

	ACTA DE REUNIÓN	CÓDIGO: FR-06-PR-MEJ-01	 Al contestar, por favor cite el Radicado: No.: *RAD_S* Fecha: *F_RAD_S*
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 18/07/2014	

LUGAR: Museo de Bogotá

FECHA: 25 de noviembre de 2015

HORA: 2:00 a.m.

OBJETIVO: Mesa Cultural de Museos

ASISTENTES A LA REUNIÓN <i>(Si son más de cinco participantes anexar registro de asistencia)</i>				
NOMBRE	CARGO	EXTENSIÓN	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
Se anexa lista de asistencia (FR-02-CP-GPA-01)				

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

1. Avances instrumentos de caracterización – IDT

Como parte de los compromisos asumidos entre la Mesa Cultural de Museos y el Instituto Distrital de Turismo, se realiza esta sesión, en donde se presenta el instrumento de caracterización de museos, con los ajustes y observaciones realizadas por la Mesa.

El IDT explica que el levantamiento de la información, se va a desarrollar en el primer semestre de 2016, y que se encuentra con viabilidad presupuestal para el análisis de las fichas y el correspondiente soporte técnico.


De igual forma, se comenta que se desarrollará una primera caracterización con 34 museos, los cuales están registrados en el SIMCO del Programa de Fortalecimiento de Museos del Ministerio de Cultura. Previo a la aplicación de la encuesta se hablará con cada museo, para explicarle la metodología y el tiempo de aplicación del instrumento de caracterización, se estima que se empezará a operar en el mes de febrero de 2016.

En términos operativos, el IDT mediante oficio comunica a los museos que van a hacer parte de la caracterización, el cual tiene aval de la mesa de museos y se establece el compromiso que debe asumir el museo en este proceso. Se hace un acuerdo de voluntades. De ser necesario se puede enviar una circular conjunta entre el IDT y la SCRCD, como apoyo y coordinación institucional.

2. Acercamiento y experiencias en recolección de información por parte de los museos – Estudio de públicos

El Museo de Artes Gráficas, comenta que el 90% de su público son estudiantes, reciben un aproximado de 6.000 visitantes al año. A las personas se les aplica una encuesta, muy breve sobre la percepción de su visita y datos importantes como ocupación. Mes a mes se filtra la información, en relación a meta anual. No se cuenta con un estudio o análisis de la información.

El museo de Trajes, es un museo universitario (U. América), trabaja en estrategias para captar públicos. Se proyectan metas anuales y diferenciadas mes a mes, es uno de los pocos museos que abre los lunes, su horario es de lunes a sábados de 9:00 a.m. a 4:00 p.m. Los recursos para su funcionamiento los perciben en parte, de la venta de boletería. Cada mes realizan informes y estrategias para atraer nuevos públicos, acuden a las encuestas, pero formalmente no cuentan con un estudio de públicos

ACTA DE REUNIÓN	CÓDIGO: FR-06-PR-MEJ-01	 Al contestar, por favor cite el Radicado: No.: *RAD_S* Fecha: *F_RAD_S*
	VERSIÓN: 04	
	FECHA: 18/07/2014	

El Museo de la Independencia y el Museo de la Casa Quinta de Olivar, unifican sus encuestas siguiendo los lineamientos del Ministerio de Cultura. Estas encuestas están más relacionadas con demografía y persecución del servicio. Manejan varios instrumentos de acuerdo con el visitante (regular, estudiantes). Como experiencia, dicen que las encuestas largas no las están llenando. Ellos realizaron un estudio de públicos únicamente para una sala, se realizó por 6 meses para revisar y analizar lo que pasaba con la exposición de la sala. Por lo general el museo indaga sobre lo que el visitante quiere encontrar en las salas de museo y por ello elaboran los instrumentos para que aporten en la construcción del museo.

El Museo Casa Caldas, no cuenta con estudios de público, por contar con una nueva museografía, hasta ahora se abre al público y con lo que cuenta es con el libro de registro.

3. El IDPC presenta avances en los estudios de públicos

Gracias al trabajo de dos estudiantes del Colegio Mayor de Cundinamarca, quienes están realizando su trabajo de investigación sobre estudios de público para el Museo de Bogotá, en enfoque turístico, a lo que han denominado *museología turística*. Ellas han diseñado un instrumento de caracterización, que se aplica al visitante del museo, para identificar al turista, el tipo de turista que visita el museo, el impacto de la visita y las actividades realizadas dentro del museo. El instrumento se está aplicando desde el mes de octubre, el número de encuestas de análisis es de 120, bajo la metodología de triangulación de información. El análisis arrojará la información sobre la relación que hay entre el turismo y cultura. La encuesta es prepositiva, y para su aplicación se requiere entrenamiento previo, con una duración de 10 minutos por entrevistado.

Se termina la reunión siendo las 4:40 p.m.

COMPROMISO	RESPONSABLE	PLAZO (Si aplica)
El IDT se comunicará con el Programa de Fortalecimiento para consolidar la información de los museos	IDT	2 de diciembre
El IDT enviará la comunicación a los museos que se van a caracterizar	IDT	Del 15 al 20 de diciembre

Elaboro: Tatiana Godoy Córdoba – Sub Prácticas Artísticas y del Patrimonio