



INSTITUTO DISTRITAL DE PATRIMONIO CULTURAL



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.**
CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital del Patrimonio Cultural

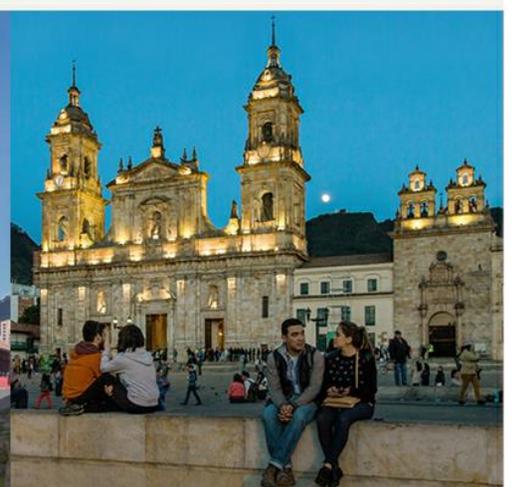


Procedimiento

EVALUACIÓN DE PÚBLICOS

Proceso:
Divulgación y Apropiación Social del Patrimonio

Vigencia: 22 Octubre 2019
Versión: 03



1. OBJETIVO

Realizar investigaciones y estudios que arrojen información sobre los perfiles de los públicos del Museo de Bogotá orientados a la toma de decisiones asociadas al desarrollo de actividades y al trabajo de las áreas.

2. ALCANCE

Inicia con el planteamiento de la evaluación a realizar, en donde se definen los objetivos y lineamientos generales, al igual que se plantea el plan de muestreo y los instrumentos adecuados para la obtención de la información requerida. Posteriormente, continúa con la sistematización y análisis de los datos obtenidos y finaliza con la realización del informe final que da cuenta de las conclusiones alcanzadas. Los procesos a desarrollar en el marco del procedimiento estudios de públicos involucran metodologías participativas en las que el Museo conoce a sus públicos y visitantes, abriendo espacios de opinión y comunicación para que estos evalúen sus servicios, mensajes expositivos y ofertas.



3. DEFINICIONES

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Análisis de datos	Proceso de inspeccionar, categorizar y relacionar los datos seleccionados con el fin de reorganizarlos para que posibiliten alcanzar los objetivos planteados y arrojen información útil que apoye la toma de decisiones de las diversas áreas del Museo.
Codificación	Procedimiento para asignar identificadores numéricos y/o alfanuméricos a conceptos en un orden establecido.
Instrumento	Insumo de captación que presenta, bajo un orden determinado, las preguntas e indicaciones necesarias para la obtención y registro de los datos correspondientes a las unidades de observación (personas).
Dato	Representación numérica de un atributo o variable cuantitativa o cualitativa.
Diligenciamiento de instrumentos	Acto de poner en contacto a los públicos con los instrumentos planteados para que en estos últimos se registre la información necesaria para el estudio. Realizar las preguntas que componen los instrumentos a los visitantes.
Estudios de público	Son todas las investigaciones y estudios que definen, detectan y proyectan los públicos de un Museo y su comunidad cercana. Estos permiten identificar las necesidades de los usuarios sobre los cuales se construyen las estrategias de mejoramiento de la institución museal a nivel educativo, expositivo y de atención

PROCEDIMIENTO EVALUACIÓN DE PÚBLICOS

	al visitante. También son espacios participativos donde se invita a los públicos a opinar sobre aspectos museográficos, curatoriales y educativos del Museo de Bogotá.
Frecuencia de respuesta	Contabiliza el número de individuos en una modalidad de respuesta.
Frecuencia de visita	Número de veces que el visitante ha estado en el Museo en el último año.
Marco de muestreo	Es la parte de la población desde donde se selecciona la muestra. Idealmente el marco muestral coincide con la población.
Margen de error	Es el porcentaje positivo y negativo que se suma a la respuesta para proporcionar un rango de porcentaje que describa con precisión la respuesta probable de la población.
Matriz de datos	Tabla de datos donde aparecen los individuos (filas) y los valores otorgados a cada una de las variables estudiadas (columnas).
Matriz de sistematización mensual visitantes	Matriz digital en la que se organizan los conteos diarios de visitantes, discriminados por sede.
Media	Valor obtenido al sumar todos los datos recogidos y dividir el resultado entre el número total de datos.
Método de muestreo	Procedimiento que se utiliza para seleccionar a los entrevistados, que incluye la selección de los días en que se recogerán datos, el momento en que se recogerán y la forma de seleccionar a los entrevistados.
Metodología	Serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido.
Muestra	Es la parte de la población que efectivamente se mide y participa en el estudio con el objeto de obtener información acerca de toda la población. La selección de la muestra se hace por un procedimiento que asegure que sea representativa de la población.
Muestreo o sondeo	Procedimiento mediante el cual se eligen a las unidades estadísticas que forman la muestra, dentro del conjunto que constituye la población.
Perfil del visitante	Conjunto de características que definen a los visitantes de un Museo.
Plan de muestreo	Es el proceso de considerar todos los elementos que pueden influir para obtener una muestra representativa evitando los posibles sesgos (tamaño de la muestra, tipo de muestreo, diseño del cuestionario, recursos, etc.).
Población	Todos los individuos sobre los que se desea realizar una investigación o estudio. Cuando la información necesaria para el estudio ha sido extraída de todos y cada uno de los individuos de la población se habla de censo de población. Si por el contrario no es posible acceder a todos los sujetos por falta de recursos se procede a tomar una muestra aleatoria de la población de estudio.
Registro	Información de una unidad de observación objeto de estudio en un archivo electrónico de datos.

PROCEDIMIENTO EVALUACIÓN DE PÚBLICOS



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de Patrimonio Cultural

Representatividad	Característica de las muestras cuando ofrecen una idea real de las variables que se pretende estudiar. Una muestra es representativa respecto a las variables que se quieren estudiar cuando los valores son iguales o muy próximos a los que se encuentran en la población.
Variable	Característica observable que varía entre los diferentes individuos de una población.

Nota: los conceptos expuestos en la presente tabla son parafraseos o citas textuales extraídas del libro *Sistema de recolección de datos de público de museos del Observatorio Iberoamericano de Museos* realizado por Eloísa Pérez (2018). En esta obra se brindan lineamientos básicos y muy útiles para la realización de estudios de públicos en museos, por lo cual, las definiciones que en él se ofrecen se consideran vitales para el presente procedimiento.

4. NORMATIVA

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA Artículo 71. "(...) El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades".

DECRETO 627 DE 2007. "Por el cual se reforma el Sistema Distrital de Cultura y se establece el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio".

DECRETO 2120 DE 2018 (Decreto único reglamentario del sector cultura). Por el cual se reglamenta que el Sector Administrativo de Cultura está integrado por el Ministerio de Cultura y sus entidades adscritas y vinculadas.

LEY 397 DE 1997: (Ley General de Cultura) desarrolla en sus artículos 17 y 18 la competencia otorgada al Estado, por intermedio del Ministerio de Cultura y de las entidades territoriales, para fomentar la creación, la actividad artística y cultural, la investigación y para fortalecer las expresiones culturales, por medio de la creación de programas para el otorgamiento de estímulos especiales.

5. POLÍTICAS DE OPERACIÓN

1. La oferta general está fundamentada en las necesidades de los públicos del Museo de Bogotá.
2. Los estudios de públicos son indispensables tanto para desarrollar nuevas estrategias de captación de visitantes potenciales, como para consolidar la atención a los públicos habituales.
3. Los lineamientos que definirán la oferta general de las sedes del Museo deben atender a los hallazgos encontrados en la investigación de públicos, de esta manera se garantizan programas que correspondan a las necesidades de la comunidades con las que se relaciona el Museo.
4. Las metodologías para el desarrollo de la evaluación de públicos se diseñarán, con el apoyo de entidades como el Observatorio Iberoamericano de Museos (OIM) y el Observatorio de Culturas

PROCEDIMIENTO EVALUACIÓN DE PÚBLICOS

de la Secretaría de Cultura de Bogotá. Sin embargo, el Museo de Bogotá es el encargado de sus investigaciones que podrá continuar por su cuenta o apoyado por otras instituciones si así lo requiere, incluyendo universidades que tengan carreras asociadas a museos, públicos y educación.

5. Para la circulación y socialización de los resultados, además de la retroalimentación interna con las diferentes áreas del Museo y con el IDPC, se tendrán en cuenta redes e instancias locales y nacionales como el Programa de Fortalecimiento de Museos y el OIM.

6. CONTENIDO

Actividad N° 1	Tiempo (Horas)	Responsable
Realizar el planteamiento de la evaluación de públicos: Definir objetivos, alcances y características de los públicos a investigar, así como la formulación de la metodología e instrumentos de recolección de información. Establecer forma de ejecución.	N/A	Equipo educativo
Punto de Control		Registro
Revisión por parte de la Gerencia del Museo		Documento propuesta de estudios de públicos
Actividad N° 2	Tiempo (Horas)	Responsable
Diseñar instrumentos de recolección de información: Diseñar las encuestas, formatos y/o entrevistas, entre otros, para la recolección de la información.	N/A	Equipo educativo
Punto de Control		Registro
N/A		Instrumentos de recolección de información
Actividad N° 3	Tiempo (Horas)	Responsable
Aplicar los instrumentos de recolección de información diseñados, previa capacitación de los encargados de esta aplicación.	1	Mediadores
Punto de Control		Registro
		Instrumentos de recolección de información

PROCEDIMIENTO EVALUACIÓN DE PÚBLICOS



Actividad N° 4	Tiempo (Horas)	Responsable
Registrar y analizar los datos recolectados.	80	Equipo educativo
Realizar el análisis y la codificación estadística de los datos obtenidos, para la producción del informe de los resultados finales.		
Punto de Control		
N/A		
		Registro
		Informe preliminar

Actividad N° 5	Tiempo (Horas)	Responsable
Socializar resultados: Divulgar los resultados del informe final con todo el equipo del Museo para retroalimentación de los mismos.	3	Coordinador Área Educativa
Punto de Control		
N/A		
		Registro
		Informe final con observaciones incorporadas

7. CONTROL DE CAMBIOS

Fecha	Versión	Naturaleza del cambio
07-11-2013	0	Creación de procedimiento
27-11-2015	1	Actualización del Procedimiento de acuerdo con la normatividad vigente
01-09-2016	2	Se separa el procedimiento relacionado con estudio de públicos del procedimiento relacionado con actividades educativas y culturales. Se ajusta el nombre del procedimiento a Estudio de Públicos.
22-10-2019	3	Se ajusta el nombre, objetivo y alcance del procedimiento a las actividades de evaluación del público asistente a las actividades realizadas por el Museo.

8. CRÉDITOS

Elaboró	Revisó	Aprobó
Marcela Trisancho Mantilla – Contratista Subdirección Divulgación y Apropiación del Patrimonio	Ángela Santamaría – Gerente Museo de Bogotá	Margarita Lucia Castañeda Vargas - Subdirectora Divulgación y apropiación social del patrimonio
Carlos Sandoval – Contratista SIG Oficina Asesora de planeación	Paola Gaitán Martínez- Contratista Subdirección de Divulgación y Apropiación del Patrimonio	
Aprobado	Memorando interno con N° radicado 20194000050923 de 15-10-2019	



9. BIBLIOGRAFÍA

Pérez, E. (2018). *Sistema de recolección de datos de público de museos del Observatorio Iberoamericano de Museos*. Programa Iberoamericanos-Observatorio Iberoamericano de Museos. Recuperado de: <http://www.ibermuseos.org/wp-content/uploads/2018/07/sistema-coleta-dados-pt-es.pdf>