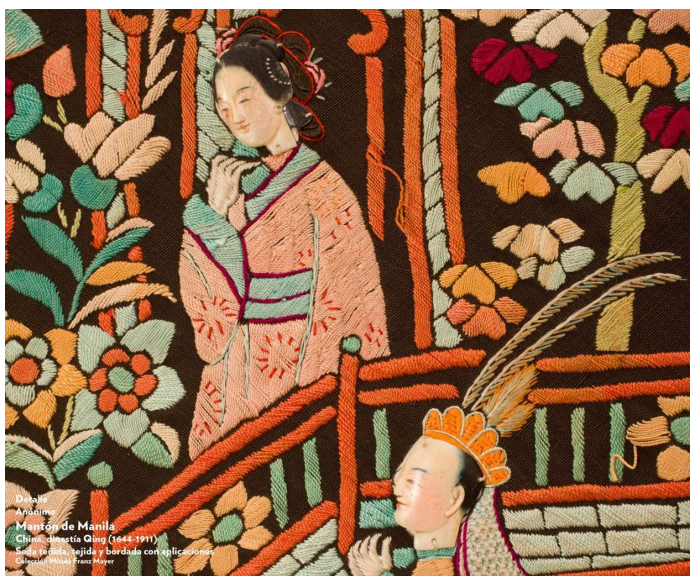


Observatorio de Públicos – Museo Nacional de Colombia

¿Quiénes nos visitaron?

Variables sociodemográficas del estudio de públicos de la exposición temporal
Viaje y Tornaviaje. Bienes y Rutas del Galeón de Manila



Realizado del 26 de marzo al 11 de Julio de 2021

Diseño y análisis: Mayali Tafur Sequera – Angélica Sarmiento Rojas
Encuestas/digitación: : Angélica Sarmiento Rojas

*Resumen del informe final del estudio de públicos. Si desea mayor información, se puede solicitar enviando correo a documentacion@museonacional.gov.co

Objetivos De Estudio

1. Determinar el perfil general de los visitantes que asistieron al MNC durante la exposición temporal “Viaje y Tornaviaje, bienes y Rutas del Galeón de Manila”, entre el 26 de marzo y 27 de mayo de 2021.
2. Medir el grado de satisfacción de la experiencia de visita, en la exposición temporal. .
3. Conocer las percepciones de los visitantes acerca del objetivo de la experiencia planteado para la exposición temporal “Viaje y Tornaviaje, bienes y Rutas del Galeón de Manila”, en aspectos como mensajes, nivel de recordación, de agrado y desagrado.

Objetivos de la experiencia del visitante

El objetivo general de la experiencia que el Museo se propuso para esta exposición, fue:

Dar a conocer la ruta comercial denominada Galeón de Manila, activa entre 1565 y 1815 entre Acapulco y Manila, y las dinámicas de intercambio comercial, social y cultural que de ésta se derivaron.

Y los objetivos específicos fueron:

Evidenciar las rutas marítimas y terrestres y la actividad comercial entre Asia, América y Europa entre los siglos XVI y XIX.

Conocer los bienes que se intercambiaban y los nuevos estilos producto de la introducción de nuevas técnicas y decorados importados de Asia y Europa.

Hacer un acercamiento al contexto económico y social derivado de las relaciones comerciales producto de la ruta del Galeón.

Dar cuenta del alcance del comercio derivado de la ruta del Galeón en lugares como la Nueva Granada y de la influencia de técnicas y motivos decorativos en este territorio.

Metodología

En esta investigación se utilizan elementos propios de **dos tipos de estudios** que permiten un acercamiento al perfil de nuestros visitantes, así como a las características de su experiencia en el MNC.

Estos estudios son: Estudio de satisfacción y Estudio de hábitos y usos.

Estudio de Satisfacción. Este estudio permite conocer la calificación que el visitante le asigna a su visita, a la vez que nos permite identificar cómo califican las diferentes características (atributos) que queremos resaltar en los elementos que componen la experiencia de visita: mediación de los monitores, exposiciones (contenidos y museografía), entre otros. El conocimiento de cómo perciben nuestros visitantes las características de la experiencia, permite que podamos fortalecer aquellas que se convierten en nuestro diferencial.

Estudio de hábitos y usos. Permite profundizar en la comprensión de actitudes y motivaciones de los públicos con relación a su asistencia y su experiencia de visita, lo que permitirá ser más asertivos al momento de diseñar estrategias de comunicación (convocatoria) y de educomunicación.

Para esta encuesta se utilizó la estructura de las preguntas propuesta por el Observatorio Iberoamericano de Museos (2017) para datos sociodemográficos y de hábitos y usos.

Cabe destacar que esta investigación se desarrolló durante los meses de restricciones y medidas preventivas por la pandemia del Covid – 19, por tal motivo la técnica de recolección de información implementada fue encuesta virtual en línea o encuesta telefónica.

El estudio se organiza de la siguiente manera:

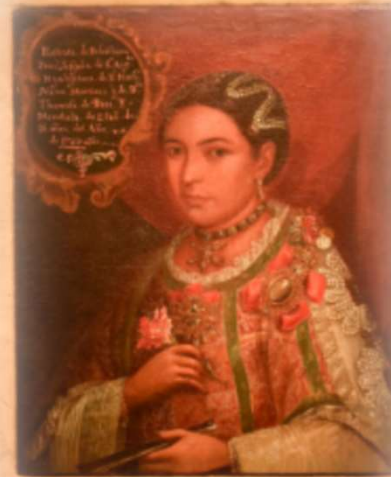
- *Variables demográficas (perfil de nuestros visitantes)
- *Variables de hábitos y usos
- *Variables de satisfacción
- *Variables de percepción

Ficha Técnica

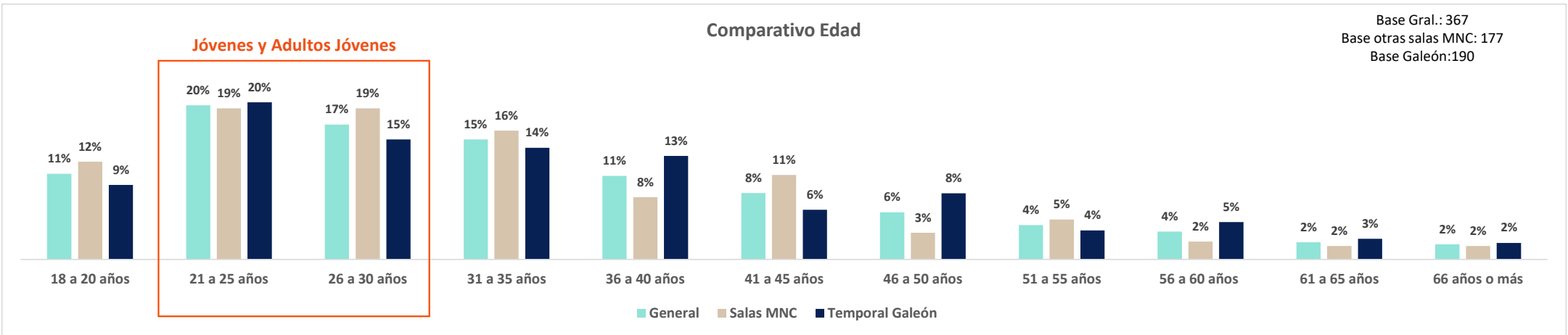
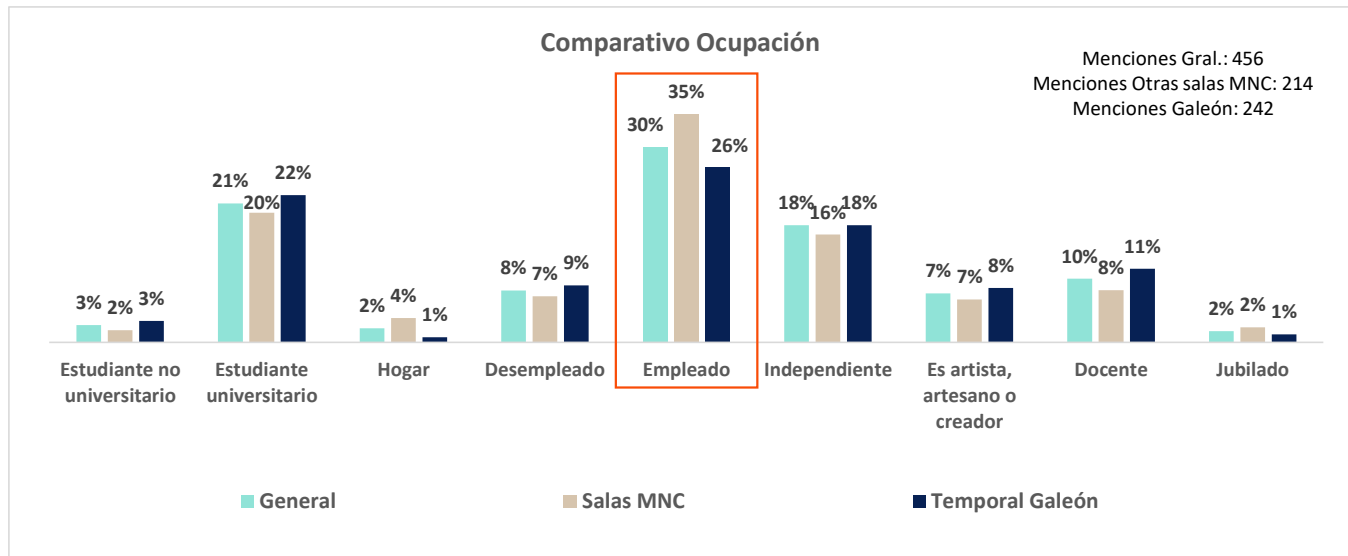
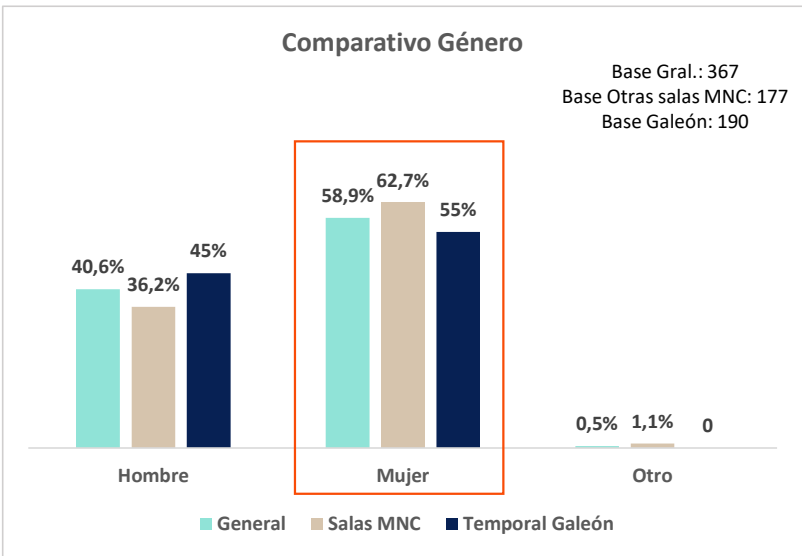
Población Objetivo	Personas mayores de edad que hayan asistido a la exposición “Viaje y Tornaviaje, bienes y Rutas del Galeón de Manila” y personas mayores de edad que hayan ingresado al Museo Nacional de Colombia
Universo	Visitantes
Diseño	Cuantitativo – Descriptivo
Técnica	Encuesta virtual o telefónica
Muestra	367
Diseño Muestral	Aleatorio Muestra de visitantes que asistieron a la exposición temporal y de visitantes que no asistieron y visitaron otras salas del MNC, durante los meses de marzo, abril y mayo de 2021. Se diligenciaron encuestas telefónicas y virtuales en los meses de abril, mayo y junio de 2021; todos los días de cada semana
Error Muestral	5 %
Nivel de confianza	95%
Aspectos a Evaluar	Sociodemográficos, hábitos y consumo, Experiencia, objetivos de la experiencia de visita

¿Quiénes nos visitaron?

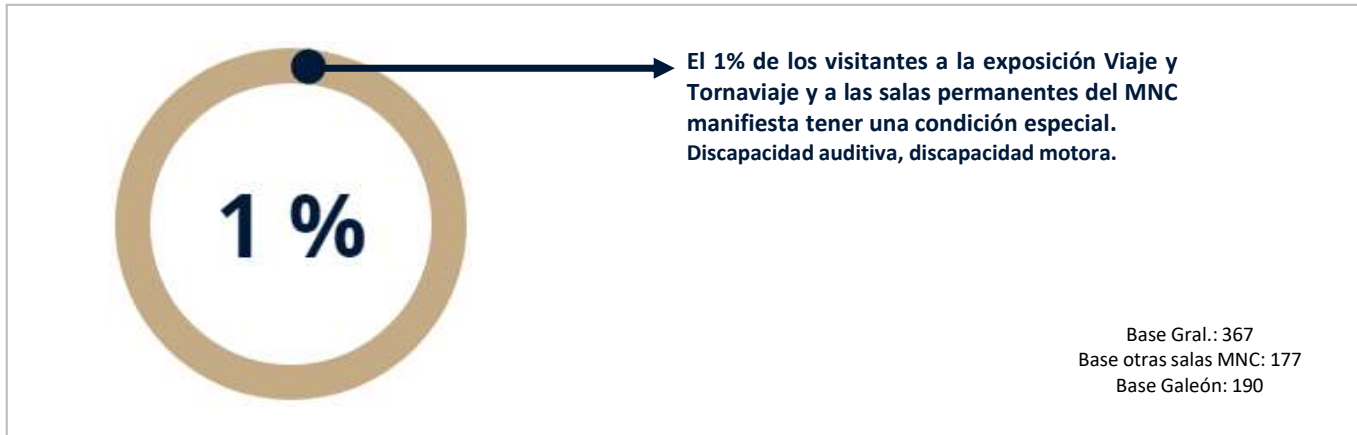
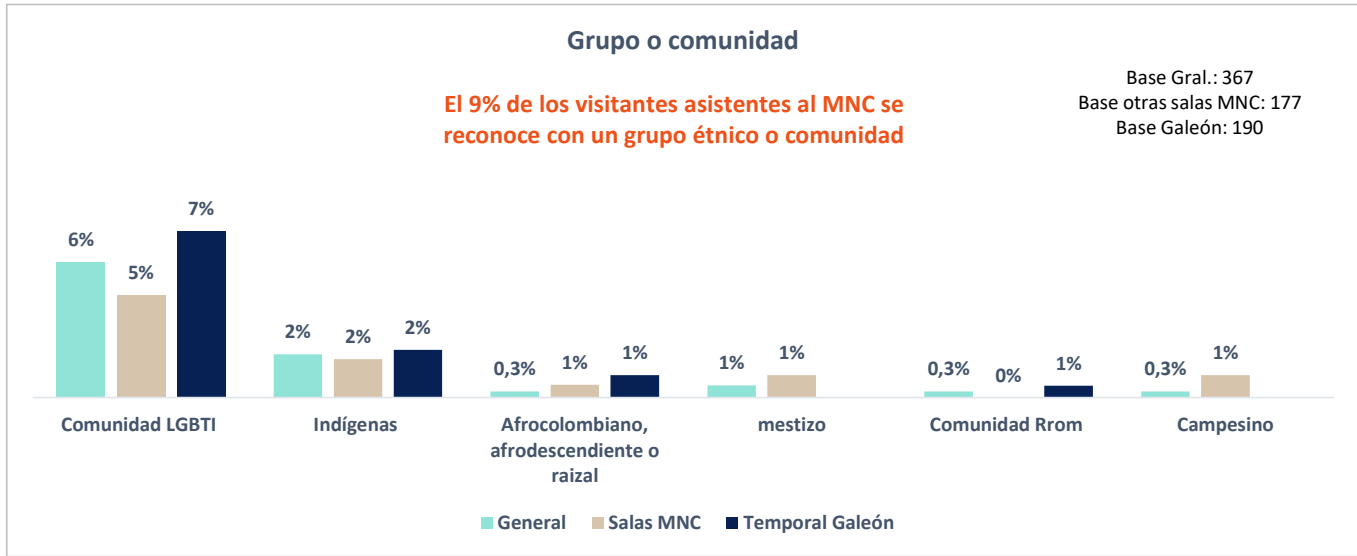
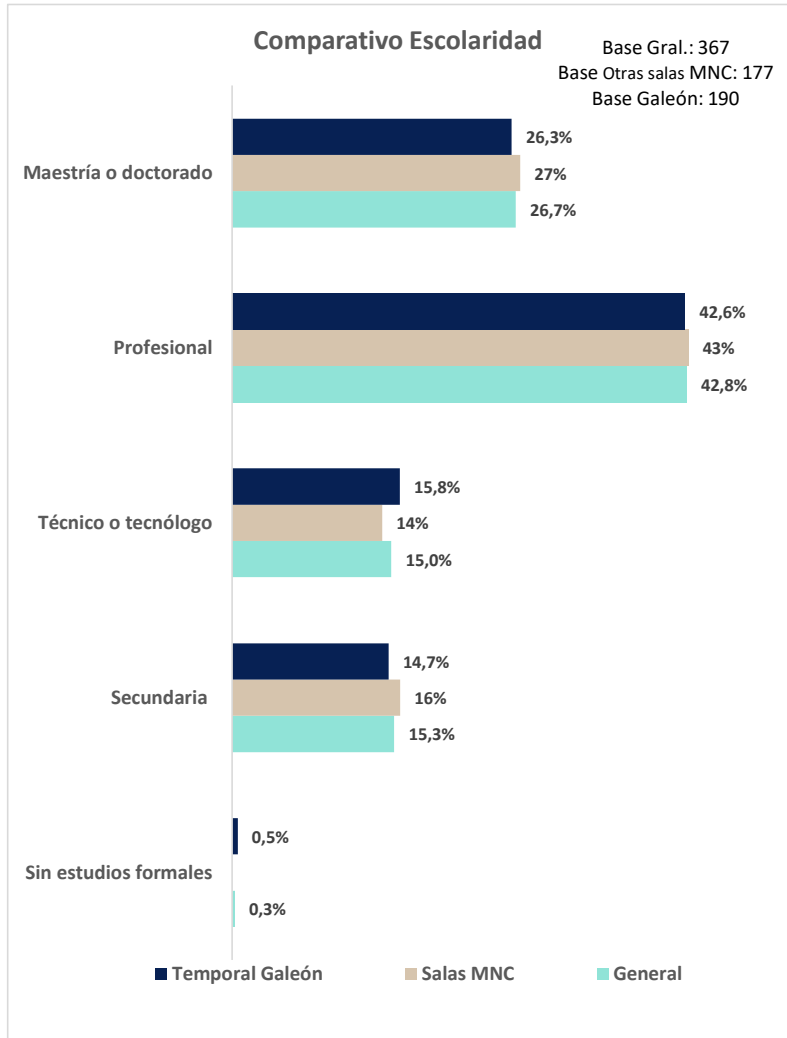
Una mirada a variables sociodemográficas y de hábitos y usos



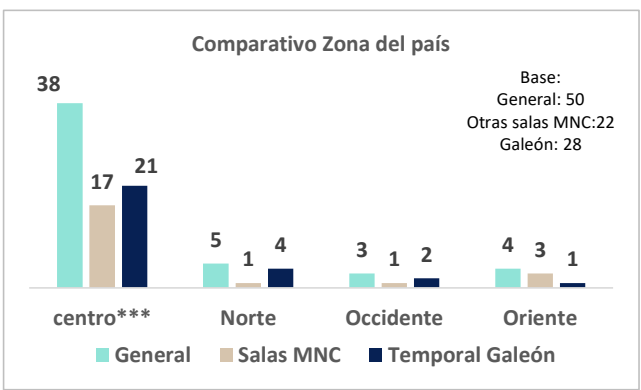
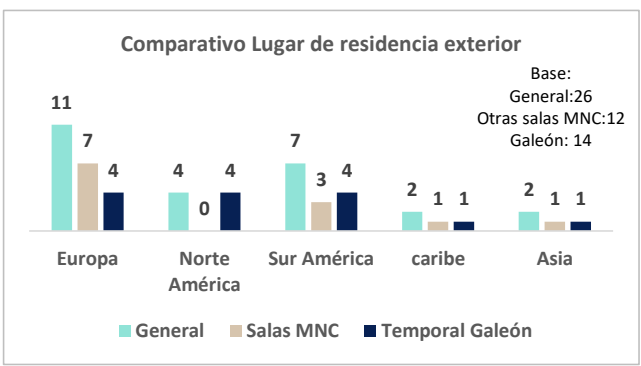
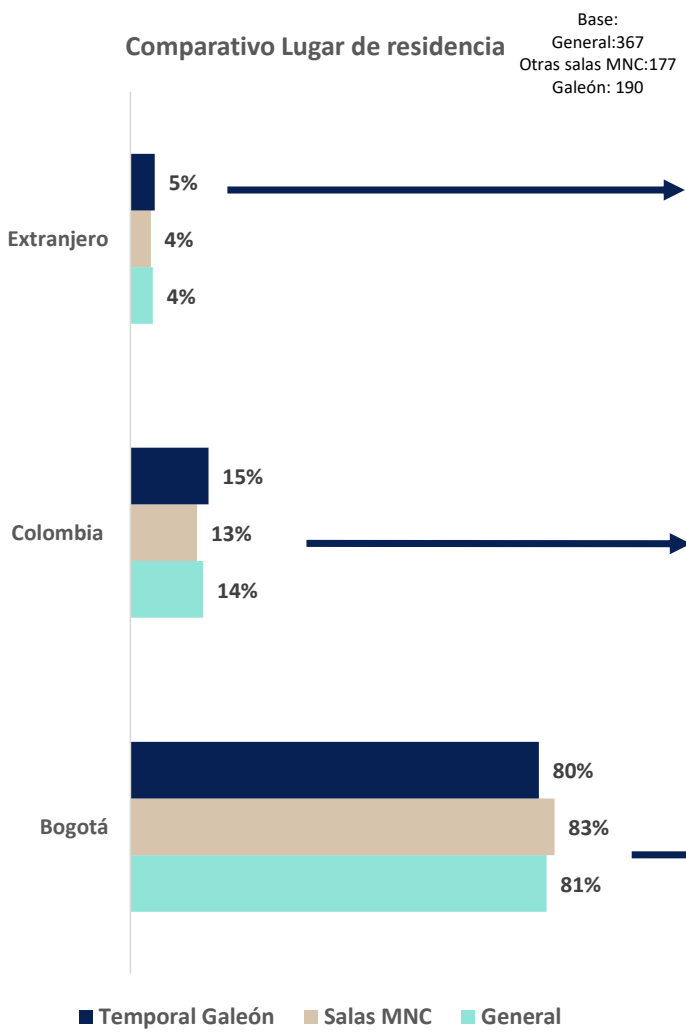
Variables Sociodemográficas



Variables Sociodemográficas



Variables Sociodemográficas



Localidad de Bogotá*			
Localidad	General Base 299	Salas MNC Base 147	Galeón Base 152
01 Usaquéen ** 476.931 habitantes	9%	7%	11%
02 Chapinero 166.000 habitantes	7%	6%	8%
03 Santafé 91.111 habitantes	8%	7%	9%
04 San Cristóbal 394.358 habitantes	2%	3%	1%
05 Usme 340.101 habitantes	1%	1%	0%
06 Tunjuelito 183.067 habitantes	3%	5%	1%
07 Bosa ** 776.184 habitantes	3%	3%	3%
08 Kennedy ** 1.060.016 Habitante	7%	7%	8%
09 Fontibón 424.038 habitantes.	4%	5%	3%
10 Engativá** 878.434 habitantes	10%	9%	11%
11 Suba ** 1.348.372 habitantes	15%	18%	13%
12 Barrios Unidos 276.453 habitantes	3%	1%	5%
13 Teusaquillo 140.463 habitantes	14%	12%	15%
14 Los Mártires 92.232 habitantes	1%	1%	1%
15 Antonio Naríño 108.976 habitantes	1%	1%	2%
16 Puente Aranda 211.805 habitantes	3%	2%	4%
17 La Candelaria 21.829 habitantes	2%	3%	2%
18 Rafael Uribe U 341.886 habitantes	1%	2%	1%
19 Ciudad Bolívar ** 776.349 habitantes	5%	6%	4%
20 Sumapaz 7.457 habitantes	0,3%	1%	0%



*Fuente Secretaría Distrital de la Mujer, 2020 - Observatorio de Mujeres y Equidad de Género de Bogotá, OMEG
 ** 5 localidades con más población de Bogotá
 ***Incluye C/marca. No incluye Bogotá
 El MNC se encuentra en la localidad de Santa Fe y está aledaño a las localidades de Mártires y Teusaquillo

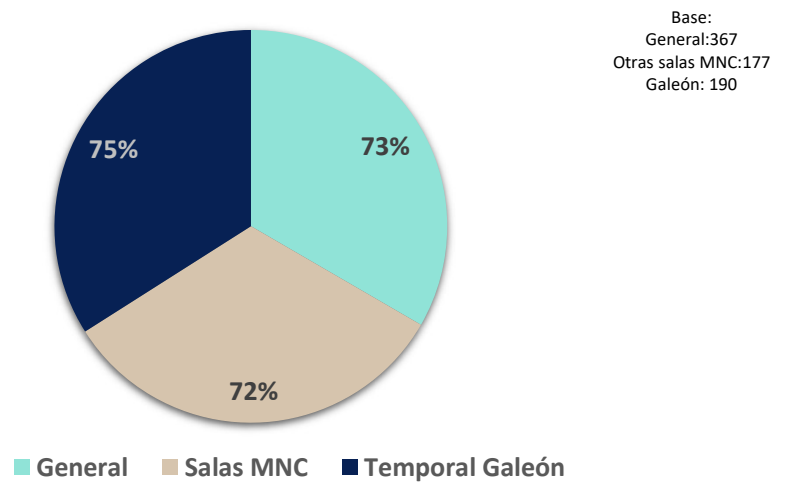


Hábitos y Usos

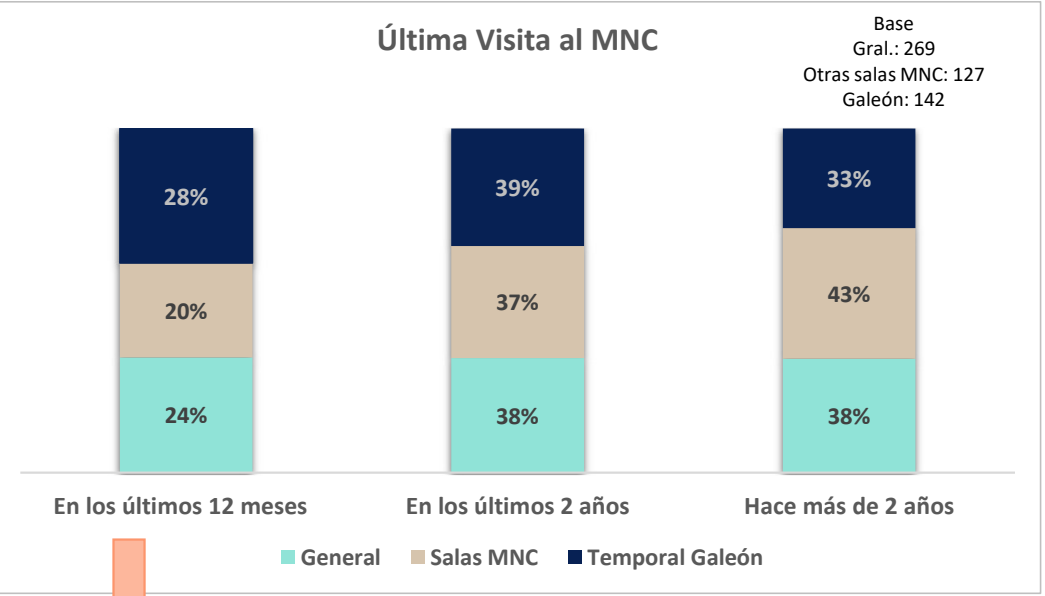


Hábitos y Usos- Frecuencia de visita

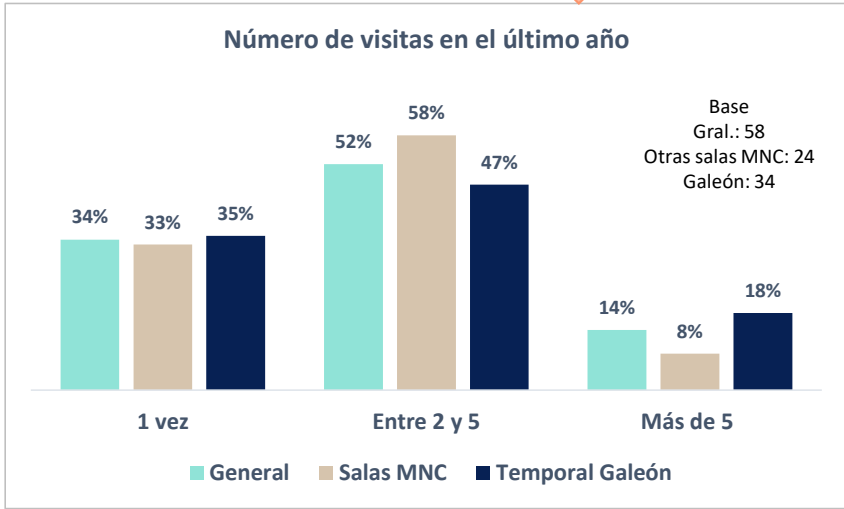
% Asistentes que ya habían visitado el MNC



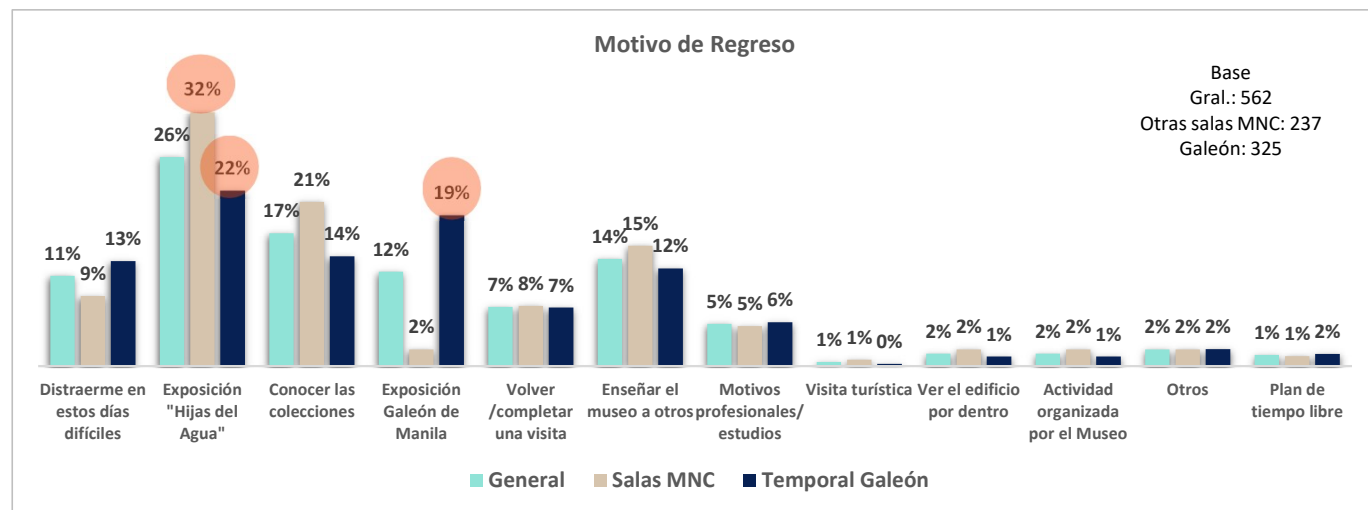
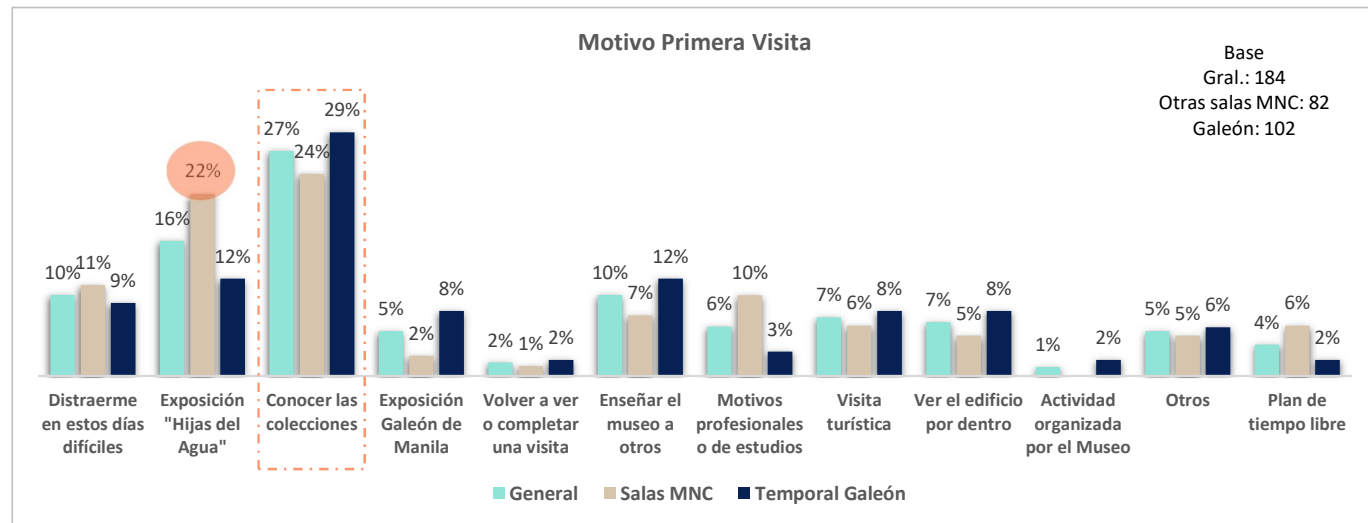
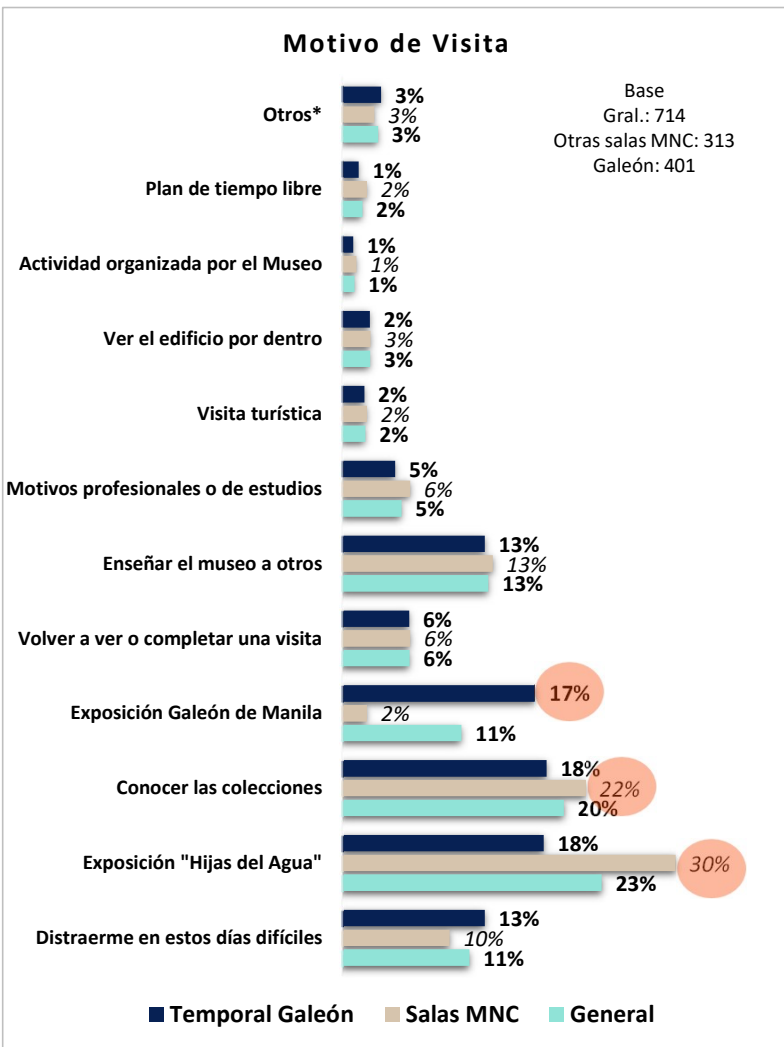
Última Visita al MNC



Número de visitas en el último año

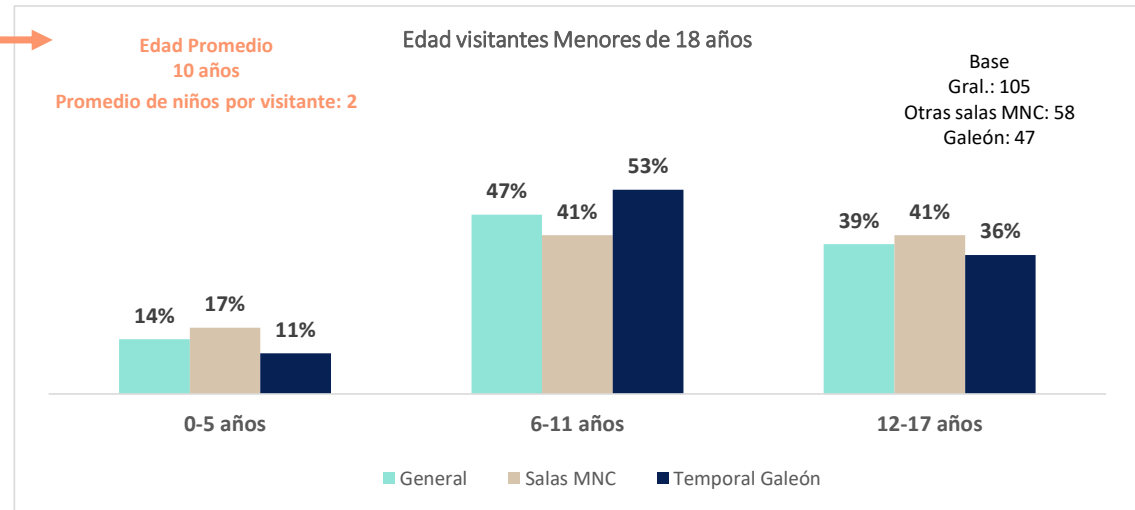
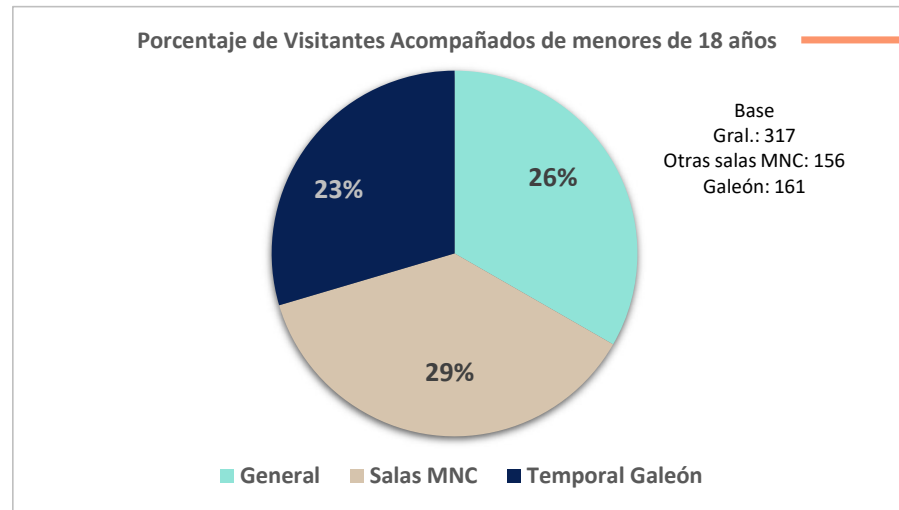
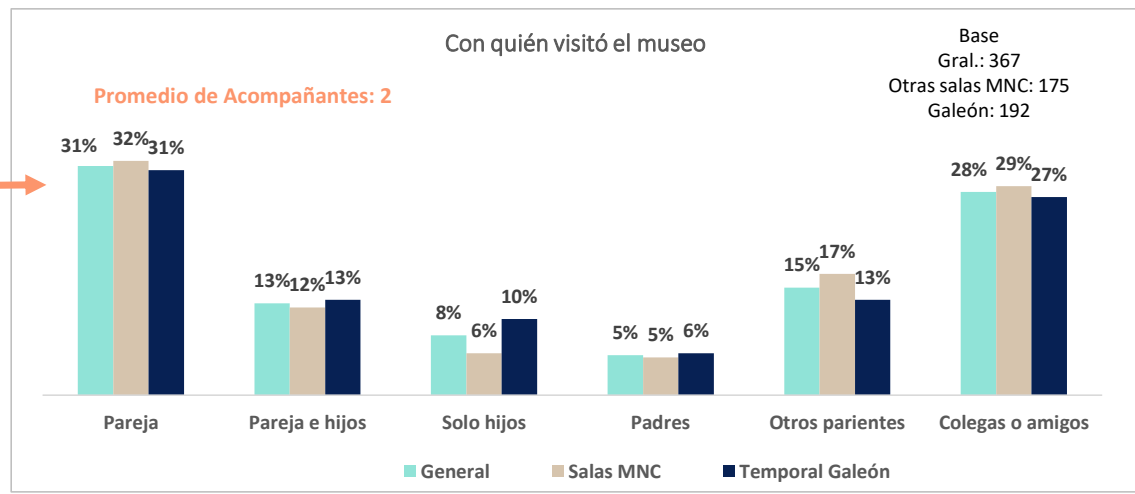
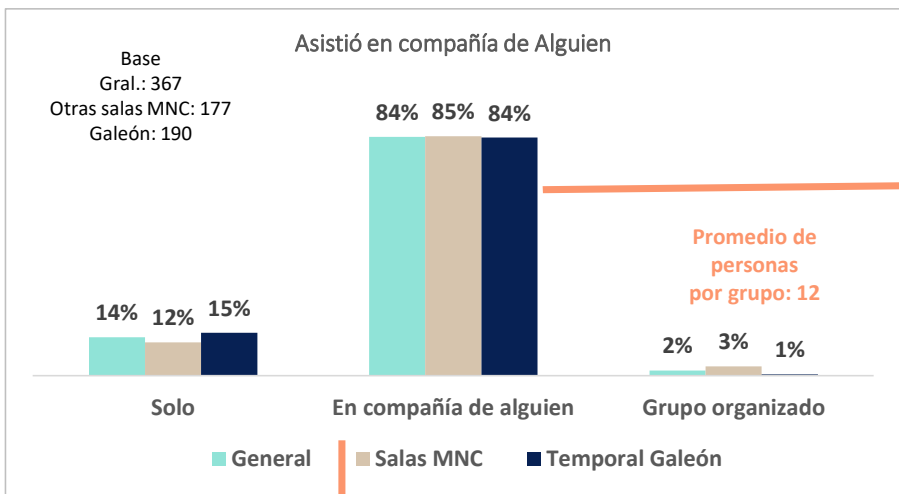


Hábitos y Usos- Motivación



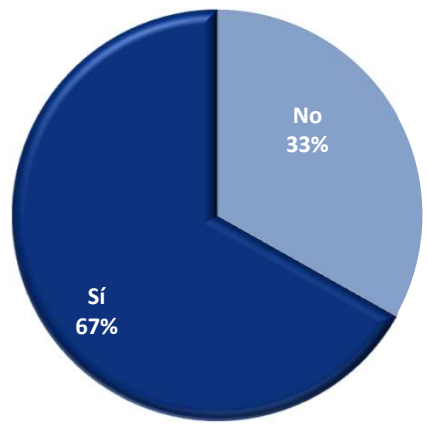
* menos de 10 menciones: Por casualidad, pasaba por aquí, aprender, invitación, me gusta el museo, Recomendación

Hábitos y Usos- Compañía



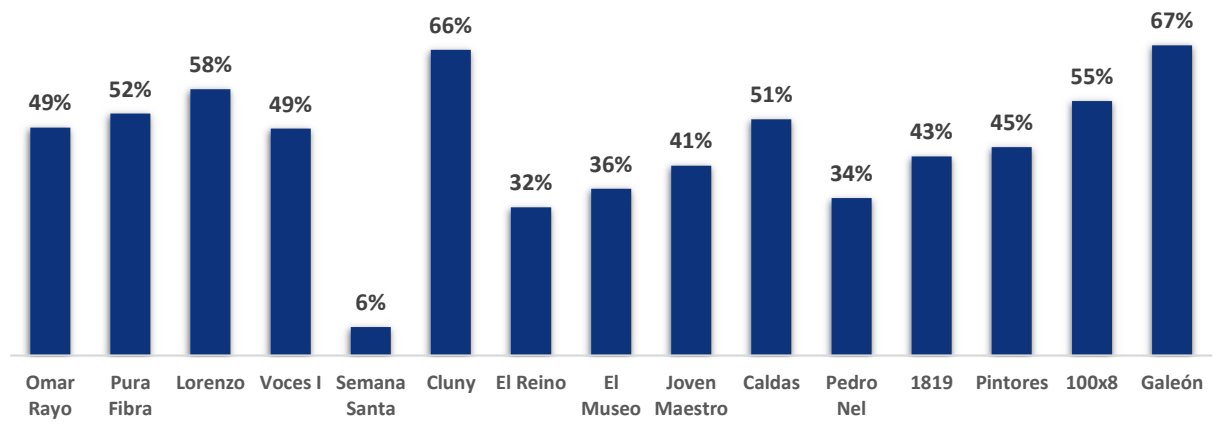
Hábitos y Usos – Servicios Educativos

¿Recibió Servicio Educativo en Sala temporal *Viaje y Tornaviaje, Bienes y Rutas del Galeón de Manila?*

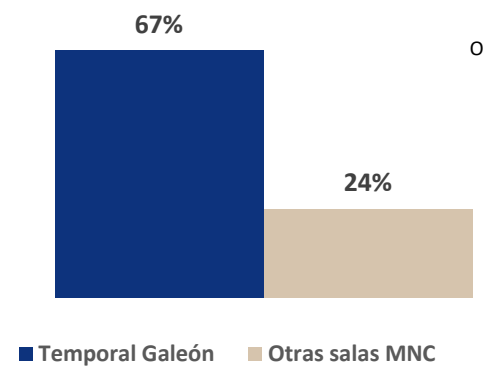


Base 190

Comparativa Servicios Educativos

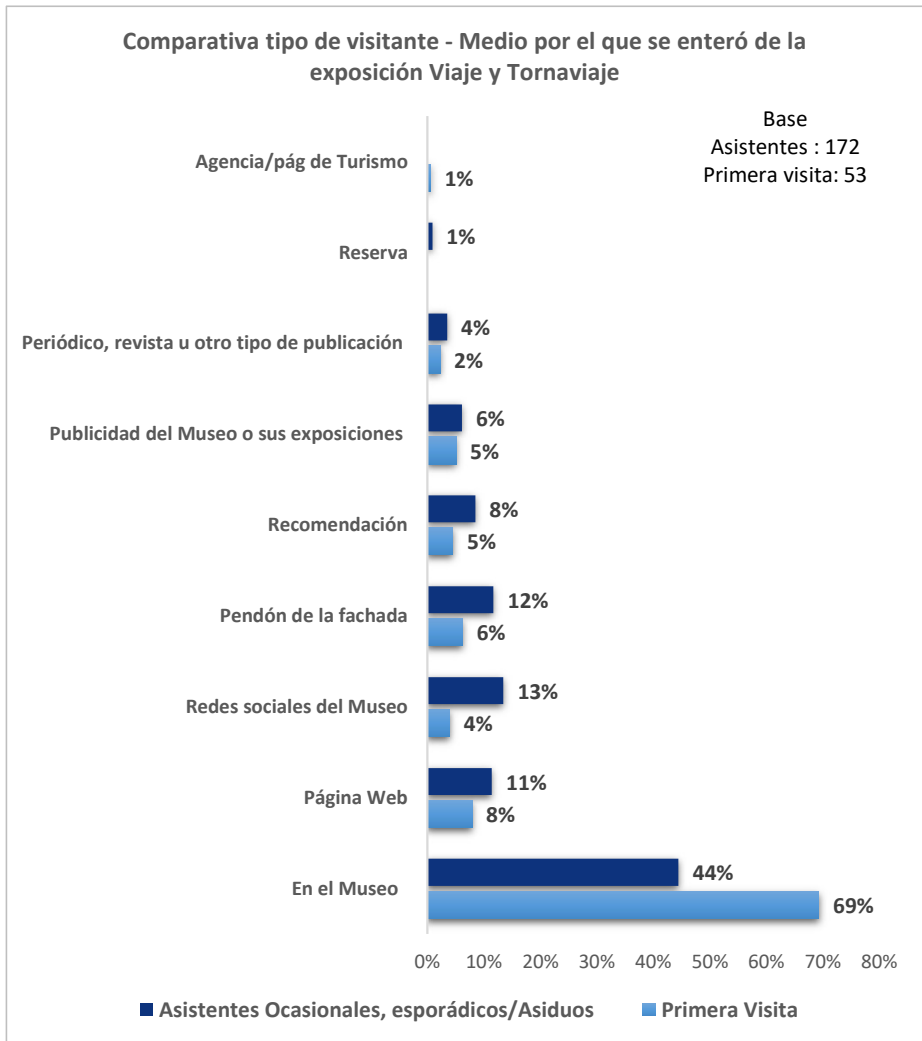
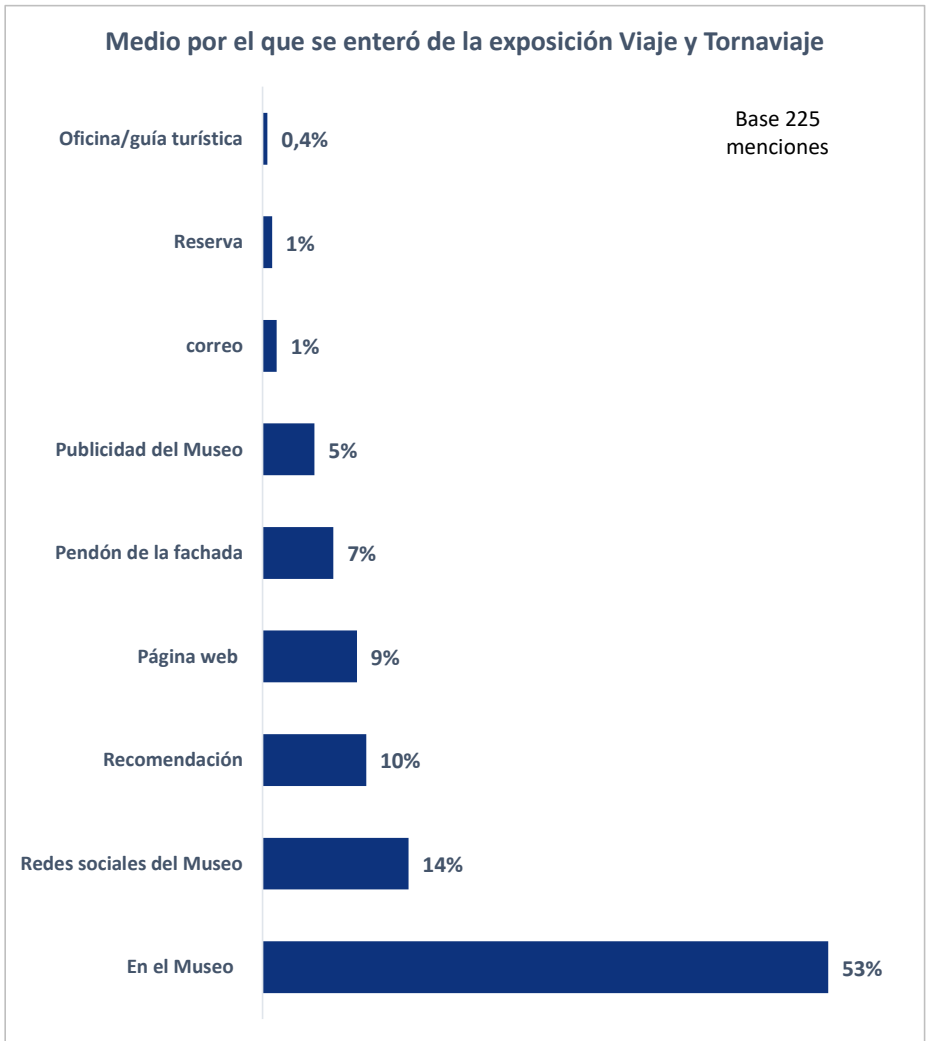


Porcentaje de Visitantes que recibieron mediación



Base
Otras salas MNC: 177
Galeón: 190

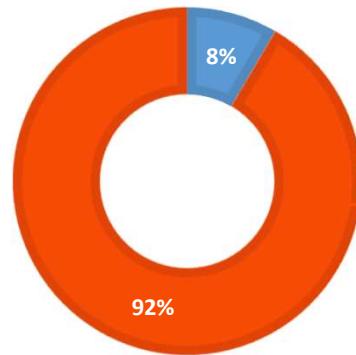
Hábitos y Usos – Divulgación Viaje y Tornaviaje (Galeón) y Divulgación Vs frecuencia de Visita



Hábitos y Usos – Redes Sociales

PORCENTAJE DE VISITANTES QUE TIENEN CUENTAS EN REDES SOCIALES

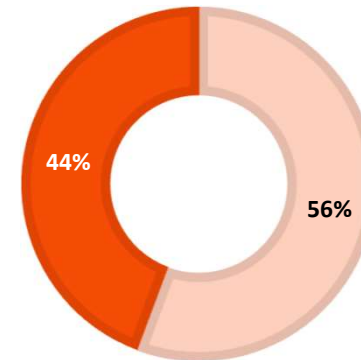
Base 367



■ No tiene ■ Sí tiene

PORCENTAJE DE VISITANTES QUE SIGUE AL MNC EN ALGUNA DE SUS REDES

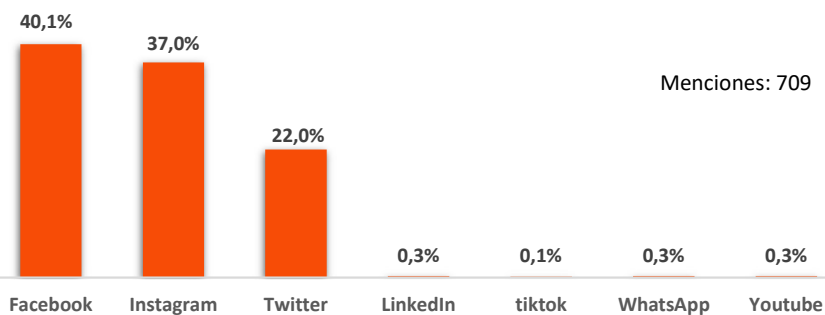
Base 336



■ Sigue al MNC ■ No sigue al MNC

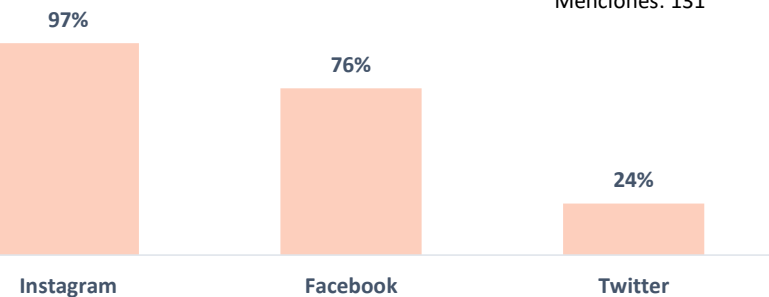
Redes Sociales en las que tienen cuentas los visitantes

Menciones: 709

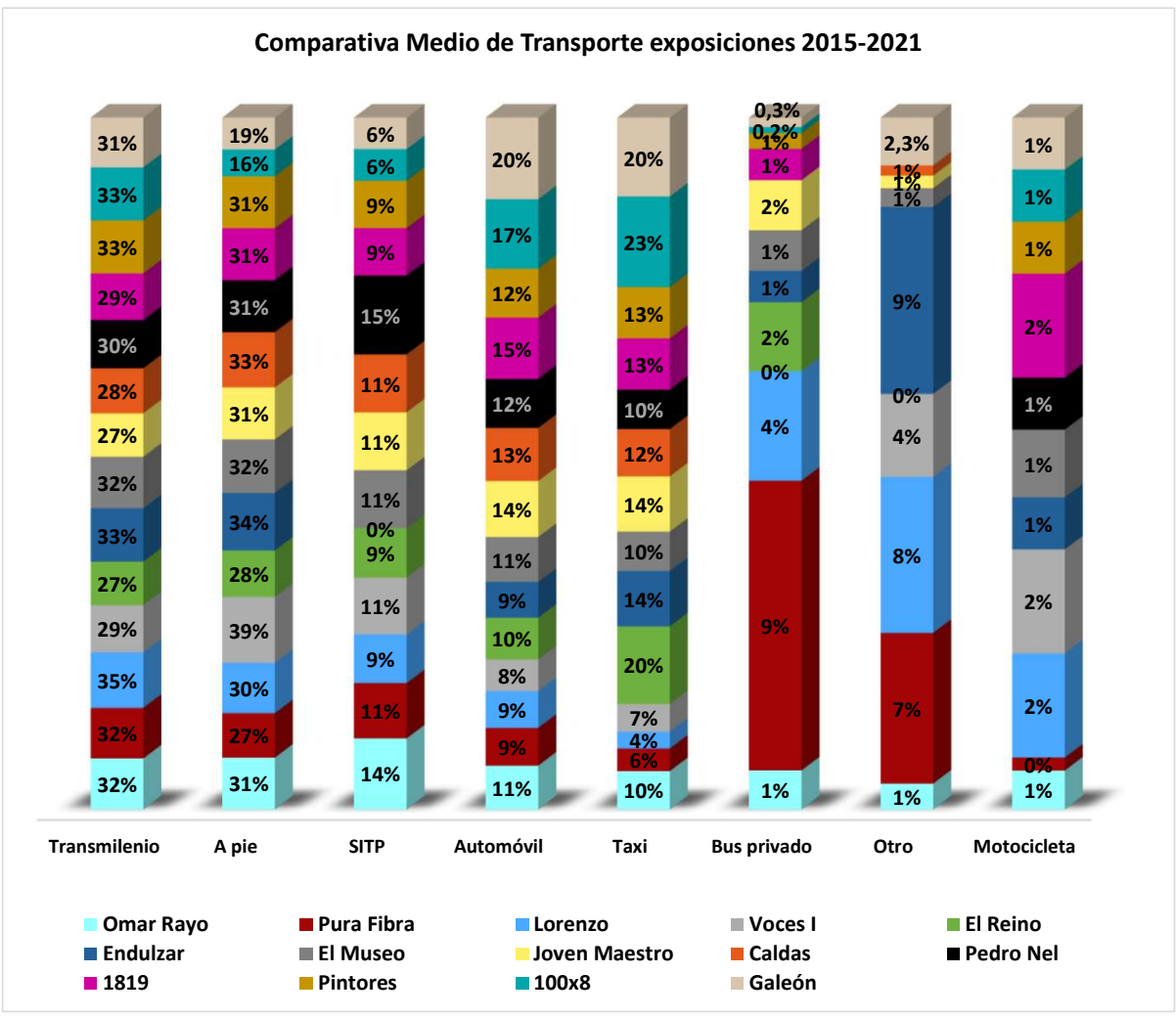
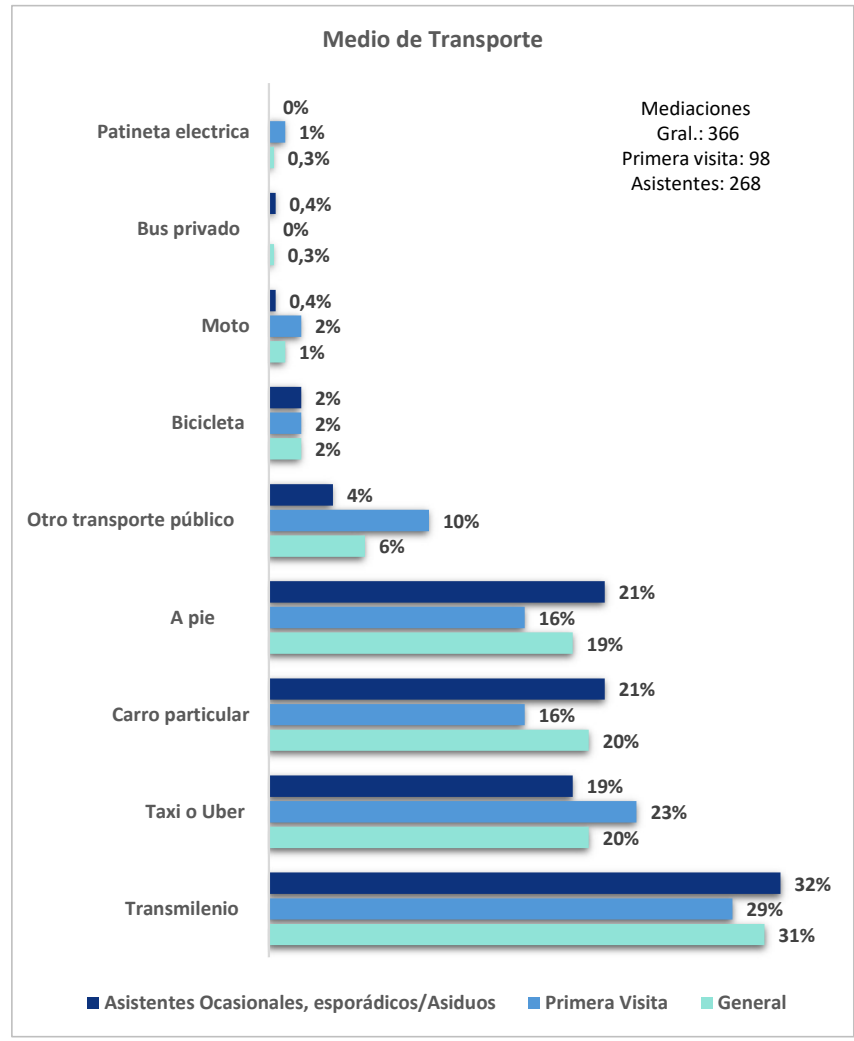


¿En qué redes sociales siguen al MNC?

Menciones: 131



Hábitos y Usos – Medio de transporte



Hábitos y Usos- Actividades tiempo libre

