



El público de la Noche de los Museos 2018

A partir de esta edición se llevó adelante un estudio sobre el público asistente a la Noche de los Museos, el cual tuvo los siguientes objetivos:

- Detallar el **perfil demográfico** de las personas que participan en la Noche de los Museos 2018.
- Determinar cuál es la **procedencia** de los asistentes de la Noche de los Museos 2018.
- Definir y caracterizar los **hábitos de consumo de actividades museísticas** del público de la Noche de los Museos 2018 en lo relativo a:
 - ✓ Frecuencia de asistencia a museos durante el año y si es la primera vez que asiste a un museo;
 - ✓ Tipos de museos a los que asiste habitualmente y cuales son dichos museos;
 - ✓ Momentos en el año en los que asiste a un museo y si asiste acompañado;
 - ✓ Aspectos que influyen en la decisión de asistir a un museo;
 - ✓ Medios de comunicación más utilizados para conocer las actividades propuestas en los museos;
 - ✓ Posicionamiento de los museos de la ciudad de Córdoba;
 - ✓ Conocimiento del público sobre actividades realizadas en los museos;
 - ✓ Medios de transporte que utilizan y con quienes asisten a los museos;
- Conocer la **percepción** que tiene el público sobre la Noche de los Museos 2018 y qué sugerencias harían para ediciones futuras.

Para llevar adelante el relevamiento se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos. Este tipo de estudio aporta, por un lado, información valiosa para la planificación de próximas ediciones permitiendo cosechar mejores resultados año tras año.

Por otro lado, conocer el perfil de los asistentes a la Noche de los Museos y sus hábitos de consumo de actividades museísticas, puede brindar oportunidades para el diseño y ejecución de propuestas cada vez más inclusivas que garanticen la accesibilidad a este tipo de espacios a toda la ciudadanía.

A continuación se presenta la ficha técnica del estudio y la descripción de los resultados obtenidos.

Metodología Implementada – Ficha Técnica:

Tipo de estudio: Descriptivo.

Técnica de recolección de datos: Encuesta.

Instrumento de recolección de datos: Cuestionario estructurado a partir de 3 ejes:

- Datos demográficos.
- Hábitos de consumo de actividades museísticas.
- Noche de los museos 2018.

Tipo de preguntas: abiertas y cerradas *-de elecciones múltiples y dicotómicas-*.

Diseño del relevamiento: casos a tomarse durante la noche de los museos, el 26 de Octubre de 2018 de 20 a 02h.

Definición de las unidades de análisis: visitantes de “La noche de los Museos 2018” mayores de 18 años que circulan por los siguientes espacios municipales: Museo Iberoamericano de Artesanía (MIA), Museo de la Ciudad (MUCI), Museo de la Industria, Cripta Jesuítica, San Alberto, Juan de Tejeda y Marco.

Tipo de muestreo: no probabilístico. Los casos fueron tomados por conveniencia al egreso de cada uno de los museos nombrados.

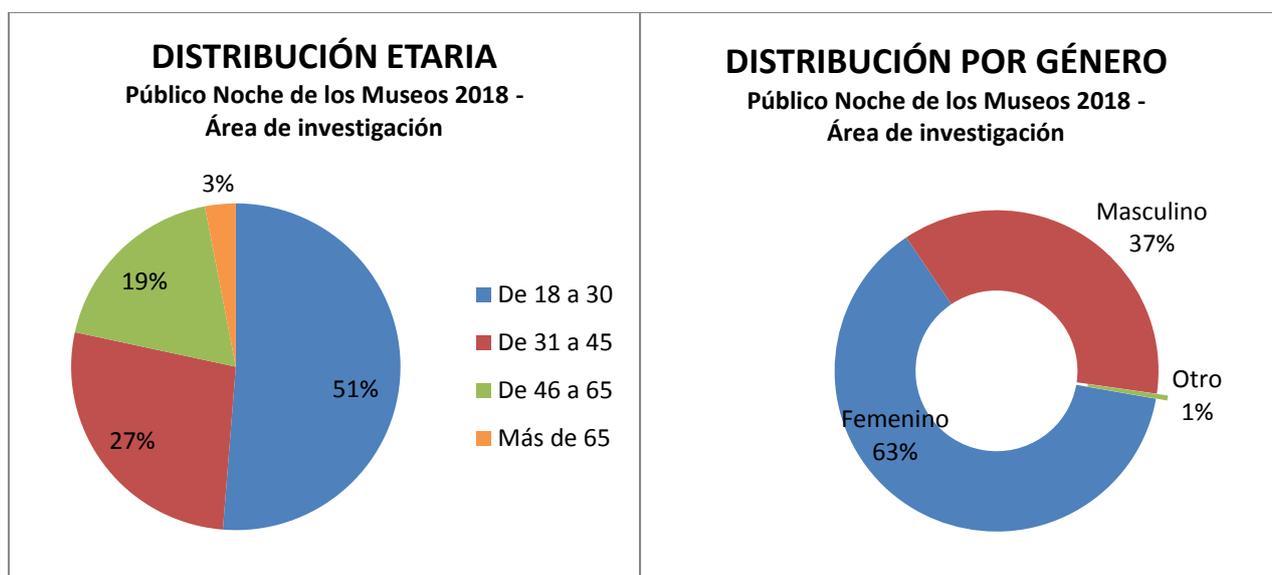
Total a relevar: 200 casos.

Fecha de realización del trabajo de campo: 26 de Octubre de 2018.

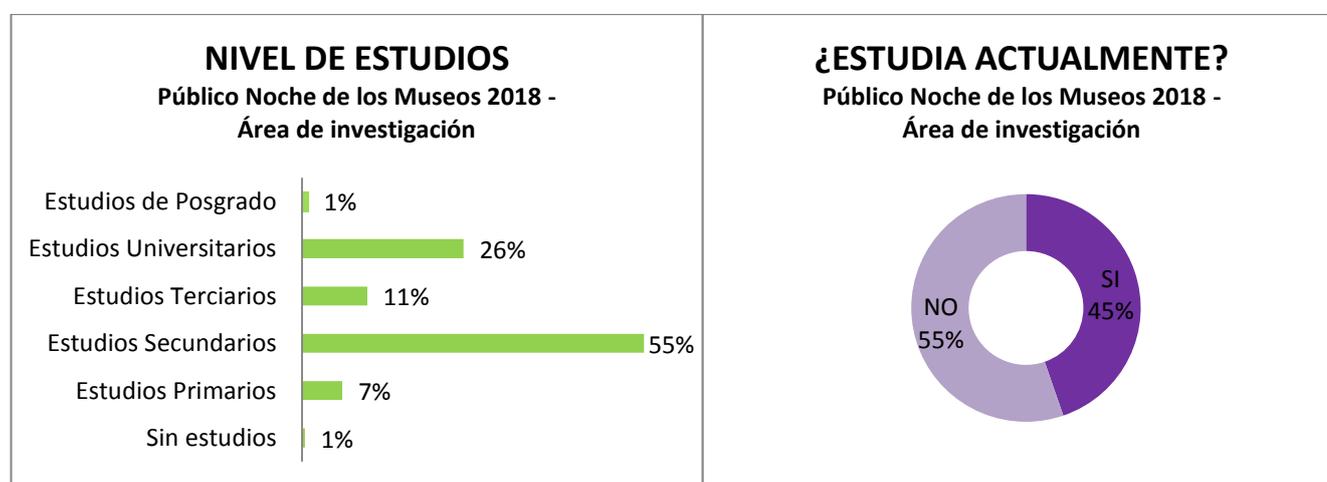
RESULTADOS

Datos demográficos

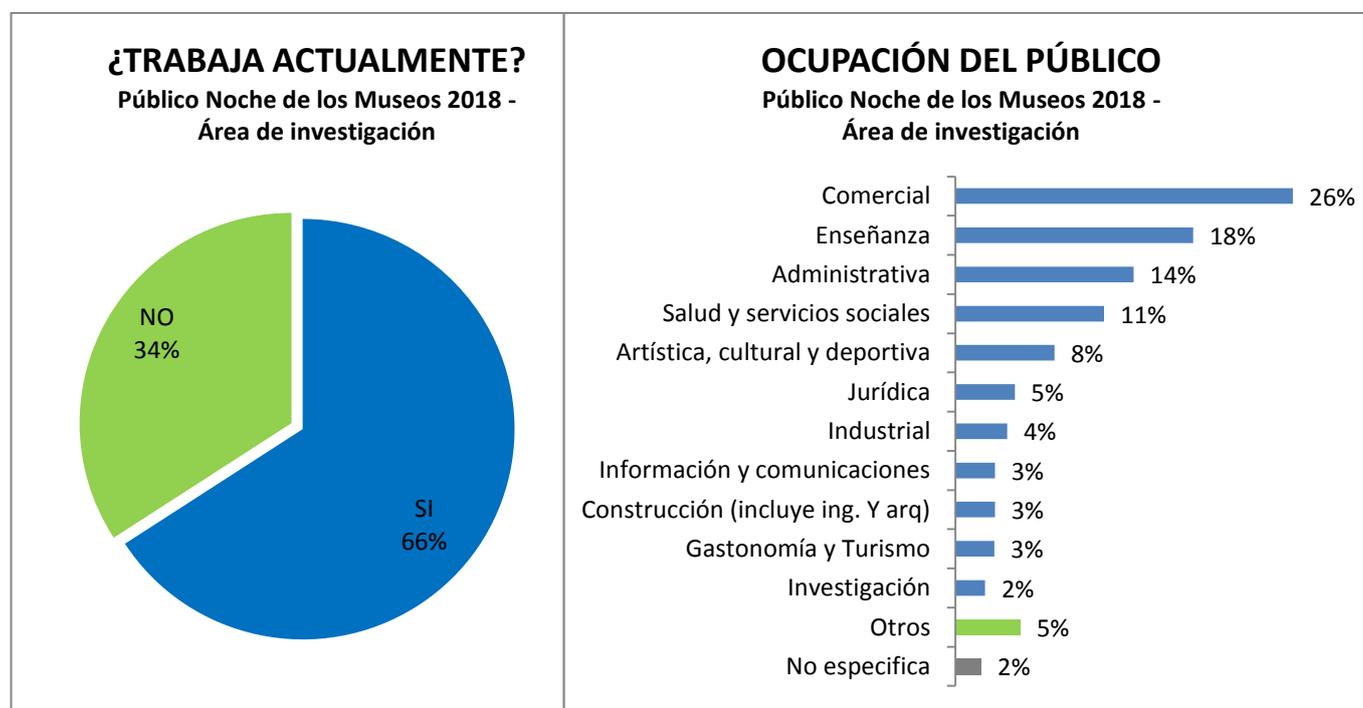
A partir del análisis de datos del relevamiento de público efectuado durante la Noche de los Museos se desprende que 8 de cada 10 visitantes tienen entre “18 y 45 años” de **edad**, siendo mayor la proporción de entre “18 a 30 años”. El evento contó además con una participación de un 20% de adultos mayores de “45 años”. La **distribución por género** es dispar, con una mayor preponderancia de mujeres.



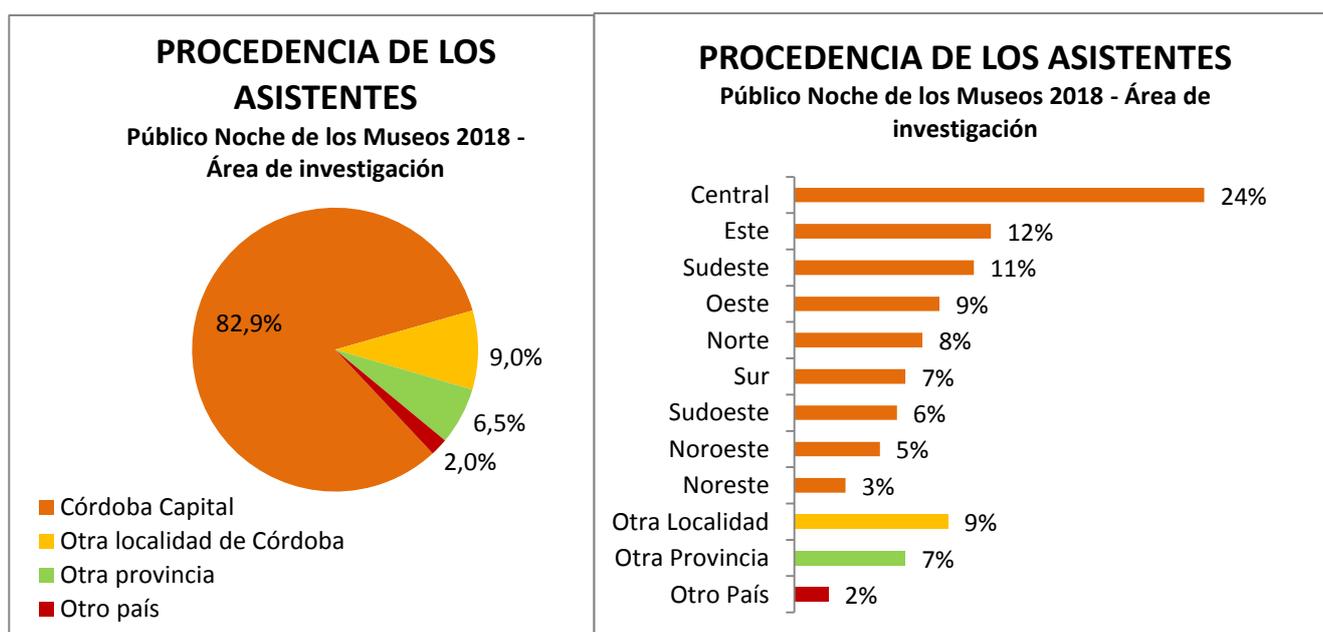
En cuanto al **nivel máximo de estudios alcanzados**, se observa un predominio de asistentes que han completado el secundario. De ellos, el 73% continúa estudiando, posiblemente en el nivel superior. El 55% de los casos no está estudiando en la actualidad.



El 66% de los asistentes **trabajan actualmente**, siendo 7 de cada 10 los **ocupados** en los rubros “comercial”, “enseñanza”, “administrativa” y “salud y servicios sociales”.

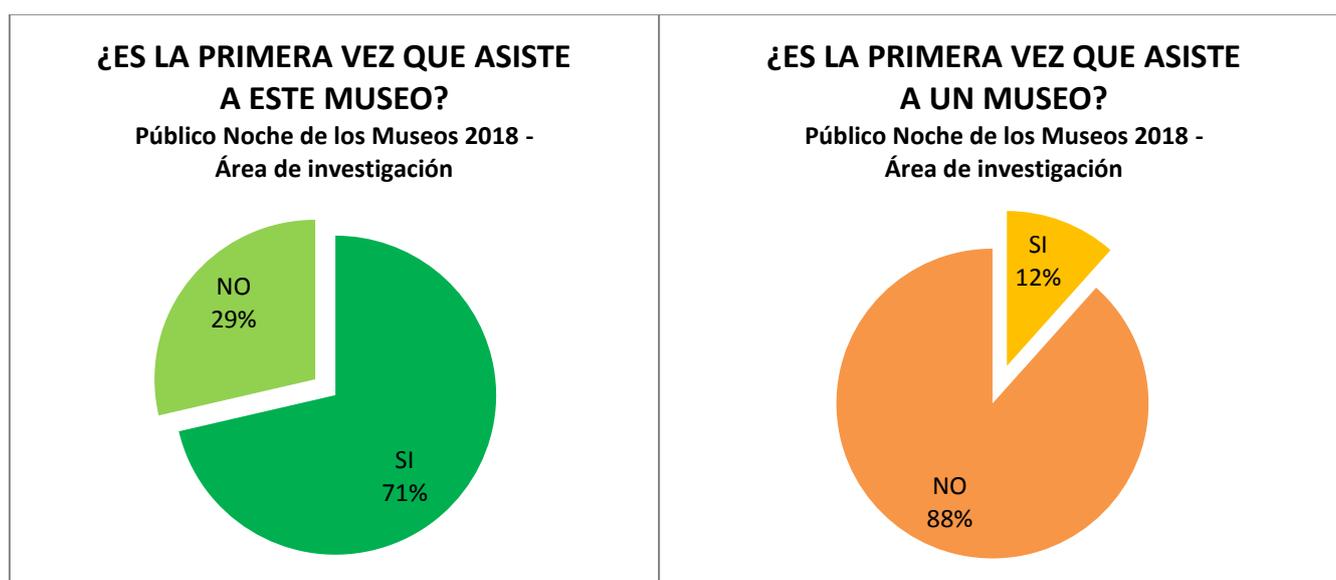


El 83% de los asistentes al evento **provino** de Córdoba Capital. De ellos 5 de cada 10 asistentes **provinieron de barrios** del área “central”, “este” y “sudeste” de la ciudad. De las demás zonas de la ciudad hubo baja participación, como así también de “otras localidades” de Córdoba, “otras provincias” o “países”.



Hábitos de consumo de actividades museísticas

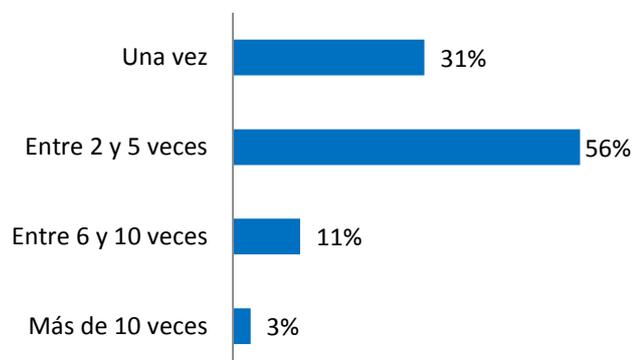
Como dato relevante se desprende que 7 de cada 10 asistentes **ha concurrido por primera vez** al museo en el que se encontraban, lo cual revela que este evento promueve la visita de nuevos públicos a los museos. Nueve de cada 10 asistentes ya han participado de propuestas museísticas con anterioridad.



En relación a la **frecuencia de asistencia a museos**, el 88% de los casos visitó alguno “entre 1 y 5 veces” **en los últimos doce meses**. En cuanto al **tipo de museo** que ha visitado en el último año, se observa 5 de cada 10 asistentes fue a los de “arte” e “históricos”, mientras que 3 de cada 10 concurrieron a “religiosos”, “antropológicos” y “científicos/tecnológicos”.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A MUSEOS EN EL ÚLTIMO AÑO

Público Noche de los Museos 2018 -
Área de investigación



TIPO DE MUSEOS VISITÓ EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

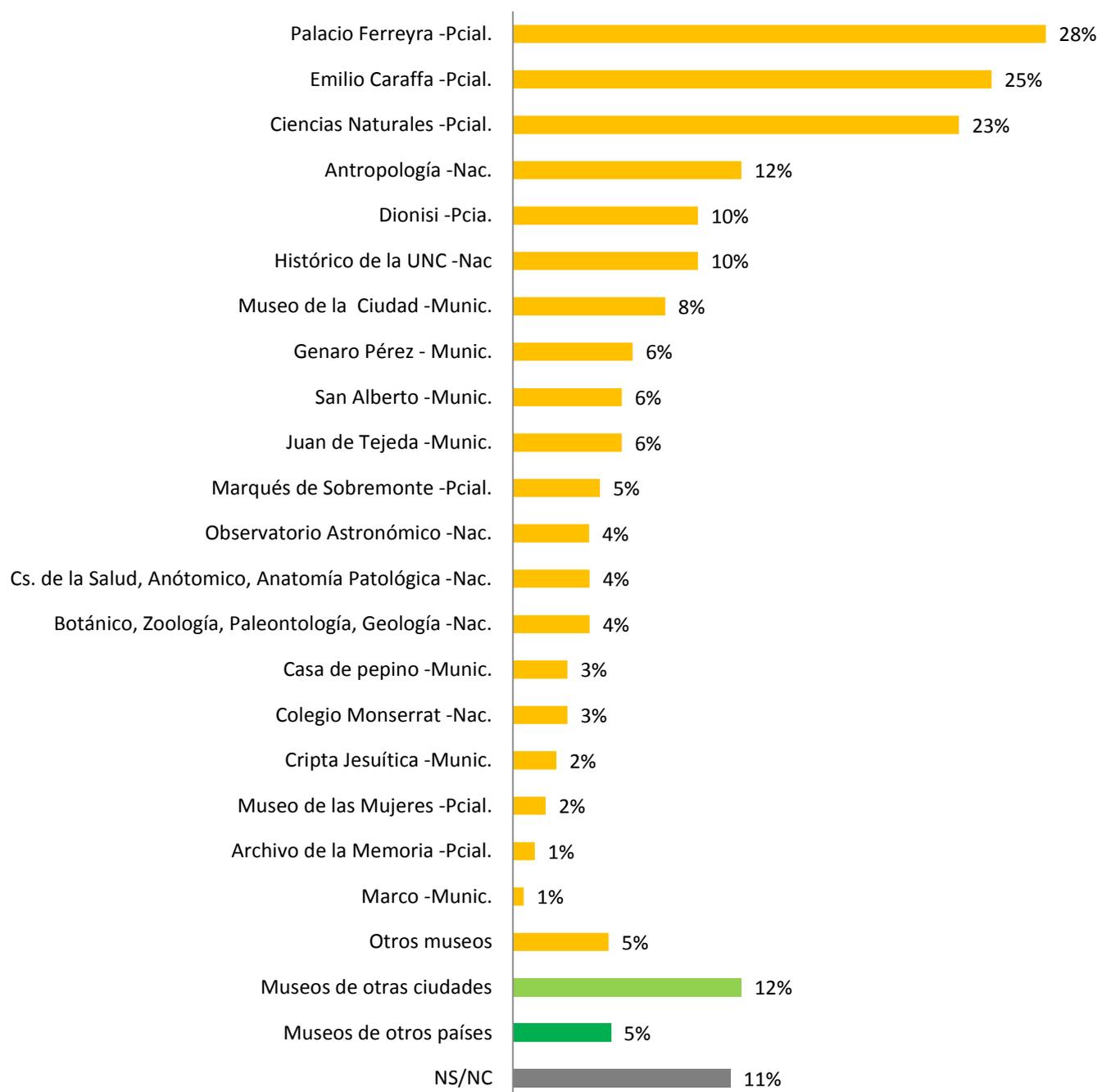
Público Noche de los Museos 2018 -
Área de investigación



En cuanto a los **museos visitados en los últimos 12 meses**, el público de Noche de los Museos manifestó con mayor frecuencia museos provinciales, siendo los más mencionados el “Palacio Ferreyra”, el “Caraffa” y el de “Ciencias Naturales”. Luego, sigue en orden de visita el museo nacional de “Antropología”. En séptimo lugar aparece como museo municipal más visitado en el último año el de la Ciudad, ubicado en el Cabildo Histórico.

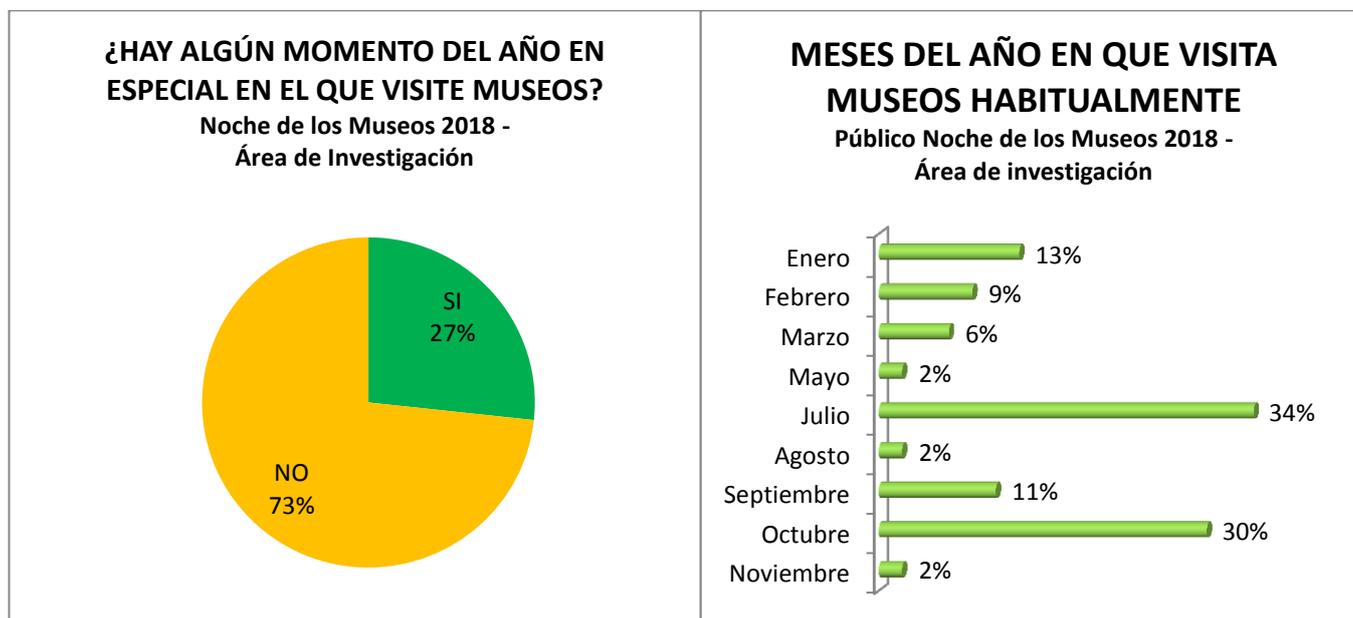
MUSEOS QUE VISITÓ EN EL ÚLTIMO AÑO

Público Noche de los Museos 2018 - Área de investigación

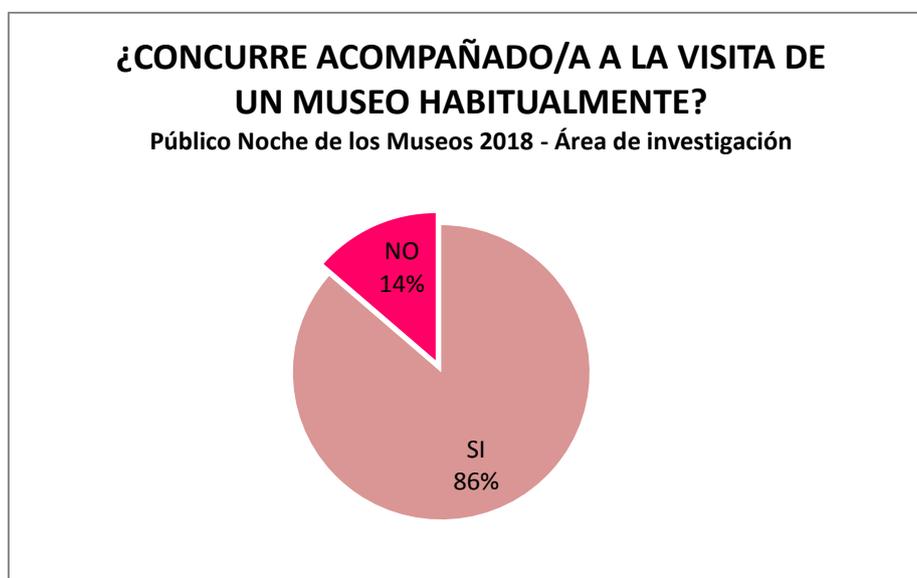


Acerca de los **hábitos de consumo de actividades museísticas según meses del año**, observamos que sólo 3 de cada 10 asistentes elige un momento del año en especial para visitar un museo; de esa pequeña porción, los meses en los que se habitúa visitar museos son el mes de “julio” y “octubre”. En el mes de octubre se desarrolla la Noche de Museos,

por lo que inferimos que puede alentar el hábito de participación en este mes puntual del año.



El 86% del público indicó que **concorre acompañado/a a los museos que visita habitualmente.**

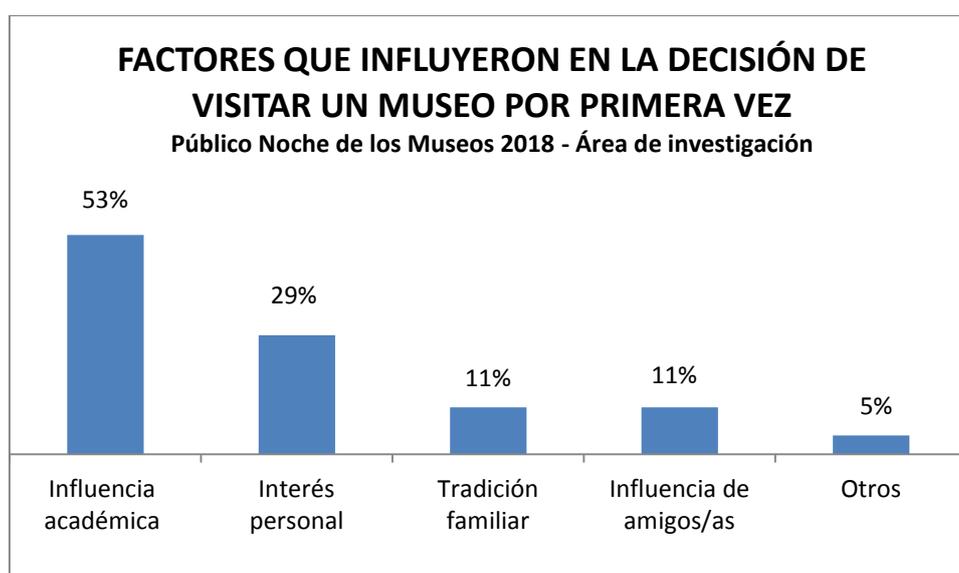


Ahora bien, teniendo en cuenta los **aspectos más importantes a la hora de asistir a un museo**, vemos que el “tipo de exposición/ expositores/as” es el atributo más valorado por

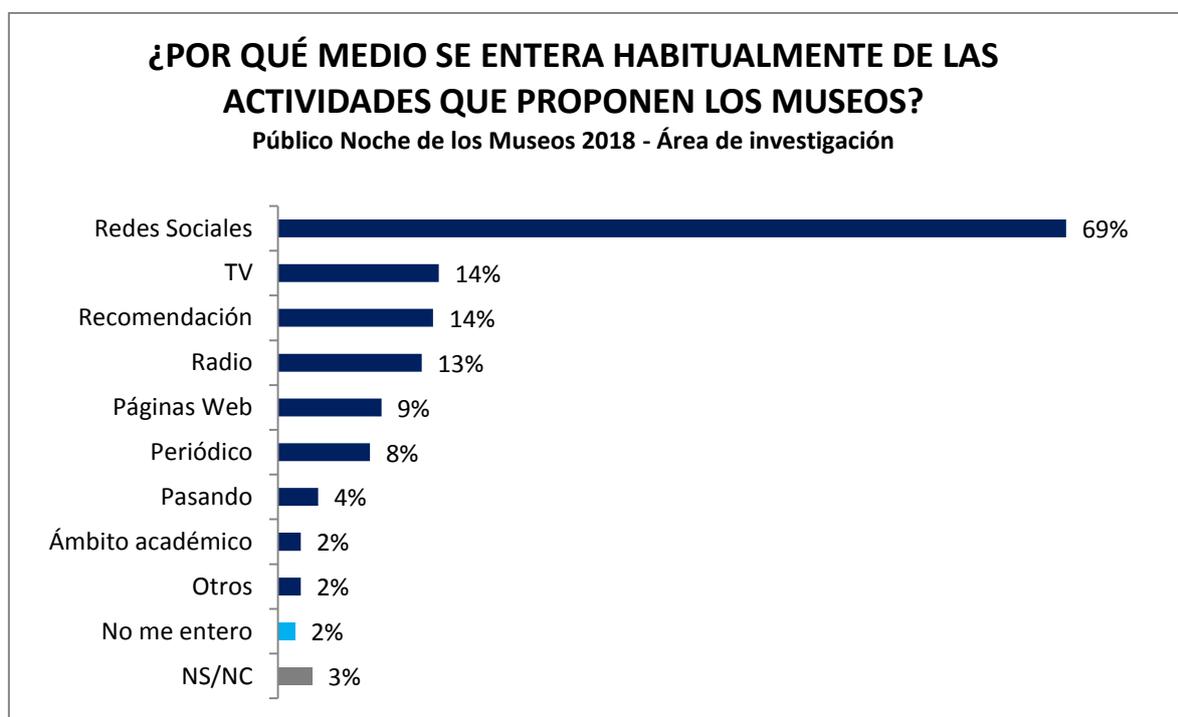
los visitantes del evento. Pero también el “valor patrimonial” del museo, la “recomendación” y las “actividades paralelas” que llevan adelante, son atributos importante para visitarlos.



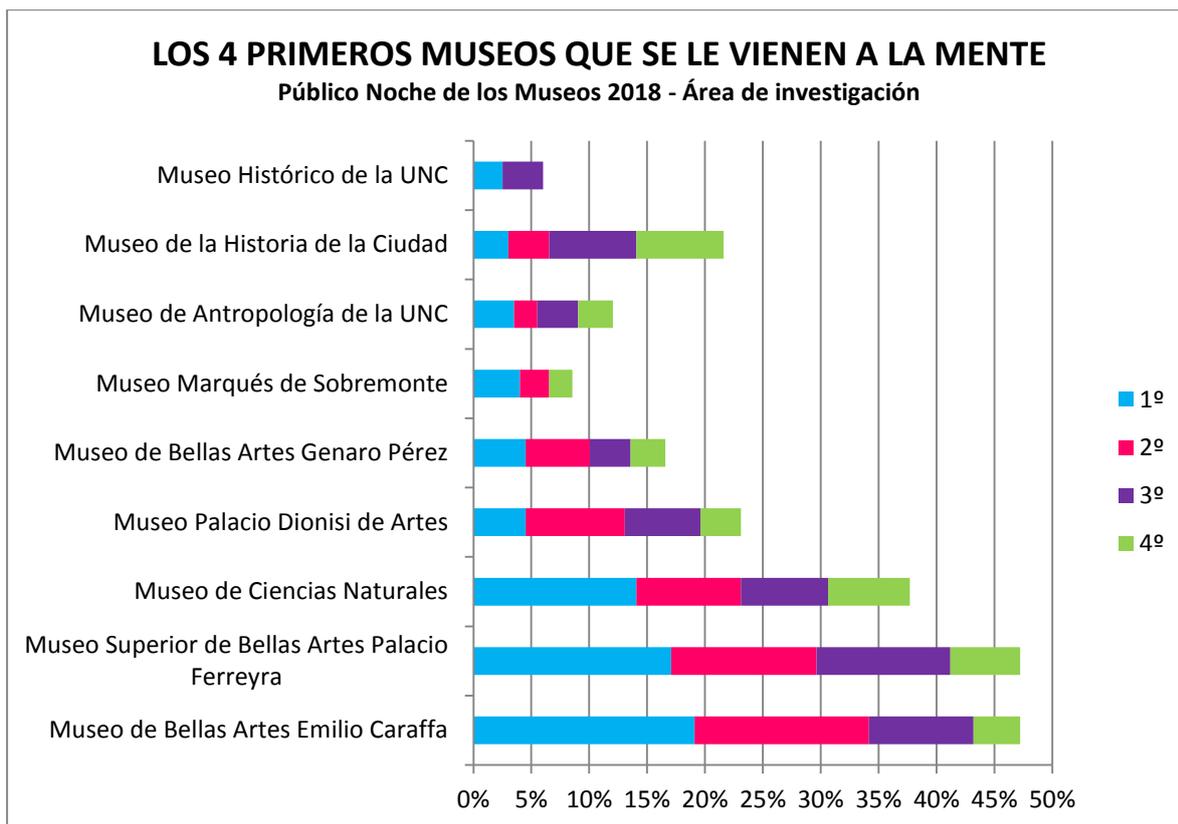
Recordando los **factores que influyeron en la decisión del público de visitar un museo por primera vez**, la “influencia académica” ya sea de profesores, ámbitos académicos, etc. ocupan el primer lugar, seguido con bastante diferencia del anterior el “interés personal”. En cambio, no revisten tanta importancia la “tradición familiar” o la “influencia de amigos/as”, como si ocurre en otros hábitos de consumo cultural como la lectura.



En relación a los **medios por los que se enteran habitualmente de las actividades que proponen los museos** 7 de cada 10 asistentes señalaron a las “redes sociales”.

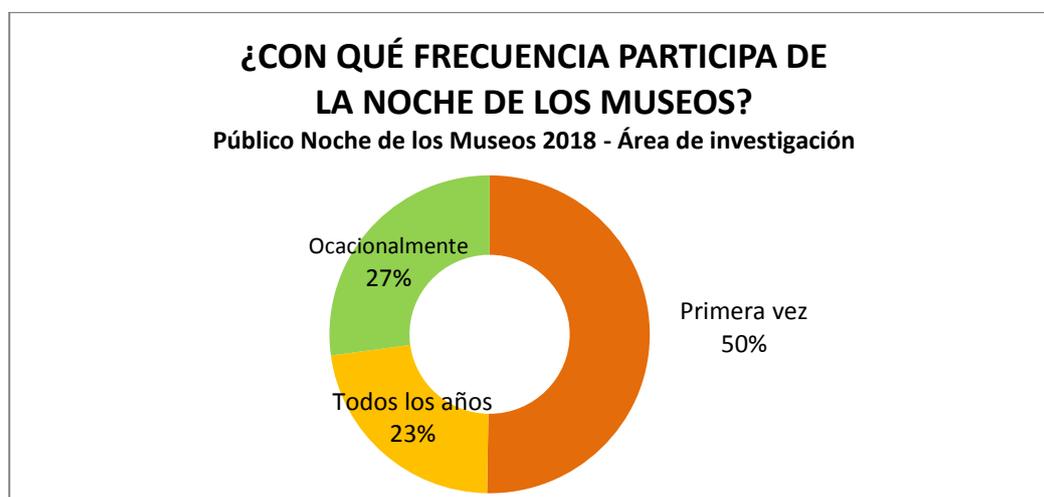


Respecto del **posicionamiento de los museos**, el lugar que ocupan en la mente del público, se solicitó que mencionaran en forma ordinal 4 de ellos, graficándose a continuación los resultados. Coincidentemente con los museos que visitaron en el último año, los 3 primeros espacios de exposición mencionados en primer y segundo lugar fueron los museos provinciales “Palacio Ferreyra”, “Caraffa” y “Ciencias Naturales”. En tercer orden de mención el “Palacio Ferreyra” fue el museo mejor posicionado, mientras que en cuarto lugar predominó el “Museo de la Ciudad”, espacio municipal.



Noche de los Museos 2018

Indagando sobre la **frecuencia con la que el público participa** de la Noche de Museos, observamos que 5 de cada 10 asistentes lo hicieron por primera vez, mientras que el público cautivo representa en 23% de los casos. Esto da cuenta de que el evento continúa interpelando a buena parte del público que circuló por los espacios municipales relevados.



Acerca del **motivo que llevó a los asistentes a visitar el museo** en donde se encontraban al momento del relevamiento, se puede observar que mayoritariamente fue “interés/curiosidad/conocerlo” el más mencionado. Por su parte, si bien no es la “ubicación del museo” lo que motiva la visita habitual de este tipo de espacios, la “cercanía” resulta la segunda razón más mencionada para visitar particularmente el museo en el que se encontraban. De hecho, como veremos más adelante, una de las formas a través de las cuales llegaron al museo fue “caminando”.

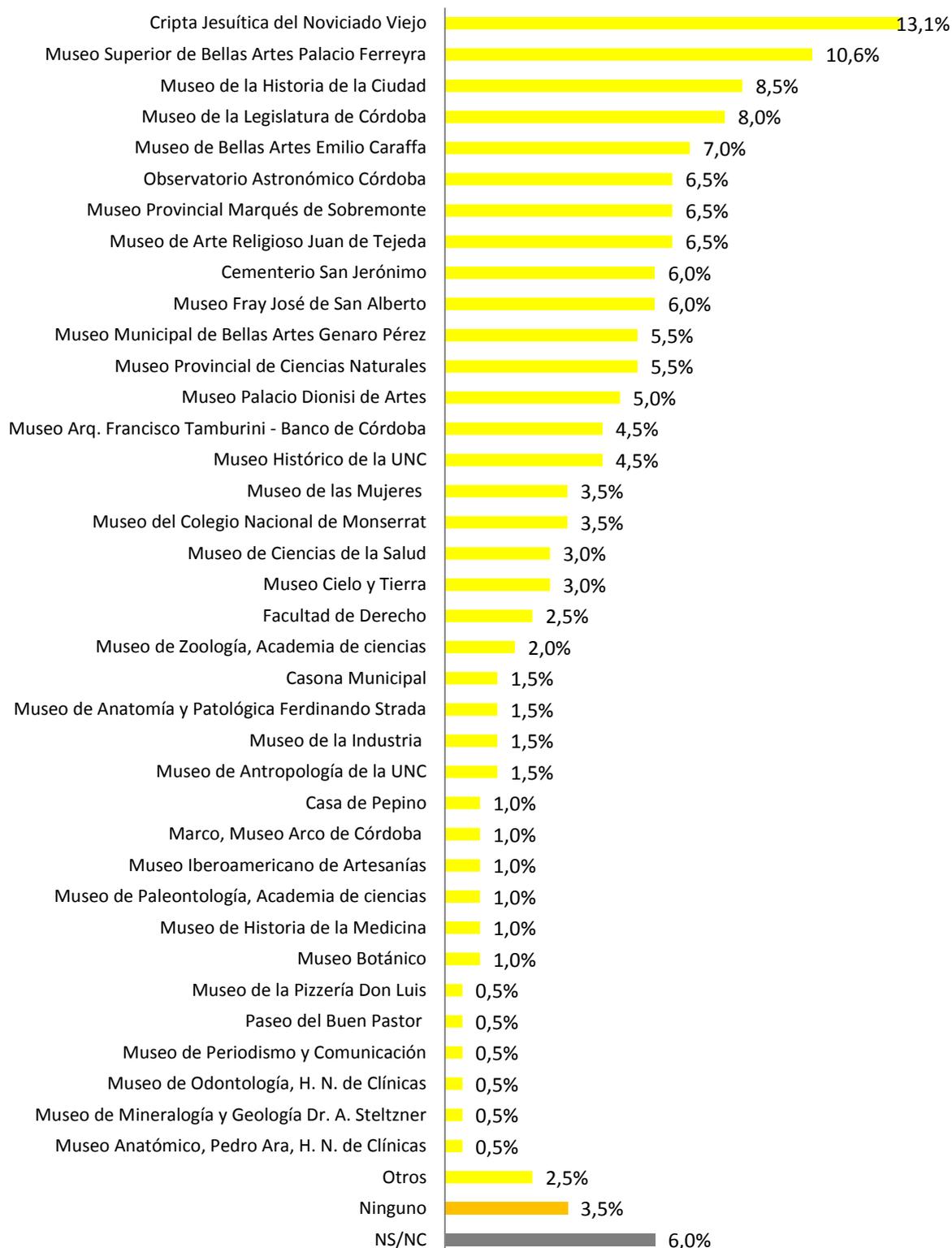
Otro dato llamativo es el “acompañar a un amigo/a” como motivación para visitar un museo, y esto coincide con dos características: por un lado con el hábito del público de visitar museos acompañados/as, por otro lado con que mayoritariamente fue acompañado por amigos/as en el museo en que fueron encuestados/as, como se grafica en la página 25.



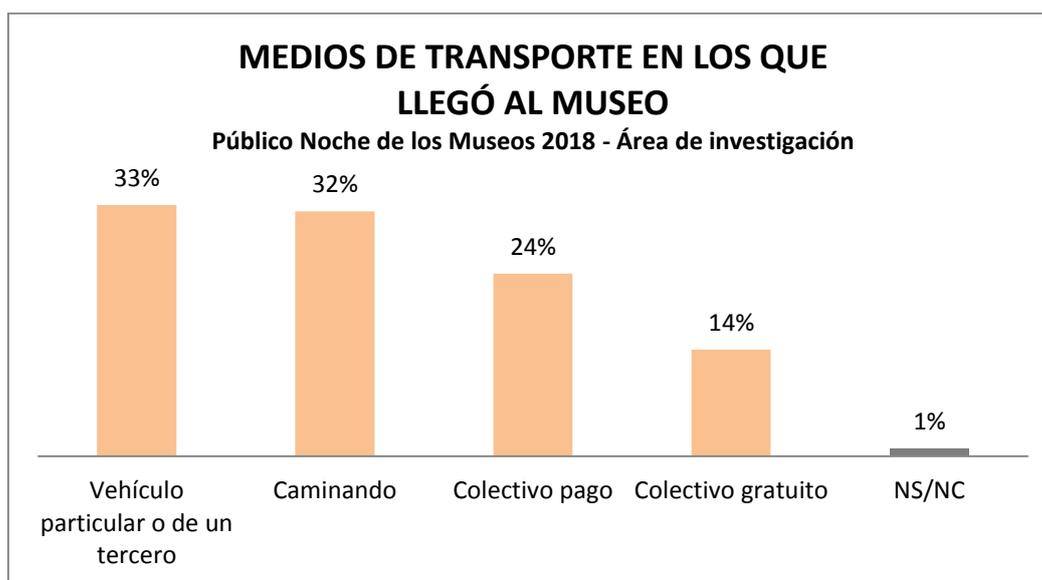
En el siguiente gráfico se muestra **otros museos ya visitados por el público en el evento**, además del museo en el que fueron encuestados. Esto da cuenta de los recorridos, elecciones o grupos de museos que se eligen en el marco de esta propuesta.

OTROS MUSEOS A LOS QUE YA HA ASISTIDO EN ESTA EDICIÓN DEL EVENTO

Público Noche de los Museos 2018 - Área de investigación



Al ser consultados sobre el **medio de transporte en el que llegó al museo**, observamos que prima el “vehículo particular o de un tercero” y con similares proporciones “caminando”. Como ya vimos, la cercanía resultó una importante motivación para elegir el museo donde fueron encuestados, lo cual coincide con el traslado a pie al espacio de exposición. Por su parte, el “colectivo gratuito” fue usado por el 14% del público encuestado.

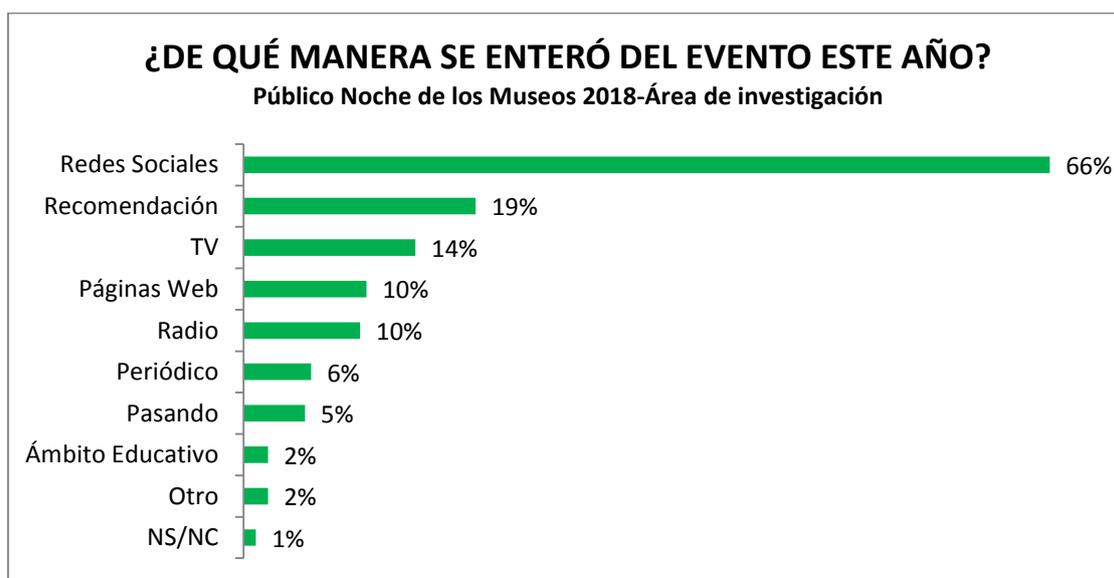


Los asistentes al evento fueron acompañados por “amigos/as” en primer lugar y por “pareja” en segundo lugar, datos que guardan vinculación con los motivos por los que fueron a visitar ese museo.

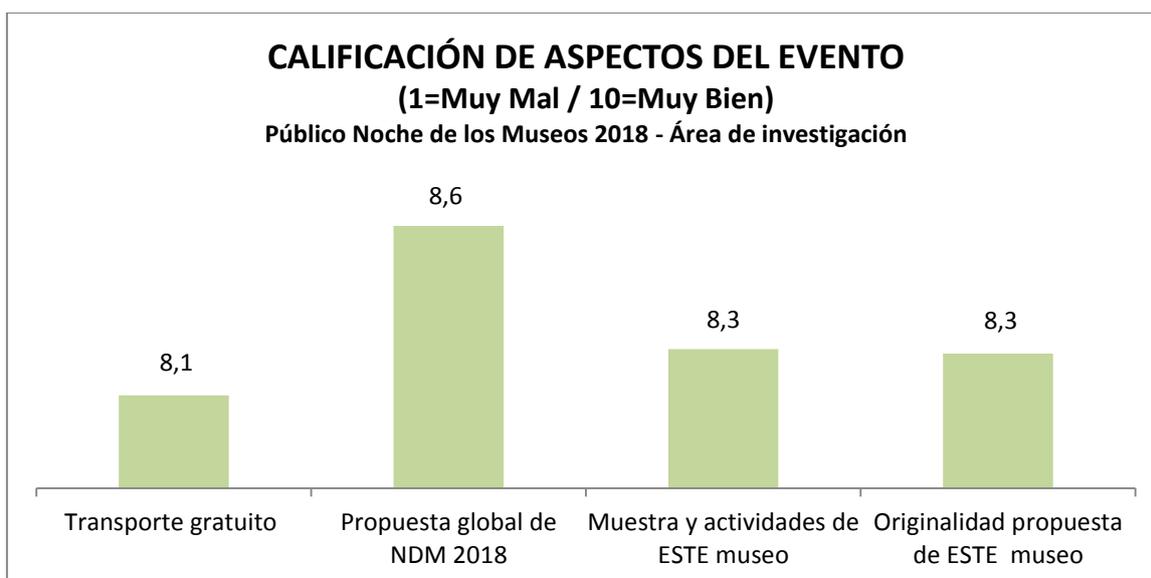


Se observó la preponderancia de las “redes sociales” como **medio de comunicación** más frecuente a través del cual el público se enteró de este evento. Esto tiene que ver, por un lado, con la mayor utilización de esta herramienta de comunicación por parte de la Secretaría de Cultura. Por otro lado, por la preponderancia de asistentes jóvenes que utilizan este tipo de canales de comunicación, que incluso los eligen habitualmente para entrarse de las propuestas de los museos, como ya vimos anteriormente.

Es importante destacar que las formas de comunicación no planificadas, como puede ser la “recomendación” y “pasando” por el lugar del evento, no revisten tanta importancia como ha sucedido en otros relevamientos sobre eventos de la Secretaría de Cultura. Eso revela la efectividad de las “redes sociales” como una forma de comunicación con estrategia planificada.



La **calificación de los aspectos del evento** fue muy positiva, con una media de 8,3 puntos (siendo 1: “muy mal” y 10: “muy bien”). Puntualmente, la calificación sobre el “transporte gratuito” fue positiva aunque fue poca la proporción de público que lo utilizó.



Como dato complementario, 9 de cada 10 asistentes **volvería a visitar el museo en el que se efectuó la encuesta.**



Finalmente, se grafican las **sugerencias** efectuadas por el público de la Noche de los Museos 2018 a sus organizadores, las que contribuirán a mejorar la experiencia para futuras ediciones. Es importante destacar que 4 de cada 10 asistentes dijo que no haría “ninguna” sugerencia, lo que podría significar que la propuesta estuvo a la altura de sus expectativas. Sumando esto a la muy buena ponderación del evento, se pone de manifiesto que el aporte de cada museo enriqueció la propuesta global.

SUGERENCIAS A LOS ORGANIZADORES DEL EVENTO

Público Noche de los Museos 2018 - Área de investigación



ANEXO

Nº:

Encuestador:

Museo:

ENCUESTA voluntaria y anónima

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación “**Hábitos de Consumo de actividades museísticas del público concurrente a Noche de Museos 2018**”, llevado a cabo por la Secretaría de Cultura municipal; solicitamos su participación, respondiendo cada pregunta de manera veraz. Los datos aportados serán tomados en consideración para llevar adelante propuestas de mejora en futuras ediciones del evento. Anticipadamente, le agradecemos por su tiempo.

A. DATOS DEMOGRÁFICOS

1- Edad:		2- Género:											
3- ¿Qué estudios tiene? (indicar el máximo alcanzado)			Sin estudios			Terciarios completos							
			Primarios completos			Universitarios completos							
			Secundarios completos			Estudios de Posgrado completos							
4-¿Estudia actualmente?		Sí		No		5-¿Trabaja?		Sí		No			
Si respondió sí a la pregunta 5 continúe con la 5.1- ¿Qué tipo de actividad desarrolla?													
Administrativa			Comercial			Enseñanza			Salud y servicios sociales			Jurídica	
Información y comunicaciones			Artística, cultural, deportiva			Investigación			Industrial				
Construcción (arquitectura, ingeniería)			Otro, ¿cuál?										
6-¿De dónde nos visita?		Córdoba Cap.		Otra localidad de Cba		Otra provincia		Otro País					
		Barrio:		¿Cuál?		¿Cuál?		¿Cuál?					

B. HÁBITOS DE CONSUMO DE MUSEOS

7- ¿Es la primera vez que asiste a ESTE museo?								Sí		No	
--	--	--	--	--	--	--	--	----	--	----	--

Si responde **SÍ**, continuar

7.1- En general, ¿es la primera vez que asiste a un museo?								Sí		No	
--	--	--	--	--	--	--	--	----	--	----	--

En caso de responder **No** continúe, sino salte a la pregunta 14.

8-¿Con qué frecuencia asistió a un museo en el último año?											
Una vez		Entre 2 y 5 veces			Entre 6 y 10 veces			Más de 10 veces			

9- ¿Qué tipo de museos visitó en los últimos 12 meses? (Opción múltiple)									
Arte		Antropológico		Religioso		Histórico		Científico/Tecnológico	
Otro, ¿Cuál?									
9.1- Nombre el/los Museo/s a los que asistió en el último año (aparte del que está visitando). En cada caso indique la localidad/provincia a la que pertenecen.									
10- ¿Hay algún momento del año en especial en el que visite museos?							Si		No
10.1- En caso de responder sí, ¿en qué mes/es?									

11- Habitualmente, ¿concorre acompañada/o a la visita de un museo?				Si		No	
--	--	--	--	----	--	----	--

12- Señale los TRES aspectos más importantes que tenga en cuenta a la hora de asistir a un museo.				
Tipo de exposición		Valor patrimonial del museo		Actividades paralelas a la muestra (charlas, musicales, etc.)
Recomendación		Precio de la entrada		Ubicación del museo
Otro, ¿cuál?				

13- Recordando la primera vez que asistió a un museo, ¿qué factores influyeron en su decisión? (Opción múltiple)				
Influencia de amigos/as		Interés personal		Tradición familiar
Influencia académica		Otras, ¿cuáles?		

14- ¿Por qué medio se entera habitualmente de las actividades (muestras y otras) que proponen los museos? (Opción múltiple)

Radio		TV		Periódico		Redes		Recomendación		Páginas Web		Pasando	
No me entero		Otro, ¿Cuál?											

15- Nombre los primeros cuatro museos de Córdoba Capital que le vienen a la mente en este momento:

1°		3°	
2°		4°	

C. NOCHE DE MUSEOS

16-¿Con qué frecuencia participa de la Noche de Museos?

Primera vez		Todos los años		Ocasionalmente	
-------------	--	----------------	--	----------------	--

17-¿Qué motivó la visita a este museo en particular?

--

18-Nombre a qué otros museos ha asistido o quiere asistir en esta edición del evento (si los hubiera)

--

19- ¿Con qué medio de transporte llegó al Museo?

Vehículo Part./tercero		Colectivo gratuito		Colectivo pago		Otro, ¿cuál?
------------------------	--	--------------------	--	----------------	--	--------------

20- ¿Con quién vino esta noche? (opción múltiple)										
Amigos/as		Padres/Madres		Hijos/as		Nietos/as		Abuelos/as		Pareja
Otro, ¿cuál?										

21- ¿De qué manera se enteró del evento este año? –Opción múltiple–												
Radio		TV		Periódico		Redes		Recomendación		Páginas Web		Pasando
Otro, ¿Cuál?												

22- ¿Califique los siguientes atributos de la Noche de Museos 2018? (1=Muy malo y 10=Muy bueno)							
Transporte gratuito (sólo si lo usó)		Propuesta global de NDM 2018.		Muestra y actividades de ESTE museo		Originalidad propuesta de ESTE museo	

23- ¿Volvería a visitar este Museo?			
Si		No	

25- ¿Qué sugerencia haría a los organizadores de la Noche de Museos? (Temas de interés, etc.)

¡Muchas gracias!

