

INC
INC
INC
INC

INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA

DIRECCION GENERAL DEL SISTEMA NACIONAL DE MUSEOS DEL ESTADO

DIRECCION DE INVESTIGACION

MUSEO DE ARTE ITALIANO

BOLETIN ESTADISTICO N° 4

JULIO 1998

INC
INC
INC

INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA

DIRECCION GENERAL DEL SISTEMA NACIONAL DE MUSEOS DEL ESTADO

DIRECCION DE INVESTIGACION

MUSEO DE ARTE ITALIANO

BOLETIN ESTADISTICO N° 4

JULIO 1998

CREDITOS

Luis Arista Montoya
Director Nacional - INC

Flor de María Valladolid Illescas
Directora Ejecutiva – INC

Fedora Martínez Grimaldo
Directora General (e) del Sistema Nacional de Museos

William Heredia Vargas
Estadístico – Dirección de Investigación – DIGESNAMU

Julie Castro García
Especialista Cultural – Dirección de Investigación - DIGESNAMU

El Boletín ha sido preparado gracias a los
reportes mensuales entregados por el
Museo de Arte Italiano.

**DIRECCION GENERAL DEL SISTEMA NACIONAL DE MUSEOS DEL
ESTADO - DIRECCION DE INVESTIGACION**

MUSEO DE ARTE ITALIANO

Analisis Estadístico

El Museo de Arte Italiano, durante 1997, tuvo una afluencia total de 7967 visitantes, mensualmente asistieron en promedio, 664 visitantes.

CUADRO N° 1 : AFLUENCIA AL MUSEO DE ARTE ITALIANO - AÑO 1997

MESES	ADULTOS	NIÑOS	ESTUDIANTES	EXONERADOS	EXTRANJEROS	TOTAL
ENERO	244	85	104	19	208	547
FEBRERO	303	212	104	13	329	728
MARZO	206	58	44	3	105	370
ABRIL	80	90	17	5	112	223
MAYO	113	81	71	6	158	307
JUNIO	105	474	152	20	646	792
JULIO	150	102	35	9	146	357
AGOSTO	187	235	33	9	277	571
SETIEMBRE	151	174	184	69	427	585
OCTUBRE	223	292	91	14	57	667
NOVIEMBRE	1015	310	264	31	47	1667
DICIEMBRE	755	106	169	1	43	1074
TOTAL	3532	2219	1268	199	762	7967

La afluencia de visitantes al MAI, está dividida en cinco categorías : **adultos, niños, estudiantes, exonerados y extranjeros**. En los siguientes gráficos de barras se aprecia la afluencia de visitantes a lo largo de los meses para cada una de las categorías anteriormente mencionadas.

Gráfico N° 1 : Afluencia mensual de visitantes adultos al Museo de Arte Italiano

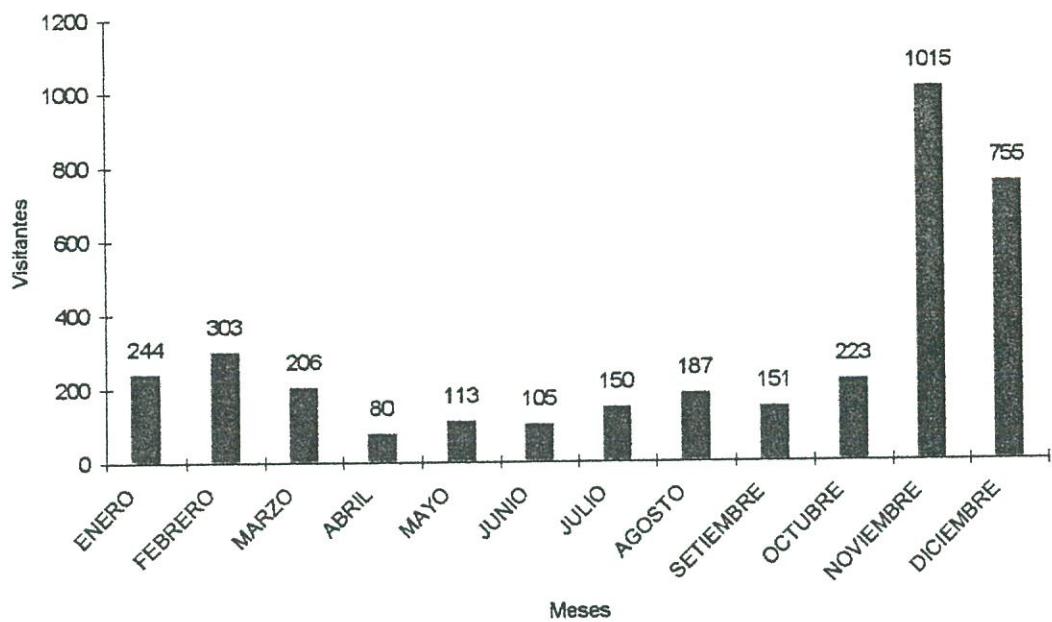


Gráfico N° 1 : Se observa que la afluencia de visitantes adultos, entre los meses de enero a octubre, muestra una tendencia constante, es a partir de noviembre que la afluencia aumenta considerablemente, alcanzando un máximo de 1015 visitantes; y luego 755 visitantes durante el mes de diciembre.

Gráfico N° 2 : Afluencia mensual de visitantes niños al Museo de Arte Italiano

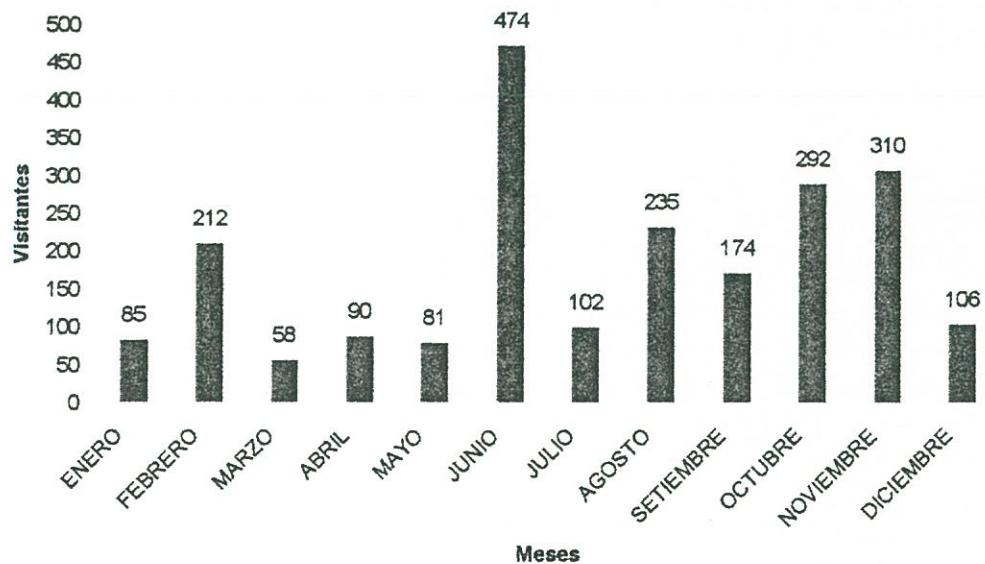


Gráfico N° 2 : Se observa que la afluencia de visitantes niños a lo largo de los meses, ha sido fluctuante, presentando su máximo en el mes de junio con 474 visitantes.

Gráfico N° 3 : Afluencia mensual de visitantes estudiantes al Museo de Arte Italiano

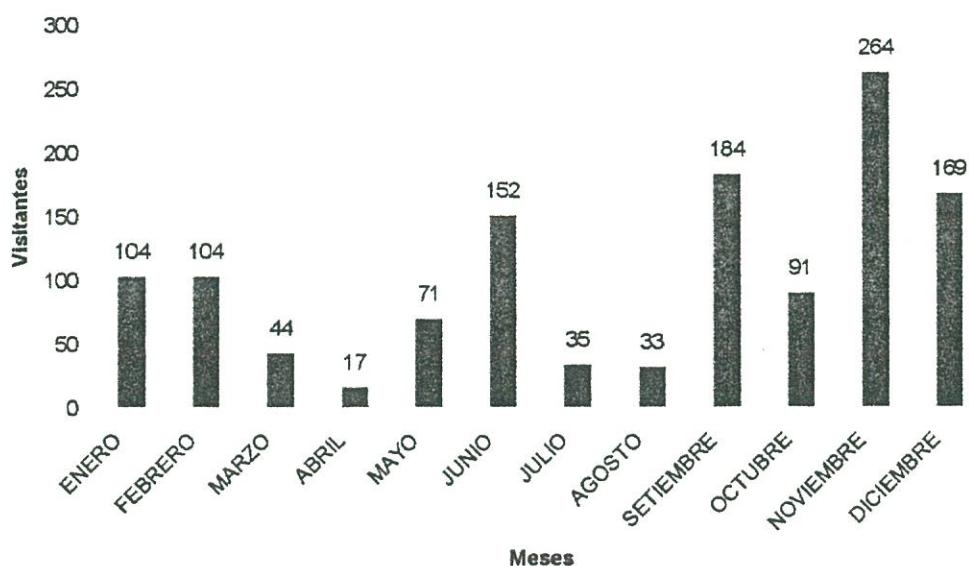


Gráfico N° 3 : La afluencia de estudiantes, es también fluctuante, sin embargo se observa, un mayor número de estos durante los últimos 4 meses del año, alcanzando su máximo en el mes de noviembre con 264 visitantes.

Gráfico N° 4 : Afluencia mensual de visitantes exonerados al Museo de Arte Italiano

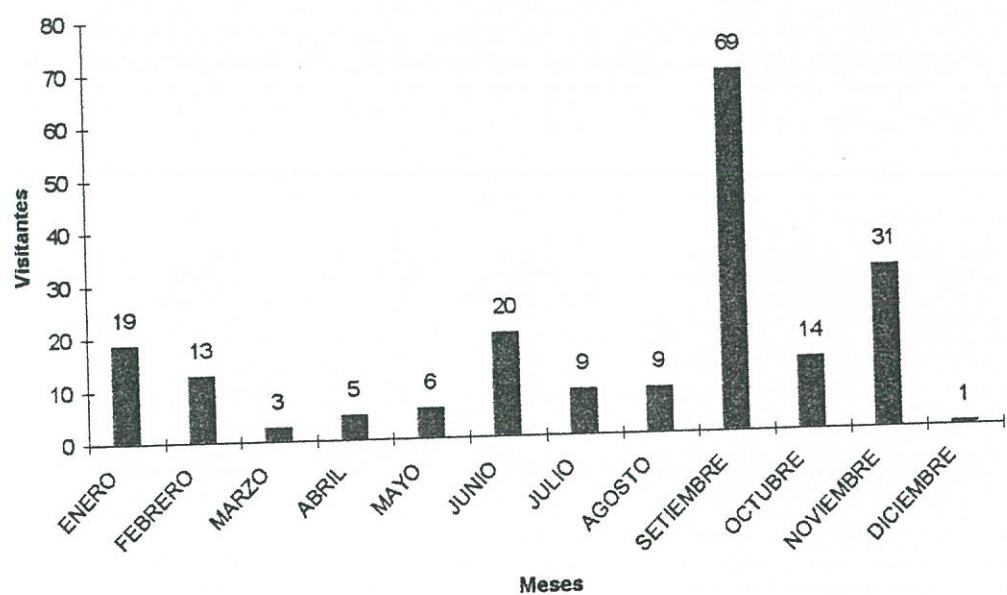


Gráfico N° 4 : Se aprecia que la afluencia de exonerados que ingresaron al museo a lo largo de los meses fue mínima, destaca los 69 exonerados del mes de setiembre.

Gráfico N° 5 : Afluencia mensual de visitantes extranjeros al Museo de Arte Italiano

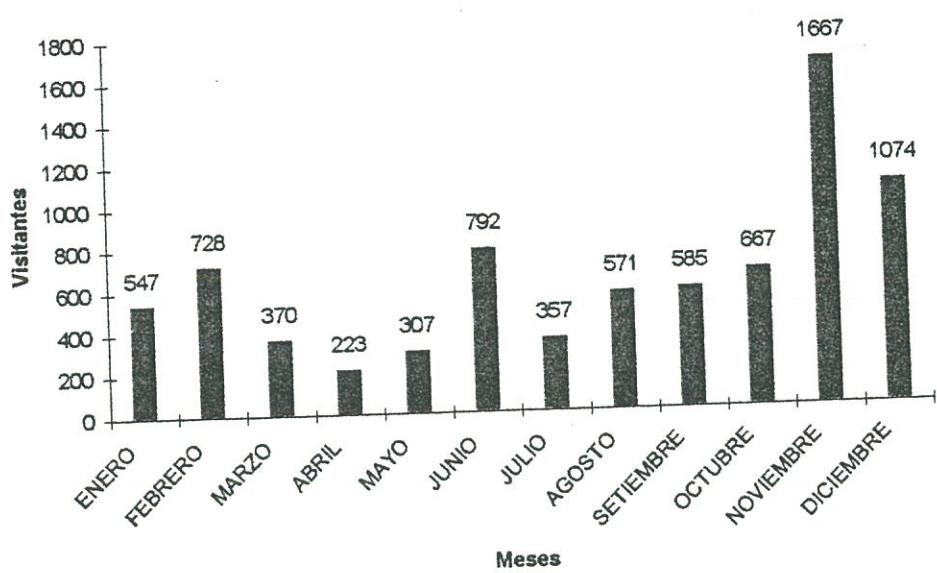


Gráfico N°5 : La afluencia de visitantes extranjeros es bastante fluctuante entre los meses de enero a octubre, destacando, la afluencia de los meses de febrero y junio. Sin embargo las mayores afluencias se registran en los meses de noviembre con 1667 visitantes y diciembre con 1074 visitantes extranjeros.

El siguiente gráfico de barras resume los gráficos anteriores, en el apreciamos los totales de visitantes al MAI durante 1997 por categorías.

Gráfico N° 6 : Afluencia total de visitantes por categorías al Museo de Arte Italiano - 1997

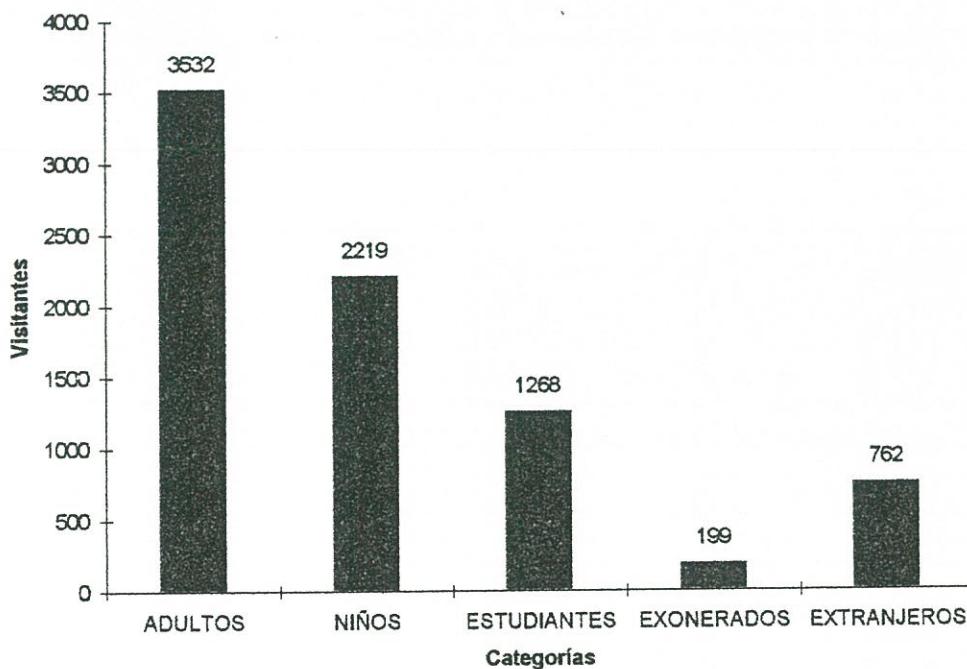


Gráfico N° 6 : Observamos que durante 1997 asistieron al MAI, un total de 3532 adultos convirtiéndose en la categoría más importante en cuanto a afluencia de visitantes, en segundo lugar figuran los niños que en total fueron 2219 visitantes, con menor número de visitantes figuran los estudiantes, extranjeros y exonerados.

Gráfico N° 7 : Distribución porcentual de la afluencia de visitantes al Museo de Arte Italiano

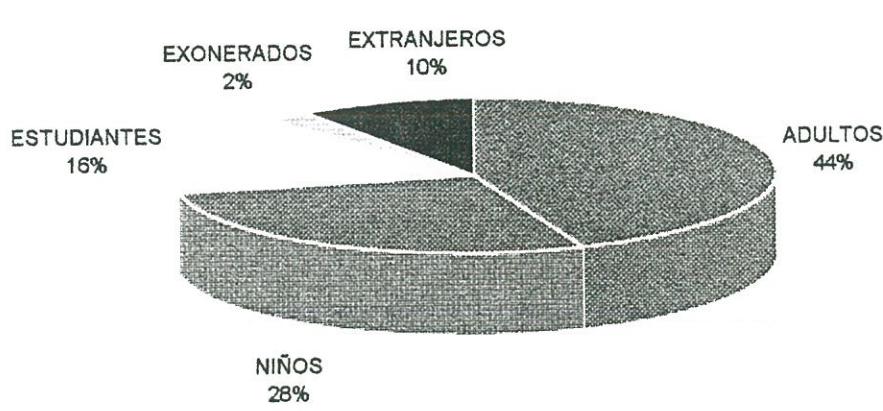


Gráfico N° 7 : Así mismo podemos señalar que, el flujo de visitantes adultos al museo durante 1997, representó el 44% de la afluencia total, la afluencia de niños el 28% y las restantes categorías representaron conjuntamente solo el restante 28%.

A continuación presentaremos en el cuadro Nº 2 los promedios mensuales de visitantes por categorías con sus respectivas desviaciones estándar.

Cuadro Nº 2 : Promedio mensual de visitantes por categorías

	Promedio Mensual	Desviación Estándar
Adultos	294	276
Niños	185	120
Estudiantes	106	71
Exonerados	17	18
Extranjeros	64	173

Cuadro Nº 2 :Observamos que el promedio mensual de visitantes adultos es superior al de las otras categorías y al mismo tiempo es el más variable mes a mes ya que su desviación o dispersión con respecto a su promedio es también alta siendo de 276 visitantes, esto debido principalmente a las constantes variaciones mensuales del número de visitantes adultos, amplias dispersiones mensuales también ostentan los flujos de visitantes extranjeros y niños.

Conclusión Nº 1 :La afluencia de visitantes al Museo de Arte Italiano en las diferentes categorías a lo largo de los meses, es bastante fluctuante; destacando el incremento de visitantes adultos, estudiantes, extranjeros y niños, durante los últimos cuatro meses del año, en especial en los meses de noviembre y diciembre. Así mismo las categorías adultos y niños conforman conjuntamente el 72% del total de visitantes, situación que convierte a los visitantes adultos y niños en el público potencial del MAI.

Con el propósito de encontrar posibles asociaciones entre las diferentes categorías de visitantes, se calcularán las correlaciones entre pares de categorías.

Cuadro Nº 3 : Correlaciones entre pares de categorías de visitantes

Pares de categorías	Correlación
Niño / Adulto	0.14
Niño / Estudiante	0.47
Adulto / Extranjero	(-0.44)
Adulto / Estudiante	0.74

A partir de estas correlaciones se pueden extraer las siguientes conclusiones :

Conclusión Nº 3 : No existe asociación entre el número de visitantes niños y el número de visitantes adultos, ya que la correlación entre ambas categorías es baja (0.14); asimismo, no existe asociación entre el número de visitantes niños y el número de visitantes estudiantes porque la correlación también es baja (0.47) y tal poco existe relación entre la afluencia de adultos y extranjeros, correlación baja (-0.44).

Conclusión Nº 4 : Existe asociación entre el número de visitantes adultos y el número de visitantes estudiantes, porque la correlación es alta; esto significa que en la medida que crece la afluencia de visitantes adultos crece la afluencia de estudiantes.

Tendencias Mensuales

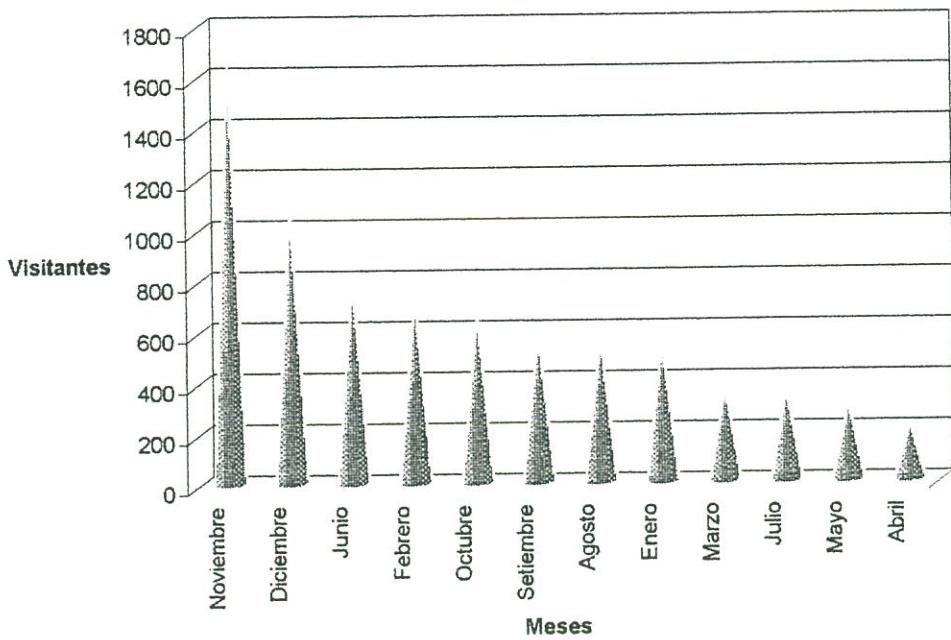
En el cuadro N° 4 presentamos la afluencia de visitantes por meses ordenados en forma decreciente con el propósito de establecer posibles tendencias a través de los meses.

**Cuadro N° 4 : Afluencia de visitantes mensual - año 1997
(ordenada decrecientemente)**

Mes	Total
Noviembre	1667
Diciembre	1074
Junio	792
Febrero	728
Octubre	667
Setiembre	585
Agosto	571
Enero	547
Marzo	370
Julio	357
Mayo	307
Abril	223

Cuadro N° 4 : Se aprecia que la mayor afluencia se presento durante los dos últimos meses del año, esto debido fundamentalmente al incremento de todas las categorías de visitantes durante esos dos meses. El periodo de menor afluencia se registra durante los meses de marzo a mayo. Así mismo fue baja la afluencia global durante el mes de julio.

**Gráfico N° 8 : Afluencia mensual de visitantes al Museo de Arte Italiano Año 1997
(ordenada decrecientemente)**



Análisis Interanual

Continuación analizaremos la afluencia de visitantes a lo largo de los últimos tres años

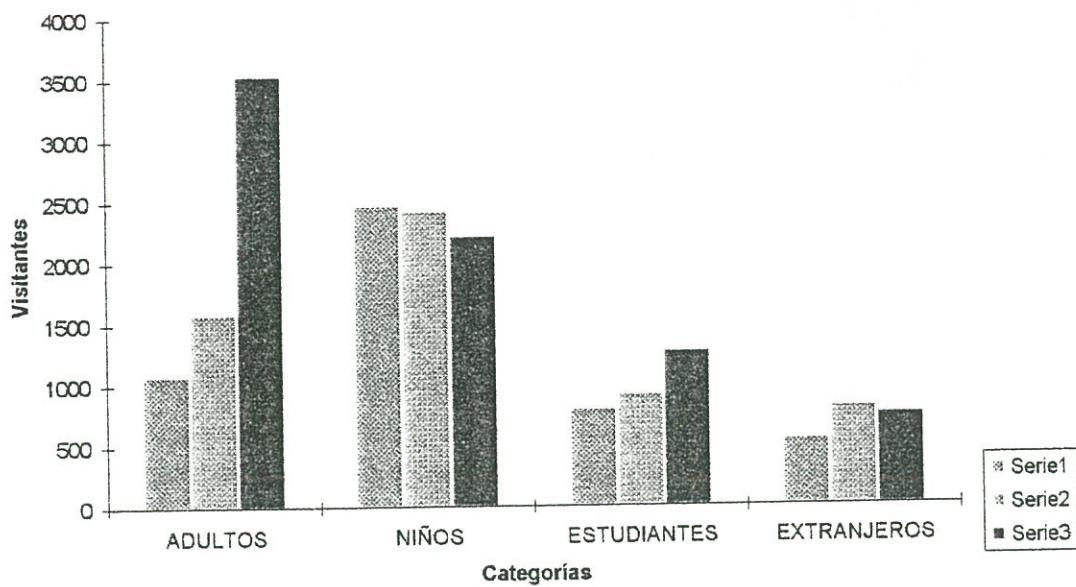
Cuadro N° 5 : Comparación de los totales anuales de visitantes por categorías para los años '95 - '96 - '97

	Total Anual '95	Total Anual '96	Total Anual '97
ADULTOS	1086	1582	3532
NIÑOS	2469	2424	2219
ESTUDIANTES	796	920	1268
EXONERADOS	199	78	199
EXTRANJEROS	545	808	749

Cuadro N° 5 : Se aprecia que la afluencia de visitantes adultos y estudiantes ha venido creciendo en los últimos tres años, a diferencia de la afluencia de niños que ha venido decreciendo. En el caso de los visitantes extranjeros la afluencia fue mayor durante el año 1996, con 808 visitantes. La afluencia de exonerados fue la misma durante los años 1995 y 1997.

Estas comparaciones de la afluencia por categorías pueden ser observadas en el Gráfico N°9.

Gráfico N° 9 : Comparación de la afluencia anual por categorías años 1995-1996-1997



Para conocer si las diferencias en cuanto a flujo de visitantes al MAI, durante los años 1995, 1996 y 1997, fueron realmente significativas, confrontaremos los promedios de afluencia mensual a través de la realización de las pruebas de hipótesis de comparación de promedios. La confrontaciones son hechas a partir de la información contenida en el Cuadro N° 6.

Cuadro N° 6 : Afluencia mensual de visitantes al MAI durante los años '95 - '96 - '97 - '98

Mes	Año 1995	Año 1996	Año 1997	Año 1998
Enero	307	499	547	20
Febrero	553	518	728	0
Marzo	300	342	370	304
Abril	400	293	223	380
Mayo	649	732	307	590
Junio	795	295	792	772
Julio	315	370	357	1402
Agosto	780	631	571	
Setiembre	865	828	585	
Octubre	574	709	667	
Noviembre	355	396	1667	
Diciembre	115	199	1074	
Promedio	501	484	657	

Cuadro N° 6 : Se aprecia que el promedio mensual de visitantes, para el año 1997, es mayor que los promedios de los dos años anteriores, sin embargo para corroborar si esas diferencias son significativas o son sólo producto de variaciones aleatorias mensuales, se efectuaran las pruebas de hipótesis para diferencias de promedios.

Hipótesis 1 :

H_0 : El promedio de afluencia de visitantes para el año 1997 es igual que el promedio del año 1995

H_1 : El promedio de afluencia de visitantes para el año 1997 no es igual al promedio del año 1995

Prueba Estadística :

La probabilidad de rechazar H_0 es 0.26, probabilidad baja, por lo que existe evidencia suficiente para rechazar la hipótesis H_0 .

Resultado 1: El promedio de visitantes al MAI del año 1997 es significativamente diferente al promedio de visitantes del año 1995.

Hipótesis 2 :

H_0 : El promedio de afluencia de visitantes para el año 1997 es igual que el promedio del año 1996

H_1 : El promedio de afluencia de visitantes para el año 1997 no es el mismo que el del año 1996

Prueba Estadística :

La probabilidad de rechazar H_0 es 0.20, probabilidad bastante baja por lo que se rechaza la hipótesis H_0

Resultado 2: El promedio de visitantes al MAI del año 1997 es significativamente diferente al promedio de visitantes del año 1996.

Hipótesis 3 :

H_0 : El promedio de afluencia de visitantes del año 1995 es igual que el promedio de visitantes del año 1996.

H_1 : El promedio de afluencia de visitantes del año 1995 no es el mismo que el promedio del año 1996

Prueba Estadística :

La probabilidad de rechazar H_0 es 0.86, probabilidad bastante alta por lo que no existe evidencia suficiente para rechazar la hipótesis H_0 .

Resultado 3 : El promedio de visitantes al MAI para el año 1995 es significativamente el mismo que el promedio de visitantes del año 1996.

Conclusión Nº 5 : De las tres pruebas de hipótesis anteriores, podemos concluir que el promedio mensual de visitantes, durante los años 1995 y 1996 fue el mismo, difiriendo ambos de el promedio mensual del año 1997, que fue significativamente superior.

Conclusión Nº 6 : A manera de conclusión global sobre el análisis de la afluencia de visitantes al MAI, podemos afirmar que la afluencia de visitantes al museo fue significativamente superior durante 1997, comparada con los dos años anteriores, alcanzando cifras récord durante los meses de noviembre y diciembre de dicho año, es por ello que se debe investigar las causas que influyeron en este aumento significativo de visitantes. Asimismo si bien para 1998 se esperaría superar la afluencia de visitantes de 1997, existen tres aspectos fundamentales a considerar :

El primero que el museo estuvo cerrado desde el 12 de enero al 28 de febrero de 1998, hecho que influirá en la afluencia total anual, segundo que se debe aprovechar para revertir cualquier posible tendencia decreciente de visitantes, mediante una campaña de captación de visitantes, en especial durante los meses en los que por antecedentes tienden a ser los de mayor afluencia, en este caso tomar en cuenta que durante 1997, los meses de noviembre y diciembre representaron conjuntamente el 35% de la afluencia anual, y tercero incidir que las campañas de captación de visitantes se dirigan principalmente a aquellas categorías de visitantes que representan los mayores porcentajes de la afluencia total al museo, es decir su público potencial, para ello tener en cuenta que el flujo conjunto de adultos y niños representó durante 1997 el 72% de la afluencia total. En resumen se recomienda antes de preparar la oferta cultural, su posterior publicidad y difusión, estudiar a la comunidad potencial que acude al museo.

Recomendaciones

Campaña de captación de visitantes

1. La afluencia de visitantes puede ser directamente promocionada por el MAI y la DIGESNAMU mediante una campaña de visitas.
2. Para el caso de los escolares, preparar un diagnóstico de los orígenes distritales de los centros educativos que visitaron el museo durante los últimos tres años y centrar la campaña en aquellos donde la ausencia fue importante.
3. La campaña de captación de visitas de estudiantes universitarios estaría asociada a los programas académicos, mensualmente promocionar un tema que pudiese ser desarrollado por especialistas en la materia; aprovechar el tránsito de destacados artistas para ofrecer charlas magistrales.
4. Completar el directorio de las instituciones relacionadas con Italia, incluyendo aquellas que tienen lazos de orden social o económico; por ejemplo, el caso de Compañías de Bomberos que fueron fundadas por italianos y mantienen vínculos con el país de origen, se trata de instituciones que trabajan con población y realizan proyección social. El hecho que el Museo convoque a todos aquellos susceptibles de cohesión social merece el reconocimiento y aval para las posibles tareas que el MAI se proponga.
5. Promover ante el turista extranjero la imagen de un Museo de Arte Italiano que no va a competir -indiscutiblemente- con los centros de arte que existen en las principales ciudades del mundo. Expresar cómo y por qué la Colonia Italiana dona un conjunto de importantes obras de arte con el fin de aportar al quehacer artístico del país. La cercanía del MAI al Hotel Sheraton podría servir de plan piloto para captar al turista extranjero.
6. Preparar un afiche que sirva como carta de presentación del Museo; la calidad del diseño debería estar orientada a la voluntad de no deshacerse del material y crear la necesidad de mostrarlo. El sólo hecho de que el afiche sea exhibido obligatoriamente en los museos dependientes del INC podría estimular las visitas al MAI.

Exposiciones

1. El MAI es el más apropiado para convertirse en centro de las nuevas propuestas museográficas, incluyendo expresiones artísticas asociadas a las colecciones que posee; usar el espacio interno o externo para el desarrollo de danza, canto, música o teatro en temas relacionados con una temática temporal.
2. Promover periódicamente la exposición temporal de obras de arte contemporáneas, de origen italiano.

3. Realizar cambios radicales de montajes museográficos con el propósito de mantener un público cautivo que iría, progresivamente, aumentando. Esta actividad tendría que estar asociada a una campaña publicitaria y periódica; podría establecerse anualmente como parte de un plan de actividades para el año, donde se presentarían los programas de extensión cultural.

Evaluación interna

1. El MAI podría aprovechar al máximo el entorno de su ubicación; a pesar de estar muy cerca del Museo de Arte de Lima no existe una comunicación espacial. Se recomienda estudiar la posibilidad de abrir hacia el Paseo Colón, creando espacios ópticos visualmente más abiertos. Las coordinaciones podrían establecerse con la Municipalidad de Lima.
2. En términos porcentuales, el MAI -a diferencia del comportamiento de los museos de Lima dependientes del INC- manifiesta el más alto de los porcentajes en la categoría adultos (44%), dato sumamente interesante porque denota la participación de un sector que es reacio a visitar museos. Habría que aprovechar esta predisposición para conocer el por qué de la preferencia; como hipótesis puede sugerirse que el MAI es atractivo y por estar ubicado en una zona céntrica ofrece un alto en la vida cotidiana del transeúnte.

Estadística

1. Considerar la factibilidad de ampliar la información estadística actual con la incorporación de datos más concretos; coordinar con la DIGESNAMU las posibles encuestas muestrales por realizar.

William Heredia
Estadístico - DI
DIGESNAMU

Fedora Martínez
Directora de Investigación
DIGESNAMU

