la exposición se prestaba a ello, por haber sido un perfecto material didáctico para conocer más sobre el escritor y porque cuando la exposición se exhibió en el Museo no transcurrido un año desde la muerte del escritor; otro factor que pudo haber influido en la asistencia con compañeros de escuela, es que varios de sus libros son del gusto de un amplio sector de jóvenes estudiantes y finalmente porque es de los más importantes literatos de este siglo, ganador del Premio Nobel de Literatura (1998).

Con quién asisten los visitantes por exposición



Razón principal de la visita

Al preguntarle a los asistentes el principal motivo de su visita al Museo, se identificó que seis de cada 10 visitantes (59.3%) respondieron haber acudido para conocer la exposición temporal, seguido de casi una cuarta parte de los asistentes que lo hizo para hacer una tarea o porque lo mandaron de su escuela (22.6%) y en un tercer lugar de mención se ubicó la razón para entretenerse o pasar un rato agradable (un poco más de uno de cada 20 visitantes).

Entre las razones menos mencionadas se encuentran: para aprender o educar a los niños y por alguna invitación (0.7%, respectivamente). El 1.4% del público mencionó haber ido para ver qué novedades hay en el Museo y 1.5% para acompañar a alguien.

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 conocer el Museo	Otra	Para acompañar a alguien	Para ver qué novedades hay	Porque me invitaron	Para aprender (educar a los niños)	Total
Total de visitantes 2011	1674	59.3	22.6	6.1	5.6	2.1	1.5	1.4	0.7	0.7	100.0
Hombre	660	56.3	23.6	6.8	7.8	1.5	1.2	1.3	0.8	0.8	100.0
Mujer	1014	61.5	21.8	5.7	4.0	2.6	1.7	1.4	0.7	0.6	100.0
15 a 17 años	254	33.8	49.5	6.2	4.0	2.5	3.0	0.6	0.5		100.0
18 a 22 años	563	55.0	24.7	6.9	8.2	2.5	0.8	0.4	0.9	0.5	100.0
23 a 30 años	394	77.2	6.1	5.7	3.9	1.8	1.4	3.2	0.3	0.5	100.0
31 a 45 años	263	50.6	29.3	7.3	3.7	2.2	1.8	2.1	1.6	1.3	100.0
46 años o más	200	84.4	2.4	2.9	5.0	0.8	1.2	1.2	0.4	1.7	100.0
No estudió nada	4	25.8	10.6	61.0	2.6						100.0
Primaria	10	2.4	89.4	0.6	4.6					3.0	100.0
Secundaria	124	34.1	45.3	4.4	5.8	5.5	5.0	0.1			100.0
Bachillerato	524	57.2	26.8	6.5	4.0	2.3	0.9	0.6	1.2	0.5	100.0
Licenciatura	897	66.6	13.7	6.6	6.9	1.5	1.2	2.1	0.7	0.8	100.0
Posgrado	114	86.1	0.6	3.5	2.8	1.6	0.8	2.7		2.0	100.0
Trabaja	555	75.2	8.9	6.2	2.6	2.3	1.7	1.3	1.0	0.8	100.0
Trabaja y estudia	143	60.0	17.7	13.6	3.7	0.4		4.4		0.2	100.0
Desempleado	39	66.3	12.7	7.4	2.6	1.6		9.0		0.4	100.0
Estudiante	835	49.0	31.5	5.8	7.8	2.5	1.6	0.7	0.8	0.4	100.0
Ama de casa	65	40.0	49.1	1.3	4.6	0.3	0.7	0.7		3.3	100.0
Jubilado	37	83.9	0.3	1.8	9.3	0.4	2.0	0.6		1.6	100.0

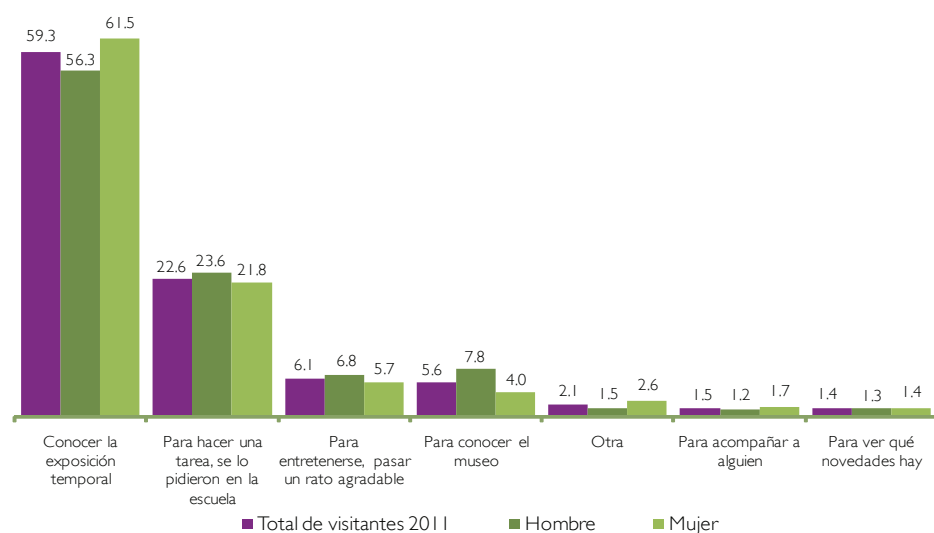
Todas las razones de la visita se pueden agrupar en tres grupos generales; el primero lo conforma el público que fue obligado o inducido para asistir (24.8%), el segundo son los visitantes que usan el Museo como un lugar de entretenimiento (6.1%) y el tercero lo conforma el público que busca conocimiento o aprender algo para su vida (67%). Para el primer grupo se consideró la razón para hacer una tarea o porque se lo pidieron en la escuela, debido a que el entrevistado pudo haber mencionado espontáneamente cualquiera de las otras razones, independientemente de que fueron enviados por sus escuelas, pero no fue así ya que los alumnos ven la visita como una obligación. Este tipo de percepción de los alumnos es la que deben trabajar las instituciones académicas para cambiarla. No basta con mandar a los alumnos a los museos, sino que ellos

mismos se apropien de la visita y cuando esto suceda ya se podrá hablar de que las instituciones académicas participan en la generación de públicos y no solamente en la generación de audiencias. Otras respuestas que se tomaron en consideración para este grupo es para acompañar a alguien y porque lo invitaron. Para el segundo grupo solo se consideró la respuesta para entretenerse, pasar un rato agradable. Y por último, en el tercer grupo se consideraron las siguientes categorías: conocer la exposición temporal, conocer el Museo, para ver qué novedades hay y para aprender (educar a los niños).

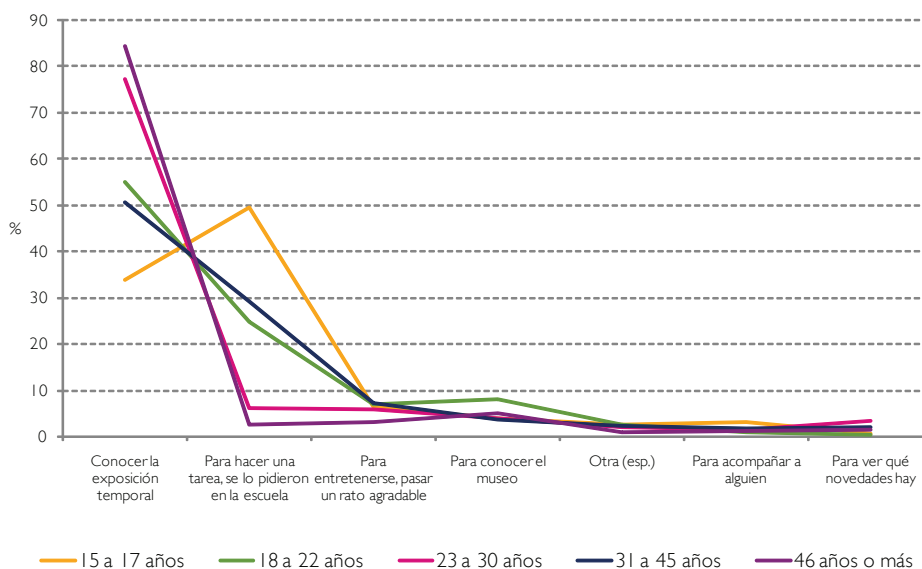
Al desagregar por sexo la razón principal de la visita de los asistentes, encontramos que no existen diferencias representativas entre ellas, siendo la razón para conocer la exposición temporal la de mayor diferencia, con 61.5% en el caso de las mujeres y 56.3% para los hombres.

En algunos rangos de edad existen diferencias contundentes sobre las razones principales de asistencia al Museo. Esto sucede con 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 (49.5%); en la razón para conocer la exposición temporal estos jóvenes se situaron por abajo de los visitantes de más edad; asimismo, los visitantes de 18 a 22 años superaron al resto de los asistentes de otras edades en la razón de asistencia para conocer el Museo, quedando por arriba del promedio total de visitantes. Los mayores de 45 años son los que obtuvieron mayor porcentaje en haber ido al Museo para conocer la exposición (84.4%).

Razón principal de la visita por sexo



Razón principal de la visita por edad



Existe una relación entre el nivel de escolaridad y la principal razón de la visita. De acuerdo con los resultados, se puede observar que al incrementar el nivel de escolaridad aumenta la proporción de asistentes que fueron al Museo para conocer la exposición temporal. Por otra parte, aunque se obtuvo poca muestra para los niveles de escolaridad de primaria o menos (14 casos) y por tanto el margen de error asociado es mayor, no por ello dejan de ser importantes para conocer la tendencia de escolaridad que tiene el público del Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso.

Los visitantes que cuentan con un nivel de escolaridad máxima de secundaria, refirieron como principales motivos de su visita al Museo hacer una tarea o porque se lo pidieron en la escuela, en tanto que los visitantes que no cuentan con ningún nivel educativo declararon como principal razón haber ido para entretenerse, pasar un rato agradable.

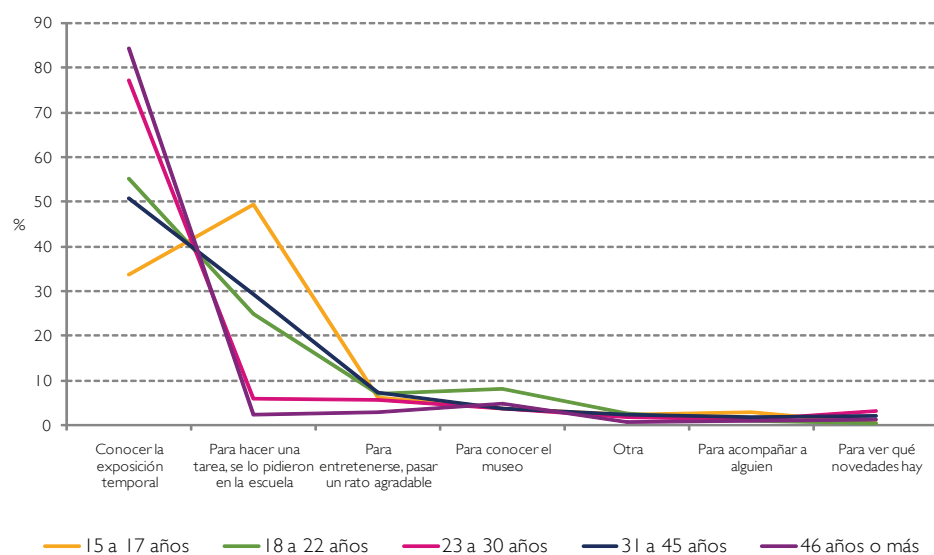
Se observó que los visitantes que cuentan con mayor nivel de escolaridad expresan mayor diversidad de razones de asistencia, estas razones están asociadas más con el uso de su tiempo libre (para aprender/educar a los niños, por invitación, para ver qué novedades hay y para acompañar a alguien), lo cual significa que existen diferentes valores simbólicos que le dan los visitantes a la asistencia del Museo, a diferencia del resto de los visitantes de escolaridades inferiores.

Los jubilados manifestaron una mayor proporción de asistencia en comparación con el resto de los visitantes de otras ocupaciones, que fueron al Museo para

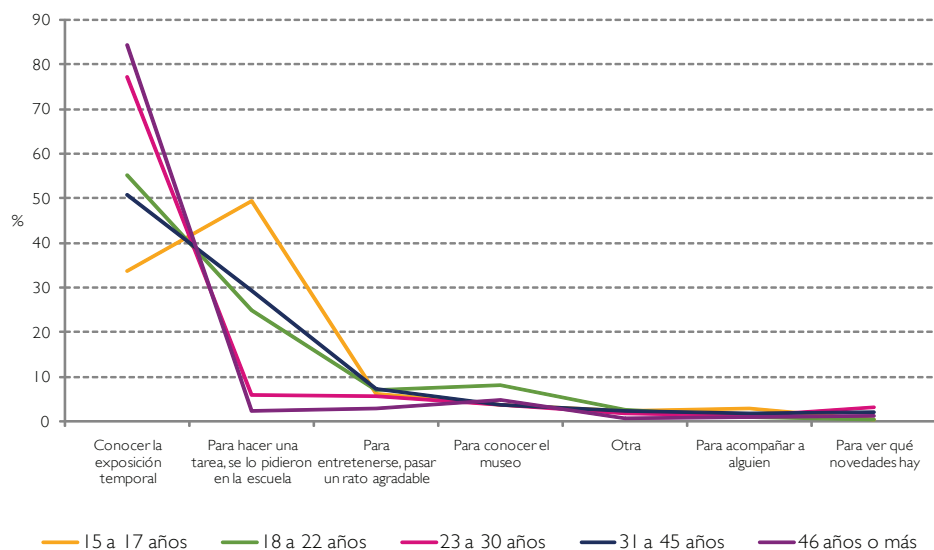
conocer la exposición temporal (83.9%). Para las amas de casa y estudiantes sobresale la asistencia para hacer una tarea o porque se lo pidieron en la escuela (49.1% y 31.5%, respectivamente). En cambio, los visitantes que trabajan y estudian reportaron el porcentaje más alto para entretenerse y pasar un rato agradable (13.6%).

Un poco más de seis de cada 10 visitantes que acudieron a la exposición Marilyn Manson declararon como principal motivo de asistencia haber ido para conocer la exposición temporal (63.3%), mientras que los visitantes a la exposición de

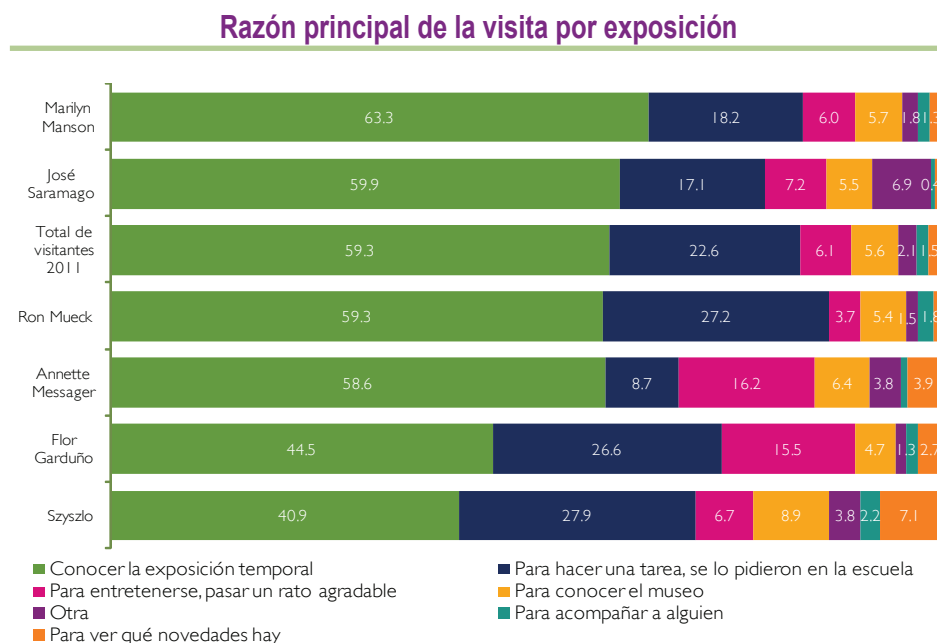
Razón principal de la visita por escolaridad



Razón principal de la visita por ocupación



Szyszo alcanzaron el mayor porcentaje por haber ido al Museo para hacer una tarea o porque se lo pidieron en la escuela. El público de Annette Messenger reportó mayor porcentaje de asistentes que fueron para entretenerse y para pasar un rato agradable (16.2%).



Medios por los cuales se enteró de la exposición temporal

Se preguntó sobre los medios a los que el visitante tuvo acceso para enterarse de la exposición temporal. Esta información se recabó con una pregunta de opción múltiple, en donde se podían mencionar hasta cinco respuestas. Los maestros fueron el medio de difusión más importante para las exposiciones temporales, pues dos de cada 10 visitantes (20.1%) declararon haberse enterado de ese modo, seguido del internet (17%) y la televisión (16.9%).

Con una menor cantidad de respuestas, pero no de poca importancia, se encuentra la casualidad de los visitantes que iban pasando por el Museo (2.7%), seguido de los espectaculares del Metro y las redes sociales (1.6%, respectivamente) y el medio con menos impacto fue el de las oficinas turísticas (guía) 0.3%.

En la actualidad los medios de comunicación son una pieza determinante en el consumo cultural, al menos en las ciudades globalizadas. En ese sentido se generó una nueva tipología con el nombre de *medios de comunicación*, en

donde se agrupan las categorías de televisión, radio, periódicos y revistas; con esta nueva clasificación se obtuvo que un poco más de tres de cada 10 visitantes (34.4%) se enteraron de la exposición temporal por ese medio.

Para este análisis también se generó otro nuevo conglomerado de categorías llamado *nuevas tecnologías*, en donde se consideraron las respuestas internet y redes sociales (facebook, twitter, etc.). En esta nueva categoría casi dos de cada 10 visitantes (18.6%) tuvo esta mención; hay que recordar que 92% de este resultado se debe al internet y no a las redes sociales, el internet ofrece una inmensidad de oportunidades por las cuales los visitantes se pudieron enterar de la exposición temporal, por ejemplo: la página web del Museo, nota sobre

Medios por el cual se enteró de la exposición temporal

	Total de casos	Por un maestro	Internet	Televisión	Recomendación (amigos, familiares, etc.)	En el mismo Museo	Publicidad exterior (parabús, mobiliario urbano/espectacular, etc.)	Periódicos	Radio	Impresos (folletos, carteles, volantes)	Revista	Casualmente (iba pasando)	Metro	Redes sociales (facebook, twitter, etc.)	Oficina turística (guía)	Otra
Total de visitantes 2011	1674	20.1	17.0	16.9	16.6	11.8	10.0	9.0	5.0	4.2	3.5	2.7	1.6	1.6	0.3	0.1
Hombre	660	20.4	14.9	11.6	15.4	11.9	11.5	9.8	3.5	4.9	3.5	4.4	0.9	1.0	0.6	0.1
Mujer	1014	19.9	18.6	20.7	17.5	11.7	8.8	8.4	6.1	3.7	3.5	1.4	2.1	2.0	0.0	0.1
15 a 17 años	254	42.2	13.2	8.3	18.1	16.5	7.7	4.5	4.7	3.6	1.0	5.3	1.0	0.5		
18 a 22 años	563	23.1	18.2	15.9	17.5	11.0	15.3	5.9	2.5	4.2	3.3	1.7	2.0	0.6	0.6	
23 a 30 años	394	4.9	26.4	8.1	18.5	11.6	9.3	16.3	5.4	4.9	2.7	1.8	2.2	2.7		0.1
31 a 45 años	263	26.9	14.4	20.0	12.6	11.3	5.5	7.0	12.7	1.4	5.0	3.4	0.9	4.0	0.3	0.2
46 años o más	200	1.4	2.9	45.5	12.9	9.1	2.7	13.5	2.8	7.1	7.4	2.8	0.7	1.2		0.8
No estudió nada	4	10.6	86.9			2.6	61.0									
Primaria	10	86.8		5.4	2.6	5.2	2.4	3.0								
Secundaria	124	40.7	8.9	13.4	17.1	16.4	10.3	3.7	6.8	4.9	3.6	6.1	1.0			0.2
Bachillerato	524	23.4	15.7	18.4	18.7	11.9	8.0	7.4	4.7	3.4	2.8	3.1	1.4	1.4	0.7	0.1
Licenciatura	897	11.7	20.2	17.8	15.7	11.2	11.5	9.8	4.9	4.8	4.2	1.9	1.9	2.2	0.1	0.1
Posgrado	114	6.3	17.3	7.4	17.9	10.5	8.4	30.6	7.0	3.6	1.5	1.5	1.3			0.5
Trabaja	555	8.3	21.7	16.8	13.9	11.5	8.3	15.7	9.7	3.8	4.7	2.7	0.9	2.6	0.1	0.4
Trabaja y estudia	143	11.6	27.1	13.5	24.8	16.9	13.8	17.0	5.7	4.8	6.3	1.3	1.5			
Desempleado	39	0.4	23.3	41.5	24.8	4.7	3.5	11.7	0.6	1.3	1.6					
Estudiante	835	28.3	14.4	12.5	18.0	12.5	12.0	4.4	2.6	4.9	2.7	2.9	2.2	1.3	0.4	
Ama de casa	65	50.4	6.1	21.5	9.7	7.5	2.8	3.3	0.6	0.8	2.1	1.8	0.6			0.3
Jubilado	37	0.4		71.2	6.9	5.6	1.0	2.8	3.5	2.0	2.4	3.8	2.0	2.0		

la exposición en el sitio web de algún periódico o revista, comentarios de la exposición encontrados en los buscadores web, imágenes, etc.

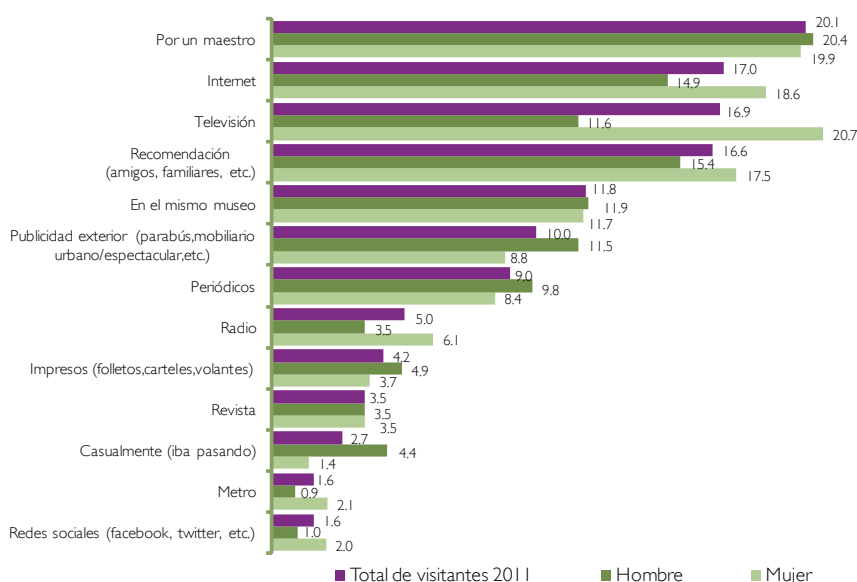
Al desagregar la información por sexo, los hombres ubicaron a los maestros (20.4%) como principal medio de difusión; para las mujeres fue la televisión (20.7%). En segundo lugar de mención los hombres consideraron la recomendación de amigos/familiares (15.4%) y las mujeres posicionaron en ese nivel a los maestros (19.9%). Tanto para los hombres como para las mujeres el internet ocupó el tercer lugar de referencia de la exposición temporal.

Los visitantes con edades de 15 a 22 años y de 31 a 45 años reportaron como principal medio de difusión a los maestros; para el público de 23 a 30 años el internet fue el principal medio de difusión, en tanto que para los adultos de 46 años o más destacó la televisión.

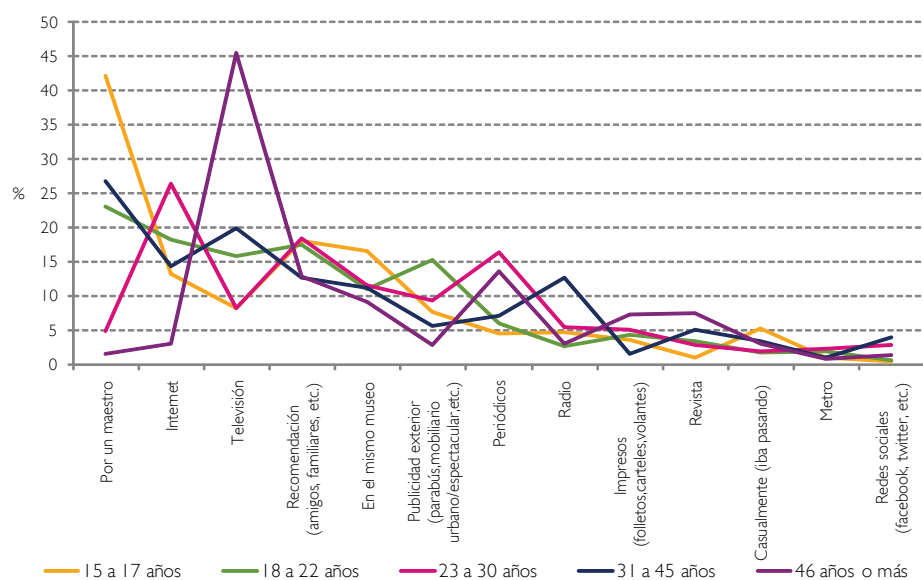
Los visitantes con nivel de escolaridad de posgrado manifestaron que los periódicos fueron el principal medio por el cual se enteraron de la exposición temporal; para el público que tiene licenciatura internet ocupó el primer medio de influencia, y para los visitantes con nivel de escolaridad de primaria, secundaria y bachillerato fueron los maestros.

Los asistentes que declararon ser estudiantes y amas de casa refirieron como principal medio de difusión a los maestros. También resulta interesante ver que los visitantes que son jubilados es la población que reportó mayor porcentaje de haberse enterado de la exposición temporal por la televisión, situándolos por arriba de los visitantes de otras ocupaciones y del promedio total de los visitantes. Para el público que trabaja y estudia, y que únicamente trabaja, el internet fue el medio más relevante.

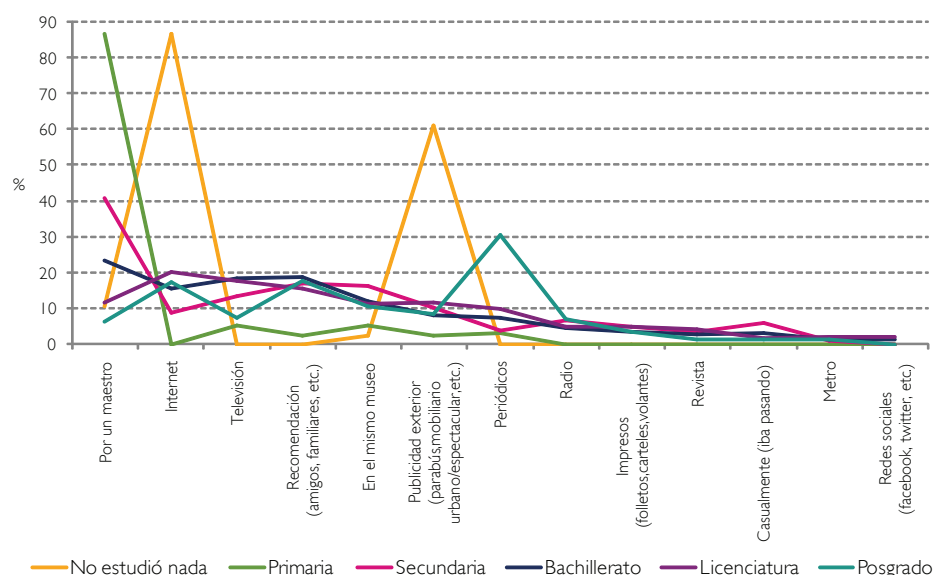
Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por sexo



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

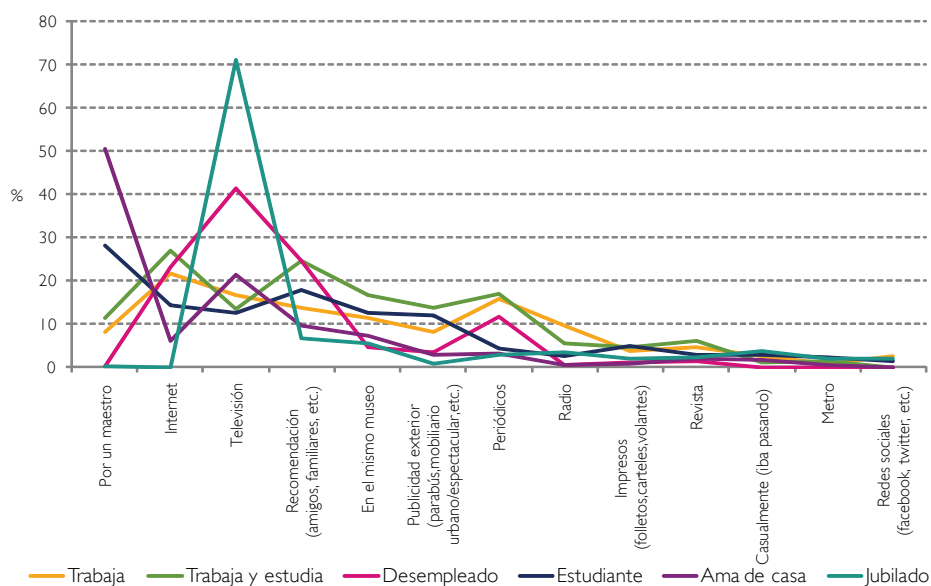


Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por escolaridad



Al analizar los medios de difusión por exposición temporal nos encontramos que una cuarta parte de los visitantes (24.5%) que asistió a Ron Mueck, se enteró de la exposición temporal por la intervención de algún maestro, mientras que 25.1% de los asistentes a Marilyn Manson lo hizo a través de internet, situándolos por arriba del promedio total de visitantes (17%) y del resto de los públicos de las otras exposiciones temporales. Para los visitantes de Annette Messager, Flor Garduño y José Saramago el principal medio de difusión por el cual se enteraron de la exposición temporal fue en el mismo Museo. En ese sentido sobresalen los visitantes de Annette Messager, con 29% de su afluencia.

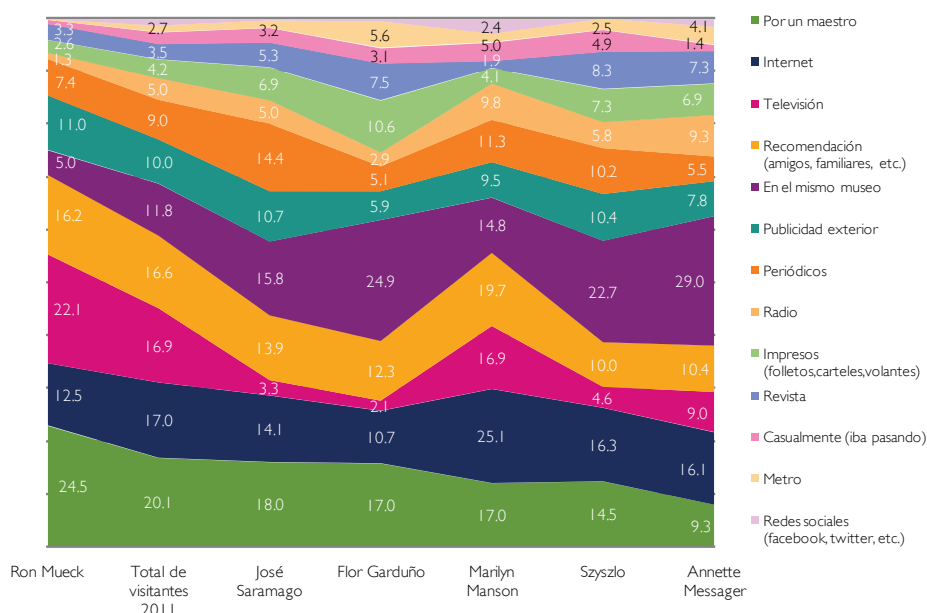
Medio por el cual se enteró de la exposición temporal por ocupación



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

	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
Por un maestro	9.3	17.0	18.0	17.0	24.5	14.5	20.1
Internet	16.1	10.7	14.1	25.1	12.5	16.3	17.0
Televisión	9.0	2.1	3.3	16.9	22.1	4.6	16.9
Recomendación (amigos, familiares, etc.)	10.4	12.3	13.9	19.7	16.2	10.0	16.6
En el mismo Museo	29.0	24.9	15.8	14.8	5.0	22.7	11.8
Publicidad exterior	7.8	5.9	10.7	9.5	11.0	10.4	10.0
Periódicos	5.5	5.1	14.4	11.3	7.4	10.2	9.0
Radio	9.3	2.9	5.0	9.8	1.3	5.8	5.0
Impresos (folletos, carteles, volantes)	6.9	10.6	6.9	4.1	2.6	7.3	4.2
Revista	7.3	7.5	5.3	1.9	3.3	8.3	3.5
Casualmente (iba pasando)	1.4	3.1	3.2	5.0	0.8	4.9	2.7
Difusión en el Metro	4.1	5.6	1.6	2.4	0.1	2.5	1.6
Redes sociales (facebook, twitter, etc.)	1.8	0.6	0.4	4.1	0.1		1.6
Oficina turística (guía)			0.3		0.5	1.4	0.3
Otra (esp.)	0.6	1.1				2.1	0.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

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



Planificación de la visita

Dos terceras partes del público que asistió al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso en 2011 planeó su visita antes de ir (65.3%), mientras que la otra tercera parte (34.7%) lo hizo de manera espontánea. Es importante que se incluya en la difusión/publicidad del Museo promociones, ofertas y paquetes que puedan ser atractivas para el público que tiene planeado ir; así ellos pueden prever recursos para la adquisición de estos servicios. También se pueden tener en el mismo Museo diferentes ofertas para el público que llega casualmente.

Esta información puede ser usada como un indicador de evaluación, el cual mide el valor positivo que tiene el público hacia el espacio y su obra; el público que planea su visita es el que considera importante invertir tiempo en ese Museo, sin importar la causa o razón de la visita y esta importancia puede ser generada por la publicidad, recomendación o por las experiencias anteriores que ha vivido en el Museo. Cada vez que aumente el porcentaje de la visita planeada, se tendrá una tendencia positiva de la efectividad de los medios de difusión/publicidad e imagen favorable del Museo.

Al desagregar la planificación de la visita por sexo, las mujeres son las que alcanzaron el porcentaje más alto de visitas planeadas (67.5%), situándose por arriba de los hombres (62.2%) y del total de los visitantes 2011 (65.3%).

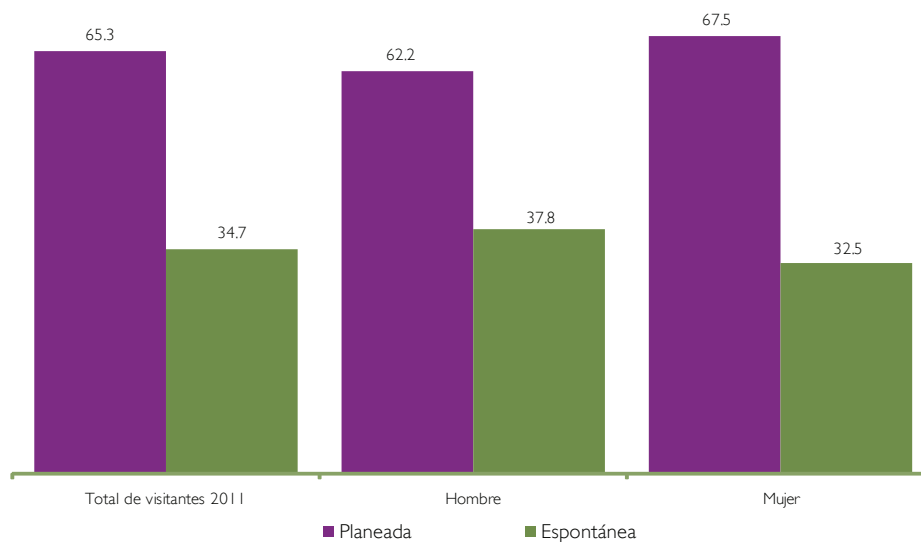
El público de 18 a 22 años (69%) es el que aludió mayor número de visitas planeadas, seguido de los asistentes de 31 a 45 años (65.8%); ambos se encuentran por arriba del resto del público de otras edades. Un poco más de una tercera parte de los visitantes de 23 a 30 años (39.1%) indicaron haber

asistido espontáneamente, seguido de los visitantes de 15 a 17 años (36.8%). Estos dos grupos de edades junto con los visitantes de 46 años y más (35.9%), son los que obtuvieron mayor presencia en visitas espontáneas.

Planificación de la visita

	Total de casos	Planeada	Espontánea	Total
Total de visitantes 2011	1674	65.3	34.7	100.0
Hombre	660	62.2	37.8	100.0
Mujer	1014	67.5	32.5	100.0
15 a 17 años	254	63.2	36.8	100.0
18 a 22 años	563	69.0	31.0	100.0
23 a 30 años	394	60.9	39.1	100.0
31 a 45 años	263	65.8	34.2	100.0
46 años o más	200	64.1	35.9	100.0
No estudió nada	4	25.8	74.2	100.0
Primaria	10	23.7	76.3	100.0
Secundaria	124	64.2	35.8	100.0
Bachillerato	524	60.9	39.1	100.0
Licenciatura	897	70.1	29.9	100.0
Posgrado	114	69.7	30.3	100.0
Trabaja	555	66.7	33.3	100.0
Trabaja y estudia	143	60.4	39.6	100.0
Desempleado	39	53.8	46.2	100.0
Estudiante	835	69.8	30.2	100.0
Ama de casa	65	41.3	58.7	100.0
Jubilado	37	29.7	70.3	100.0

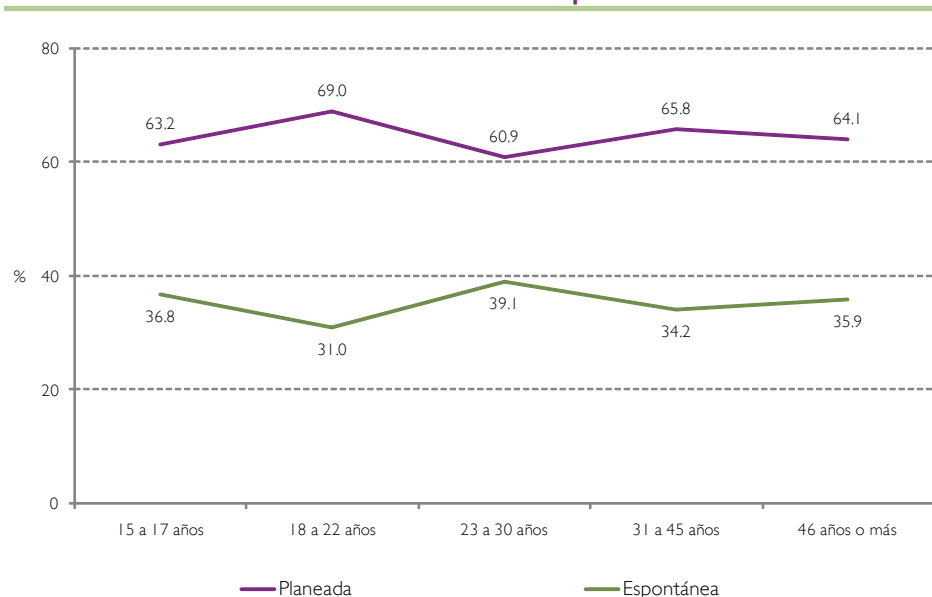
Planificación de la visita por sexo



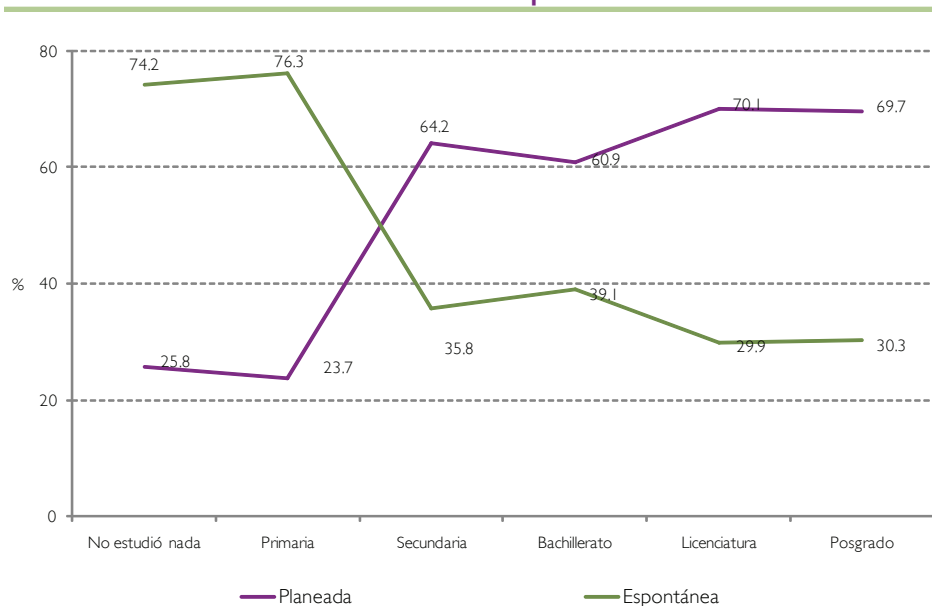
Existe una relación entre el nivel de escolaridad y el tipo de visita que tuvo el público. Entre mayor nivel de escolaridad mayor proporción de visitas planeadas. Siete de cada 10 visitantes que cuenta con licenciatura planeó su visita (70.1%). Los visitantes con mayor proporción de visita espontánea corresponden al público que cuenta con escolaridad de primaria (76.3%).

Los asistentes que reportaron ser estudiantes (69.8%) y trabajadores (66.7%) son los que obtuvieron las proporciones más grandes de visitas planeadas. El resto de las ocupaciones de los asistentes —jubilados, ama de casa, desem-

Planificación de la visita por edad



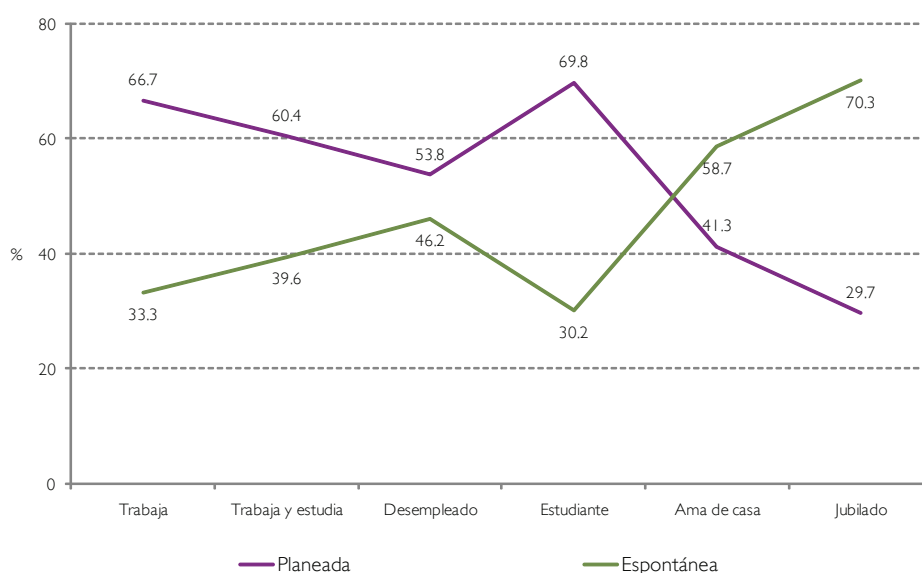
Planificación de la visita por escolaridad



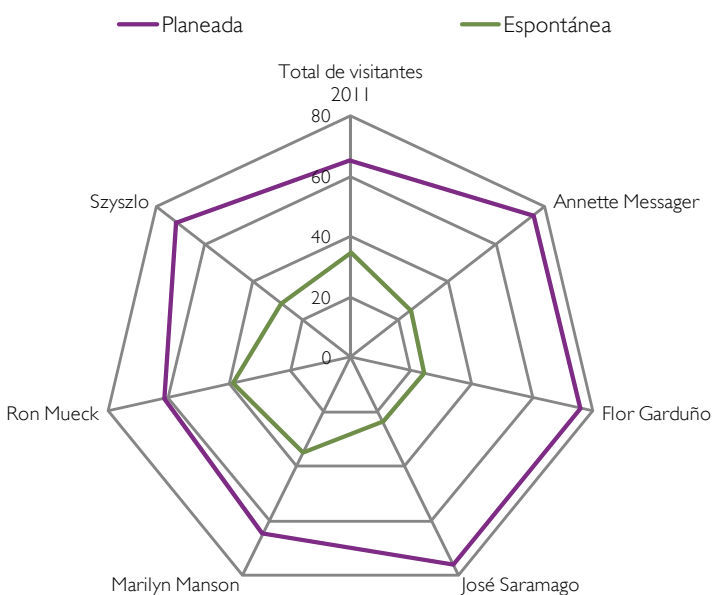
pleados y los que trabajan y estudian— se situaron por arriba del promedio total de visitantes 2011 de asistentes espontáneos.

Casi ocho de cada 10 visitantes (76.3%) de José Saramago planearon su visita, siendo el público con mayor asistencia de ese tipo, siguiéndoles el público de Flor Garduño (75.8%) y Annette Messenger (75.3%). Por otro lado, las exposiciones temporales que concentraron mayor proporción de visitantes espontáneos son: Ron Mueck (38.8%), Marilyn Manson (34.9%) y Szyszlo (28.6%).

Planificación de la visita por ocupación



Planificación de la visita por exposición



Duración de la visita

Se preguntó a los visitantes sobre el tiempo que duró su visita al Museo, incluyendo el tiempo invertido en ver las exposiciones temporales y la permanente, el uso de algún servicio, tiempo en la tienda (el tiempo de permanencia en el Museo). Para este caso se obtuvo un promedio general de una hora con 28 minutos.

Seis de cada 10 visitantes (60.2%) destinó más de una hora a su visita, mientras que una cuarta parte del público (26.4%) le dedicó de 31 minutos a una hora y un poco más de uno de cada 10 asistentes (13.3%) hizo su visita en un máximo de 30 minutos.

En la distribución por sexo, tenemos que en los diferentes rangos de duración de la visita existen ligeras diferencias entre los hombres y mujeres. Los hombres superan a las mujeres en la duración máxima de una hora, mientras que las mujeres superan a los hombres con las visitas de más de una hora. Dicho de otra manera, los hombres duran menos tiempo en permanecer en el Museo que las mujeres.

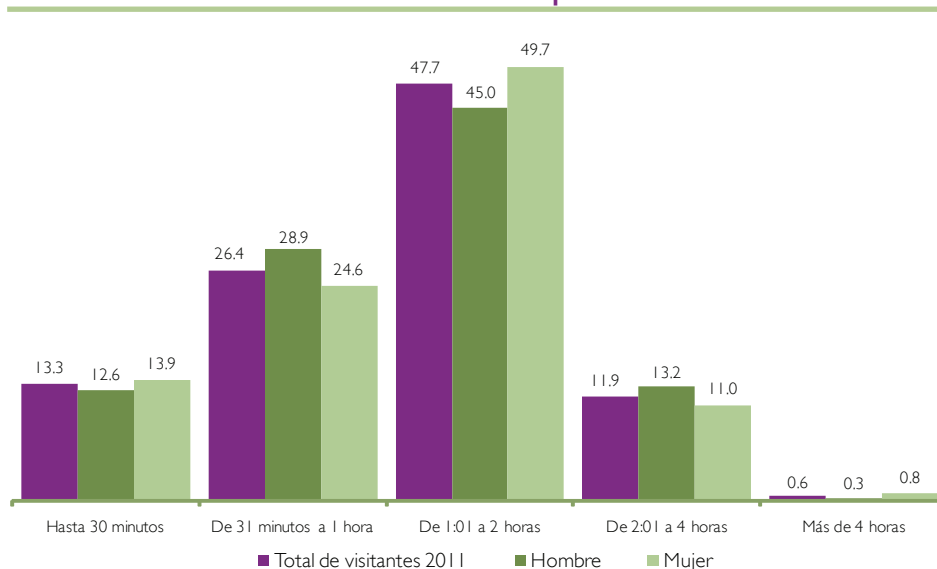
Duración de la visita

	Total de casos	Hasta 30 minutos	De 31 minutos a 1 hora	De 1:01 a 2 horas	De 2:01 a 4 horas	Más de 4 horas	Total
Total de visitantes 2011	1674	13.3	26.4	47.7	11.9	0.6	100.0
Hombre	660	12.6	28.9	45.0	13.2	0.3	100.0
Mujer	1014	13.9	24.6	49.7	11.0	0.8	100.0
15 a 17 años	254	25.0	36.5	30.4	8.1		100.0
18 a 22 años	563	17.0	25.9	45.3	11.5	0.2	100.0
23 a 30 años	394	10.3	25.2	54.8	9.5	0.1	100.0
31 a 45 años	263	3.8	21.0	63.7	9.6	2.0	100.0
46 años o más	200	3.6	23.5	45.0	26.0	1.9	100.0
No estudió nada	4		100.0				100.0
Primaria	10	11.1	3.6	85.3			100.0
Secundaria	124	17.1	34.0	40.4	8.4	0.1	100.0
Bachillerato	524	16.8	33.7	36.0	12.2	1.4	100.0
Licenciatura	897	11.2	20.7	54.9	12.9	0.3	100.0
Posgrado	114	3.7	31.2	52.5	12.6		100.0
Trabaja	555	6.5	20.3	56.1	16.3	0.9	100.0
Trabaja y estudia	143	22.3	22.9	46.8	8.0		100.0
Desempleado	39	6.2	49.0	33.8	11.1		100.0
Estudiante	835	18.5	30.8	39.6	10.9	0.2	100.0
Ama de casa	65	2.4	23.7	64.7	4.3	4.9	100.0
Jubilado	37	1.6	12.2	83.7	2.5		100.0

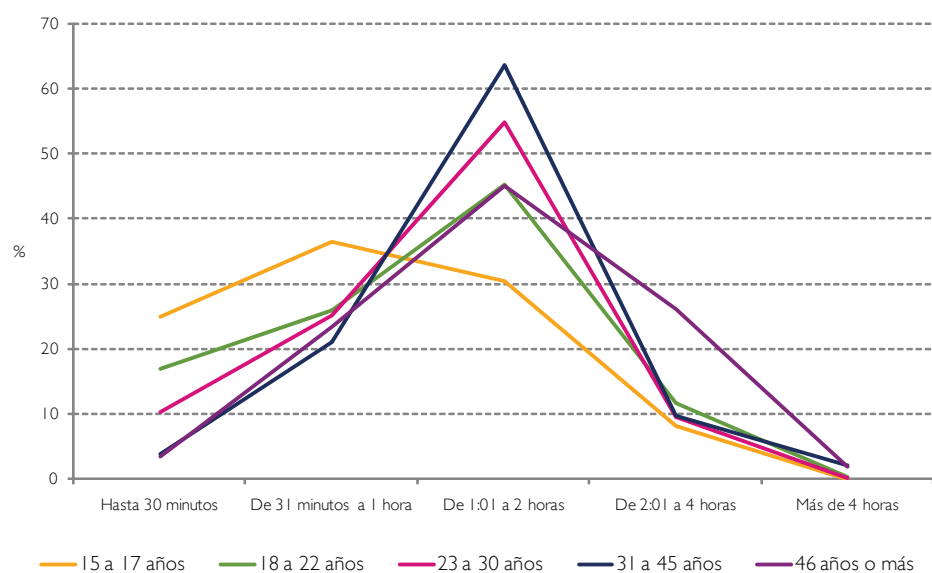
Los jóvenes de 15 a 17 años (61.5%) son los que reportaron una mayor proporción en torno a la duración de su visita de máximo una hora; es el público que duró menos tiempo en el Museo. Por otro lado, un poco más de una cuarta parte de los adultos mayores de 46 años (27.9%) mencionaron haber pasado más de dos horas en el Museo, situándose por arriba del promedio total de visitantes 2011, siendo el público con mayor permanencia en su visita. Este resultado se puede derivar de diferentes factores; uno de ellos puede ser el físico, entre más edad tenga el visitante, los recorridos (caminatas) pueden ser más lentos, con más pausas de descanso; otro factor es que los visitantes con mayor edad tienen más perfeccionado el método de realizar sus visitas; la contemplación de las obras (piezas) puede ser más detallada, lectura de todas las cédulas, reflexiones de la obra y la información de la exposiciones, comentarios de la exposición o piezas entre sus acompañantes, recorridos en todo el Museo, búsqueda de un artículo en la tienda de recuerdos que represente la experiencia de su visita, la exposición o el Museo. Para indagar más a fondo la causa de la duración de la visita es necesario complementar este estudio con investigaciones cualitativas.

El tiempo empleado para la visita crece conforme aumenta el nivel de escolaridad. La proporción de hasta una hora en su visita se observa entre los visitantes con escolaridad de secundaria (51.1%) y bachillerato (50.4%). Los porcentajes más altos con duración mayor a una hora se encuentran en los niveles de educación licenciatura (68.1%) y posgrado (65%).

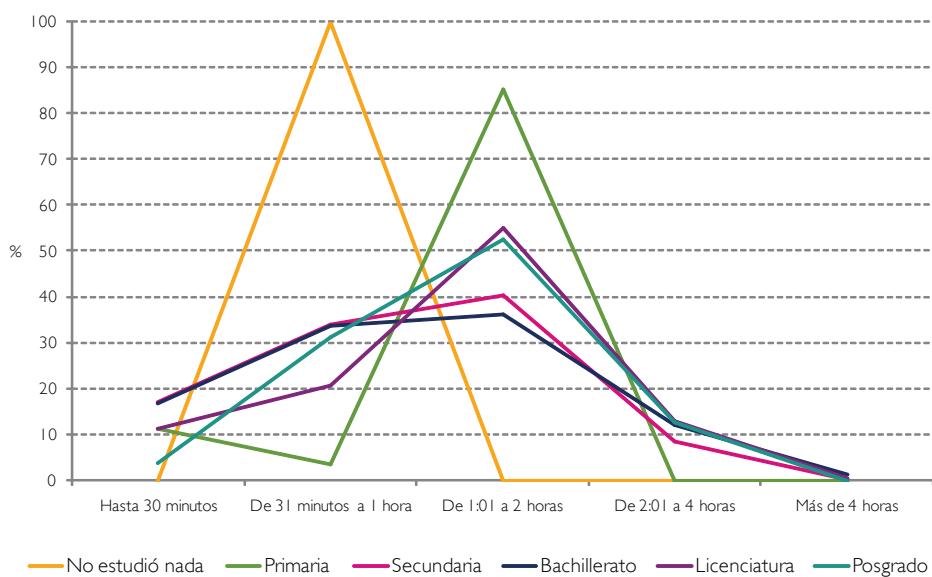
Duración de la visita por sexo



Duración de la visita por edad



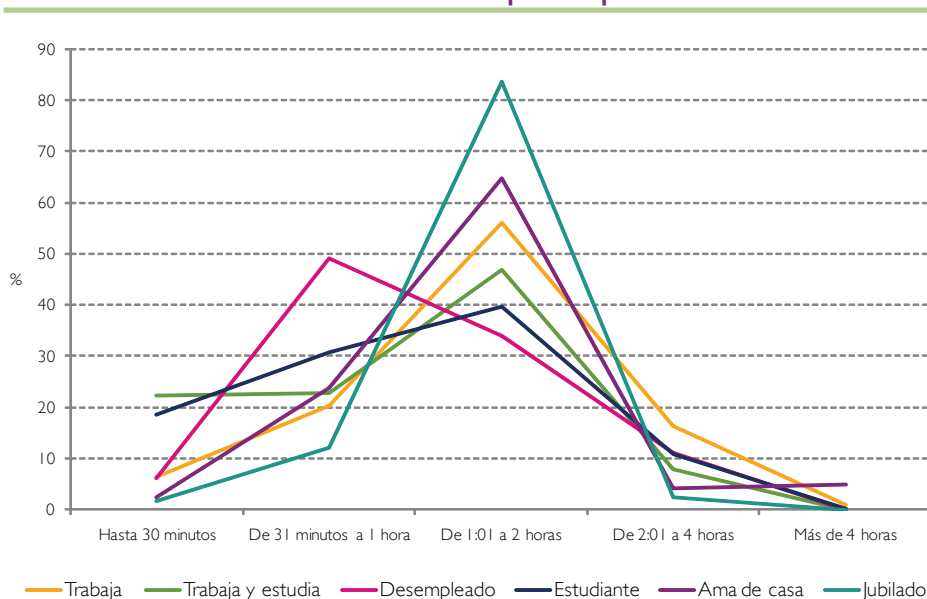
Duración de la visita por escolaridad



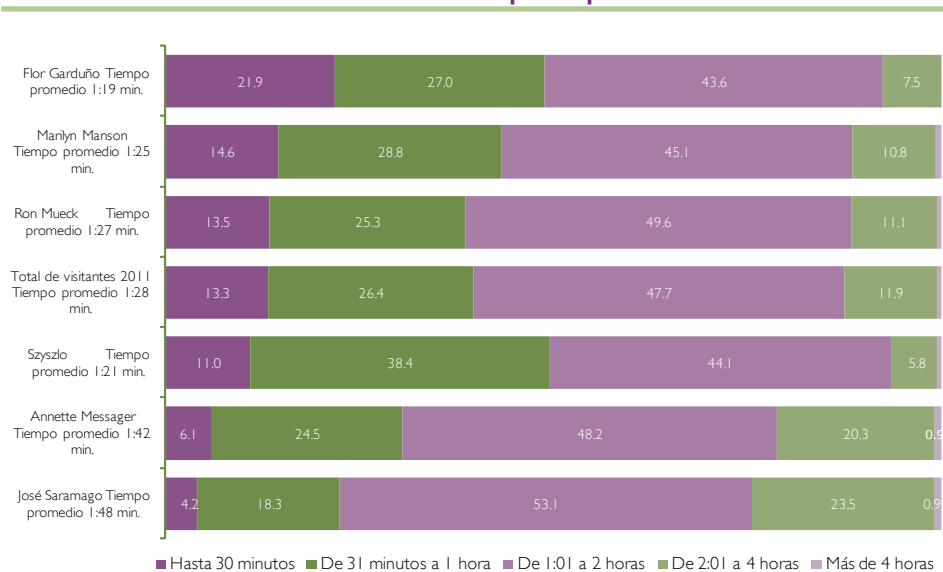
Los visitantes que son desempleados registraron la menor cantidad de horas en torno a la duración de su visita (máximo de una hora), mientras que los jubilados (86.1%) y las ama de casa (73.8%) alcanzaron la permanencia más larga en el Museo que el resto de los visitantes.

Dos de cada 10 visitantes que asistieron a la exposición de Flor Garduño (21.9%) mencionaron haber estado en el Museo hasta 30 minutos, mientras que casi cuatro de cada 10 asistentes de Szyszlo (38.4%) realizó su visita en un rango de tiempo de 31 minutos a 1 hora, en tanto que siete de cada 10 asistentes de José Saramago (76.6%) reportaron que la duración de su visita fue de 1:01 a 4 horas.

Duración de la visita por ocupación



Duración de la visita por exposición



Programa de afiliación

La encuesta pudo captar si los visitantes estaban enterados del programa de afiliación.¹ Un poco más de 8 de cada 10 asistentes (82.4%) mencionaron no conocerlo, mientras que el resto de los visitantes (17.6%) sí sabían de su existencia. Para subsanar el desconocimiento del programa, existen diversas estrategias de mercado, por ejemplo: que los boletos de acceso contengan información impresa de los beneficios de la afiliación al programa; que en taquilla se ofrezca al público la afiliación; ubicar un kiosco a la salida del Museo en donde el público que así lo desee se afilie al programa; que en los diversos recursos publicitarios se agregue un eslogan que invite a suscribirse al programa, por ejemplo: “porque la cultura es responsabilidad de todos ven y afiliate”; “tu haces la diferencia en este espacio”; “porque el museo es tuyo”; “adopta un museo”, entre otros.

Programa de afiliación

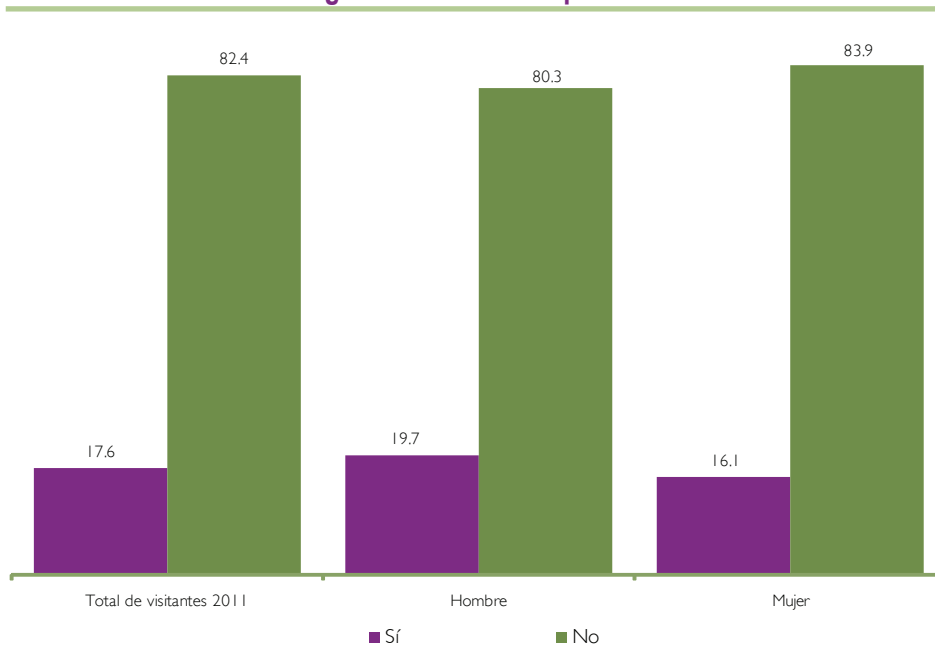
	Total de casos	Sí	No	Total
Total de visitantes 2011	1674	17.6	82.4	100.0
Hombre	660	19.7	80.3	100.0
Mujer	1014	16.1	83.9	100.0
15 a 17 años	254	8.2	91.8	100.0
18 a 22 años	563	13.7	86.3	100.0
23 a 30 años	394	23.8	76.2	100.0
31 a 45 años	263	20.3	79.7	100.0
46 años o más	200	28.1	71.9	100.0
No estudió nada	4		100.0	100.0
Primaria	10		100.0	100.0
Secundaria	124	8.5	91.5	100.0
Bachillerato	524	16.8	83.2	100.0
Licenciatura	897	19.5	80.5	100.0
Posgrado	114	36.5	63.5	100.0
Trabaja	555	26.4	73.6	100.0
Trabaja y estudia	143	29.2	70.8	100.0
Desempleado	39	8.6	91.4	100.0
Estudiante	835	12.7	87.3	100.0
Ama de casa	65	5.3	94.7	100.0
Jubilado	37	5.9	94.1	100.0

¹ Programa del museo en que el público que se afilia recibe diferentes beneficios al interior del espacio. La calidad de afiliado se obtiene a través de aportaciones y existen diferentes tipos de membresías: individual, corporativa o convenios. Este programa tiene la finalidad de obtener recursos para continuar presentando exposiciones de calidad, así como para la preservación del edificio y murales para el deleite de todos los mexicanos. Para mayor información véase <http://www.sanildefonso.org.mx/membresias.php#tab1>

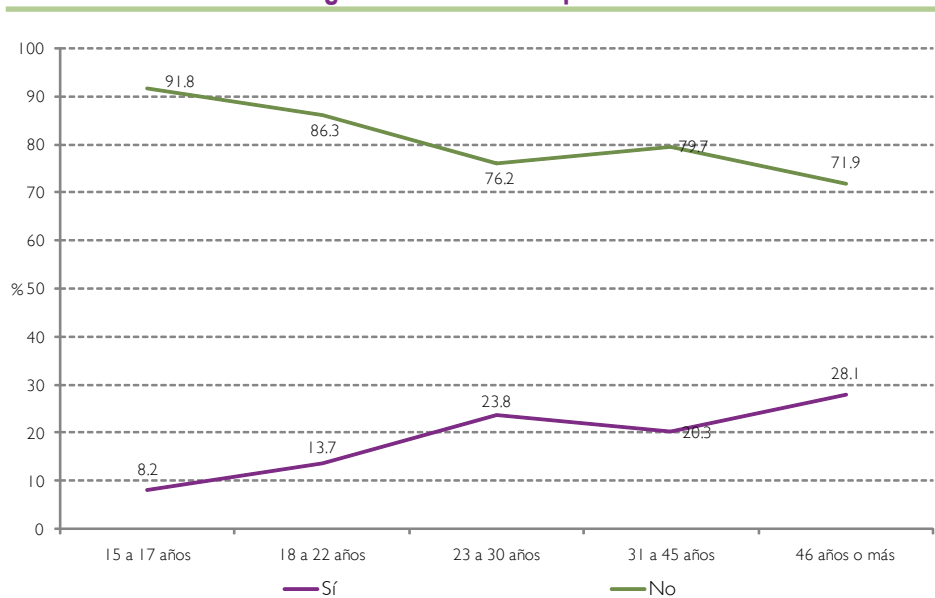
Al desagregar la pregunta por sexo, se detectó que casi dos de cada 10 hombres (19.7%) que asistieron al Museo refirieron conocer el programa de afiliación; en ese sentido los hombres se situaron por arriba de las mujeres (16.1%) y del total de los visitantes 2011 (17.6%).

Se puede observar que a partir de los 23 años comienza una tendencia favorable de conocimiento al programa de afiliación. Este programa no va dirigido únicamente al público que trabaja, sino al público en general. Los visitantes que

Programa de afiliación por sexo

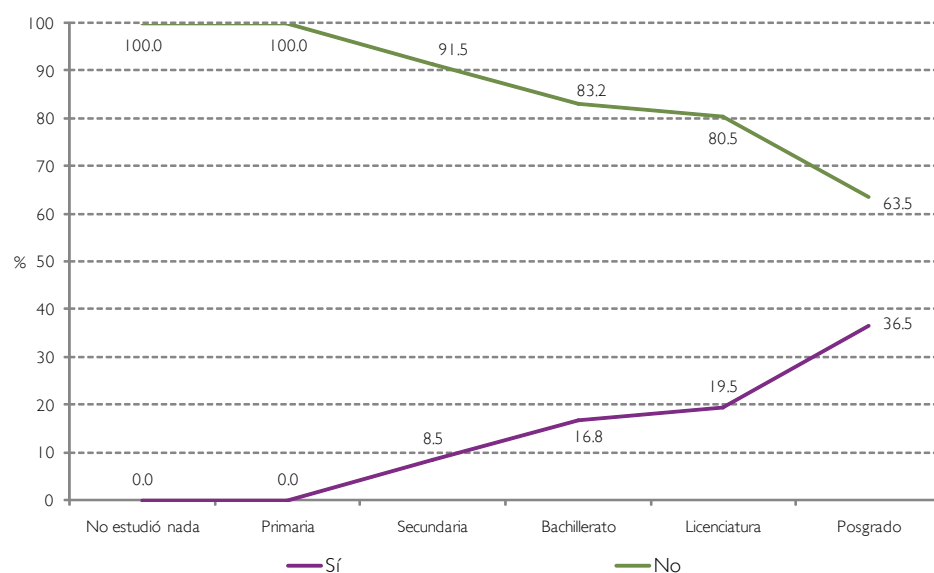


Programa de afiliación por edad

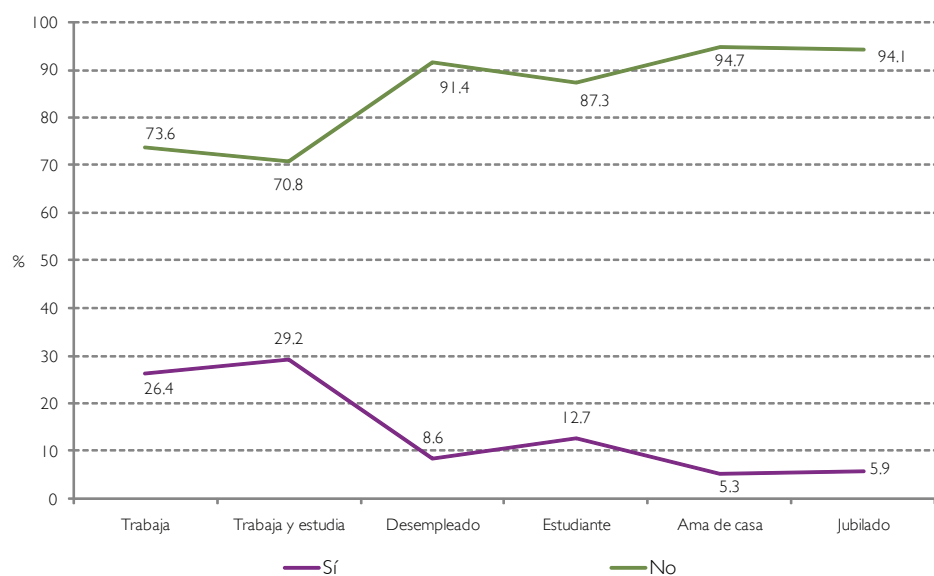


no generan ingresos pueden adquirirlo por parte de los padres, por eso es importante que el programa de afiliación incluya beneficios para los diferentes perfiles de público. Habrá visitantes que prefieran cursos, talleres, tener contacto con el artista, el acceso gratuito (mínimo dos personas), poder contar con un recuerdo de la tienda, invitación a las inauguraciones de la exposición temporal, incluso se pueden crear paquetes personalizados según el interés de cada uno de ellos.

Programa de afiliación por escolaridad



Programa de afiliación por ocupación

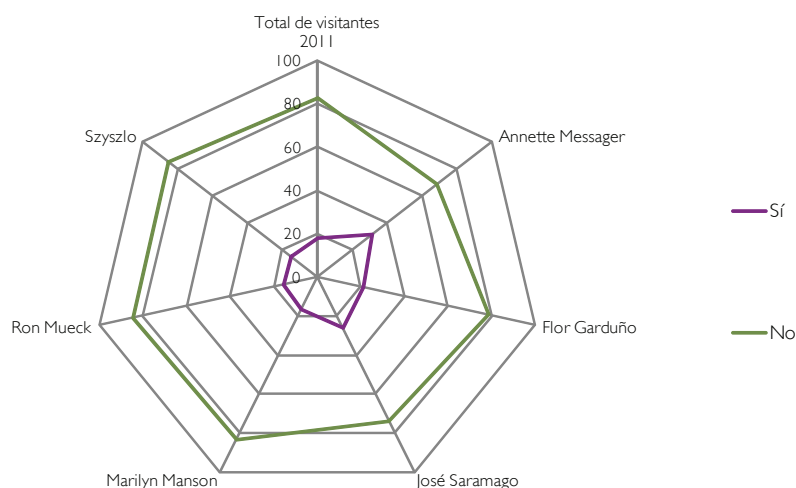


Existe una relación entre el nivel de escolaridad y el conocimiento del programa de afiliación; entre mayor nivel de escolaridad tenga el visitante mayor es el porcentaje de conocimiento del programa. Casi cuatro de cada 10 asistentes (36.5%) con nivel de posgrado aludió conocer el programa. Este público fue el que tuvo mayor proporción de conocimiento del programa, colocándose por arriba del resto de los visitantes con otros niveles de escolaridad.

El público que trabaja (26.4%) y trabaja y estudia (29.2%) son los que mencionaron conocer más el programa de afiliación; asimismo, se ubicaron por arriba del promedio total (17.6%) de visitantes 2011. Los asistentes que refirieron ser amas de casa (5.3%) y jubilados (5.9%) obtuvieron el menor porcentaje en conocer el programa.

Casi una tercera parte de los visitantes de Annette Messager (31.3%) declararon tener noción del programa de afiliación, seguido de los asistentes de José Saramago con un poco más de una cuarta parte (25.9%); el tercer sitio lo ocupó el público de Flor Garduño con 21.3% de sus asistentes. Los visitantes con menor conocimiento del programa son los que asistieron a las exposiciones de Szyszlo (14.7%), Ron Mueck (15.3%) y Marilyn Manson (16.7%).

Programa de afiliación por exposición



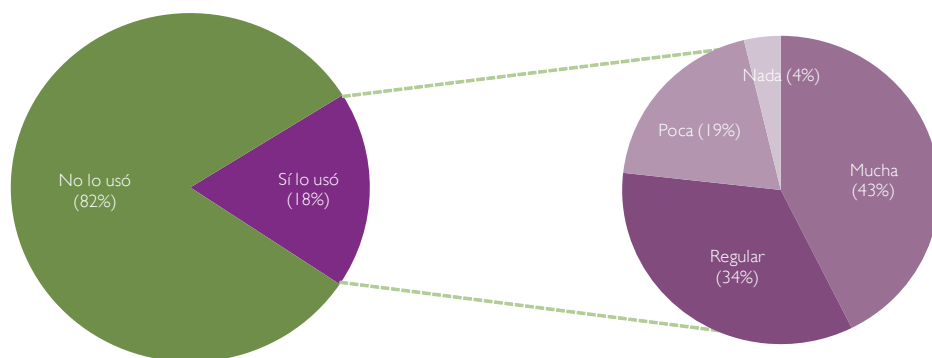
Información recibida

Módulo de informes

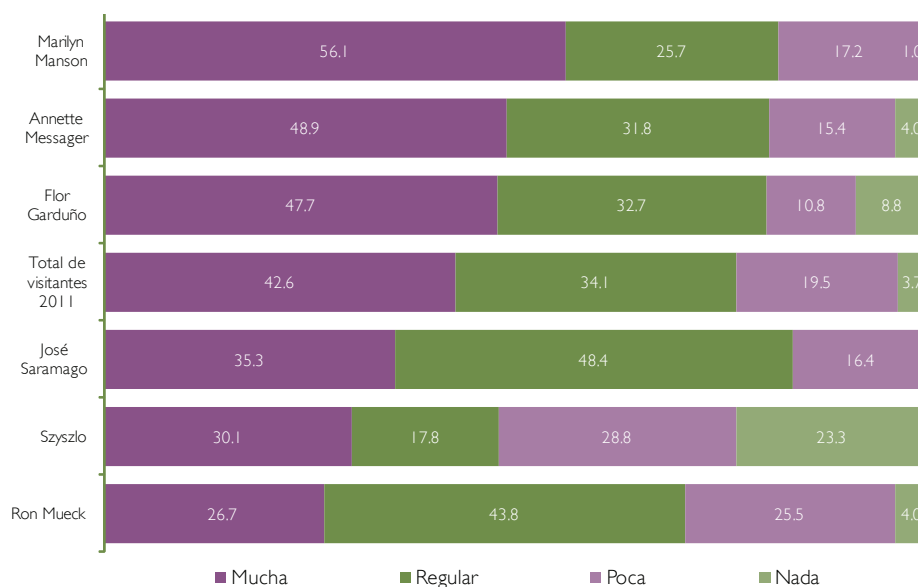
Se indagó sobre la cantidad de información recibida en dos servicios que proporciona el Museo: el módulo de informes y las visitas guiadas. Casi dos de cada 10 visitantes (18%) mencionaron haber utilizado el módulo de informes. Considerando únicamente a quienes usaron el módulo de informes, se obtuvo que 43% dijo haber recibido mucha información, mientras que 34% calificó como regular la cantidad recibida; a 19% se le hizo poca información y únicamente 4% mencionó no haber recibido nada de información por parte del módulo de respectivo. Se puede captar el interés por el público de recibir mayor información por parte del personal de este módulo.

Al desagregar los resultados por exposición temporal, los visitantes a Marilyn Manson son los que consideran en mayor medida que recibieron mucha información (56.1%), en tanto que los asistentes a José Saramago registraron el porcentaje más alto en estimar que la cantidad de la información recibida era regular (48.4%). El público que asistió a Szyszlo alcanzó las proporciones más altas en recibir poca información (28.8%), incluso nada (23.3%) que el resto de los visitantes de otras exposiciones.

Cantidad de información recibida en el módulo de informes



Cantidad de información recibida en el módulo de informes por exposición

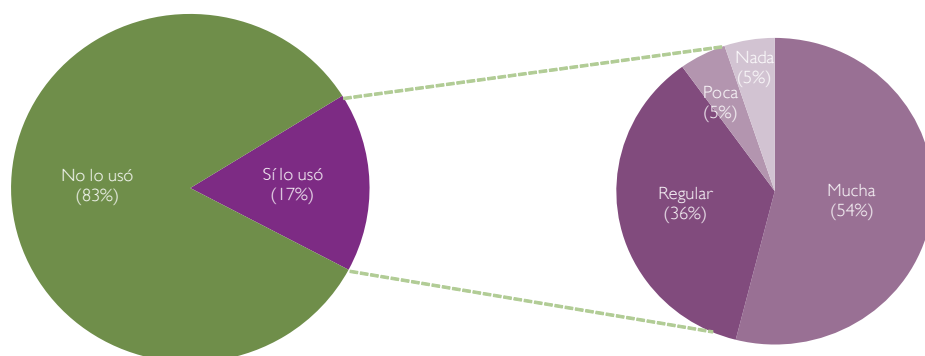


Visitas guiadas

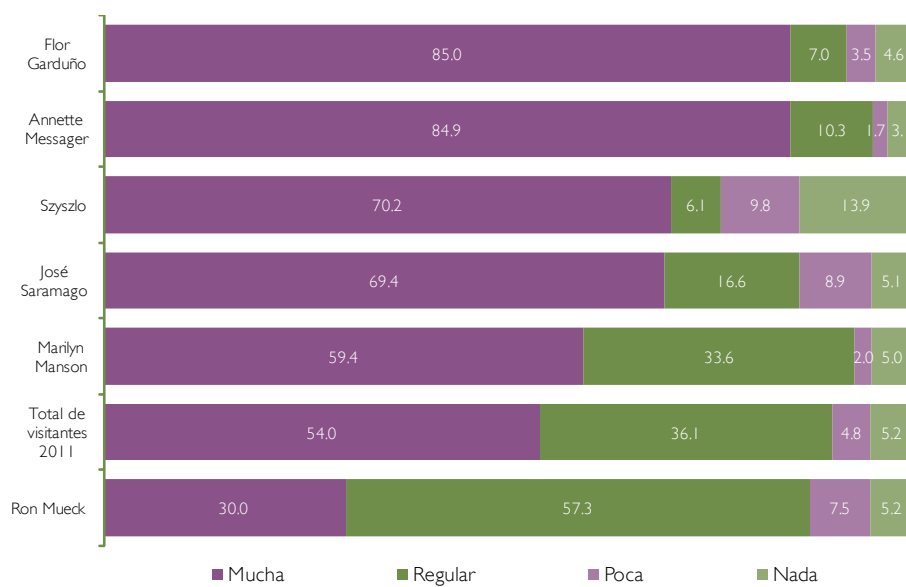
Un 17% del público que fue al Museo hizo uso de las visitas guiadas, la mitad de ellos (54%) consideró haber recibido mucha información, mientras que 36% valoró la cantidad de la información como regular; entretanto, uno de cada 20 de estos visitantes (5%) la apreció como poca, y por último 5% indicó no haber recibido información.

El 80% de los asistentes que utilizaron la visita guiada en la exposición de Flor Garduño consideró que recibió mucha información por parte del guía; en ese mismo sentido le siguen los visitantes de Annette Messenger con 84.9% de sus asistentes. Alrededor de la mitad de los visitantes de José Saramago (48.4%) apreció como regular la cantidad recibida de la visita guiada, mientras que el público de Szyszo alcanzó el porcentaje más alto en considerar la información como poca o nula, colocándose por arriba del resto del público de otras exposiciones.

Cantidad de información recibida en las visitas guiadas

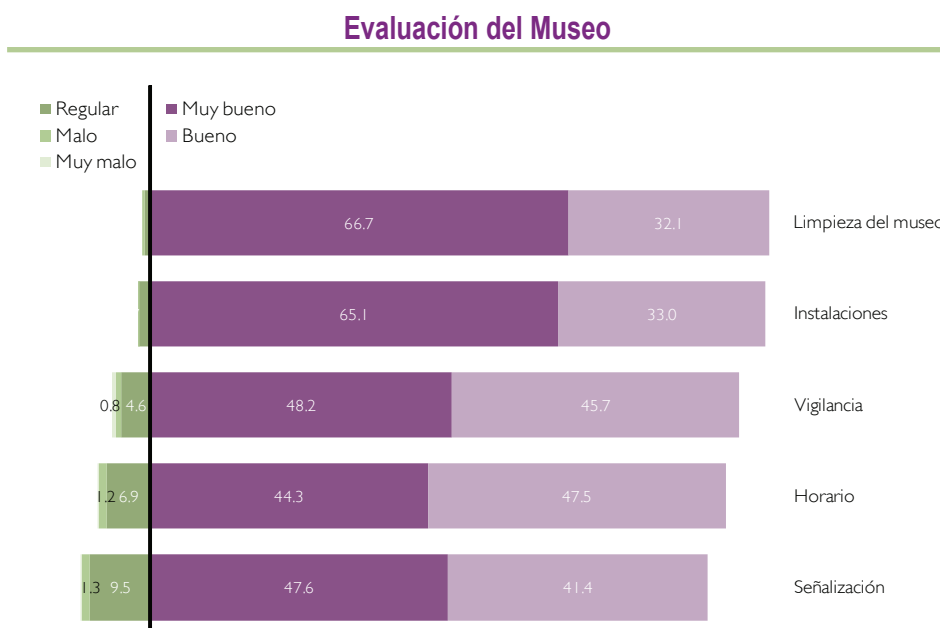


Cantidad de información recibida en las visitas guiadas por exposición



Evaluación del Museo

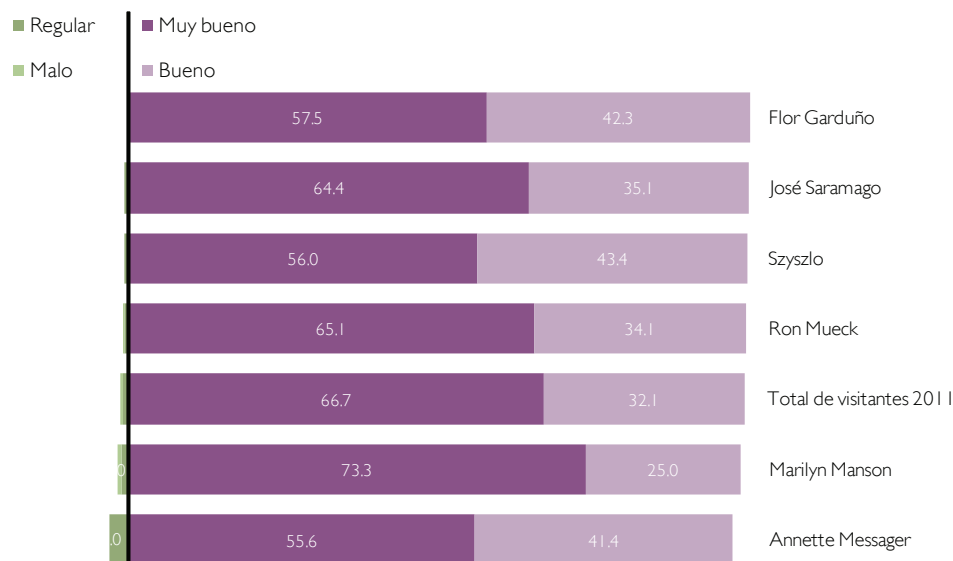
Para poder evaluar algunos servicios e instalaciones del Museo se empleó una escala de medición de cinco puntos: muy bueno, bueno, regular, malo y muy malo. La limpieza del Museo (sin contar baños) fue la mejor calificada, en donde dos terceras parte de los visitantes (66.7%) la consideró como muy buena; siguieron las instalaciones en general —espacios de descanso, patios— con 65.1%; en tercer lugar se posicionó el servicio de vigilancia fuera de salas (no incluye custodios); la señalización o señalética en el interior del Museo fue otra característica a evaluar, en donde 47.6% de los asistentes la consideraron muy buena, en tanto que en esa misma escala los horarios del Museo ocupan el último lugar (44.3% de los visitantes).



Limpieza del Museo (sin contar baños)

Al desagregar por exposición la apreciación de los visitantes sobre la limpieza del Museo, encontramos que el público asistente a la exposición Flor Garduño alcanzó el nivel más alto de percepción de muy bueno y bueno (99.8%), seguido del público que asistió a la exposición de José Saramago (99.5%), en tercer lugar se ubicaron los visitantes de Szyzlo (99.4%). En general todo el público que fue al Museo en el 2011 consideró eficiente (muy bueno, bueno) el servicio de limpieza. La calificación más negativa la dieron los visitantes de Annette Messenger, en donde 3% de ellos la consideró regular.

Limpieza del Museo por exposición



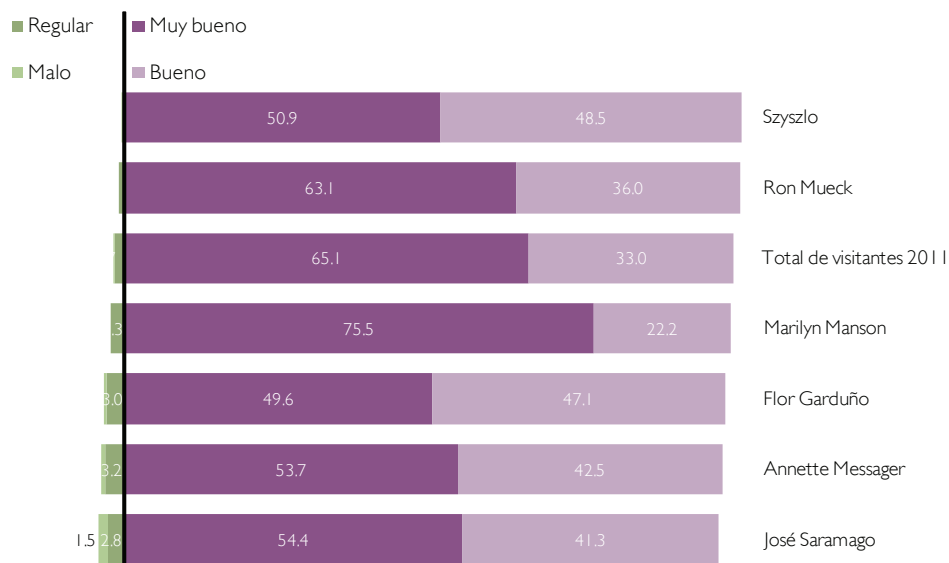
Instalaciones en general (espacios de descanso, patios)

Para la evaluación de las instalaciones se consideró todo el inmueble del Museo: áreas de descanso, pasillos, paredes, pisos, puertas, escaleras, pasamanos, etc. (no incluye exposición temporal). Casi todo el público que asistió a la exposición temporal Szyszlo (99.4%) valoró las instalaciones satisfactoriamente (muy bueno y bueno), seguido de los visitantes de Ron Mueck (99.1%). La percepción más negativa que tuvieron las instalaciones fue dada por los visitantes de José Saramago, en donde casi uno de cada 20 (4.3%) consideró desfavorable (regular y malo) las instalaciones en general.

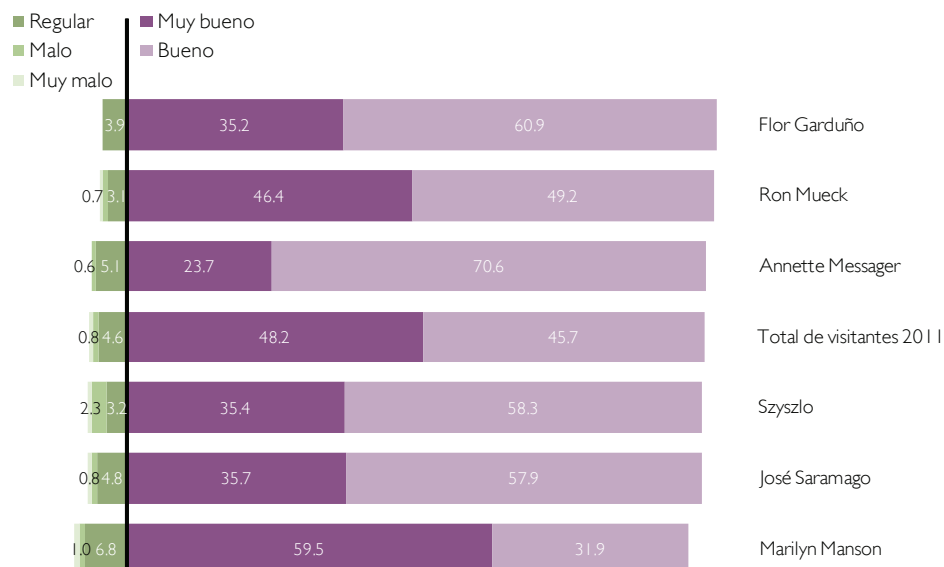
Vigilancia fuera de las salas (no incluye custodios)

El 96.1% del público que asistió a la exposición Flor Garduño calificó el servicio de vigilancia (vigilantes y policías) de manera satisfactoria (muy bueno y bueno), seguido del público de Ron Mueck (95.6%). Por el contrario, casi uno de cada 10 visitantes que fue a la Marilyn Manson (8.6%) evaluó el servicio de vigilancia desfavorable (regular y malo).

Instalaciones por exposición



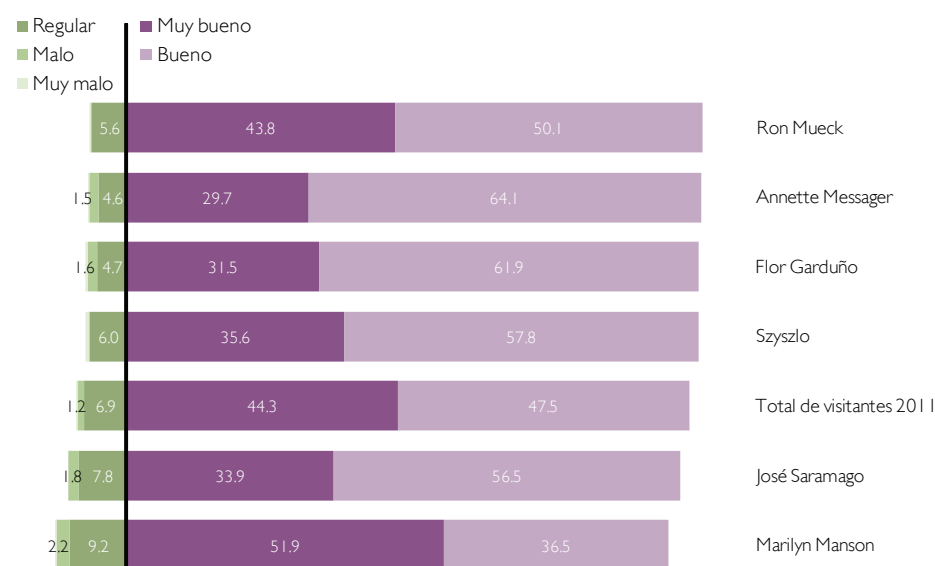
Vigilancia por exposición



Horario del Museo

Casi 100% de los visitantes de Ron Mueck (94%) consideró eficiente (muy bueno y bueno) los horarios del Museo; en ese mismo sentido, 93.8% del público de Annette Messenger también calificó así los horarios. Por otro lado, un poco más de uno de cada 10 visitantes a Marilyn Manson consideraron deficiente (regular, malo y muy malo) los horarios. En términos generales, 98.8% del público que asistió al Museo en 2011 calificó como eficientes los horarios.

Horario por exposición

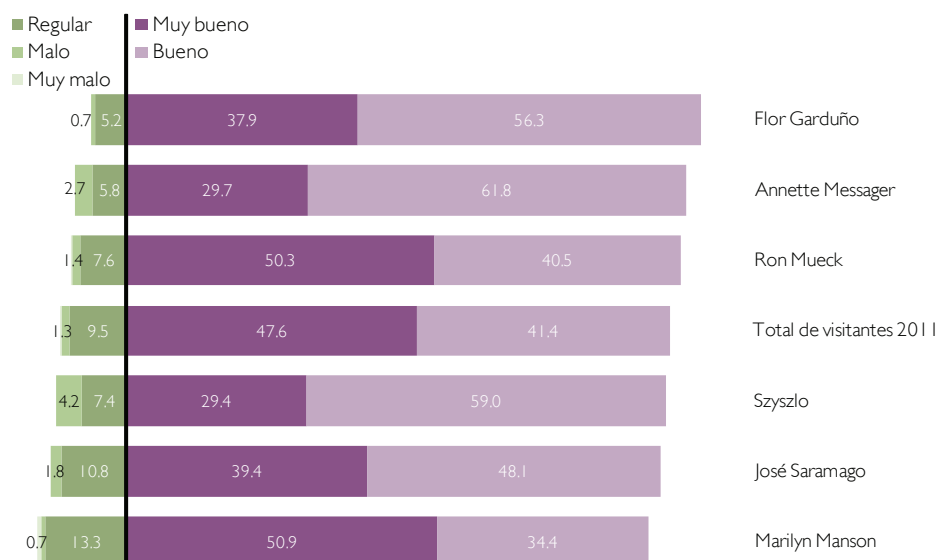


Señalización en el interior del Museo

Indiscutiblemente, la señalización o señalética es parte fundamental de cualquier espacio público, no sólo por razones informativas y de control, sino también por motivos de seguridad. Desafortunadamente fue el elemento del Museo con menor valoración positiva. Poco más de uno de cada 10 visitantes (11.1%) consideraron deficiente (regular, mala y muy mala) la señalización, debido a que no la vieron y la que llegaron a ver comentaron que no se encuentra en lugares apropiados o que es confusa. Aunque no es un porcentaje muy grande, sí es de suma importancia tomar en cuenta estas apreciaciones y corregir por seguridad.

Nueve de cada 10 visitantes que asistieron a la exposición Flor Garduño (94.1%) apreciaron la señalización del Museo satisfactoriamente (muy buena y buena), en tanto que 91.5% de los asistentes a Annette Messenger la calificaron de la misma manera.

Señalamientos por exposición



Calificación general del Museo

Se les pidió a los visitantes que calificaran con una escala de evaluación de 0 al 10 el Museo en general (sin contar la exposición temporal) incluyendo la exposición permanente (murales existentes en el espacio), donde dos terceras partes (66.8%) del público calificaron al Museo con 10. Esta información puede ser usada como un indicador de resultados, en donde se calcula la eficiencia, eficacia y efectividad de los servicios e instalaciones. El objetivo debe ser el aumento del porcentaje de los visitantes que calificaron con diez o el aumento de la calificación promedio que en este caso fue de 9.6.

Una cuarta parte del público del Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso (27%) calificó con nueve y únicamente 6.2% de los visitantes asignó al Museo una calificación menor a nueve.

Las mujeres (71.4%) calificaron mejor (diez) al Museo que los hombres (60.4%); por el contrario, en la calificación nueve y ocho hubo más proporción de hombres que asignó esta calificación al Museo con respecto a las mujeres.

Resulta interesante observar que los grupos de mayor edad, es decir, de 23 años en adelante, ubican en primer término la escala más alta (10) respecto a la calificación otorgada al Museo, en tanto que para el resto de los grupos de edad la primera opción es nueve.

Calificación general del Museo

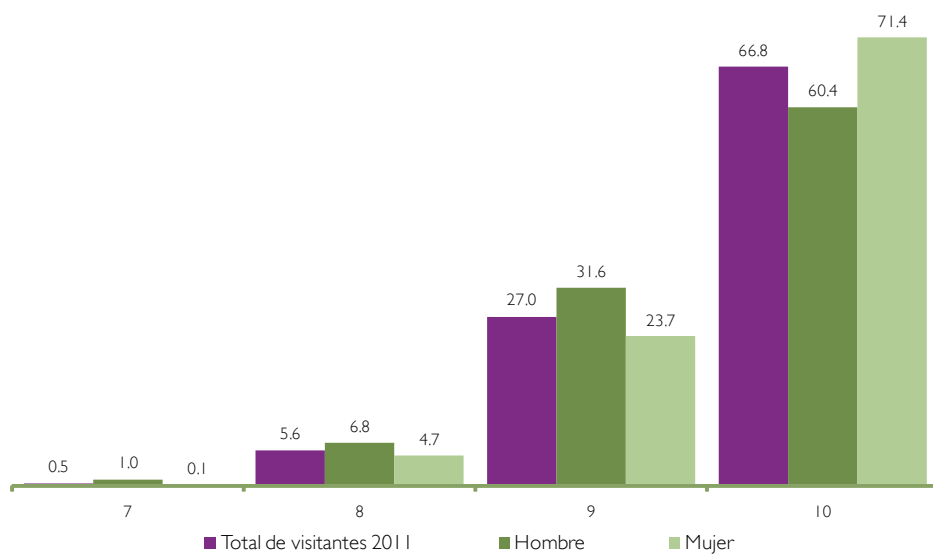
	Total de casos	4	5	6	7	8	9	10	Total
Total de visitantes 2011	1674	0.1	0.1	0.05	0.46	5.6	27.0	66.8	100.0
Hombre	660		0.2		1.01	6.8	31.6	60.4	100.0
Mujer	1014	0.1		0.1	0.05	4.7	23.7	71.4	100.0
15 a 17 años	254				0.10	8.9	30.3	60.7	100.0
18 a 22 años	563		0.2		1.01	7.2	35.9	55.7	100.0
23 a 30 años	394			0.2	0.14	4.3	26.4	69.0	100.0
31 a 45 años	263	0.4			0.10	3.6	18.4	77.5	100.0
46 años o más	200				0.21	0.7	5.3	93.8	100.0
No estudió nada	4					28.4		71.6	100.0
Primaria	10						9.1	90.9	100.0
Secundaria	124				2.19	12.1	27.5	58.2	100.0
Bachillerato	524				0.09	7.6	27.9	64.4	100.0
Licenciatura	897	0.1	0.1	0.1	0.40	3.6	27.6	68.2	100.0
Posgrado	114			0.1		0.1	22.3	77.4	100.0
Trabaja	555			0.1	0.12	2.7	20.0	77.0	100.0
Trabaja y estudia	143	0.8	1.1			4.3	34.2	59.6	100.0
Desempleado	39						17.6	82.4	100.0
Estudiante	835			0.01	0.82	8.6	34.3	56.2	100.0
Ama de casa	65					0.3	6.5	93.2	100.0
Jubilado	37						1.3	98.7	100.0

Por escolaridad, los asistentes con licenciatura y posgrado son quienes otorgaron mejores calificaciones.

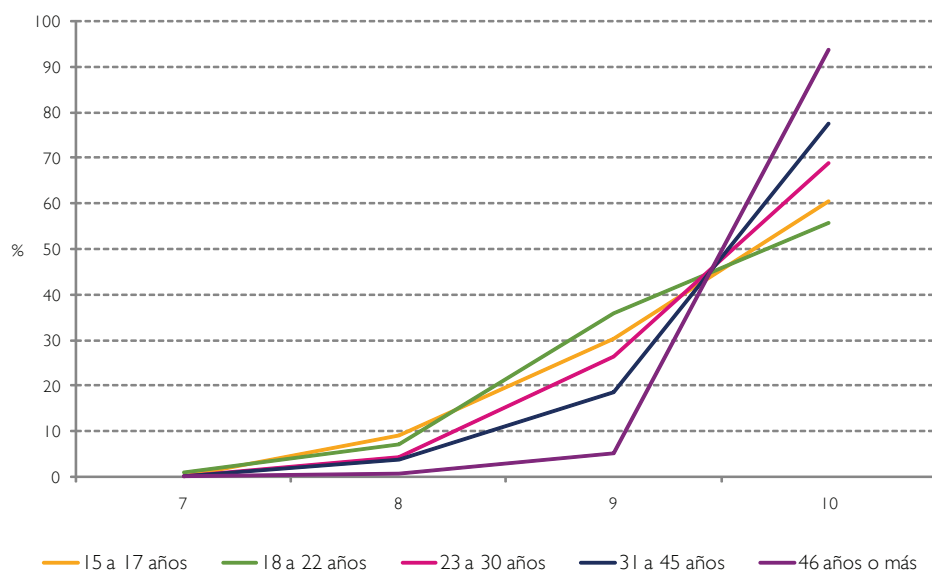
Casi el total de los jubilados (98.7%) otorgaron la escala máxima de 10 al Museo; en esa misma escala los acompañan las amas de casa (93.2%), los desempleados (82.4%) y los que trabajan (77%), todos ellos se colocaron por arriba del promedio total de los visitantes 2011 (66.8%). El público que trabaja y estudia o que simplemente estudia llegó a reportar calificaciones menores a ocho; esto no sucedió con el resto de los visitantes.

Los visitantes que asistieron a las exposiciones de Flor Garduño (75.4%), Annette Messenger (70.9%) y José Saramago (69.1%) son los que registran el mayor porcentaje en la escala de 10 en otorgarle al Museo esa calificación, situándose por arriba de los visitantes de otras exposiciones. Mientras tanto, un poco más de uno de cada 20 asistentes de Szyszlo (7.8%), de Marilyn Manson (6.6%) y de Ron Mueck (6.5%) otorgaron una calificación máxima de ocho al Museo.

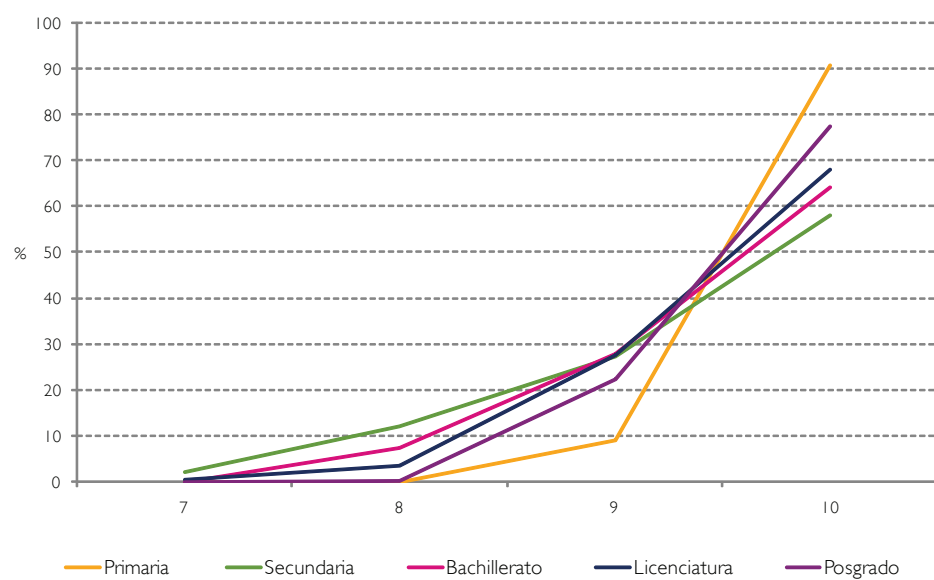
Calificación general del Museo por sexo



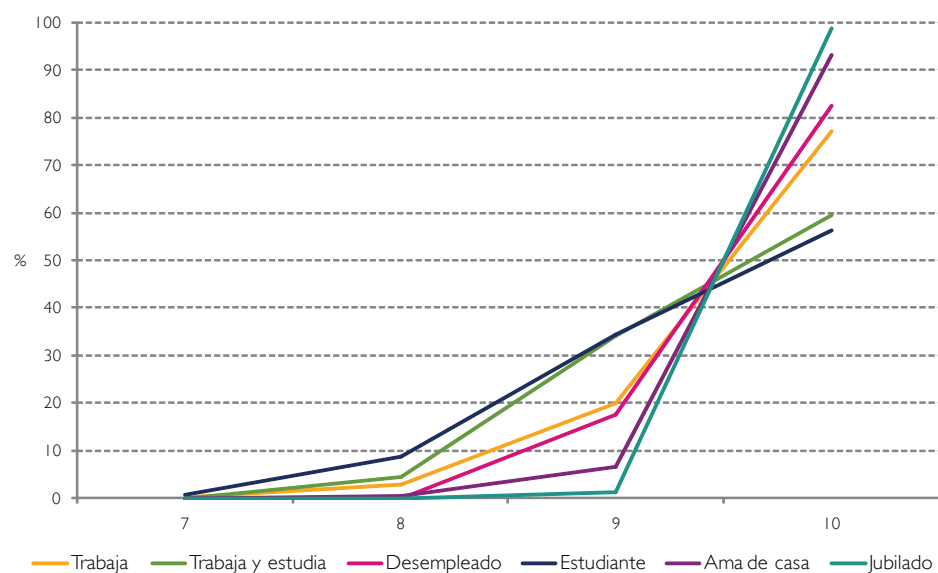
Calificación general del Museo por edad



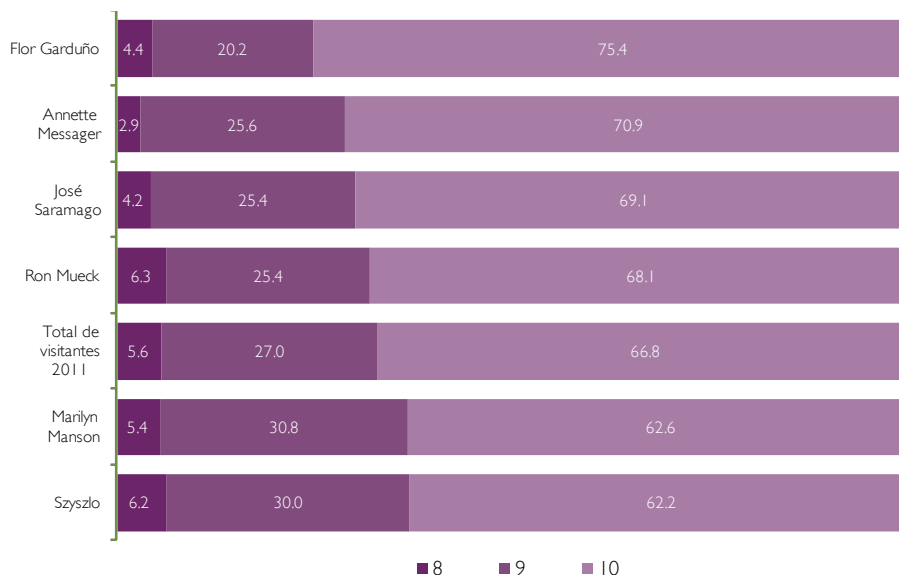
Calificación general del Museo por escolaridad



Calificación general del Museo por ocupación



Calificación general del Museo por exposición



Sugerencias de los visitantes

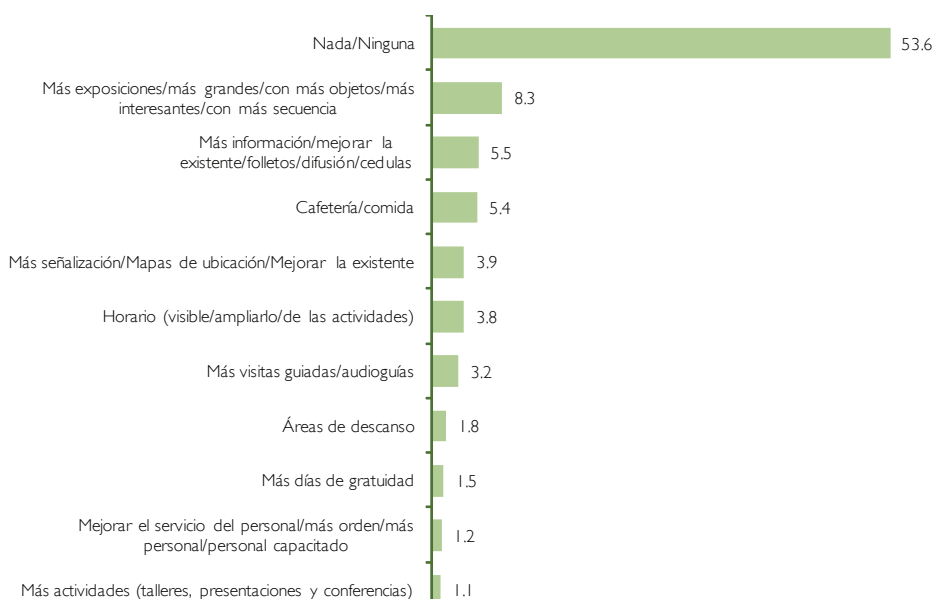
Resulta interesante el hecho de que 53.6% del total de los visitantes refirieron no estar interesados en que existan otras actividades distintas a las ya integradas en el Museo. Sin duda esta negativa puede obedecer a diferentes causas. Una causa positiva es que el Museo proporciona toda la demanda de las actividades que requiere el visitante. Por otra parte, una causa negativa sería que el público no dispone de parámetros de comparación de un museo a otro, donde todos los museos que ha visitado son homogéneos entre sí; no existen diferencias en sus ofertas culturales y no consideran que pudieran recibir más servicios.

Sin embargo, casi uno de cada 10 visitantes (8.3%) sugirió contar con más exposiciones de gran tamaño, en donde se puedan exhibir más objetos interesantes y con mayor lógica en la temática, en tanto que un poco más de uno de cada 20 visitantes (5.5%) propusieron mayor información en las exposiciones, mejorar la existente y que den folletos con información del Museo y de las exposiciones; en tercer lugar prevalece la recomendación de que el Museo cuente con servicio de cafetería (5.4%).

Sugerencias de los visitantes

	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
Nada/Ninguna	56.6	48.0	48.1	52.5	55.5	53.4	53.6
Más exposiciones/más grandes/con más objetos/más interesantes/con más secuencia	2.9	2.2	5.9	6.6	11.4	4.5	8.3
Más información/mejorar la exis- tente/folletos/difusión/cédulas	7.5	4.2	4.7	6.8	4.3	13.0	5.5
Cafetería/comida	5.9	12.2	7.8	6.7	3.4	1.2	5.4
Más señalización/Mapas de ubicación/Mejorar la existente	2.3	1.6	4.9	3.5	4.6	1.1	3.9
Horario (visible/ampliarlo/ de las actividades)	2.0	1.3	6.4	6.8	2.0	0.7	3.8
Más visitas guiadas/audioguías	1.4	1.8	3.2	2.0	4.5	1.5	3.2
Áreas de descanso	2.3	3.6	3.8	1.7	1.2	0.7	1.8
Más días de gratuidad	0.6	0.7	0.3	3.3	0.5	1.4	1.5
Mejorar el servicio del personal/ más orden/más personal/ personal capacitado	1.1	0.2	1.1	1.2	1.3	2.9	1.2
Más actividades (talleres, presentaciones y conferencias)	5.6	2.2	1.3	0.7	0.6	2.4	1.1
Remodelación/edificio	0.9	3.1	0.6		1.3	3.0	0.9
Iluminación/mejorar		2.6	2.6	0.5	0.6	1.8	0.8
Mejorar vigilancia/seguridad (trato al público)/más seguridad	0.6	6.0	0.4	0.6	0.3	1.6	0.8
Sanitarios (limpiar, modernizar, remodelar, agregar mesa para cambiar pañales, más baños)	1.2	0.4	0.6	0.9	0.4		0.6
IMAX/Pantallas/Audiovisuales	0.3	0.4	0.4	0.7	0.6		0.6
Interactividad	0.6			0.7	0.5		0.5
Costos menores		0.3	1.4	0.5	0.3	1.6	0.4
Poner un elevador/escaleras eléctricas para el público	0.5	1.2	0.3		0.4		0.3
Eventos culturales/de música/cine/ teatro y danza	0.6	1.3	1.0	0.2	0.1		0.3
Servicio de internet	3.1	0.8	0.4	0.2		0.1	0.3
Falta mobiliario (contenedores de basura, sillones, fuente y mesas)		0.4	1.0	0.2	0.3	0.1	0.3
Biblioteca, librería, ludoteca y sala de lectura	1.1	0.8	0.3	0.2		2.0	0.2
Bebederos		0.2		0.5			0.2
Acceso en todo el Museo	0.3	0.3	1.1	0.2		0.6	0.2
Áreas verdes y juegos al aire libre		0.3		0.4		0.2	0.2
Estacionamiento				0.2		1.3	0.1
Actividades para niños	0.9	0.4					0.1
Actividades para adultos		0.4					0.02
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Sugerencias de los visitantes

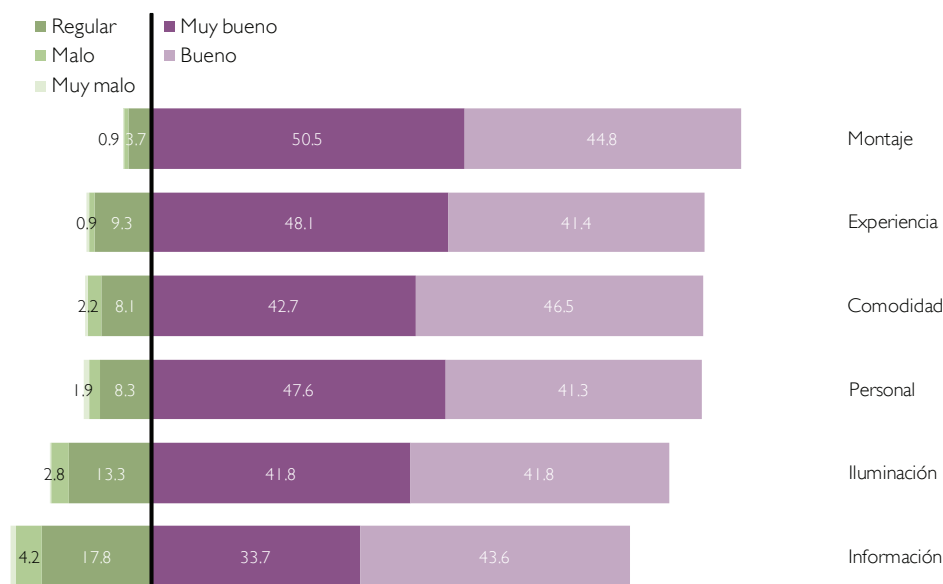


Evaluación de las exposiciones temporales

Existen diferentes elementos que integran la experiencia de una exposición temporal. Algunos de ellos son: la comodidad para ver las piezas y leer los textos, la información y las explicaciones que existen en el interior de las salas de cada exposición, la iluminación, el montaje de la exposición y la atención por parte del personal dentro de las salas, estos factores van a desencadenar una percepción de la experiencia vivida de los visitantes. En una escala de muy bueno a muy malo se les pidió a los visitantes que valoraran cada uno de estos elementos.

El montaje de las exposiciones temporales fue el mejor evaluado en la escala de muy bueno y bueno (95.3%) por los visitantes, seguido de la experiencia vivida dentro de las salas (89.5%); en tercer lugar se ubica la comodidad para ver las piezas y leer los textos (89.2%); en cuarto lugar la atención del personal (incluye los custodios) dentro de las salas (89%); la iluminación dentro de la sala ocupó el quinto lugar (83.6%), y en el último lugar se ubicó la información proporcionada en el interior de las salas de la exposición temporal (77.3%).

Evaluación de las exposiciones temporales



Montaje

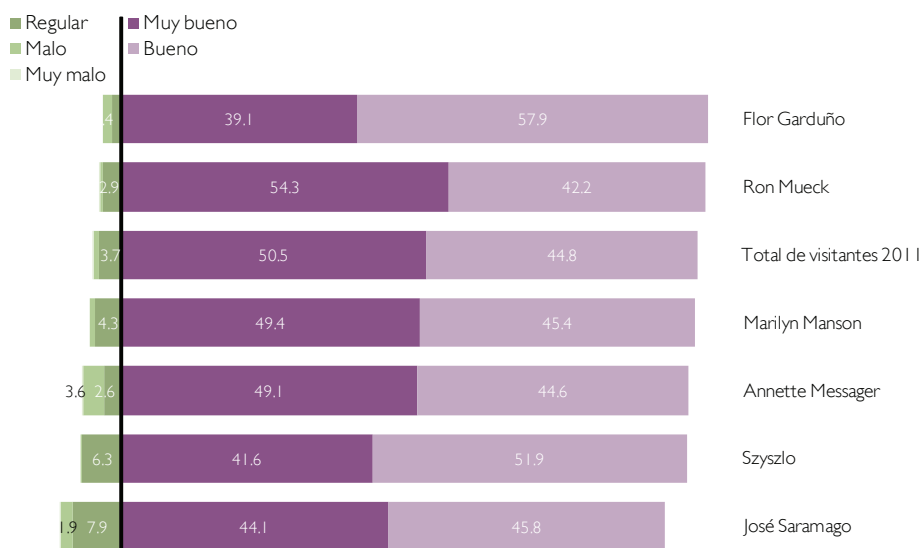
Son muchos los componentes que se deben tener en cuenta para montar una exposición. Cada una de ellas tiene un manejo propio según las proporciones de las obras o el lugar en donde se van a montar (muros, objetos en vitrina, cédulas, material de apoyo como trípticos, cédulas de sala, etc.).

Una característica que comparten todos los montajes es tomar como punto de referencia los tipos de público que serán los receptores de las exposiciones y las dinámicas que desean obtener. Por ello se desagregó esta pregunta por el perfil de público de las exposiciones temporales.

En general todos los montajes de la exposición fueron calificados satisfactoriamente (muy bueno y bueno). Un poco más de la mitad del público de Ron Mueck (54.3%) consideró el montaje muy bueno, en esa misma escala de calificación le siguió el público de Marilyn Manson con 49.4%, estos dos se ubican por arriba del resto de los visitantes de otras exposiciones. Si utilizamos esta información como un indicador de efectividad (mide los resultados ante el público del museo), se puede sugerir que el objetivo es incrementar el porcentaje de los visitantes en torno a la calificación de muy bueno que se le da al montaje.

Casi uno de cada 20 visitantes al Museo (4.7%) percibieron el montaje de una manera desfavorable (regular, malo y muy malo). Las razones principales que manifestaron para evaluar de esta manera fue que existe confusión en la cronología, desperdicio de espacios, que están mal acomodadas las piezas, que no existe un orden, seguían trabajando el montaje durante la visita, los textos están en contraluz, no hay un recorrido fijo, no lucen las piezas y existe poco espacio para las piezas.

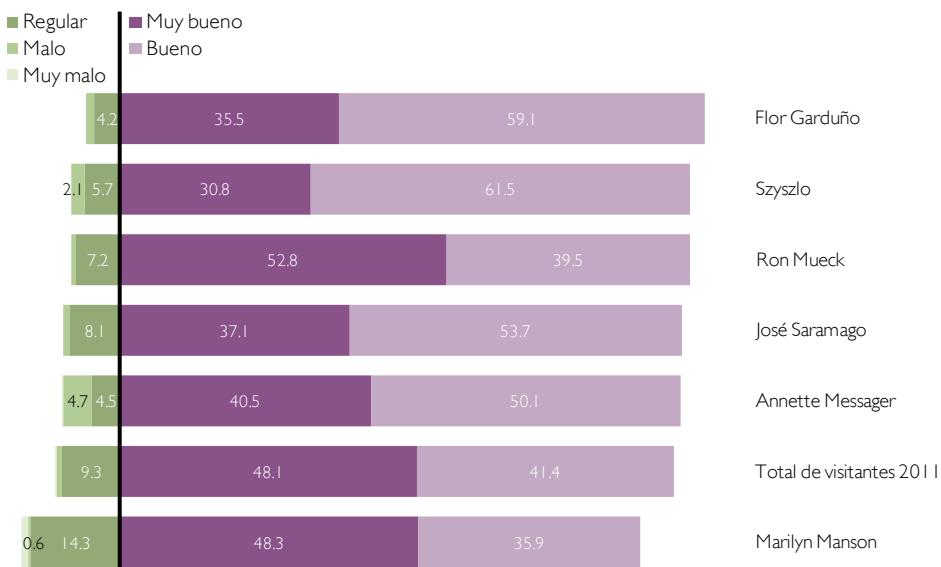
Montaje por exposición



Experiencia

El público que obtuvo las proporciones más grandes en la escala de muy bueno sobre la evaluación de la experiencia vivida en el interior de las salas fue el de Ron Mueck (52.8%) y Marilyn Manson (48.3%), situándose por arriba del promedio total de visitantes (48.1%). Los asistentes a Flor Garduño (39.1%) son los que menos adjudicaron la calificación de muy bueno. Esta variable ayuda a contrastar la experiencia vivida en el Museo en general y la experiencia en la sala de exposición temporal. La evaluación más desfavorable (regular; malo y muy malo) se encontró en los asistentes a Marilyn Manson (15.9%), Annette Messenger (9.3%) y José Saramago (9.2%).

Experiencia por exposición

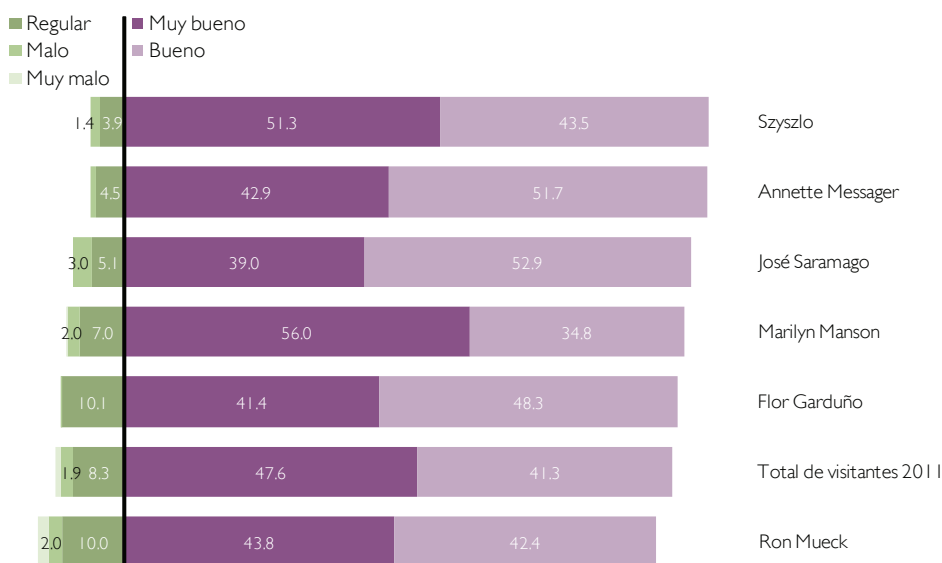


Atención del personal dentro de las salas (incluye custodios)

Se les pidió a los visitantes que calificaran la atención del personal que se encontraban en el interior de las salas, esto incluye a los custodios y otros trabajadores del Museo que estuvieran realizando otras actividades en dicho espacio. Un poco más de la mitad del público de Marilyn Manson (56%) remarcó que el servicio del personal en el interior de las salas fue muy bueno, del mismo modo 51.3% de los asistentes a Szyszlo le asignó la misma calificación.

Los visitantes que tuvieron el porcentaje más reducido en la calificación de muy bueno fueron los asistentes a José Saramago (39%) y Flor Garduño (41.4%). Por el contrario, los que otorgaron la evaluación más desfavorable (regular, malo y muy malo) fueron los visitantes de Ron Mueck (13.8%), Flor Garduño (10.3%) y Marilyn Manson (9.2%).

Atención del personal dentro de la sala por exposición



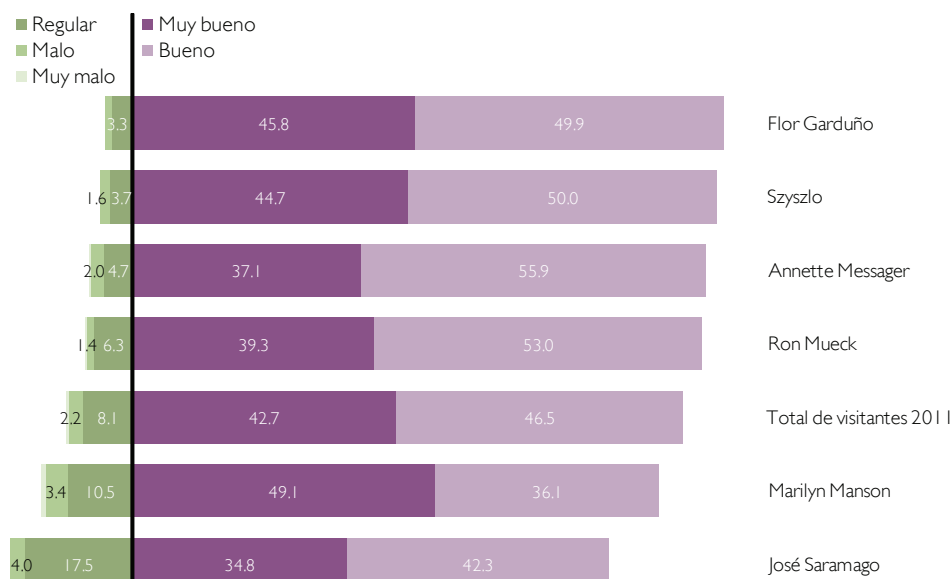
Comodidad para ver las piezas y leer los textos

Otro aspecto importante de la valoración de una exposición es la comodidad para ver las piezas y leer los textos (fichas técnicas/cédulas). En este rubro no se calificaron los contenidos de los textos ni la calidad o técnica de las obras exhibidas.

Casi la mitad de los visitantes que asistieron a Marilyn Manson (49.1%) calificaron con la escala de muy bueno la colocación de las piezas y los textos en el interior de las salas, fue el público con mayor porcentaje en esa categoría; el segundo lugar lo ocuparon los asistentes a Flor Garduño (45.8%) y en un tercer sitio el público de Szyszlo con 44.7%.

Los visitantes que fueron a la exposición de José Saramago (22.9%) son los que obtuvieron el porcentaje más alto en calificar como desfavorable (regular, malo y muy malo) la colocación de las piezas y los textos en el interior de las salas, seguido del público de Marilyn Manson (14.7%) y Ron Mueck (7.8%).

Comodidad para ver las piezas y leer los textos por exposición

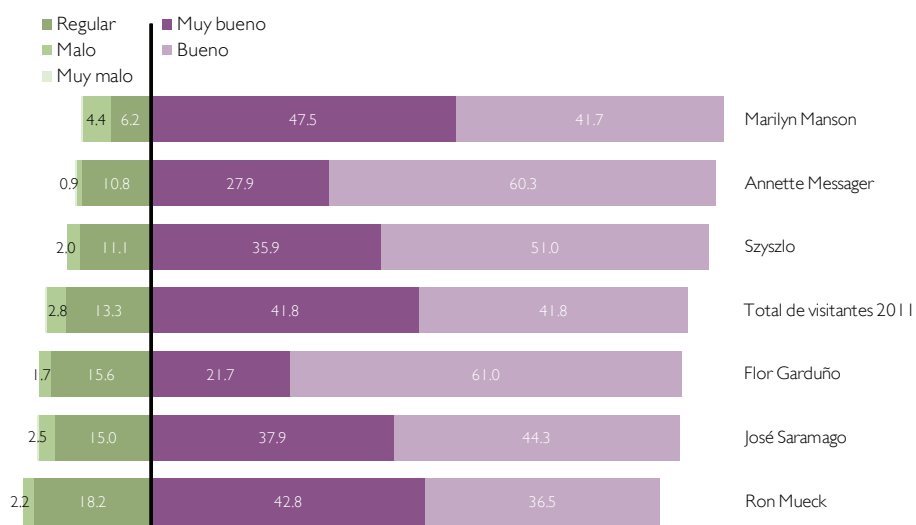


Iluminación

En términos generales se calificó la iluminación favorablemente (bueno y muy bueno); ocho de cada 10 visitantes (83.6%) la valoraron de esa manera. Para la iluminación sólo se tomó en cuenta las salas pertenecientes a las exposiciones temporales, sin contar la luminaria de otras áreas del Museo.

Casi la mitad de los visitantes de Marilyn Manson (47.5%) apreciaron la iluminación existente en el interior de las salas como adecuadas (muy bueno), quedando por arriba del resto de los visitantes de otras exposiciones temporales. Los visitantes que percibieron más desfavorable (regular, malo y muy malo) la iluminación fueron los asistentes a la exposición de Ron Mueck (20.8%), seguido del público de José Saramago (17.8%) y los asistentes a Flor Garduño (17.3%).

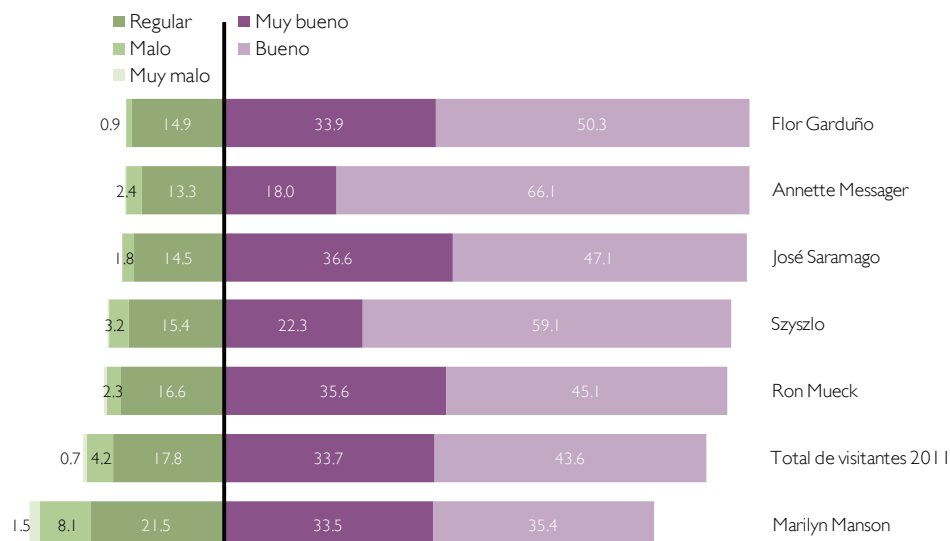
Iluminación



Información y explicaciones de la exposición dentro de la sala

También se evaluaron los contenidos y explicaciones que se encontraban dentro de la salas. Hay que recordar que este elemento fue el que alcanzó la calificación más desfavorable (regular, malo y muy malo) por casi una cuarta parte de los visitantes al Museo (22.7%), en comparación con el resto de los elementos (iluminación, comodidad, personal, experiencia y montaje).

Información y explicaciones de la exposición dentro de la sala



Cerca de una tercera parte de los visitantes a Marilyn Manson (31.1%) consideró desfavorable los contenidos dentro de las salas, mientras que dos de cada 10 asistentes a Ron Mueck (19.3%) calificaron de esa misma manera la información; en tercer lugar de mención quedó el público de Szyzlo con 18.7% de su público. Las razones que manifestaron los visitantes para calificar desfavorablemente los contenidos de la información son que faltaban explicaciones en las obras, traducir los textos, así como información muy básica.

Calificación de la exposición temporal

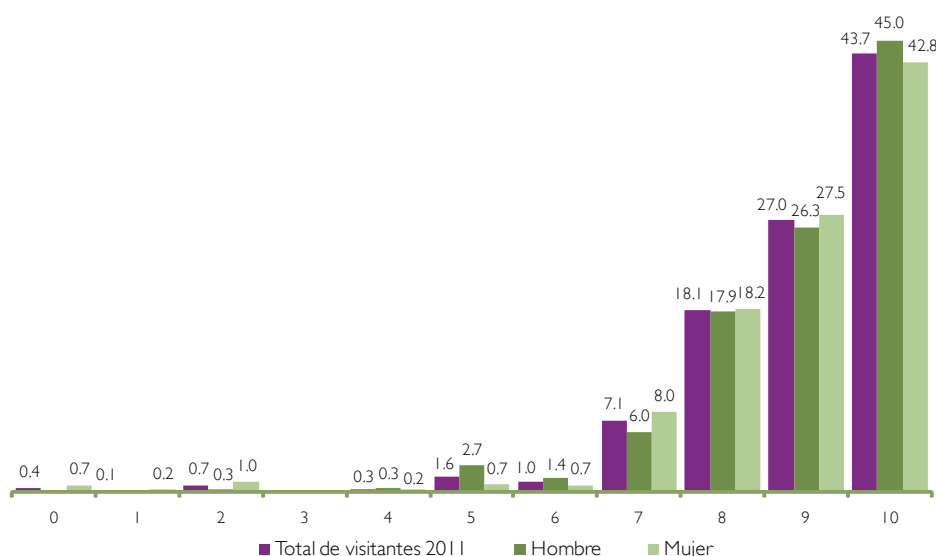
Se les pidió a los visitantes que calificaran la exposición temporal que visitaron (sin contar otras áreas del Museo ni la exposición permanente), en donde un poco más de dos quintas partes (43.7%) calificaron con 10 la exposición; la siguiente calificación con mayor mención fue nueve con 27% y tres de cada 10 visitantes (29.2%) evaluaron a la exposición temporal con una escala menor a nueve. El promedio total de evaluación corresponde a 8.9, quedando por abajo del promedio de evaluación del Museo (9.6).

Calificación de la exposición temporal

	Total de casos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Total de visitantes 2011	1674	0.4	0.1	0.7	0.01	0.3	1.6	1.0	7.1	18.1	27.0	43.7	100.0
Hombre	660	0.0		0.3	0.03	0.3	2.7	1.4	6.0	17.9	26.3	45.0	100.0
Mujer	1014	0.7	0.2	1.0		0.2	0.7	0.7	8.0	18.2	27.5	42.8	100.0
15 a 17 años	254	0.1					3.6		6.6	13.7	30.0	45.9	100.0
18 a 22 años	563			1.6		0.5	1.3	0.9	11.6	20.5	25.6	38.0	100.0
23 a 30 años	394	1.0	0.2	0.2			0.5	0.9	4.2	23.4	27.0	42.5	100.0
31 a 45 años	263	1.1	0.4	0.4		0.5	2.8	2.2	4.8	15.8	27.4	44.7	100.0
46 años o más	200				0.12		0.1	1.0	1.9	8.6	27.2	61.1	100.0
No estudió nada	4									2.6	71.6	25.8	100.0
Primaria	10									0.6	14.5	84.9	100.0
Secundaria	124					0.5	7.6		4.4	13.5	23.5	50.5	100.0
Bachillerato	524	0.5		1.5		0.2		0.2	9.6	19.3	34.3	34.3	100.0
Licenciatura	897	0.4	0.2	0.4	0.03	0.2	0.7	1.7	6.8	18.8	23.9	46.8	100.0
Posgrado	114					0.4	10.9	1.6	2.6	22.0	21.5	41.0	100.0
Trabaja	555	0.5	0.2	0.5		0.0	1.1	1.4	4.4	19.0	24.8	48.1	100.0
Trabaja y estudia	143					1.9	0.8	2.7	13.4	30.1	26.1	25.0	100.0
Desempleado	39							2.2	1.9	26.0	20.9	48.9	100.0
Estudiante	835	0.5	0.1	1.0		0.2	2.3	0.6	9.3	18.0	27.2	40.9	100.0
Ama de casa	65								0.5	3.0	20.9	75.6	100.0
Jubilado	37				0.4					0.1	63.9	35.5	100.0

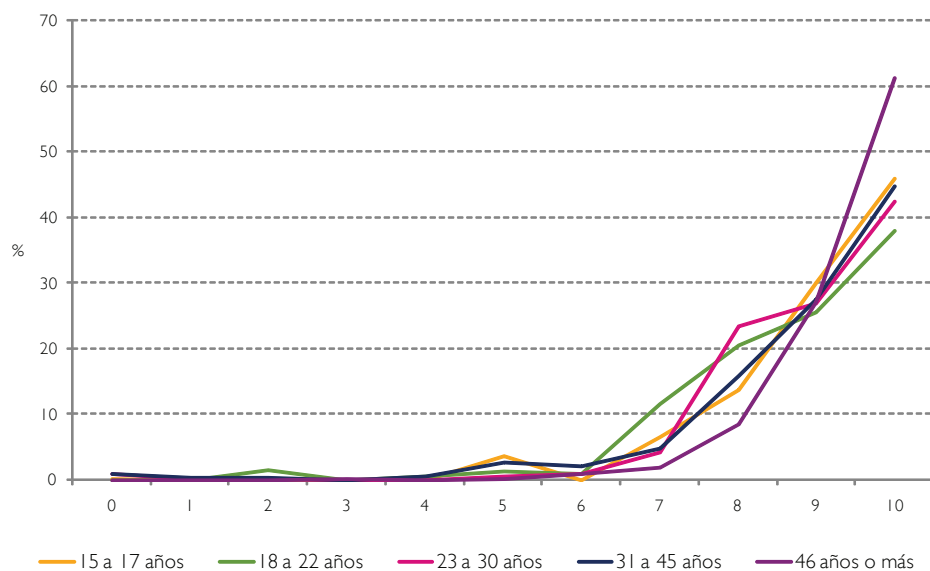
El 45% de los hombres calificaron con 10 la exposición temporal, mientras que 42.8% de las mujeres otorgó la misma calificación; esto se invierte en la calificación de nueve y ocho, en donde hubo mayor proporción de mujeres que de hombres. No existen diferencias importantes por sexo en torno a la calificación asignada a las exposiciones temporales.

Calificación de la exposición temporal por sexo



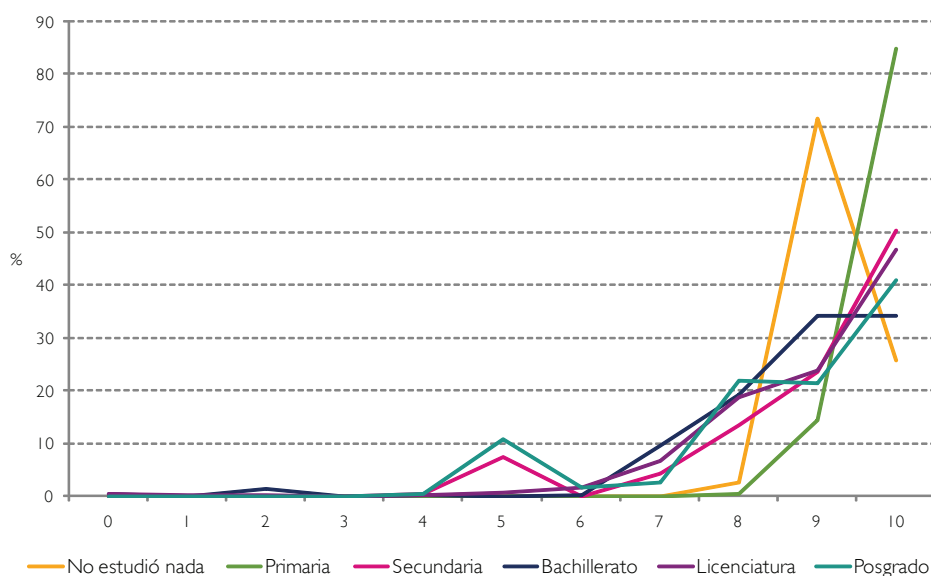
Resulta interesante observar que los adultos de 46 años en adelante (61.1%) son los que reportaron mayor porcentaje en otorgar la calificación de 10 a la exposición temporal. Por otro lado, los jóvenes de 18 a 22 años (36.4%) son los que reportaron mayor proporción en dar calificaciones menores a nueve que el resto de visitantes de otras edades.

Calificación de la exposición temporal por edad



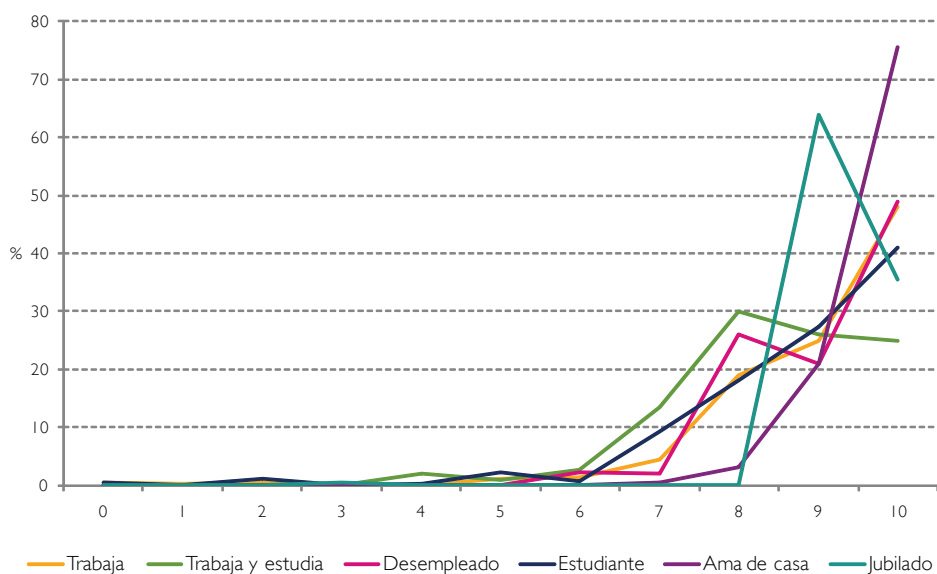
Existe una correlación entre el nivel de escolaridad y la calificación otorgada a la exposición temporal. Los visitantes que tienen los niveles de educación más bajo (sin estudios y primaria) son los que calificaron más alto (10) la exposición; en cambio, los visitantes con escolaridad mínima de bachillerato otorgaron calificación de ocho en mayores porcentajes.

Calificación de la exposición temporal por edad



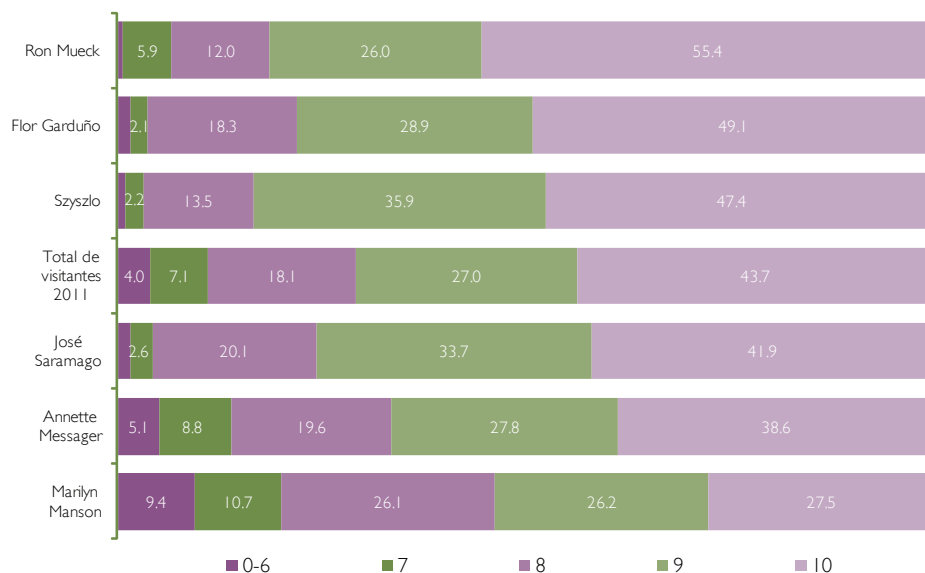
Tres cuartas partes de los visitantes que son amas de casa (75.6%) calificaron con 10 a la exposición temporal, igualmente los desempleados (48.9%) y trabajadores (48.1%), todos ellos se colocaron por arriba del promedio total de los visitantes 2011(43.7%). El público que trabaja y estudia llegó a reportar calificaciones menores a tres, caso que no sucedió con el resto de los visitantes.

Calificación de la exposición temporal por ocupación



Las exposiciones mejor evaluadas por sus visitantes fueron Ron Mueck (55.4%), Flor Garduño (49.1%) y Szyszlo (47.4%) con el mayor porcentaje en la calificación de 10. En comparación, las exposiciones de Marilyn Manson (46.3%), Annette Messenger (33.6%) y José Saramago (24.4%) son las que consiguieron el porcentaje más alto en la calificación menor a nueve.

Calificación de la exposición temporal por público asistente



Evaluación de otros servicios/actividades en el Museo

Existen otros servicios y actividades que se desarrollan en el interior del Museo, pero no todos los visitantes los utilizan o hacen uso de ellos. Estos servicios van desde el uso de la tienda, módulo de informes, guardarropa/paquetería, visitas guiadas, baños, actividades organizadas por el Museo y máquinas expendedoras. Es de suma importancia conocer la evaluación de estos servicios, ya que en conjunto forman parte de la experiencia de la visita.

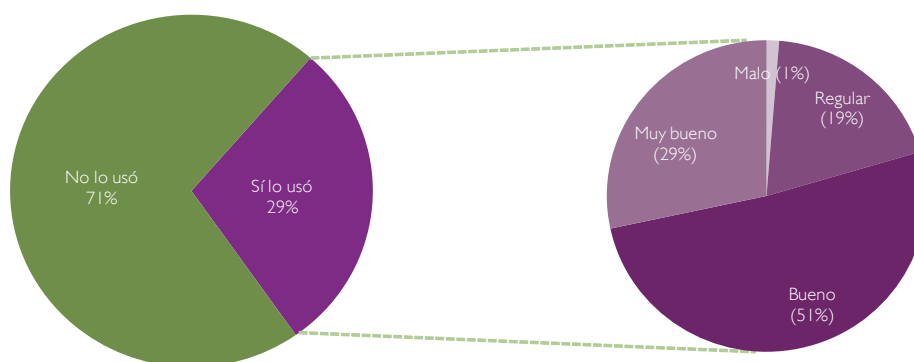
Tienda

Casi tres de cada 10 visitantes (29%) hicieron uso de la tienda; al evaluar el servicio se encontró que la mitad del público que acudió a ella consideró el servicio como bueno (51%), mientras que 29% lo calificó como muy bueno y 19% como regular.

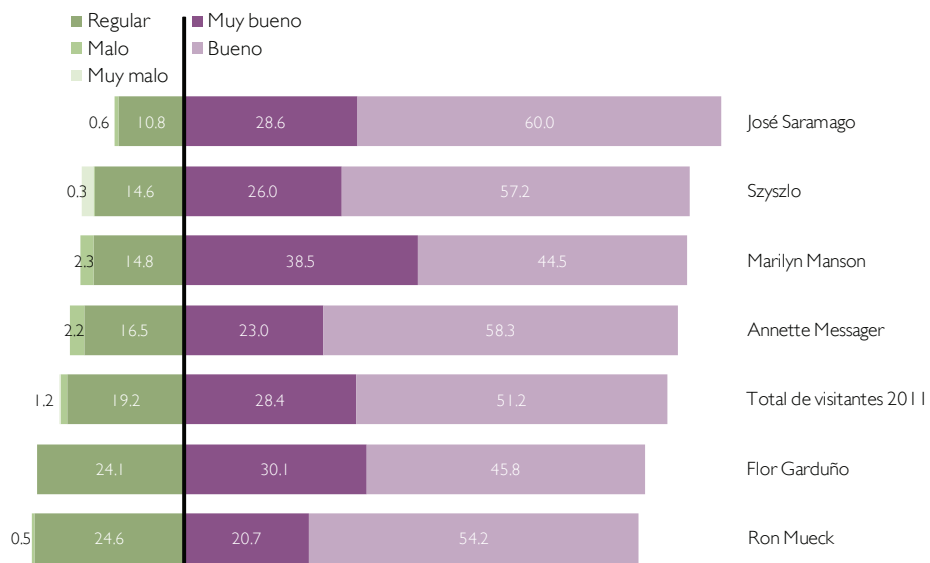
En cuanto a la valoración de la tienda del Museo por parte de los visitantes de cada exposición temporal, se tiene que casi cuatro de cada 10 visitantes que asistieron a Marilyn Manson (38.5%) la consideraron muy buena, en tanto que seis de cada 10 asistentes a José Saramago (60%) la calificaron como bue-

na. Los asistentes a Ron Mueck son los que reportaron el porcentaje más alto (25.1%) en calificar de una manera desfavorable (regular, malo y muy malo) la tienda, respecto a los visitantes de las demás exposiciones.

Tienda



Valoración de la tienda por exposición



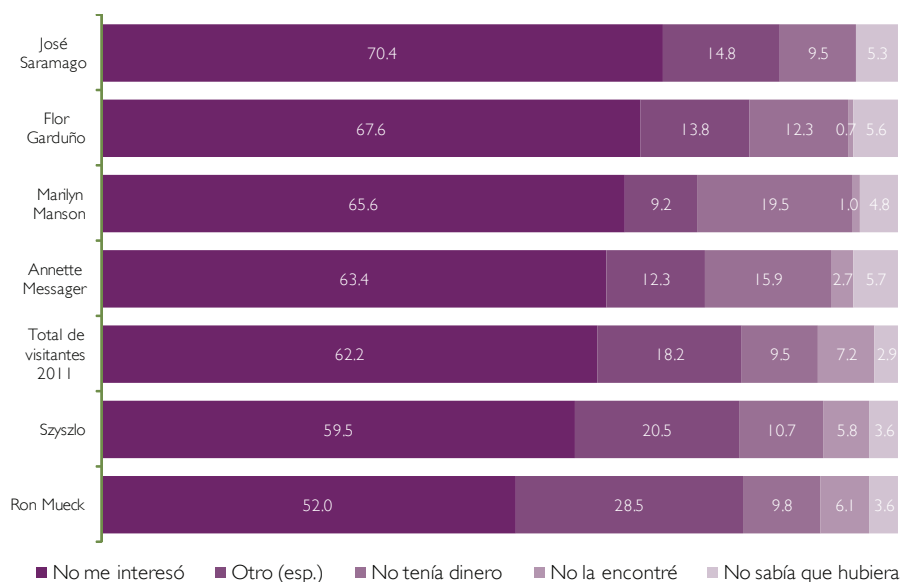
Motivo(s) de no acceso a la tienda

Se le preguntó al 71% del público que no entró a la tienda acerca del motivo por el cual no lo hizo y se obtuvo que dos terceras parte de ellos (62.2%) mencionaron como principal causa la falta de interés, la segunda causa mencionada fue la opción de otros (18.2%), en donde especificaron motivos como

el cansancio al término de su visita, la falta de tiempo y los precios elevados; en tercer lugar fue la falta de dinero (9.5%).

Por perfil de exposición temporal, se obtuvo que casi dos de cada 10 asistentes a Marilyn Manson (19.5%) no entraron a la tienda por no tener dinero, en ese mismo sentido le siguió el público de Annette Messenger (15.9%) y Flor Garduño (12.3%). El factor dinero no fue el principal motivo que influyera en el acceso a la tienda, lo que sí es viable de enmendar es la falta de interés del público para conocer la tienda; para atraer a estos visitantes se pueden exhibir en la taquilla productos (souvenires) de la exposición temporal que se presente en ese momento; otra opción es tener en el interior del Museo publicidad que invite ir a conocer la tienda; desde la taquilla se puede invitar al público a que al terminar su visita no deje de pasar a la tienda ya que se le va a dar un regalo, por ejemplo un separador de libros (cartón) que haga alusión al Museo o a la exposición temporal visitada; con esta medida no solamente se genera interés entre el público de conocer la tienda, sino que también es una forma de difusión del Museo y un recuerdo latente de su visita.

Motivo(s) de no acceso a la tienda por exposición

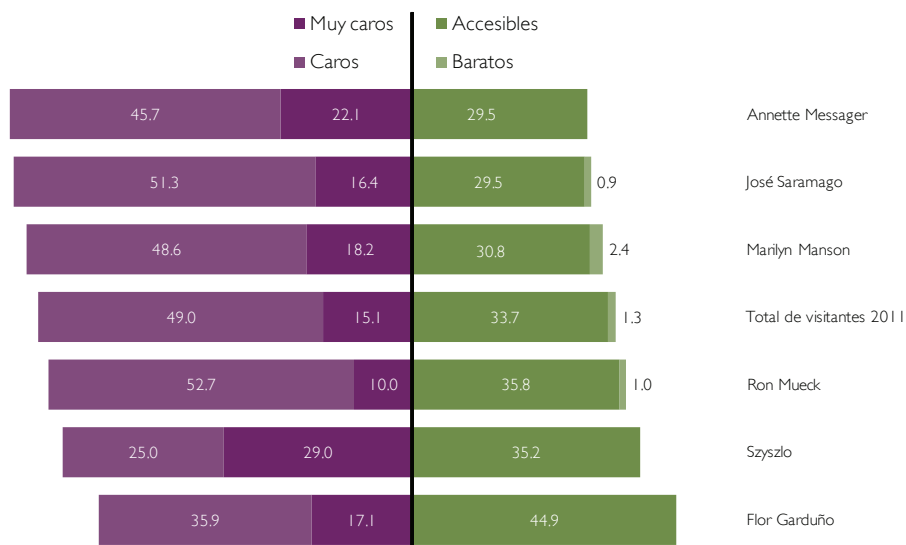


Evaluación de los precios de la tienda

Al 29% de los visitantes de la tienda se le pidió que evaluara los precios que existían en ese momento. Casi la mitad del público (49%) respondió que los precios son caros, mientras que una tercer parte (33.7%) los consideró accesibles, en tanto que 15.1% evaluó los precios como muy caros.

El público de Szyszlo obtuvo el porcentaje más alto al percibir como muy caros (29%) los precios de la tienda, mientras que poco más de la mitad del público de Ron Mueck (52.7%) determinó que los precios eran caros. Por otro lado, los asistentes a Flor Garduño son los que obtuvieron la mayor proporción en mencionar como accesibles (44.9%) los costos de la tienda.

Evaluación de los precios de la tienda por exposición

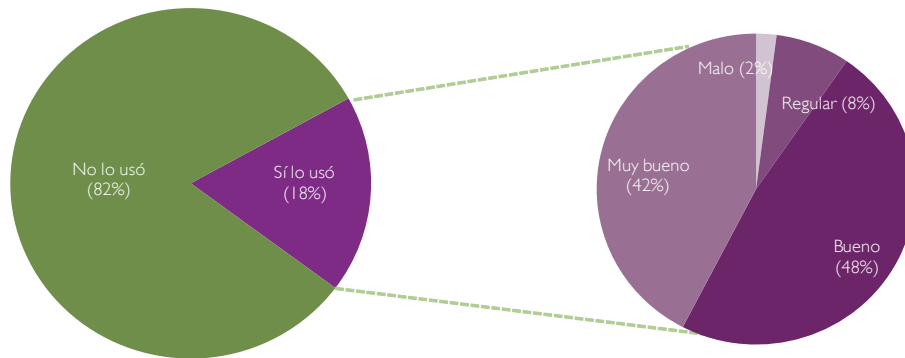


Módulo de informes

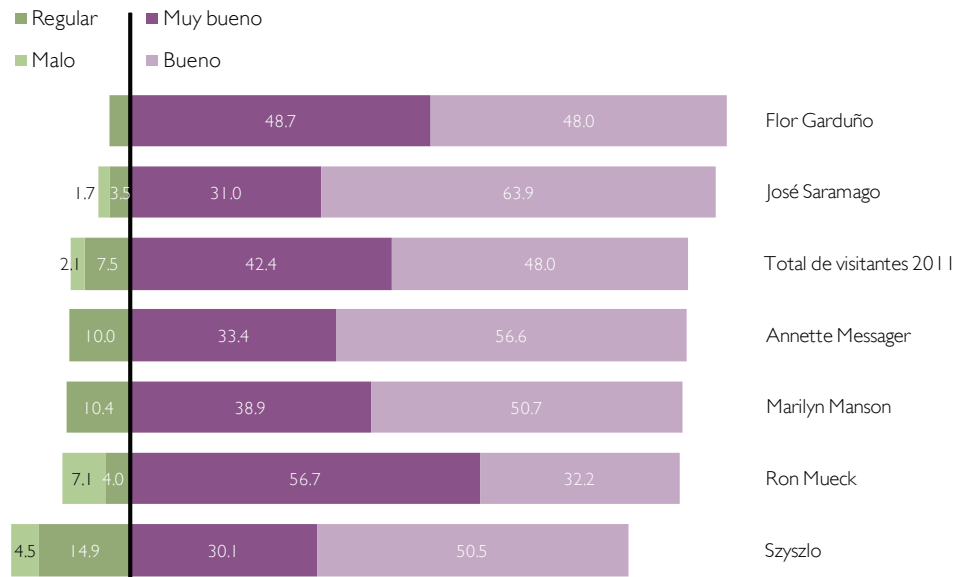
La encuesta no solo captó la cantidad de información que se otorgó en el módulo de informes, sino que tuvo la característica de evaluar el servicio otorgado. Casi dos de cada 10 visitantes (18%) mencionaron haber utilizado el servicio, donde casi la mitad de ellos (48%) lo consideró bueno, mientras que otro 42% lo consideró muy bueno; únicamente 10% le asignó una calificación deficiente (regular y malo).

Casi 100% del público de Flor Garduño (96.7%) que utilizó el módulo de informes calificó el servicio satisfactoriamente (muy bueno y bueno); en ese mismo sentido los asistentes a José Saramago se situaron en un segundo lugar con 94.9% de su público. Los visitantes que valoraron el servicio de forma más desfavorable (regular, malo y muy malo) fueron los públicos de Szyszlo (19.4%), Ron Mueck (11.1%) y Marilyn Manson (10.4%).

Módulos de informes



Módulos de informes por exposición



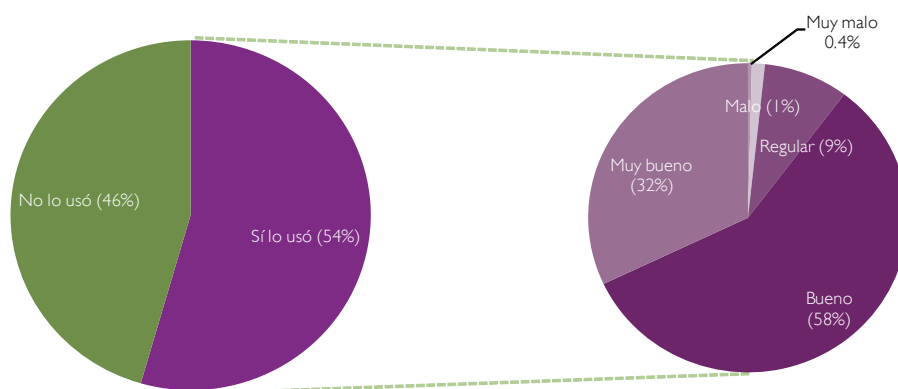
Guardarropa /paquetería

El 54% de los asistentes al Museo hizo uso del servicio de guardarropa/paquetería, este resultado lo coloca en el primer lugar de los servicios adicionales que ofrece el Museo y que pueden ser o no utilizados por el público. Tres de cada 10 asistentes que utilizaron el servicio de guardarropa/paquetería (32%) lo calificaron como muy bueno, en tanto que casi seis de cada 10 (58%) lo evaluaron como bueno; sólo uno de cada 10 asistentes le otorgó una calificación desfavorable (regular, malo y muy malo).

Los principales motivos que reportaron los visitantes para evaluar el servicio de guardarropa/paquetería como malo y muy malo fueron dirigidos al personal responsable (falta de interés en su trabajo, groseros, aventaron sus cosas, déspotas).

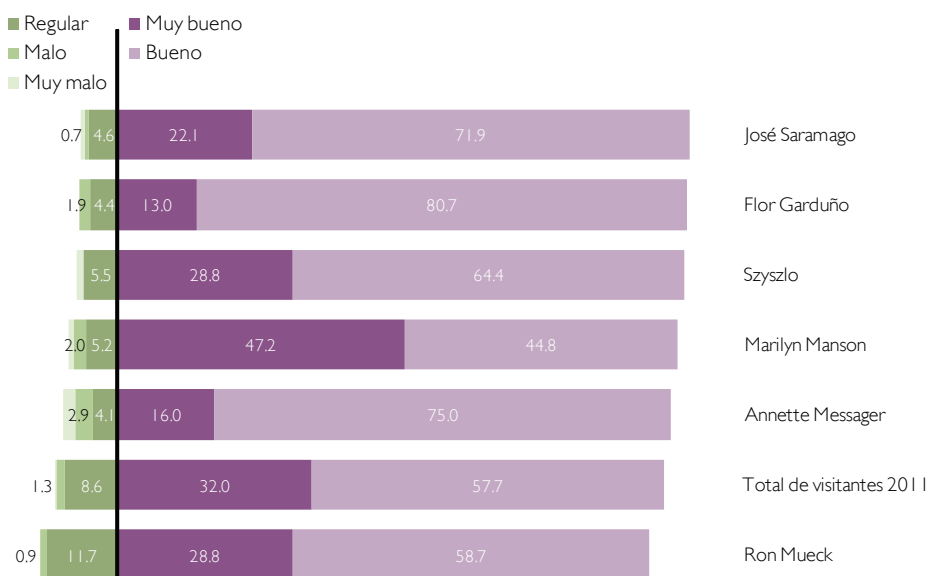
El 47.2% del público de Marilyn Manson evaluó el servicio de guardarropa/paquetería como muy bueno, en tanto que ocho de cada 10 asistentes a Flor Garduño (80.7%) lo consideraron como bueno; sin embargo, uno de cada 10 visitantes a Ron Mueck (11.7%) lo apreció de modo regular.

Guardarropa /paquetería por exposición



125

Guardarropa /paquetería

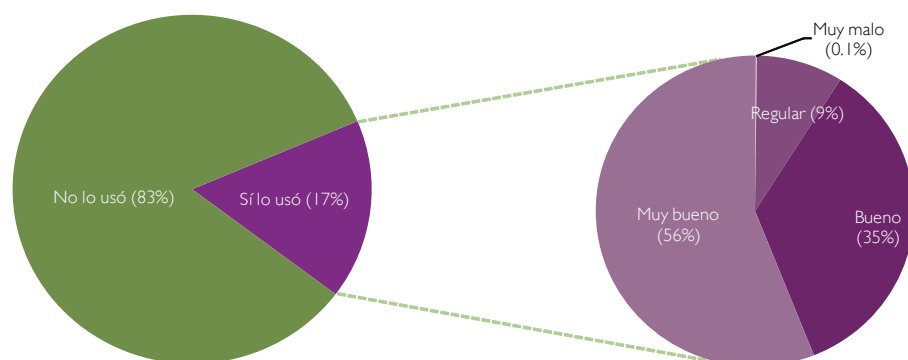


Visitas guiadas

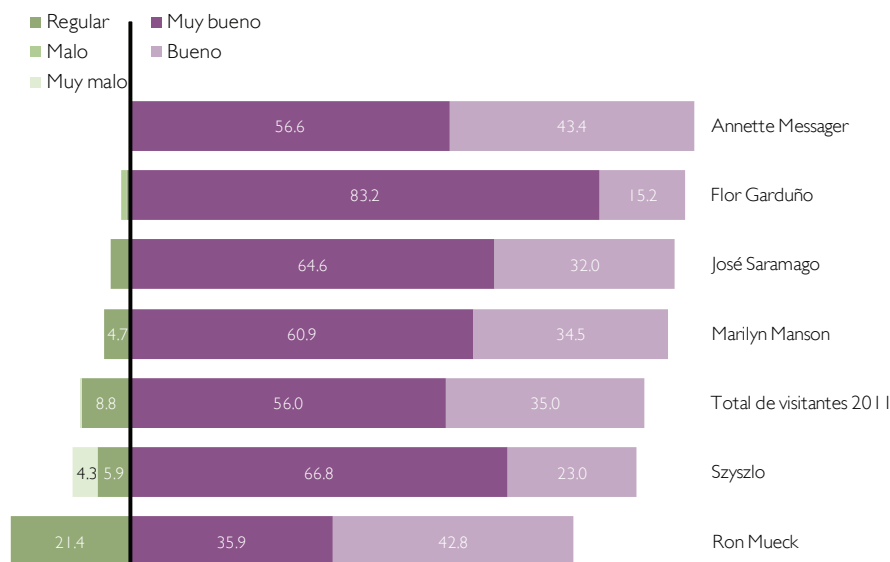
El servicio de visitas guiadas tuvo el mismo manejo que el módulo de informes. Primero se evaluó la cantidad de información proporcionada y en este apartado se calificó la calidad del servicio. Un 17% del público utilizó el servicio de visitas guiadas, de los cuales más de la mitad (56%) lo consideró muy bueno, en tanto que una tercera parte lo valoró como bueno (35%) y 9% como regular.

Únicamente una décima (0.1%) del público que utilizó el servicio lo evaluó como muy malo, debido a que la información proporcionada fue insuficiente y porque no llegó el guía a la cita del recorrido. El 83.2% del público de Flor Garduño que hizo uso de las visitas guiadas evaluó de muy bueno el servicio, mientras que cuatro de cada 10 visitantes a Annette Messenger (43.4%) lo consideraron como bueno. Por último, dos de cada 10 visitantes de Ron Mueck (21.4%) que utilizaron la visitas guiadas valoraron el servicio como regular.

Visitas guiadas



Visitas guiadas por exposición

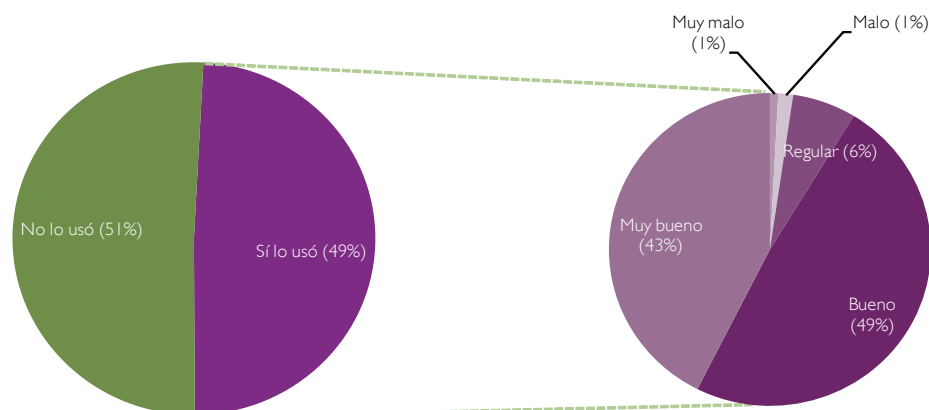


Sanitarios

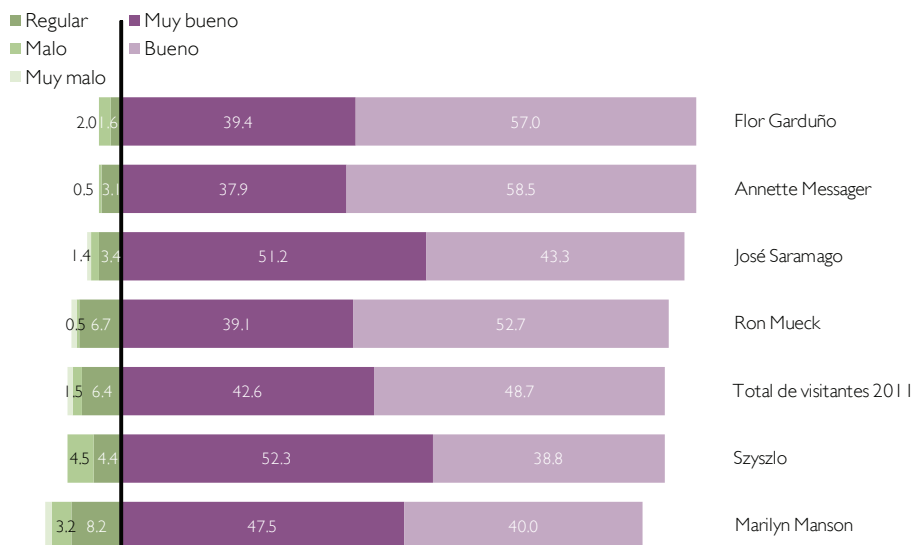
Cerca de la mitad de los asistentes al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso (49%) hizo uso del servicio de los sanitarios. Un 43% de este público consideró que este servicio fue muy bueno; mientras que 49% lo apreció como bueno; únicamente 6% lo evaluó como regular. Solamente 2.3% calificó el servicio desfavorable (malo y muy malo); entre los motivos mencionados son el desperdicio de agua en los lavabos, la falta de mantenimiento, no había jabón, sólo hay un lavabo y que se encontraban sucios.

Un poco más de la mitad del público (52.3%) de Szyszlo que utilizó el servicio lo evaluó como muy bueno, siendo el porcentaje con mayor mención en esta escala de medición. En la apreciación de bueno los asistentes a la exposición de Annette Messenger sumaron 58.5%; en un tercer lugar se situó la respuesta de regular y los asistentes a la exposición Marilyn Manson registraron el más alto porcentaje (8.2%) respecto al resto de los visitantes de las otras exposiciones temporales.

Sanitarios



Sanitarios por exposición

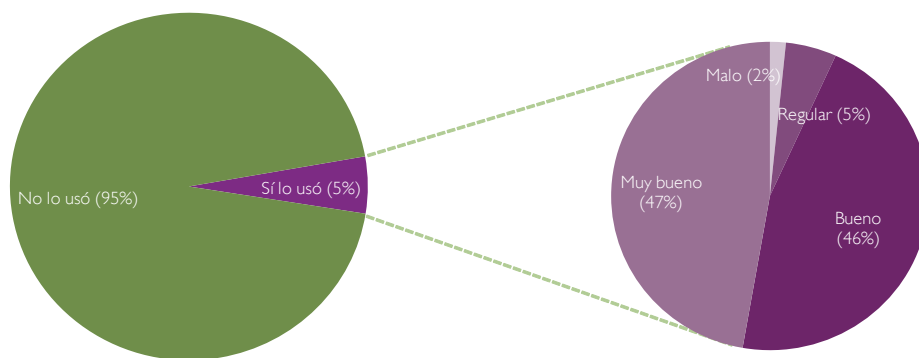


Actividades

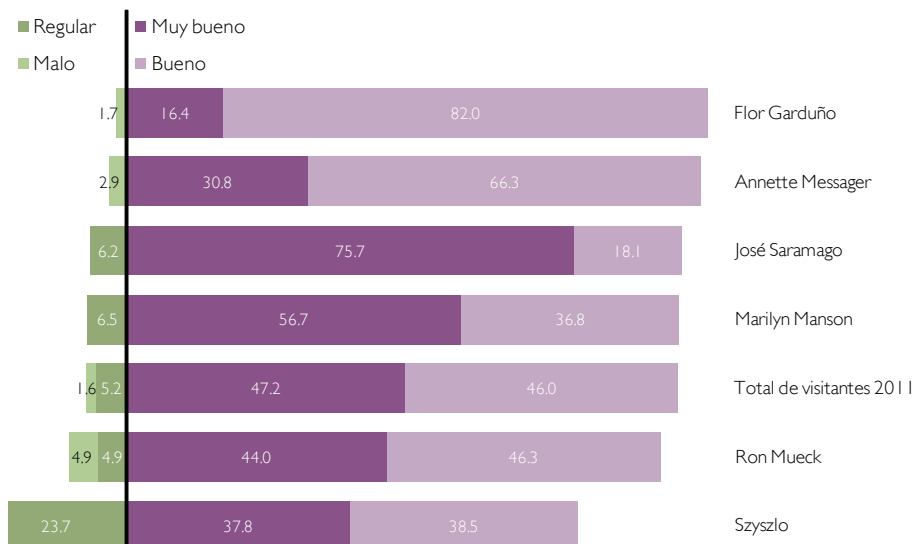
El Museo proporciona distintas actividades culturales, como son talleres, conferencias, cursos y pláticas. Uno de cada 20 asistentes (5%) al Museo refirió haber asistido a alguna de ellas.

Del público que hizo uso, prácticamente uno de cada dos calificaron el servicio como muy bueno (47%), mientras que cerca de la otra mitad de los visitantes (46%) lo evaluaron como bueno, escasamente 2% percibió como malo el servicio debido a que existía música de fondo que distrae, el material se encontraba en pésimo estado y escaso y por último que no había casi nadie tomando la actividad.

Actividades



Actividades por exposición



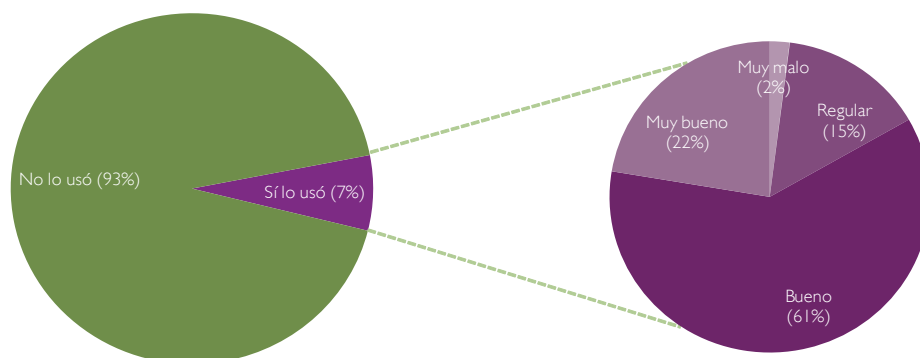
Al desagregar a los visitantes por exposición temporal que hicieron uso de las actividades del Museo, destaca el público de José Saramago, en donde tres cuartas parte (75.7%) evaluaron el servicio como muy bueno, situándose por arriba de los visitantes de otras exposiciones; en ese mismo sentido, ocho de cada 10 asistentes que fueron a Flor Garduño (82%) calificaron como bueno el servicio; por otro lado, una cuarta parte de los asistentes a Szyszlo (23.7%) que hizo uso del servicio lo evaluó como regular y el público de Ron Mueck (4.9%) obtuvo mayor porcentaje en calificar como deficientes (malo) las actividades del Museo.

Máquinas expendedoras

Las máquinas expendedoras juegan un papel importante en la permanencia de algunos visitantes al Museo, debido a que el Museo no cuenta con cafetería o restaurante. Es muy común que el público decida terminar su vista por cansancio, hambre o sed y las máquinas expendedoras permiten satisfacer en alguna medida estas necesidades. Por ejemplo, un visitante que requiera tomar algún medicamento, un niño pequeño que tiene hambre no dejará que sus padres disfruten la visita hasta que quede satisfecha su necesidad, un estudiante que fue al museo sin comer o desayunar no disfrutará el espacio. Al cubrir estas necesidades el visitante podrá pasar más tiempo en el sitio.

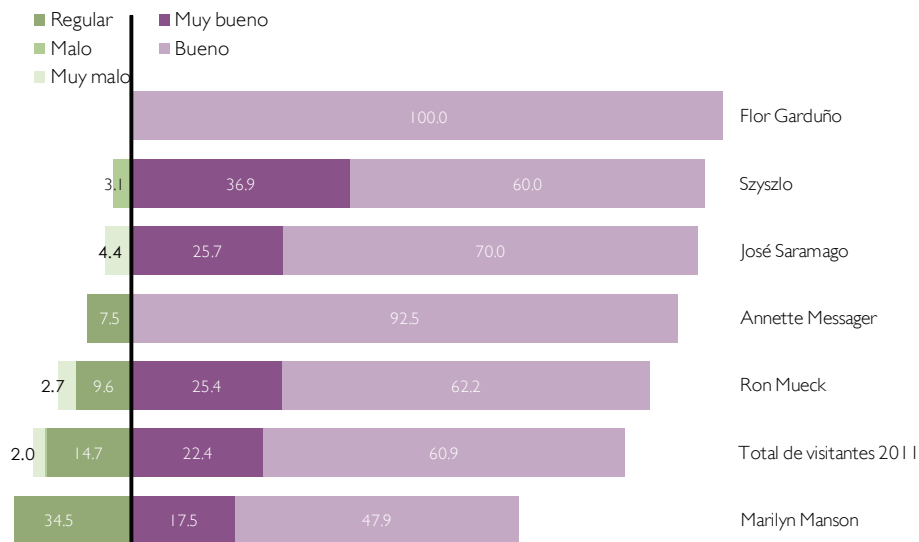
Un poco más de uno de cada 20 visitantes del Museo (7%) utilizó las máquinas expendedoras, en donde 61% de ellos evaluó el servicio como bueno, mientras 22% las consideró muy bueno y 15% regular. Solamente 2% calificó el servicio como muy malo; las razones dadas para evaluar este servicio con esta medida es que no cuentan con agua, no hay productos, no sirven las máquinas y falta de señalamientos para ubicarlas.

Máquinas expendedoras



Al desagregar la información por perfil de exposición, se obtuvo que el público que asistió a Szyszlo (36.9%) registró el porcentaje más alto calificando como muy bueno; en la percepción de bueno destacaron los visitantes de Flor Garduño, en donde 100% de sus visitantes las calificó de ese modo; el público de Marilyn Manson (34.5%) ocupó el primer lugar en evaluar el servicio de máquinas como regular y por último los asistentes a José Saramago (4.4%) son los que asignaron la evaluación más desfavorable (malo, muy malo).

Máquinas expendedoras por exposición




Capítulo

4

El papel de la familia







Los individuos están formados por procesos que condicionan su conducta (aprenden, interiorizan, incorporan, integran) y que están regulados por las sociedades globales y locales o el hábitat en donde pasan el mayor tiempo de su existencia. A este conjunto de procesos que modelan la forma de pensar y de actuar, la socióloga Muriel Darmon¹ le ha llamado socialización. La socialización está conformada por distintos agentes que influyen en la conducta humana: la familia, la escuela, los medios de comunicación, el trabajo y otros productos culturales.

En este sentido, el presente capítulo tiene como objetivo conocer el impacto de la familia en la generación de las prácticas culturales, particularmente respecto a la asistencia a los museos. Para poder entender esta relación se preguntó a los visitantes sobre dos temas principales: el primero es saber si asistían con sus padres a los museos en la etapa infantil y el segundo si todos los miembros de su hogar suelen visitar museos, así como las razones principales de no asistencia de sus familiares. Cada tema se desagrega por sexo, edad, escolaridad, ocupación y exposición temporal, con el fin de que se pueda encontrar la asociación que tiene con cada una de las variables mencionadas.

¹ Darmon, Muriel, *La socialisation*, 2ª ed., Armand Colin, París, 2007.

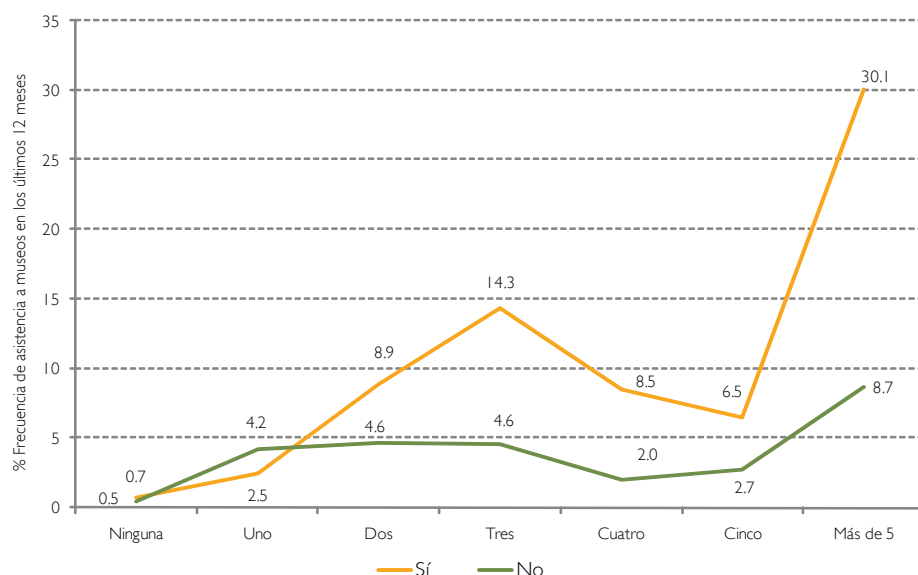
Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil

El hecho de que los padres lleven o no a sus hijos a visitar museos aparece como un factor que influye en los hábitos y prácticas futuras, ya que los niños se identifican con los códigos, actitudes y roles que representan algo en el interior de la familia, de ahí la inquietud de conocer en qué medida los visitantes actuales tuvieron esta práctica junto con sus padres. Los resultados indican que, siete de cada 10 visitantes al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso (71.5%) declararon haber asistido alguna vez a un museo en compañía de sus padres cuando eran niños; no obstante, poco más de una cuarta parte (27.4%) señaló no haber ido nunca con sus padres al museo. Al cruzar esta información con la frecuencia de asistencia a los museos en los últimos 12 meses, se obtuvo que los visitantes que solían ir a museos con sus padres, son los que reportaron mayor frecuencia de visitas a los museos en el último año.

Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil

	Total de casos	Sí	No	No recuerda	Total
Total de visitantes 2011	1674	71.5	27.4	1.1	100.0
Hombre	660	71.1	27.3	1.6	100.0
Mujer	1014	71.8	27.4	0.8	100.0
15 a 17 años	254	76.7	22.2	1.1	100.0
18 a 22 años	563	75.8	22.7	1.5	100.0
23 a 30 años	394	76.6	22.9	0.4	100.0
31 a 45 años	263	53.2	44.9	1.8	100.0
46 años o más	200	63.2	36.3	0.5	100.0
No estudió nada	4		100.0		100.0
Primaria	10	2.6	97.4		100.0
Secundaria	124	78.5	21.5		100.0
Bachillerato	524	74.1	23.8	2.1	100.0
Licenciatura	897	72.0	27.3	0.8	100.0
Posgrado	114	68.0	30.7	1.2	100.0
Trabaja	555	72.1	26.9	1.0	100.0
Trabaja y estudia	143	68.8	30.9	0.3	100.0
Desempleado	39	66.3	33.7		100.0
Estudiante	835	76.1	22.5	1.4	100.0
Ama de casa	65	19.8	78.6	1.6	100.0
Jubilado	37	71.6	27.9	0.5	100.0

Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil vs. Asistencia a museos en los últimos 12 meses

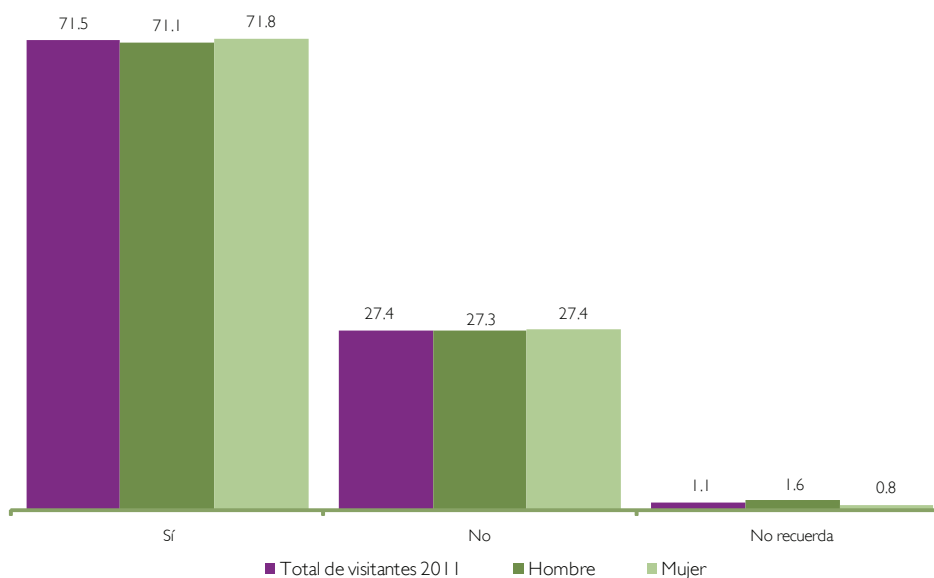


Al desagregar la información por sexo no se hallaron diferencias notorias, ya que hombres y mujeres tuvieron casi la misma proporción de asistencia a los museos acompañados de sus padres cuando eran niños.

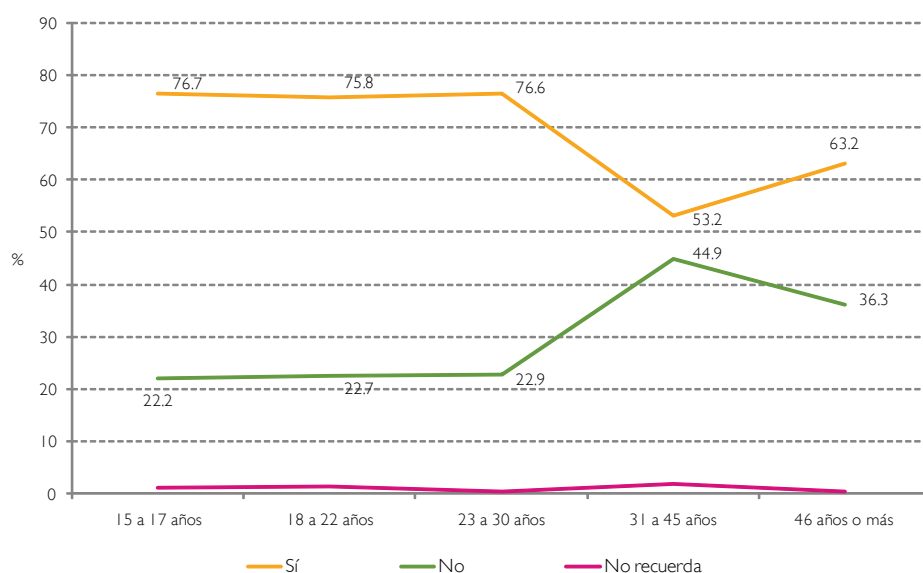
Al cruzar esta variable por grupos de edad se pudo observar una brecha generacional que marca la relación existente entre padres e hijos; mientras que los visitantes de 15 a 30 años reportaron tener la menor proporción de porcentaje de no asistencia a los museos con sus padres cuando eran niños, los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

135

Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil por sexo



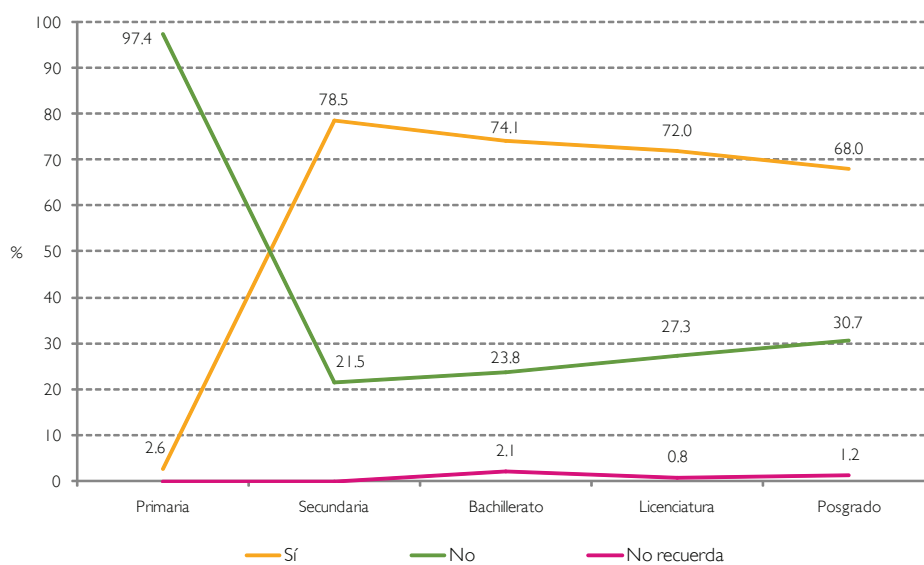
Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil por edad



Los visitantes con escolaridades de secundaria (78.5%), bachillerato (74.1%) y licenciatura (72%) son los que reportaron mayor asistencia a museos con sus padres en su etapa infantil, situándolos por arriba del resto de los visitantes de otros niveles de educación. En cambio, el público que reportó tener el nivel de primaria (97.4%) refiere tener los porcentajes más altos de no asistencia.

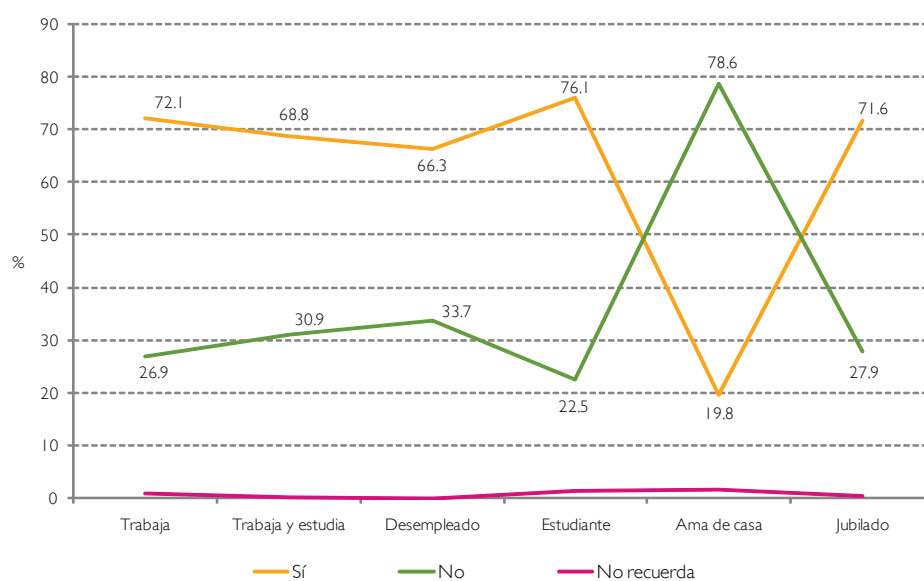
Un poco más de tres cuartas partes de los estudiantes (76.1%) que acudieron al Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso vivieron la experiencia de ir con sus padres a algún museo cuando eran niños; del mismo modo siete de cada 10 jubilados (71.6%) reportaron esa misma particularidad. El resto de los visitantes de otras ocupaciones se ubicaron por arriba del promedio total de visitantes 2011 (27.4%) que no acudió ninguna vez con sus padres a visitar un museo cuando eran niños.

Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil por escolaridad



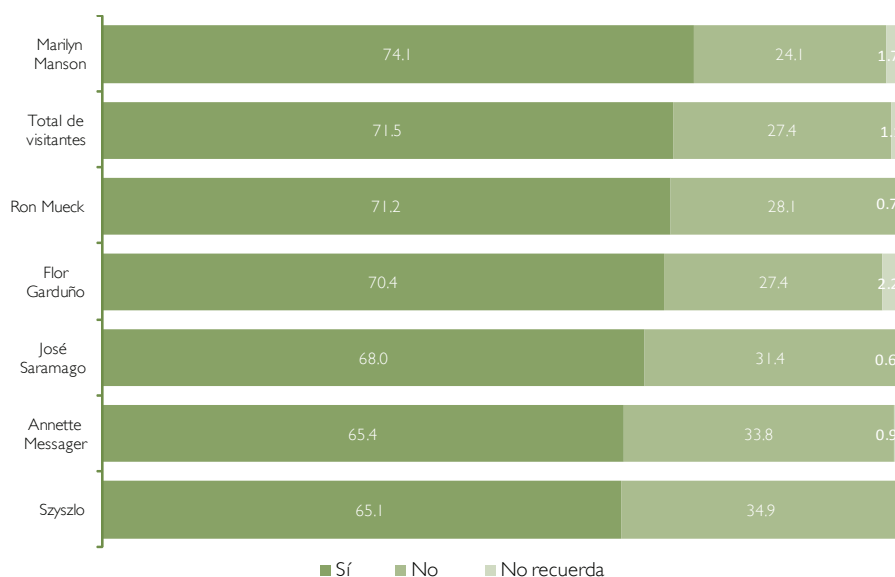
137

Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil por ocupación



Los visitantes a Marilyn Manson (74.1%) son los que reportaron el más alto porcentaje de asistencia a los museos en compañía de sus padres cuando eran niños, seguido del público de Ron Mueck (71.2%) y Flor Garduño (70.4%). En comparación con los visitantes de Szyszlo (34.9%), Annette Messenger (33.8%) y José Saramago (34.4%) que fueron los que lograron el menor porcentaje de concurrir a los museos en compañía de sus padres.

Asistencia con los padres a los museos en la etapa infantil por exposición



Asistencia de los familiares

La encuesta indagó indirectamente la asistencia a museos de los familiares de los visitantes ya que se les preguntó a los encuestados si todas las personas que viven con ellos suelen frecuentar museos. Un poco más de la mitad de los asistentes (53.2%) mencionaron que todos sus familiares suelen ir a museos, mientras que una cuarta parte (28.6%) respondió que sólo algunos de ellos, en tanto que una sexta parte (15.9%) opinó que casi nadie o nadie va. Solamente 2.3% del público aseguró ser el único miembro de su hogar que va a los museos.

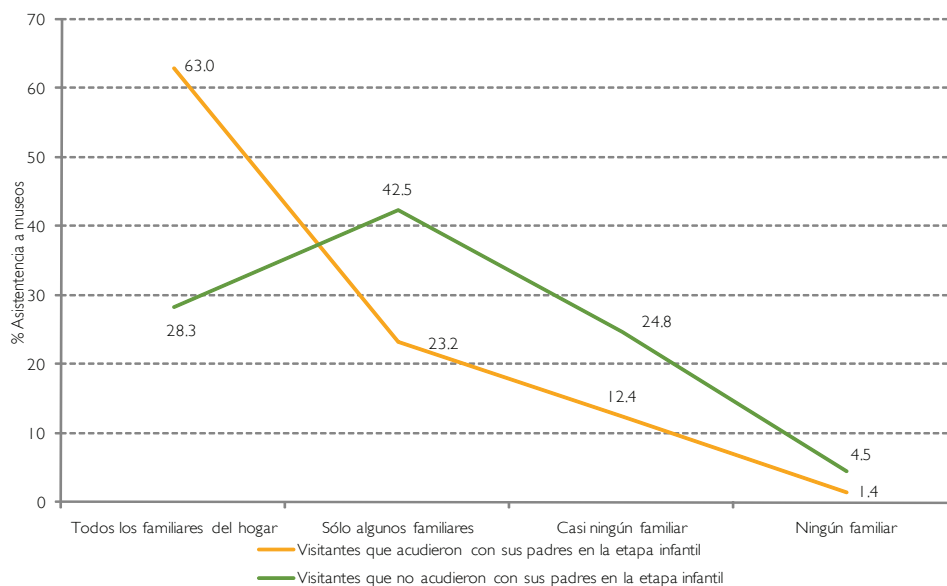
Si se considera la variable de asistencia a museos en compañía de sus padres en la etapa infantil contra la asistencia actual de los familiares (únicamente los que conforman parte del hogar del visitante), se observa que el público que frecuentó ir a los museos con sus padres cuando eran niños, son los que reflejan mayor proporción de asistencia de los miembros del hogar a museos (casi dos terceras partes de ellos), lo cual confirma nuevamente que la familia juega un papel importante en la práctica del consumo cultural de museos y la generación de hábitos.

Asistencia de los familiares

	Total de casos	Todos los familiares del hogar	Sólo algunos familiares	Casi ningún familiar	Ningún familiar	Total
Total de visitantes 2011	1674	53.2	28.6	15.9	2.3	100.0
Hombre	660	48.3	31.2	17.7	2.8	100.0
Mujer	1014	56.9	26.7	14.6	1.8	100.0
15 a 17 años	254	43.7	41.1	13.7	1.5	100.0
18 a 22 años	563	36.8	38.7	21.0	3.5	100.0
23 a 30 años	394	63.6	21.5	12.3	2.7	100.0
31 a 45 años	263	66.5	10.9	22.1	0.6	100.0
46 años o más	200	83.2	14.7	1.6	0.5	100.0
No estudió nada	4	71.6		28.4		100.0
Primaria	10	13.7	7.6	78.7		100.0
Secundaria	124	49.4	39.9	10.8		100.0
Bachillerato	524	49.9	30.2	18.3	1.5	100.0
Licenciatura	897	55.7	27.6	13.2	3.5	100.0
Posgrado	114	83.1	10.5	6.3	0.1	100.0
Trabaja	555	74.6	15.8	8.4	1.2	100.0
Trabaja y estudia	143	38.2	34.2	23.3	4.3	100.0
Desempleado	39	64.2	13.1	22.7		100.0
Estudiante	835	40.6	38.3	18.0	3.0	100.0
Ama de casa	65	36.8	18.7	44.0	0.6	100.0
Jubilado	37	82.9	16.9	0.3		100.0

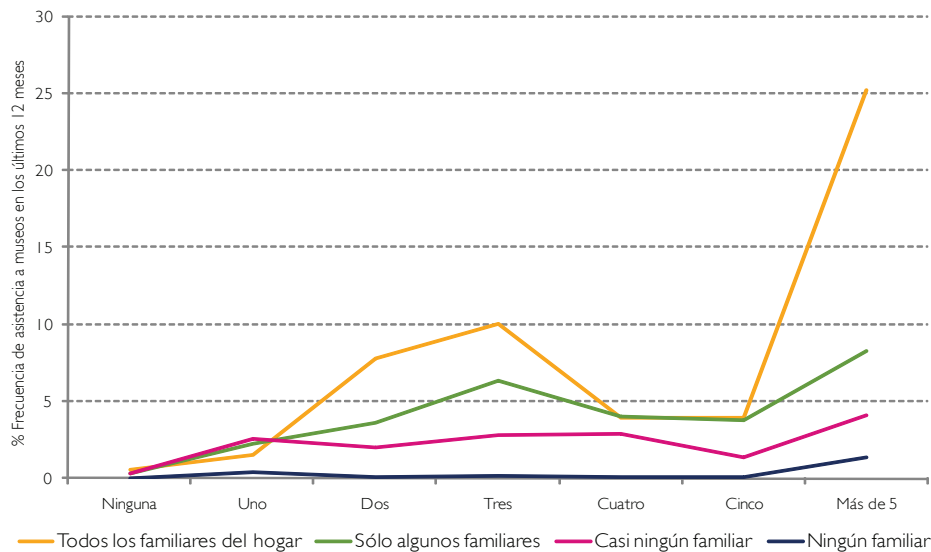
139

Asistencia de los familiares vs. Asistencia a museos en la etapa infantil



Otro cruce que también evidencia la importancia del papel de la familia es la asistencia a museos en el interior del hogar con la frecuencia de visitas en los últimos 12 meses. Los asistentes que lograron mayor frecuencia de asistencia a museos en el último año es el público que obtuvo el porcentaje más alto de asistencia de todos los miembros de su hogar.

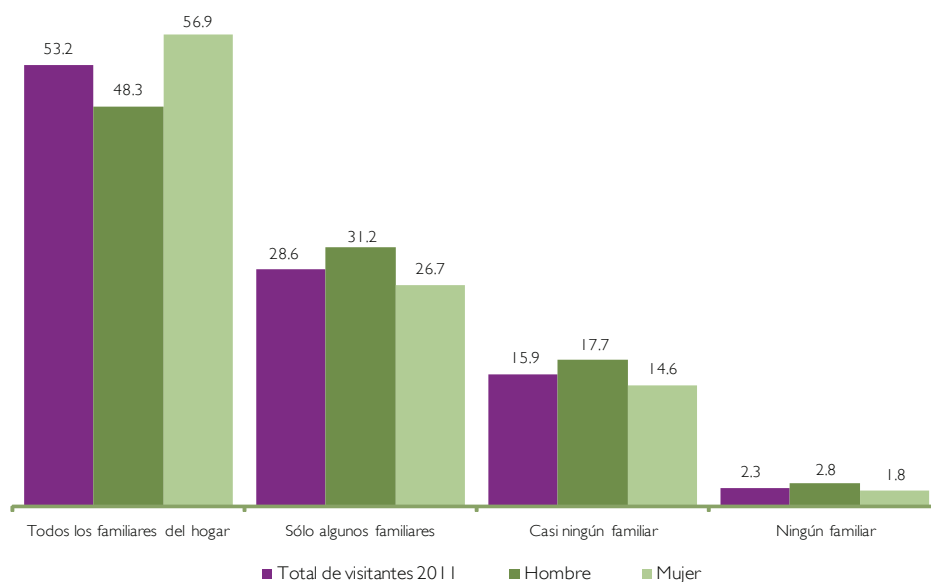
Asistencia de los familiares vs. Asistencia a museos en los últimos 12 meses



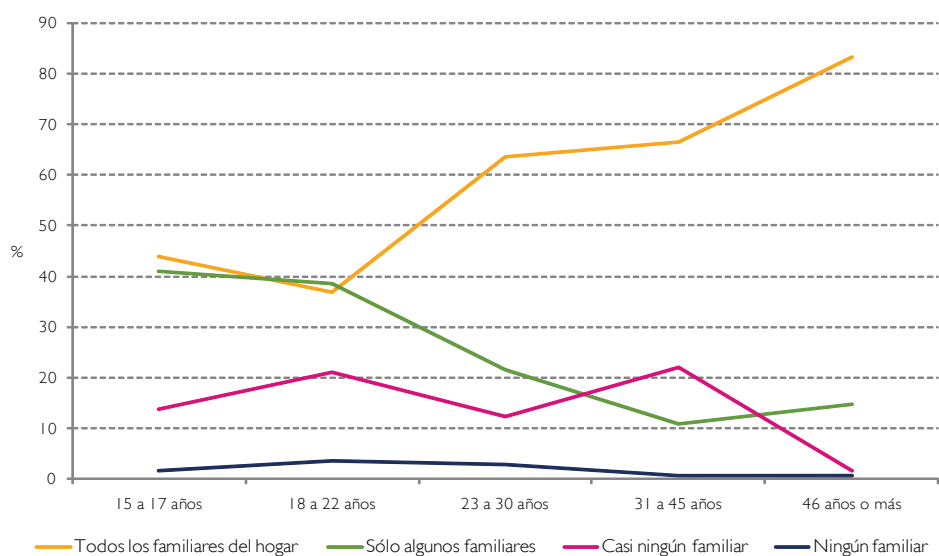
Se encontraron algunas diferencias notorias al desagregar la asistencia a museos en el interior del hogar por el sexo de los visitantes, siendo las mujeres las que alcanzaron mayor porcentaje en declarar que todos los miembros de su hogar sí acostumbran ir a museos, situándolas por arriba de los hombres y del promedio total de visitantes 2011.

Los visitantes de 46 años y más son los que reportaron contar con más miembros de su familia que suelen ir a museos (83.2%) respecto al resto de los visitantes de otras edades. También se observa que a menor edad de los visitantes disminuye el porcentaje de asistencia de todos los miembros de su hogar que asisten a museos.

Asistencia de los familiares por sexo



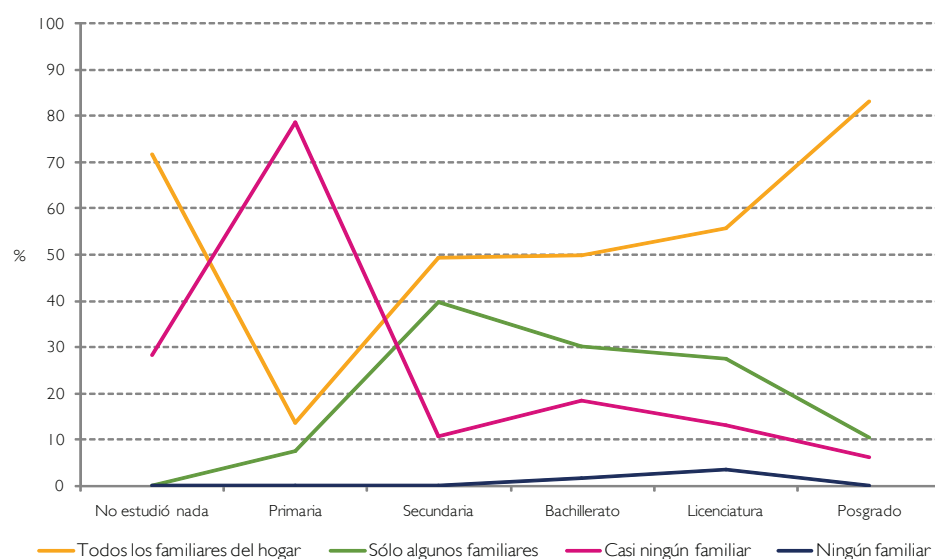
Asistencia de los familiares por edad



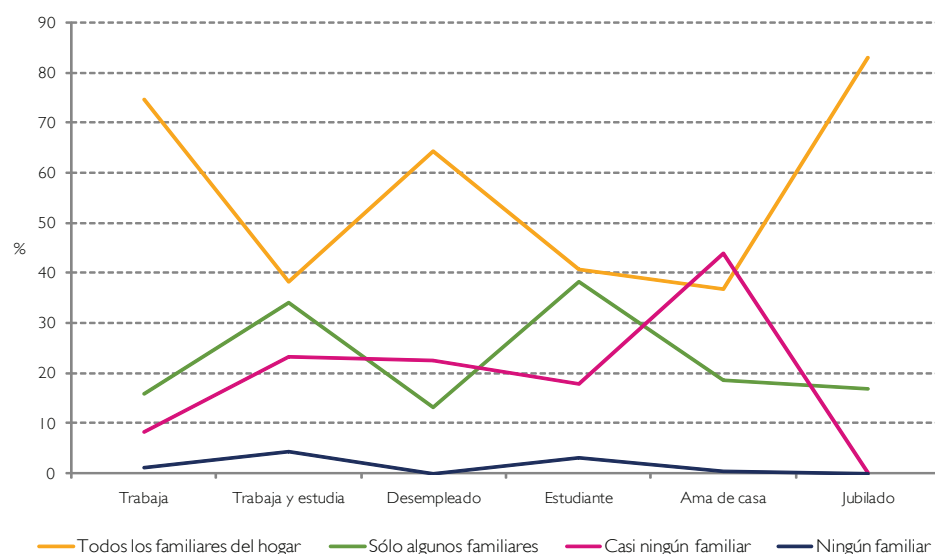
Los visitantes con mayor grado de escolaridad (posgrado 83.1%), son los que reportaron mayor relación con respecto a los miembros de su hogar que suelen ir a museos, porcentaje que va decreciendo conforme disminuye el nivel de escolaridad.

Un poco más de ocho de cada 10 jubilados (82.9%) reportaron que todos los miembros de su hogar suelen visitar museos, en ese sentido se ubicaron por arriba del resto de los públicos de otras ocupaciones; no obstante menos de la mitad de la amas de casa (44%) declararon que de los integrantes de su hogar casi nadie o nadie va a los museos: Es importante este resultado ya que se puede suponer en gran medida que el público que declaró ser ama de casa puede tratarse de madres de familia y por esa razón puede dar una respuesta más real de las asistencias a museos que se dan en el interior de su familia.

Asistencia de los familiares por escolaridad

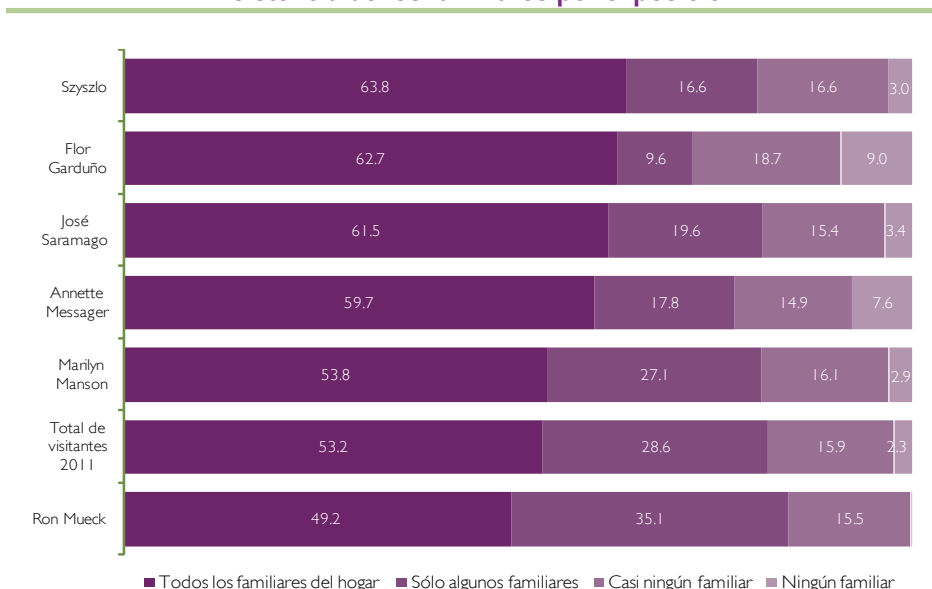


Asistencia de los familiares por ocupación



Casi dos terceras partes de los visitantes (63.8%) que acudieron a la exposición de Szyszlo declararon que todos los miembros de su hogar suelen visitar museos, ubicándose por arriba de los visitantes de otras exposiciones. Los asistentes con menor afluencia familiar a los museos fue el público de Ron Mueck con 49.2% de ellos.

Asistencia de los familiares por exposición



Razón (es) de no asistencia a los museos en el entorno familiar

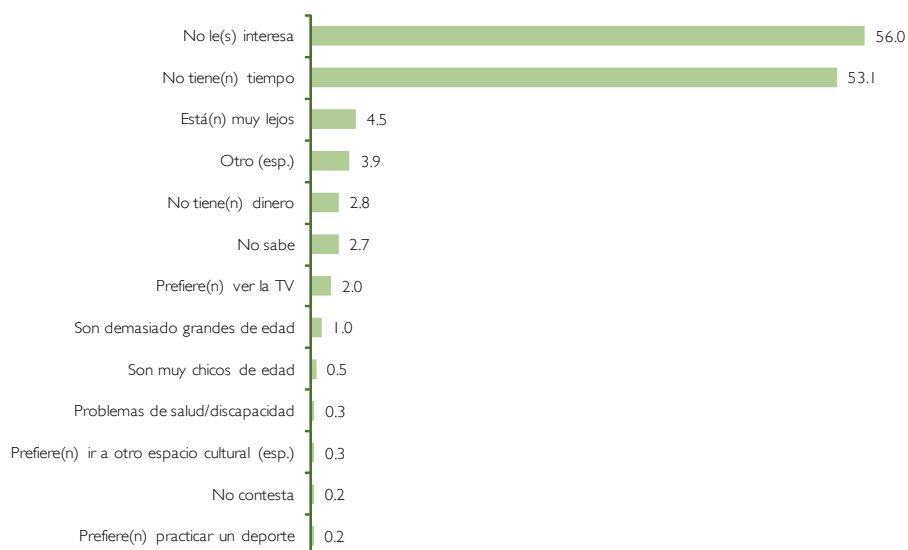
Aquellos visitantes que expresaron que no todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos (46.8%), se les cuestionó acerca de las razones por las que no van, obteniendo diferentes respuestas para cada miembro que integra su hogar; por esa razón esta pregunta se manejó y se procesó como de opción múltiple.

Seleccionando únicamente a los visitantes que declararon que no todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos, se obtuvo que las principales razones por las que no van es porque no les interesa (56%), seguido de no contar con tiempo libre para asistir (53.1%) y finalmente la ubicación geográfica de los museos (están muy lejos) con 4.5%.

Casi siete de cada 10 visitantes a Szyszlo (67.9%), respondieron que la razón principal por la que no van los miembros de su hogar a los museos es la falta de interés, mientras que seis de cada 10 asistentes de Flor Garduño (59.5%) declararon que la falta de tiempo es el principal impedimento por el cual sus familiares no acuden; por otro lado, poco más de una cuarta parte del público

de Annette Messenger (28.4%) declaró otras razones, entre las más destacadas en mención fueron la falta de difusión de los museos y la falta de cultura y educación de sus familiares.

Razón (es) de no asistencia a los museos en el entorno familiar



Razón (es) de no asistencia a los museos en el entorno familiar por exposición

	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
No le(s) interesa	49.4	54.3	51.0	47.6	62.3	67.9	56.0
No tiene(n) tiempo	49.5	59.5	48.4	55.0	52.5	42.1	53.1
Está(n) muy lejos	5.2	2.5	6.5	8.1	1.9	8.3	4.5
Otro (esp.)	28.4	8.2	10.8	1.4	2.1	9.9	3.9
No tiene(n) dinero	2.2	4.6	2.3	5.4	0.8	8.0	2.8
No sabe			4.8	4.2	2.1	1.7	2.7
Prefiere(n) ver la TV	4.4		1.9	3.9	0.5	8.1	2.0
Son demasiado grandes de edad			0.7	2.5	0.3	0.3	1.0
Son muy chicos de edad		1.1	1.9	0.4	0.3	2.0	0.5
Problemas de salud discapacidad	0.7		3.0	0.4			0.3
Prefiere(n) ir a otro espacio cultural (esp.)	0.7		1.0			11.7	0.3
No contesta	0.7	1.9	1.6			1.7	0.2
Prefiere(n) practicar un deporte		2.0	0.7			3.7	0.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0


Capítulo

5

Medios electrónicos







Los medios electrónicos ocupan un lugar relevante en la formación de las personas y aún más en sociedades urbanas, en donde tienen un impacto equiparable al de la familia, la escuela o la religión; son poderosos agentes que influyen en la conducta individual o grupal. Las personas que se encuentran más tiempo expuestas a estos medios electrónicos tienden a modificar sus valores simbólicos¹ e incorporar nuevas conductas en su vida diaria.

Para este estudio se consideró la radio, televisión, computadora (sin internet) y el internet como medios electrónicos. Es evidente que hizo falta incorporar otros dispositivos como son el teléfono celular, las tabletas, las consolas de videojuego y los nuevos televisores conocidos como pantallas, pero el objetivo de la encuesta no era hacer una investigación sobre el impacto de los medios electrónicos en la cultura, ya que estos productos tienen la capacidad de informar, comunicar y de cambiar las formas de interactuar de los individuos. Por ejemplo, en el caso de las consolas de videojuegos ahora las personas que cuentan con alguna de ellas y un buen servicio de internet en el hogar pueden relacionarse por horas con gente de otros países, ya que permiten conectar a varios sujetos en la misma sesión y transmitir comentarios o videollamadas mientras se desarrolla el juego. No es raro que en la actualidad el mejor amigo de un joven pueda ser otro joven con el que ha pasado una gran parte de su tiempo libre jugando e incluso puede ser de otro país lo que lleva a un intercambio inconsciente de rasgos culturales. Debido a los medios electrónicos las fronteras geográficas y mercantiles de otros países quedan abatidas, permitiendo el

¹ Son los códigos que permiten entender la percepción de la realidad de los individuos en un contexto social o individual, por ejemplo: el lenguaje, la religión, el arte, etc.

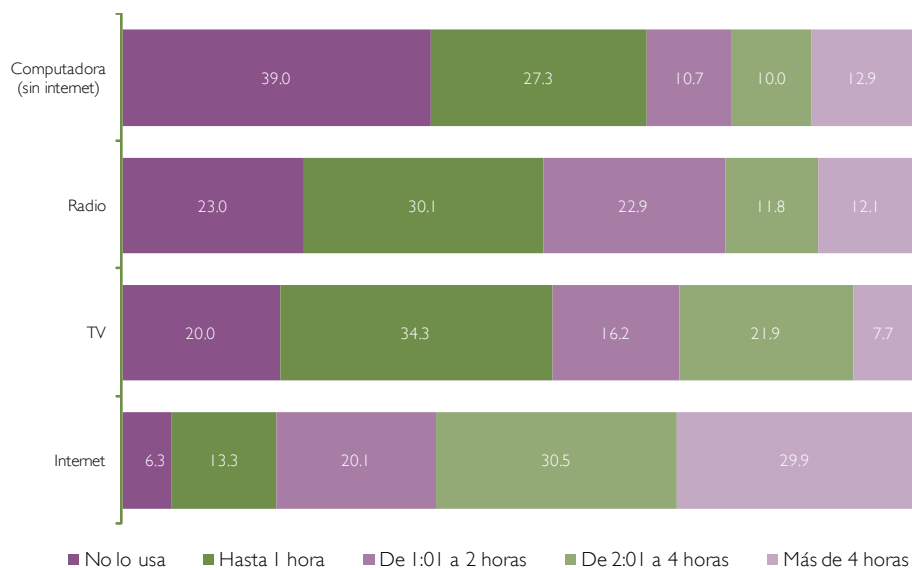
acceso y la influencia de otras realidades entre los individuos involucrados.

La importancia de conocer los hábitos y frecuencia del uso diario de estos medios por parte de los visitantes del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, radica en 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 diversos productos.

Medios electrónicos

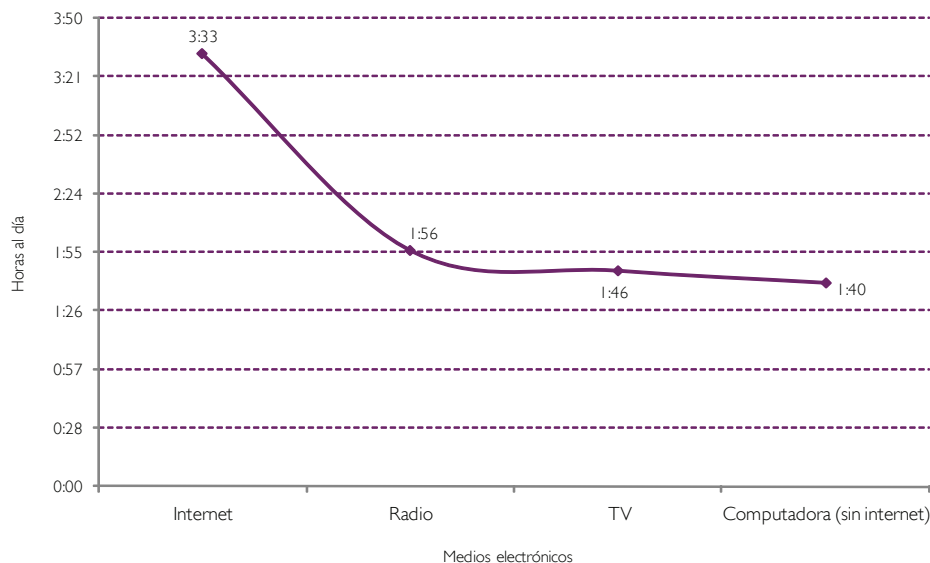
Con respecto a los hábitos de consumo diario de los medios electrónicos, la computadora (sin internet) fue el medio que alcanzó el porcentaje más alto de no uso (39%), seguido de la radio (23%) y la televisión (20%). Internet alcanzó el menor porcentaje de no uso (6.3%), debido quizás a que este servicio se puede obtener mediante varios dispositivos ya sean móviles o fijos y por los diferentes aspecto para los que es de utilidad: trabajo, educación, entretenimiento, medio de información, etc.

Tiempo invertido en medios electrónicos



El Internet es el medio electrónico en el que más horas al día invierten los visitantes, en promedio tres horas con 33 minutos al día, seguido del uso de la radio con una hora y 56 minutos diarios, en un tercer lugar quedó el uso de la televisión con una hora y 46 minutos y por último la computadora (sin internet) con un una hora y 40 minutos.

Promedio de uso diario de los medios electrónicos

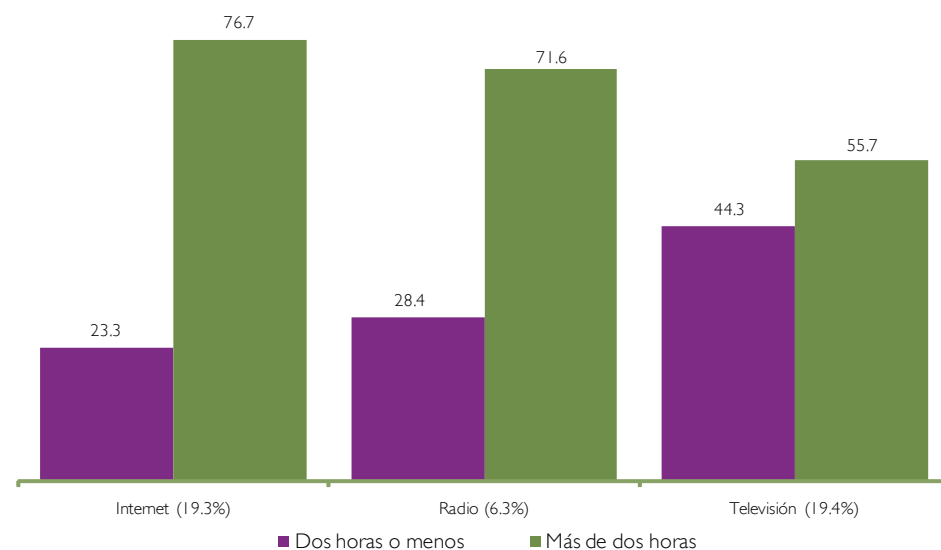


Para poder determinar el impacto del uso de los medios electrónicos con respecto a la forma de enterarse de la exposición temporal, se generó una tipología en la que se distinguen los visitantes que hacen uso de hasta dos horas diarias de la televisión, radio e internet y el público que lo utiliza más de dos horas. Para este análisis se excluyeron los visitantes que no utilizan ninguno de los medios mencionados, por ello existen algunas diferencias de puntos porcentuales con los resultados de los medios a los que el visitante tuvo acceso para enterarse de la exposición temporal, tema tratado en el “Capítulo 3. Experiencia de la visita”.

La televisión atrajo casi a dos de cada 10 visitantes (19.4%) siendo el medio electrónico con mayor impacto en la generación de público, seguido muy de cerca por internet (19.3%) incluyendo redes sociales; el tercer lugar lo ocupó la radio con 6.3% (un poco más de uno de cada 20 visitantes). Seleccionando únicamente a los visitantes que declararon haberse enterado por estos medios y al cruzar la información por los perfiles de uso diario se obtuvo que del 19.3% de los visitantes que se enteró de la exposición temporal por el internet (incluye redes sociales), 76.7% de ellos reportó usarlo más dos horas diarias, siendo el medio con mayor relación entre el tiempo de uso y forma de enterarse de la exposición temporal; con esa misma lógica la radio ocupó el segundo lugar, ya que 71.6% de los visitantes que se enteró por ese medio invierte más de dos horas diaria en escuchar radio. El último lugar lo ocupa la televisión como medio de difusión por el cual se enteró de la exposición temporal, ya que del 19.4% sólo un poco más de la mitad (55.7%) de ellos reportó haber visto más de dos horas diarias la TV; la otra mitad se encontró en rangos menores a las

dos horas. Esto se podría explicar debido a que la televisión ofrece de manera simultánea características como audio, imagen y color, lo que no tienen otros medios electrónicos, y que es más efectiva en la creación de una necesidad o el interés de conocer algún espacio cultural. Bastan únicamente algunos minutos para crear ese interés y posible necesidad de consumo, contrario a los otros medios que requieren de mayor tiempo de uso para poder captar la atención y lograr así la necesidad de asistir al museo. Desde las instituciones, esta información cobra relevancia al ser complementada con el registro de gasto utilizado en cada uno de los medios y el tiempo expuesto, para poder valorar la combinación de medios más adecuada para el desarrollo de estrategias de difusión.

Impacto de los medios electrónicos para el conocimiento de la exposición temporal



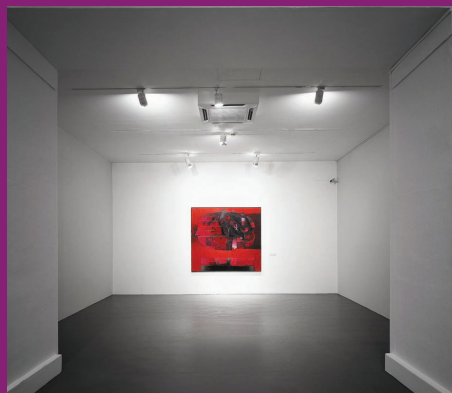
Al desagregar el consumo diario de los medios electrónicos por visitantes que asistieron a cada exposición temporal, nos encontramos que los asistentes a Annette Messager, son los que reportaron mayor proporción de asistentes que usaron más de cuatro horas diarias la radio (18.3%); el público de Ron Mueck alcanzó el más alto porcentaje en el uso de la televisión (10.7%); en tanto que los asistentes a Marilyn Manson se situaron por arriba del promedio total de visitantes 2011 en el consumo diario de más de cuatro horas en los medios electrónicos de computadora sin internet (15.4%) e internet (37.2%), quedando por arriba de los visitantes de otras exposiciones.


Tiempo invertido en medios electrónicos por exposición

Medios electrónicos	Tiempo invertido por día	Annette Messenger	Flor Garduño	José Saramago	Marilyn Manson	Ron Mueck	Szyszo	Total
Radio	No lo usa	20.6	20.9	31.0	24.6	21.5	19.4	23.0
	Hasta 1 hora	23.5	39.3	26.3	32.1	28.7	30.9	30.1
	De 1:01 a 2 horas	17.2	13.3	13.9	17.4	30.2	20.1	22.9
	De 2:01 a 4 horas	20.4	13.9	14.4	12.3	9.7	15.1	11.8
	Más de 4 horas	18.3	12.6	14.4	13.5	9.8	14.5	12.1
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
TV	No lo usa	25.1	23.8	27.6	21.1	17.0	20.5	20.0
	Hasta 1 hora	33.4	36.3	33.4	32.4	36.0	29.7	34.3
	De 1:01 a 2 horas	22.7	20.7	21.7	18.3	11.7	33.0	16.2
	De 2:01 a 4 horas	12.0	15.5	15.1	22.6	24.6	13.5	21.9
	Más de 4 horas	6.8	3.7	2.2	5.7	10.7	3.2	7.7
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Computadora (sin internet)	No lo usa	35.3	41.8	34.8	38.5	39.7	47.2	39.0
	Hasta 1 hora	29.5	22.3	22.9	20.6	33.6	19.5	27.3
	De 1:01 a 2 horas	12.5	14.4	15.5	13.4	7.5	9.1	10.7
	De 2:01 a 4 horas	12.0	9.7	16.2	12.1	7.3	11.6	10.0
	Más de 4 horas	10.7	11.8	10.6	15.4	11.9	12.7	12.9
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Internet	No lo usa	10.9	5.8	7.2	3.0	7.6	16.0	6.3
	Hasta 1 hora	20.7	17.9	15.9	12.1	12.0	21.1	13.3
	De 1:01 a 2 horas	13.4	15.7	19.1	14.5	26.0	11.0	20.1
	De 2:01 a 4 horas	25.9	33.9	30.5	33.0	28.9	24.7	30.5
	Más de 4 horas	29.1	26.7	27.3	37.2	25.5	27.2	29.9
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Conclusiones







En 2011 el Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso logró un equilibrio entre su público recurrente y la creación de público nuevo, ya que el primero de éstos sólo superó a los visitantes de primera vez por 15 puntos porcentuales. La selección de las exposiciones temporales fue de primordial importancia para la obtención de estos resultados. Por un lado se contó con cuatro exposiciones con contenidos especializados o no tan conocidos (Szyszlo, José Saramago, Flor Garduño y Annette Messenger), pero atractivos para el público recurrente al Museo; por otra parte, también se contó con dos exposiciones con temáticas más llamativas (Ron Mueck y Marilyn Manson) para el público de primera vez. La selección de las exposiciones temporales, la difusión e instalaciones, lograron posicionar al Museo como un espacio que atrae a visitantes nuevos, quienes pueden convertirse en público habitual.

Los visitantes que regresan al Museo en un tiempo no mayor de un año se consideran como público recurrente; quienes regresan en un tiempo mayor se clasificaron como visitantes menos asiduos. Considerando la población total del Museo, se puede determinar que el público del Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso está constituido por una tercera parte de visitantes recurrentes (34.9%) que asiste en promedio cinco veces al año, otra quinta parte de los visitantes son menos asiduos (22.6%) y tienen un promedio de asistencia de tres veces en un periodo mayor de un año, por último 42.5% de público es de primera vez.

Se encontró que el grado de licenciatura (terminada o incompleta) fue el que tuvo mayor incidencia, representado por casi cinco visitantes de cada 10 (49%), seguido por bachillerato (terminado o incompleto) en donde tres de cada 10 visitantes reportaron tener este nivel de escolaridad (31.2%), en un tercer lugar quedó el nivel de secundaria (terminada o incompleta) con 10.9%. El resto de los niveles de escolaridad tuvieron porcentajes menores a 5.5%.

La encuesta arroja que 55.4% de los visitantes expresaron ser estudiantes, dato seguido por los que trabajan (28.7%). Resulta lógico el hecho de que los estudiantes sean los asistentes más asiduos a los museos por razones naturales a su ocupación, ya que las escuelas están usando los museos como herramientas pedagógicas de transmisión de conocimiento de algunos temas. Pero también es necesario formar otros tipos de públicos y para poder generarlos tenemos

que cambiar la asociación negativa que se le puede dar como espacios aburridos, obligatorios, para hacer tarea, exclusivos, costosos, de pérdida de tiempo, entre otras y buscar que sean vistos como espacios de esparcimiento, libertad, emoción, reflexión e introspección ya que son impulsores de la creatividad y del pensamiento.

De manera global, casi la tercera parte de los visitantes (31.4%) aseveró conocer el Museo por un maestro o libro de texto; 18% dijo conocer el espacio por recomendación (amigos, familiares, etc.), y más de uno de cada 10 (16.4%) afirmó conocer desde siempre el Museo.

Los maestros fueron el medio de difusión más importante para las exposiciones temporales, en donde dos de cada 10 visitantes (20.1%) declararon haberse enterado de ese modo, seguido del internet con 17% y la televisión con 16.9%. Con una menor cantidad de respuestas, pero no de poca importancia, se tiene el encuentro casual de los visitantes que iban pasando por el Museo (2.7%), seguido de los espectaculares del Metro y las redes sociales (1.6%, respectivamente) y con menos impacto las oficinas turísticas (guía) 0.3%.

En la actualidad los medios de comunicación son una pieza determinante en el consumo cultural, al menos en las ciudades globalizadas. En ese sentido se generó una nueva tipología con el nombre de medios de comunicación, en donde se agrupan las categorías de televisión, radio, periódicos y revistas. Con esta nueva clasificación se obtuvo que poco más de tres de cada 10 visitantes (34.4%) se enteraron de la exposición temporal por estos medios.

Se identificó que seis de cada 10 visitantes (59.3%) respondieron como motivo principal, haber acudido para conocer la exposición temporal, seguido de casi una cuarta parte de los asistentes que lo hizo para hacer una tarea o porque lo mandaron de su escuela (22.6%), un poco más de uno de cada 20 visitantes asistió al Museo para entretenerse o pasar un rato agradable. Con menciones menores se encuentran: para aprender o educar a los niños y por alguna invitación (0.7%, respectivamente). También 1.4% del público mencionó haber asistido para ver qué novedades hay en el Museo y 1.5% para acompañar a alguien.

Este ejercicio estadístico muestra y cuantifica los diferentes factores que determinan la asistencia del público del Antiguo Colegio de San Ildefonso a los museos; algunos de estos factores son: sexo, edad, escolaridad, ocupación, ingresos (focos), consumo de medios electrónicos y asistencia previa al museo. En el siguiente cuadro se presentan las categorías que conforman cada uno de estos factores.

Factores y sus categorías

Factores	Categorías	Factores	Categorías
Sexo	Hombres Mujeres	Tipo de público	Público de primera vez Público recurrente
Edad	15 a 17 años 18 a 22 años 23 a 30 años 31 a 45 años 46 años o más	Radio	No lo usa (radio) Hasta 1 hora (radio) De 1:01 a 2 horas (radio) De 2:01 a 4 horas (radio) Más de 4 horas (radio)
Escolaridad	Secundaria Bachillerato Licenciatura Posgrado	Televisión	No lo usa (TV) Hasta 1 hora (TV) De 1:01 a 2 horas (TV) De 2:01 a 4 horas (TV) Más de 4 horas (TV)
Ocupación	Trabaja Trabaja y estudia Desempleado Estudiante Jubilado	Computadora	No lo usa (PC) Hasta 1 hora (PC) De 1:01 a 2 horas (PC) De 2:01 a 4 horas (PC) Más de 4 horas (PC)
Focos	De 1 a 5 (focos) De 6 a 10 (focos) De 11 a 15 (focos) De 16 a 20 (focos) Más de 20 (focos)	Internet	No lo usa (internet) Hasta 1 hora (internet) De 1:01 a 2 horas (internet) De 2:01 a 4 horas (internet) Más de 4 horas (internet)

Para poder mostrar la relación que existe entre los factores que determinan la asistencia a museos se generó una gráfica de dispersión que contiene las categorías del cuadro anterior y la manera en que se encuentran asociadas respecto al porcentaje de asistentes del Antiguo Colegio de San Ildefonso que acudieron a cualquier museo en los últimos 12 meses (eje "y") y el porcentaje de visitantes que acudieron a los museos en la etapa infantil en compañía de sus padres (eje "x"); para cada variable se tomó el porcentaje afirmativo de asistencia como base al 100% y se recalcaron los porcentajes de cada grupo.

En el primer cuadrante se ubican las categorías del público que lograron mayor asistencia a museos en los últimos 12 meses y mayor asistencia en la etapa infantil, destaca los jubilados, seguido de los visitantes que consumen más de una hora hasta cuatro horas el internet; también se hallaron en este cuadrante los visitantes de 18 a 22 años y los asistentes que cuentan con 16 a 20 focos en su hogar; que corresponden a un ingreso medio y medio/alto, en todos estos perfiles existe una correlación con la asistencia a museos en la etapa infantil.

En el segundo cuadrante se sitúan las categorías de menor asistencia a museos en la etapa infantil y mayor asistencia a museos en los últimos 12 meses, dicho de otra forma existe una relación negativa ante estas dos variables, las categorías que destacan son el público que consume de una a dos horas diarias el internet, seguido de los visitantes que usan de 2:01 a 4 horas diarias la computadora sin internet y los asistentes que mencionaron estar desempleados también tuvieron estas características.

El tercer cuadrante corresponde a una menor asistencia a museos en los últimos 12 meses correlacionados con la menor asistencia a museos en la etapa final, sobresalen el público de primera vez, los visitantes que no usan la radio y la computadora, como los asistentes que usan en menor medida el internet (hasta una hora).

Un cuarto cuadrante corresponde a una asistencia mayor en la etapa infantil pero relacionada a una tendencia menor en la asistencia a museos en los últimos 12 meses. Los perfiles que se encuentran en este cuadrante son los visitantes con escolaridad secundaria, seguido del público de 15 a 30 años y los visitantes que no usan la televisión entre otros.

Lo significativo de este tipo de gráfico es que permite comparar los distintos perfiles y la correlación que se da en las variables elegidas (Asistencia a museos en los últimos 12 meses y Asistencia a museos en la etapa infantil).

Asistencia a los museos por perfiles de visitantes



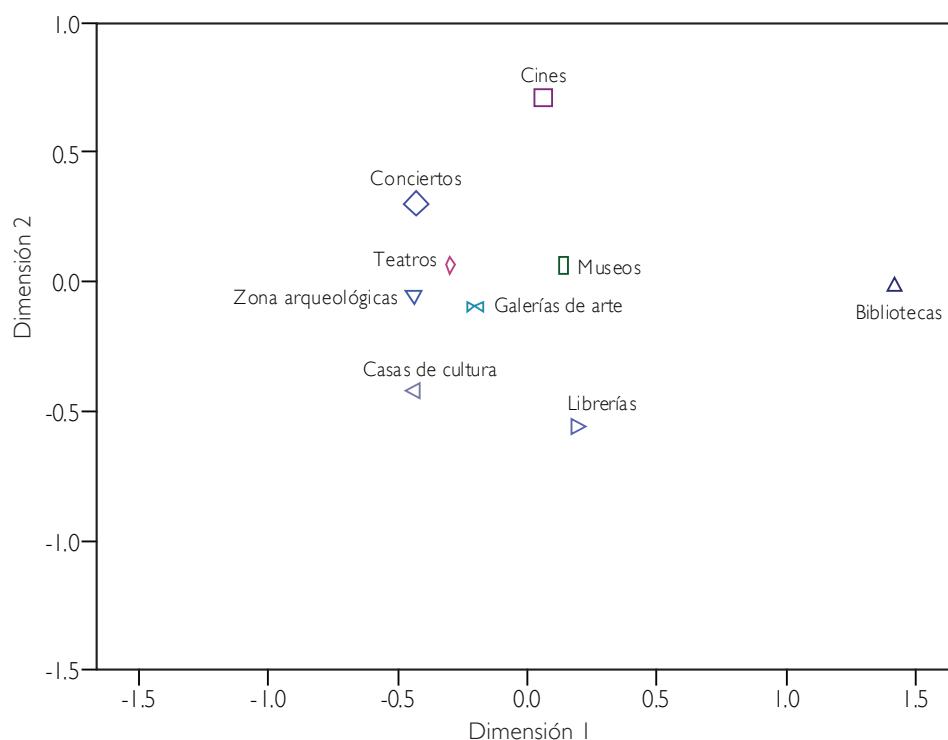
Por otra parte, utilizando el método de escalamiento multidimensional se elaboró un mapa en donde se plasman las similitudes que se tienen en algunas prácticas culturales de los visitantes del Antiguo Colegio de San Ildefonso 2011 en los últimos 12 meses (visita a museos, casas de cultura o centros culturales, librerías, bibliotecas, cines, galerías de arte, teatros, conciertos o presentaciones de música y zonas arqueológicas). Para este mapa las similitudes vienen dadas por la frecuencia de asistencia en cada uno de los espacios o actividades culturales reportada por los visitantes y fueron calculadas con base en una distancia euclídea, teniendo como resultados en las medidas de ajuste y estreses los siguientes datos: Stress bruto normalizado 0.03043, Dispersión explicada (DAF) 0.96957, Coeficiente de congruencia de Tucker 0.98467. La interpretación de estos resultados es la siguiente: el stress bruto normalizado se considera como un ajuste bueno cuando los resultados se encuentran cercanos a cero, por ello el mapa que se elaboró reprodujo un buen ajuste ya que el resultado no es mayor a cuatro décimas; otro de los criterios para validar el ajuste existente entre las distancias de las variables son el DAF y el coeficiente de congruencia de Tucker con valores de 0.97 y 0.98 respectivamente, estos últimos hacen referencia a la dispersión explicada por el análisis, cuyos valores se encuentran muy cercanos al 100%. Estos coeficientes se suelen multiplicar por 100, lo que facilita la interpretación en términos de porcentaje. Los resultados respaldan el modelo utilizado para la generación de las proximidades de los datos y la generación de coordenadas de cada una de las variables utilizadas.

Coordenadas finales de prácticas culturales

Coordenadas finales	Dimensión 1	Dimensión 2
Museos	0.139	0.064
Casas de cultura o Centros culturales	-0.436	-0.423
Librerías	0.189	-0.559
Bibliotecas	1.418	-0.016
Cines	0.060	0.713
Galerías de arte	-0.202	-0.096
Teatros	-0.299	0.065
Conciertos o presentaciones de música	-0.430	0.302
Zonas arqueológicas	-0.439	-0.050

En el mapa se puede observar que existe una práctica similar en asistir a galerías de arte, zonas arqueológicas y teatros, debido a que las distancias entre las coordenadas de estos espacios se encuentran muy próximas. Contiguo a ellos se localizan las prácticas de ir a casas de cultura y presentaciones de música pero con distancias más moderadas.

Espacio común



En el caso de las prácticas de cines, museos y librerías, no existe una proximidad tan acentuada; es decir, todos los puntos difieren en mayor o menor medida unos de los otros, a diferencia de lo que ocurre en bibliotecas, ya que de todas las prácticas culturales consideradas para este mapa, ninguna guarda un comportamiento de asistencia similar, por lo que aparece más alejada del conjunto de espacios.

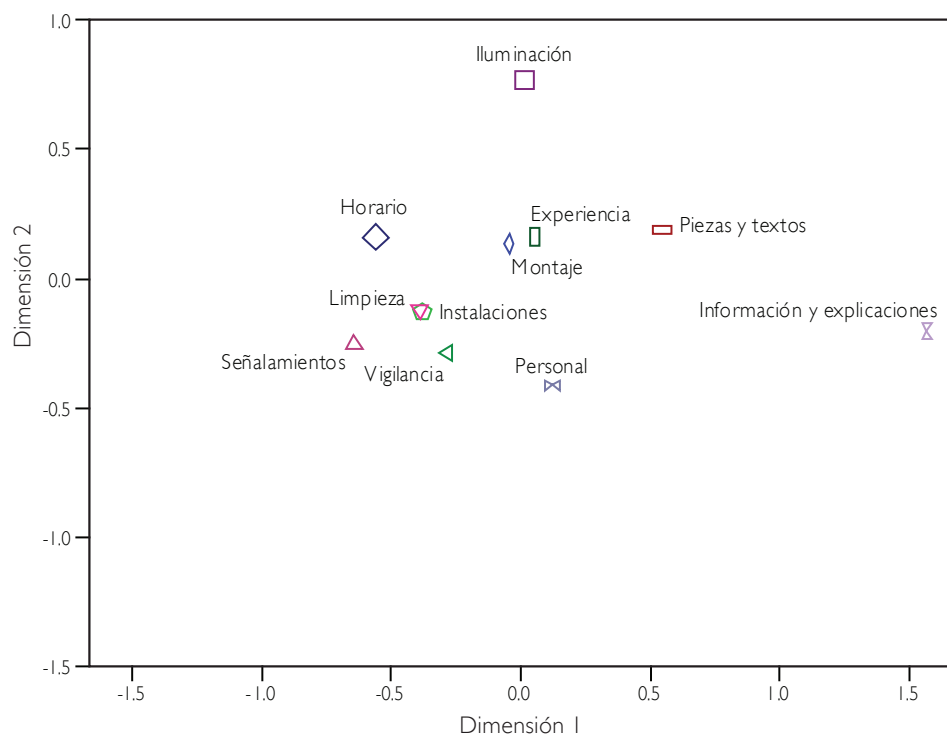
Utilizando el mismo método —escalamiento multidimensional— se realizó otro mapa con el fin de plasmar la similitud que hay entre las variables: la comodidad para ver las piezas y leer los textos (Piezas y cédulas), la información y explicaciones en las salas de exposición (Información y explicaciones), la iluminación en el interior de las salas, el montaje de la exposición (Montaje), su experiencia en las salas de exposición (Experiencia), la atención por parte del personal dentro de la sala, horario del Museo (Personal), limpieza del Museo sin contar baños (Limpieza), señalamientos en el interior del Museo (Señalización), instalaciones en general (Espacios de descanso, patios) y personal de vigilancia fuera de salas. Para este mapa las similitudes vienen dadas con la evaluación (Muy buena, Buena, Regular, Mala y Muy mala) de los servicios e instalaciones otorgados por el público del Antiguo Colegio de San Ildefonso 2011. Con respecto a las variables mencionadas y la percepción de los visitantes de cada una de ellas. Las medidas de ajuste y estreses de este mapa son las siguientes; Stress bruto normalizado 0.00723, Dispersión explicada (DAF) 0.99277, Coeficiente de congruencia de Tucker 0.99638; estos resultados respaldan el modelo utilizado para la generación del gráfico.

Coordenadas finales de evaluación de los servicios e instalaciones

Coordenadas finales	Dimensión 1	Dimensión 2
Piezas y cédulas	0.544	0.187
Información y explicaciones	1.568	-0.203
Iluminación	0.016	0.768
Montaje	-0.044	0.133
Experiencia	0.052	0.161
Personal	0.121	-0.413
Horarios	-0.561	0.160
Limpieza	-0.382	-0.130
Señalización	-0.643	-0.254
Instalaciones	-0.391	-0.121
Vigilancia	-0.281	-0.289

La valoración de la limpieza del Museo (sin contar baños) y las instalaciones en general (espacios de descanso, patios) son muy similares, al grado que se sobreponen entre ellos; muy contiguo a ellos se encuentran los señalamientos en el interior del Museo y personal de vigilancia fuera de las salas; estas cuatro variables podrían conformar un conjunto de valoración semejante.

Espacio común



El montaje de la exposición y la experiencia en las salas de exposición cuentan con percepciones de apreciación muy similares entre sí. La información y explicaciones que se encontraban en el interior de las salas es la categoría que no compartió una valoración similar respecto al resto de los servicios e instalaciones usadas para la elaboración del mapa.

La marginación puede ser una causa que limita la generación de público en los espacios culturales, ya que excluye a ciertos grupos sociales de los beneficios de las prácticas culturales y del desarrollo social. Por esa razón se realizó un comparativo entre el Índice de marginación escalado 2010 elaborado por el Consejo Nacional de Población (Conapo) —que permite identificar entidades y municipios/delegaciones 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— y el Índice de asistencia de los visitantes del Museo Antiguo Colegio de San Ildefonso 2011. Para este análisis únicamente se consideró el Distrito Federal y sus 16 delegaciones ya que 64.1% de los visitantes del Museo provienen de ahí.

Índice de asistencia vs. Índice de marginación escalado

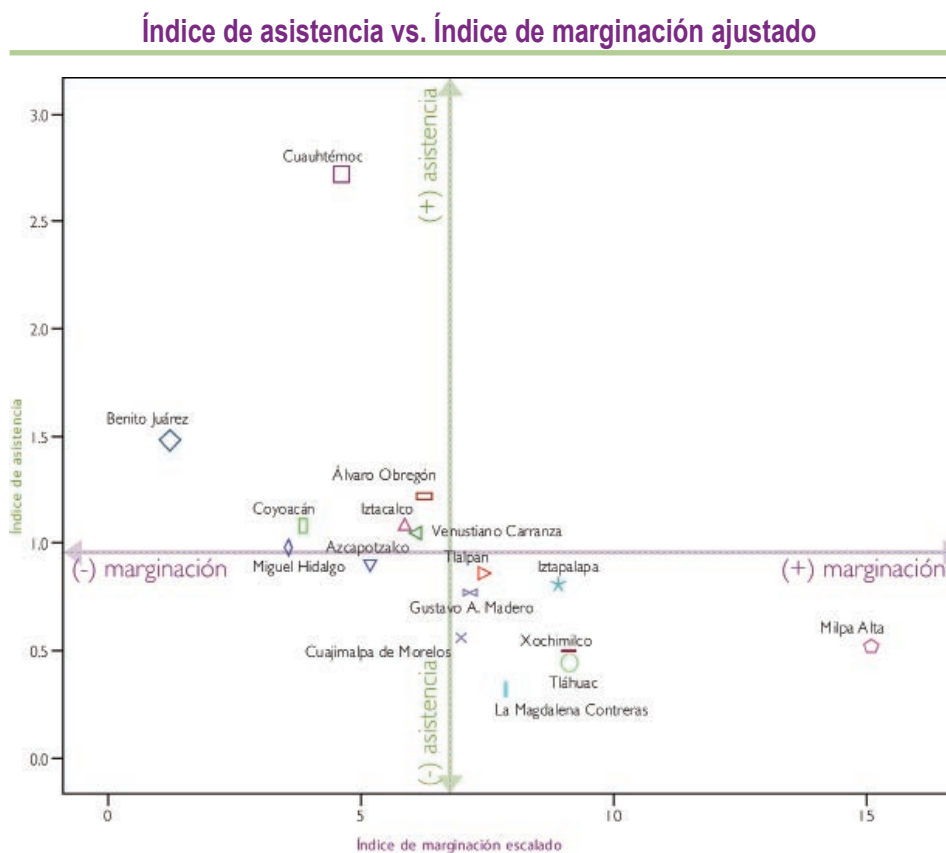
Delegación	Total de casos	Índice de asistencia	Índice de marginación escalado
Cuauhtémoc	124	2.7	4.6
Benito Juárez	98	1.5	1.2
Álvaro Obregón	76	1.2	6.3
Coyoacán	128	1.1	3.9
Iztacalco	62	1.1	5.9
Miguel Hidalgo	62	1.0	3.6
Venustiano Carranza	65	1.0	6.1
Azcapotzalco	64	0.9	5.2
Tlalpan	71	0.9	7.4
Gustavo A. Madero	132	0.8	7.1
Iztapalapa	149	0.8	8.9
Cuajimalpa de Morelos	15	0.6	7.0
Xochimilco	39	0.5	9.1
Milpa Alta	6	0.5	15.1
Tláhuac	25	0.5	9.1
Magdalena Contreras, La	13	0.3	7.9

Fuentes: Índice de marginación escalado 2010.

Conapo. Índice de asistencia.

Cálculos propios por delegación. Cociente del porcentaje de los visitantes del Distrito Federal entre el porcentaje de la población del Distrito Federal correspondiente a las estimaciones de población de Conapo 2011.

En la gráfica siguiente se puede observar que los visitantes que provienen de la Delegación Cuauhtémoc (2.7), obtuvieron el nivel más alto de asistencia al Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso y registra un grado de marginación bajo (4.6); seguido de los visitantes que provienen de la Delegación Benito Juárez (1.5) y Álvaro Obregón (1.2), que cuentan con un nivel de marginación muy bajo (1.2) y bajo (6.3), respectivamente. 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: La Magdalena Contreras (0.3), Tláhuac (0.5) y Milpa Alta (0.5).



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.

Los esfuerzos invertidos en el desarrollo de los estudios de público no tendrían sentido si la información recabada no encontrara repercusión en los responsables y tomadores de decisiones de los distintos espacios culturales, 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 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 población y tener un papel activo en el desarrollo de la sociedad.

Educación por la paz: la revolución pendiente

Estudiantes
leen una
redes

Camargo no Brasil

Agora é r comu

**Saramagor
esanan,
«demok
berras»
behr»**

José Saramago

Quizás la historia
del hombre no
sea más que un
larguísimo
movimiento que
nos lleve a la
humanización.

El zapatismo, lucha de creatividad política

San
esta

dice
e tant

el hombre j
ombras con

Saramago e il suo clone
«Thriller oltre l'angoscia»

JOSE SARAMAGO
Premio Nobel de Literatura en 1998

Contra o terroris

Un...
...la no es un...
...contra o terroris...
...ETA es nociva e im...

“Sarama
per la

Anexo



Diseño muestral

La metodología aplicada para la realización de la encuesta tomó como referencia inicial la sugerida por el Museo de la Civilización de la Ciudad de Québec, Canadá,¹ 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

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 2011. 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).

Unidad de análisis

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

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) de las personas que acompañaban al entrevistado, dejando lugar para registrar a los menores de edad si así fuese 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 la selección de cada entrevistado de manera aleatoria dentro del recinto.

¹ *Conozca a sus visitantes, guía de encuestas por sondeo*, Sociedad de Museos Quebequenses, Canadá, 2001.

Método de muestreo

El muestreo fue aleatorio simple 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 elección 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 la muestra

Ya que se deseó poder identificar características específicas de los públicos de cada exposición temporal, se consideró como dominio de estudio cada una de ellas, estableciendo como tamaño de muestra 250 entrevistas como mínimo, lo que permite contar con resultados que cuenten con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 6.2 puntos porcentuales. La exposición de Szyszlo obtuvo la cantidad de 209 entrevistas debido a su afluencia de visitantes que fue menor a la del resto de las exposiciones temporales, por esta razón su margen de error es de 6.9% y su nivel de confianza de 95%. Considerando el tamaño final de la muestra, se obtuvieron 1 674 entrevistas, lo que permite contar con un margen de error de 3.1 puntos porcentuales y un nivel de confianza asociada de 95%.

Tamaño de muestra

Dominio	Tamaño de la muestra	Nivel de confianza	Márgenes de error asociado
Tamaño global de la muestra	1674	95%	3.1%
Annette Messager	284	95%	6.2%
Flor Garduño	287	95%	6.2%
José Saramago	296	95%	5.7%
Marilyn Manson	298	95%	5.7%
Ron Mueck	300	95%	5.7%
Szyslo	209	95%	6.9%

Ponderadores

Las frecuencias presentadas en el informe no son directas al 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, fin de semana y exposición temporal visitada.

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 como una variable aproximada al nivel de ingresos. Es claro que si se hubiese preguntado directamente el nivel de ingresos, cabría la posibilidad de incrementar la no respuesta. Por otra parte, en la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH, 2005), además de captar los ingresos, se hace la misma pregunta en su sección de Características de vivienda. Al considerarse en la ENIGH esta variable, 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).

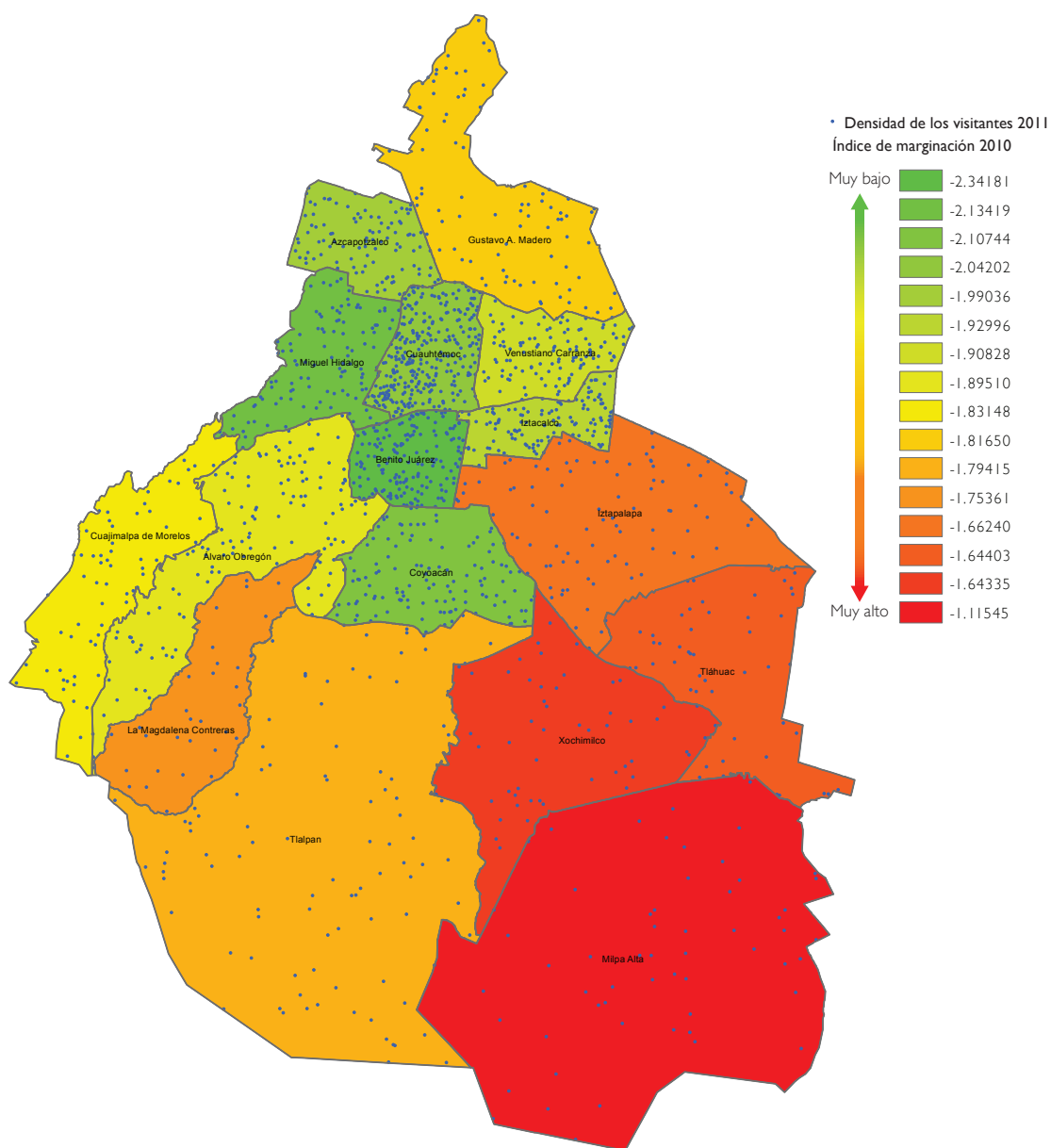
Una vez aplicados los criterios referidos, se generaron cinco niveles tanto en la variable de ingreso como en la variable del número de focos, donde en esta última se toma la misma categorización que la empleada en nuestro cuestionario. Con ello, cada uno de los niveles de ingreso cuenta con aproximadamente 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 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	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

Distrito Federal: Densidad de los visitantes 2011 vs. Índice de marginación 2010

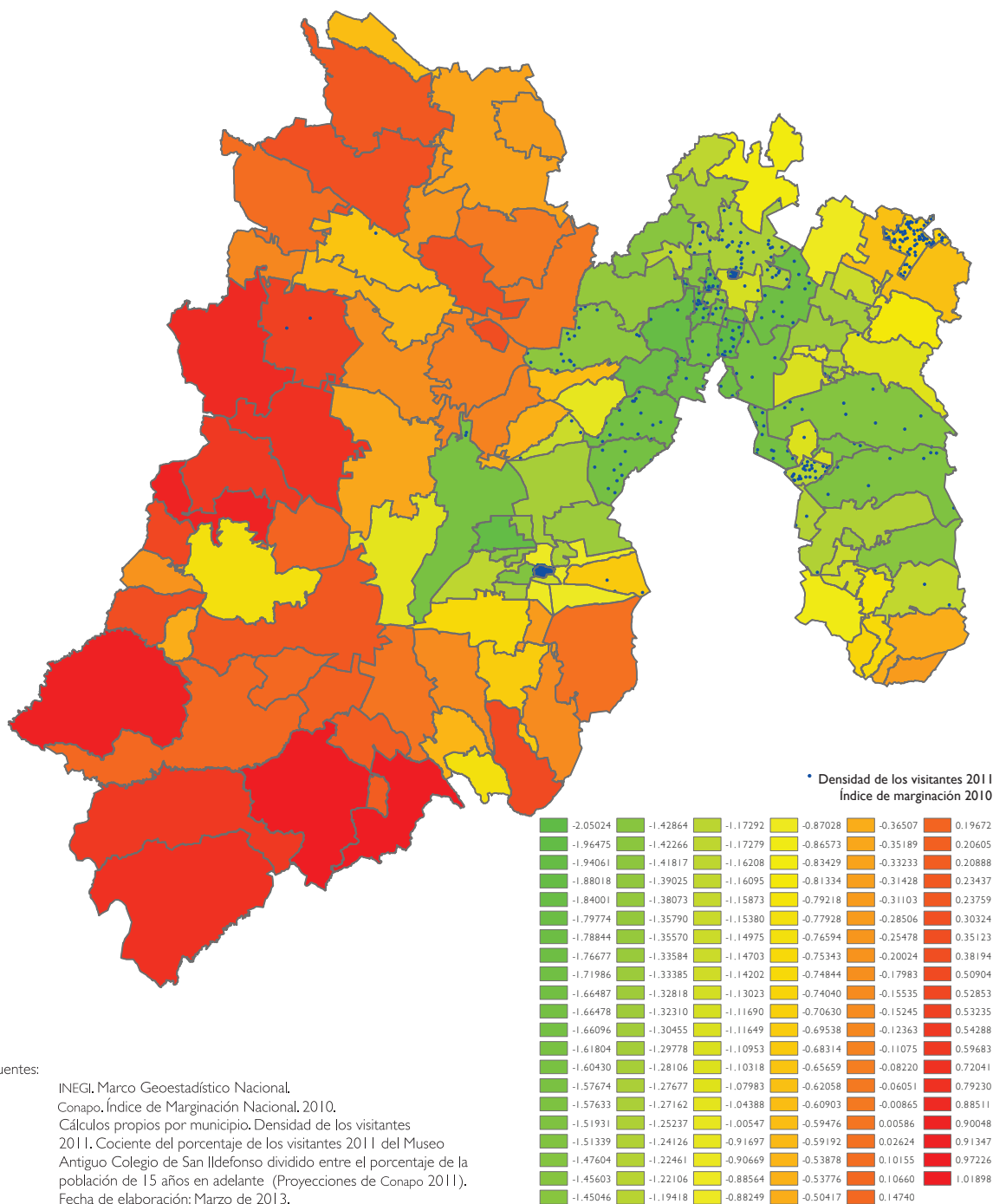


Fuentes:

INEGI. Marco Geoestadístico Nacional.
Conapo. Índice de Marginación Nacional. 2010.
Cálculos propios por delegación. Densidad de los visitantes
2011. Cociente del porcentaje de los visitantes 2011 del Museo
Antiguo Colegio de San Ildefonso dividido entre el porcentaje de la
población de 15 años en adelante (Proyecciones de Conapo 2011).
Fecha de elaboración: Marzo de 2013.

0 1.5 3 6 9 12 Km
1 cm = 3 km

Estado de México: Densidad de los visitantes 2011 vs. Índice de marginación 2010



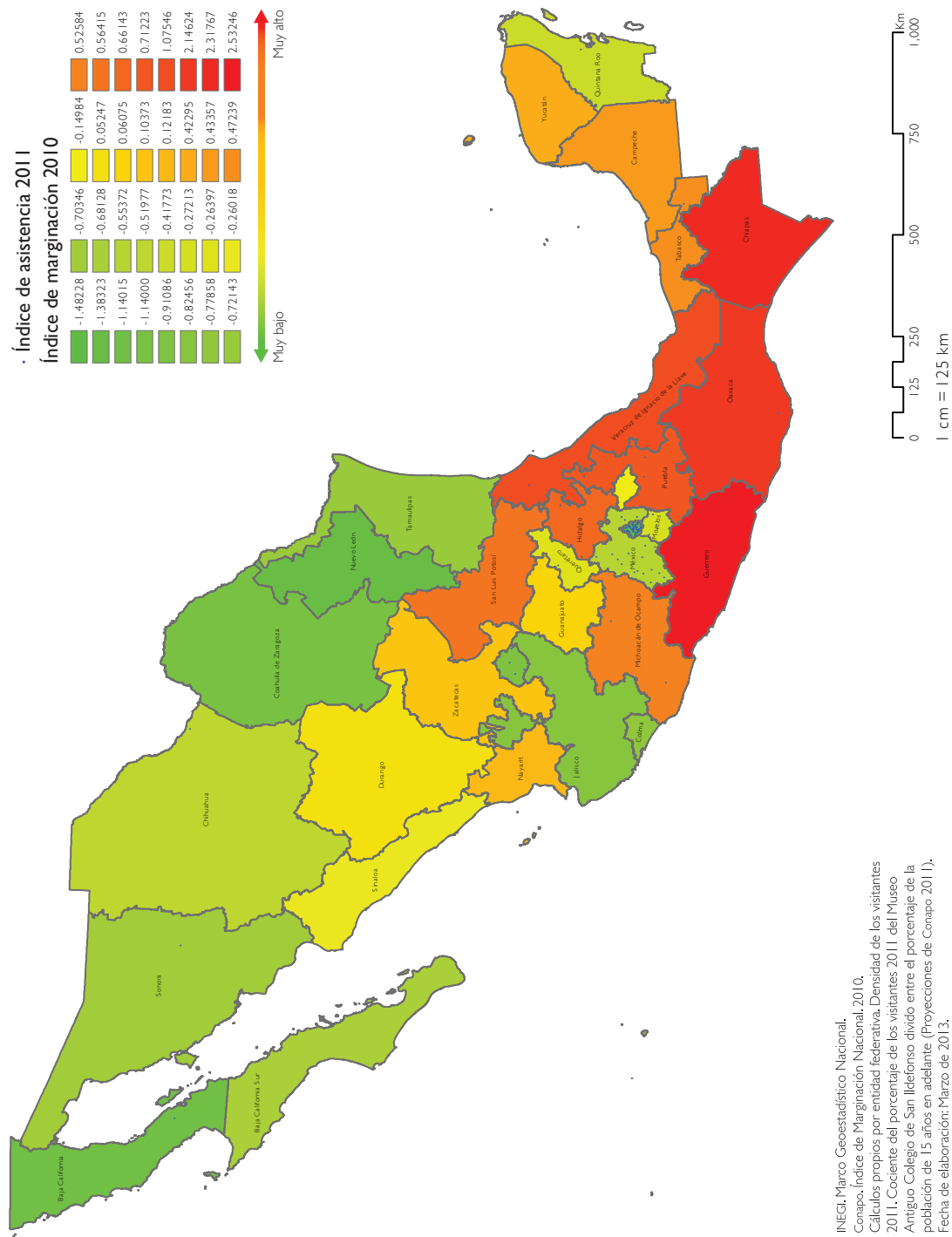
Fuentes:

INEGI. Marco Geoestadístico Nacional.
Conapo. Índice de Marginación Nacional, 2010.
Cálculos propios por municipio. Densidad de los visitantes
2011. Cociente del porcentaje de los visitantes 2011 del Museo
Antiguo Colegio de San Ildefonso dividido entre el porcentaje de la
población de 15 años en adelante (Proyecciones de Conapo 2011).
Fecha de elaboración: Marzo de 2013.

0 15 30 60 Km

Muy bajo Muy alto

República Mexicana: Densidad de los visitantes 2011 vs. Índice de marginación 2010



Fuentes:
INEGI, Marco Geostatístico Nacional.
Conapo, Índice de Marginación Nacional, 2010.
Cálculos propios por entidad federativa. Densidad de los visitantes
2011. Cociente del porcentaje de los visitantes 2011 del Museo
Antiguo Colegio de San Ildefonso dividido entre el porcentaje de la
población de 15 años en adelante (Proyecciones de Conapo 2011).
Fecha de elaboración: Marzo de 2013.

Cuestionario para visitantes de Museos 2011

(Solo para visitantes mexicanos de 15 años o más)

FOLIO
 - MES DÍA
 : HORA INICIO
 : HORA TÉRMINO
 CLAVE ENC.
 _____ NOMBRE

MUSEO: ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO

EXPOSICIÓN:

¡Buenos días/tardes/noches! Mi nombre es (nombre del encuestador). 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. Toda la información que nos proporcione es confidencial y soólo para uso de estadísticas.

Datos del entrevistado

(Sólo para visitantes mexicanos de 15 años o más)

Entidad de residencia:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Delegación/ Municipio:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
C.P. o Colonia:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Tamaño del grupo:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Escolaridad

1. Menor de 6 años
2. No estudió nada
3. Primaria incompleta
4. Primaria completa
5. Secundaria incompleta
6. Secundaria completa
7. Bachillerato incompleto
8. Bachillerato completo
9. Licenciatura incompleta
10. Licenciatura completa
11. Posgrado
99. No contesta

Perfil Sociodemográfico de los visitantes

		Informante		V2		V3		V4		V5		V6	
1. Hom.	2. Mujer	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Años cumplidos		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Escolaridad		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Ocupación		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	

Ocupación

1. Menor de 6 años
2. Trabaja
3. Trabaja y estudia
4. Desempleado
5. Estudiante
6. Ama de casa
7. Jubilado
99. No contesta

Asistencia

I. ¿Me podría decir con quién(es) vino al museo?

- 1) Amigos (sin ser compañeros de escuela)
- 2) Compañeros de escuela
- 3) Compañeros de trabajo
- 4) Familiares
- 5) Amigos y familiares
- 6) Esposo(a)
- 7) Novio(a) o pareja
- 8) Viene solo
- 9) Otros (esp) _____

2. ¿Es la primera vez que visita este museo?

☐

1) Sí ⇨ Pase a pregunta 5

2) No

98) No sabe

99) No contesta

3. ¿Cuándo visitó este Museo por última vez?

☐

1) En los últimos 3 meses

2) En los últimos 6 meses

3) En los últimos 12 meses

4) En los últimos 2 años

5) Hace más de 2 años

97) No recuerda

4. (Enc. Si respondió 1, 2 ó 3 en P3 pregunte:)

¿Cuántas veces lo ha visitado en este tiempo sin incluir la visita de hoy?

Enc. capturar número _____

97) No recuerda

5. Cuando usted era niño, ¿Sus padres lo llevaban a visitar Museos?

☐

1) Sí

2) No

97) No recuerda

99) No contesta

6. ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar Museos?

☐

1) Sí ⇨ Pase a pregunta 8

2) Solo algunos

3) No, casi nadie o nadie

4) Solo yo

98) No sabe

99) No contesta

7. ¿Usted cuál considera que es la razón(es) principal(es) por la que no asiste(n) a Museos?

(Enc. Respuesta espontánea, Indague y anote hasta cinco respuestas. CODIFIQUE DIRECTAMENTE.)

- | | | | |
|-------------------------------------|---|---|---|
| 1) No le(s) interesa | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | 8) Son demasiados grandes de edad | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 2) No tiene(n) tiempo | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | 9) Son muy chicos de edad | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 3) No tiene(n) dinero | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | 10) Prefiere(n) ir a otro espacio cultura | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 4) Está(n) muy lejos | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | (esp.)_____ | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 5) Prefiere(n) ver la TV | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | 11) Otro (esp.)_____ | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 6) Prefiere(n) practicar un deporte | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | 98) No sabe | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 7) Problemas de salud/discapacidad | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | 99) No contesta | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

8. En los últimos doce meses, ¿Cuántas veces asistió a...?

	Núm. de veces	NS	NC	
Museos		98	99	
Casas de cultura o Centros culturales		98	99	
Librerías		98	99	
Bibliotecas		98	99	
Cines		98	99	
Galerías de arte		98	99	
Teatros		98	99	
Conciertos o presentaciones de música		98	99	
Zonas arqueológicas		98	99	

Conocimiento

9. ¿Qué medio(s) de transporte(s) utilizó para llegar a este Museo?

(desde su casa o desde donde está hospedado) (Enc. Circule todos los que mencione)

- | | |
|----------------------------|---|
| 1) Metro | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 2) Tren ligero | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 3) Tren suburbano | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 4) Metrobús | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 5) Combis/peceras/microbús | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 6) Camión (RTP/trolebús) | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 7) Camión foráneo | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 8) Taxi | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 9) Auto propio | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 10) Bicicleta | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 11) Motocicleta | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 12) Otro_____ | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 98) No sabe | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 99) No contesta | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

10. ¿Cuánto tiempo tardó en llegar al Museo?

Horas Minutos
 :

11. ¿Cuánto tiempo por día invierte en...?

	Tiempo	
Oír radio	:	:
Ver TV	:	:
Usar computadora (sin internet)	:	:
Internet	:	:

12. ¿Cuál es el museo de su preferencia?

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

- 1) Oficina turística (guía)
- 2) Recomendación (amigos, familiares, etc.)
- 3) Periódicos
- 4) Revista
- 5) Radio
- 6) Televisión
- 7) Conoce desde siempre el Museo
- 8) Internet
- 9) Redes sociales (facebook, twitter, etc.)
- 10) Impresos (folletos, carteles, volantes)
- 11) Publicidad exterior (Metro, parabús, mobiliario urbano/espectacular, etc.)
- 12) Por un maestro o libro de texto
- 13) Casualmente (iba pasando)
- 14) Me llevaban mis padres desde niño
- 15) Otra (esp) -----
- 97) No recuerda
- 99) No contesta

14. ¿Cómo se enteró de la exposición temporal?

(Enc. Respuesta espontánea, anotar hasta cinco respuestas en el orden de mención. CODIFIQUE DIRECTO)

- 1) Oficina turística (guía)
- 2) Recomendación (amigos, familiares, etc.)
- 3) Periódicos
- 4) Revista
- 5) Metro
- 6) Radio
- 7) Televisión
- 8) En el mismo museo
- 9) Internet
- 10) Redes sociales (facebook, twitter, etc.)
- 11) Impresos (folletos, carteles, volantes)
- 12) Publicidad exterior (parabús, mobiliario urbano/espectacular, etc.)
- 13) Por un maestro
- 14) Casualmente (iba pasando)
- 15) Otra (esp.) _____
- 97) No recuerda
- 99) No contesta

1ª mención

2ª mención

3ª mención

4ª mención

5ª mención

15. ¿Cuál fue la razón principal de su visita el día de hoy?

- 1) Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela
- 2) Para entretenerse, pasar un rato agradable
- 3) Para aprender (educar a los niños)
- 4) Para conocer el museo
- 5) Para ver qué novedades hay
- 6) Para acompañar a alguien
- 7) Porque me invitaron
- 8) Conocer la exposición temporal
- 9) Otra (esp.) _____
- 98) No sabe
- 99) No contesta

16. Su visita el día de hoy, ¿fue espontánea o planeada?

- 1) Espontánea
- 2) Planeada

17. ¿Cuánto tiempo duro su visita?

Horas Minutos
 :

18. ¿Sabe usted que el Museo cuenta con programas de afiliación?

- 1) Sí
- 2) No

Evaluación

19. Durante su visita. ¿Qué tanta información recibió del..., mucha o poca?

	Mucha	Regular	Poca	Nada	No lo usó	
Módulo de informes	1	2	3	4	5	
Visitas guiadas	1	2	3	4	5	

20. En una escala de Muy bueno (MB) a Muy malo (MM), ¿cómo calificaría...?

(Enc. Lea escala Muy buena, Buena, Mala, Muy mala)

(Frase)	MB	B	R (*)	M	MM	
1. La comodidad para ver las piezas y leer los textos	5	4	3	2	1	
2. La información y explicaciones en las salas de exposición	5	4	3	2	1	
3. La iluminación	5	4	3	2	1	
4. El montaje de la exposición	5	4	3	2	1	
5. Su experiencia en las salas de exposición	5	4	3	2	1	
6. La atención por parte del personal dentro de la sala	5	4	3	2	1	

(Si declaró Malo o Muy malo registre número de frase y pregunte:) ¿Por qué?

Frase: | _____ |

Frase: | _____ |

21. Usando la misma escala, de Muy bueno (MB) a Muy malo (MM), ¿qué le parecieron los siguientes servicios y aspectos del Museo? (Enc. Lea escala Muy buena, Buena, Mala, Muy mala)

	MB	B B	R (*)	M	MM	
Horario del Museo	5	4	3	2	1	
Limpieza del museo (sin contar baños)	5	4	3	2	1	
Señalamientos en el interior del museo	5	4	3	2	1	
Instalaciones en general (espacios de descanso, patios)	5	4	3	2	1	
Personal de vigilancia fuera de salas	5	4	3	2	1	

(Si declaró Malo o Muy malo registre número de frase y pregunte:) ¿Por qué?

Frase: | _____ |

Frase: | _____ |

22. (Enc. Primero pregunte si usó cada uno de los servicios y circule solo los que usó. Después pida calificación solo de los servicios usados)

¿Usó el servicio de...	Sí lo usó	¿Cómo calificaría de MB a MM...?					
		MB	B	R (*)	M	MM	
1. Cafetería	I	5	4	3	2	I	
2. Tienda	I	5	4	3	2	I	
3. Módulos de informes	I	5	4	3	2	I	
4. Guardarropa (paquetería)	I	5	4	3	2	I	
5. Visitas guiadas	I	5	4	3	2	I	
6. Baños	I	5	4	3	2	I	
7. Actividades organizadas por el museo	I	5	4	3	2	I	
8. Máquinas expendedoras	I	5	4	3	2	I	

(Si declaró Malo o Muy malo registre número de frase y pregunte:) ¿Por qué?

Frase: I _____
Frase: I _____

23. (Enc. Si en P22 NO usó la TIENDA ó la CAFETERÍA, pregunte)
¿Cuál fue el motivo por el que no entró a la...?

	No sabía que hubiera	No la encontré	No me interesó	No tenía dinero	Otro (esp.)	
Tienda	I	2	3	4	5	
Cafetería	I	2	3	4	5	

Esp.: I _____

24. (Enc. Si en P22 SÍ usó la TIENDA ó la CAFETERÍA, pregunte) ¿El precio de los producto de la... le resultaron muy caros, caros, accesibles o baratos?

	Muy caros	Caros	Accesibles	Baratos	NC	
Tienda	I	2	3	4	99	
Cafetería	I	2	3	4	99	

25. En general, calificando del 0 al 10 como en la escuela, ¿Qué calificación le pondría a...?

La exposición temporal		
El Museo en general		

26. ¿Qué cambiaría de este Museo o qué servicio le gustaría que hubiera?

(Enc. en caso de no haber propuesta anotar N/R)

27. ¿Le gustaría recibir en su correo electrónico información del museo y de los eventos que organiza CONA-CULTA? (Enc. Registre correo en caso afirmativo)

28. Finalmente, ¿Cuántos focos hay en su vivienda?

El Análisis de la Encuesta del Estudio de Público del Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, 2011 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 2012.

