



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

Facultad de Turismo y Gastronomía

Licenciatura en Turismo

**“La experiencia del visitante en el Museo de la Acuarela  
y su incidencia en el nivel de satisfacción”**

Tesis

Para obtener el Título de Licenciado en Turismo

Presenta:

P. L. en T. María Alejandra Cisneros Hernández

Asesora:

Mtra. En E.S.F.T Celia Guzmán Hernández

Revisores:

Dr. en H. A. Ricardo Hernández López

Lic. Claudia Villegas Marín

Toluca de Lerdo, México, a 06 de octubre de 2022



## **RESUMEN**

**Palabras Claves: Museo, Experiencia, Satisfacción, Servicios, Proceso expo-gráfico.**

El trabajo se ubica en el Museo de la Acuarela en Toluca, la tercera ciudad con mayor número de museos en México, en donde han disminuido las visitas en estos espacios, por diversas situaciones antes, durante y después de la Pandemia de COVID-19. Su explicación implicó un trabajo teórico fundamentado en una investigación cualitativa y modelos teóricos que permitió visualizar el tema de museos, experiencia de visitante y del nivel de satisfacción. Como parte de un enfoque cuantitativo se deriva de trabajos de corte empírico actitudinal que ayudó a comprender la experiencia de sus usuarios, en la abstracción de las vivencias que tienen con respecto a servicios, acervos, elementos museográficos y actividades artísticas. Este estudio permite comprender la correlación entre la dinámica del espacio museológico con la experiencia del visitante y con la forma en la que incide en su satisfacción.

TESIS: LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE EN EL MUSEO DE LA ACUARELA Y SU  
INCIDENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN

**ÍNDICE**

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE, VISION DE LOS MUSEOS, LA EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN CULTURAL.....</b>	<b>19</b>
1.1 Antecedentes del conocimiento del tema.....	19
<b>CAPÍTULO II MARCO TEORICO CONCEPTUAL: MUSEO, EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN.....</b>	<b>25</b>
2.1 Museo como Atractivo Turístico.....	25
2.2 Experiencia turística.....	28
2.3 La satisfacción y dimensiones que la determinan.....	36
<b>CAPITULO III. REFERENTES DEL ESPACIO DE ESTUDIO.....</b>	<b>41</b>
3.1 Los museos en la ciudad de Toluca.....	41
3.2 La acuarela como expresión artística y sus exponentes más emblemáticos.....	43
3.3 El Museo de la Acuarela en Toluca, sus impulsores y su papel como atractivo cultural.....	43
<b>CAPITULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS: EXPERIENCIA DEL VISITANTE Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Muestreo en el Museo de la Acuarela.....	46
4.2 Resultados de cuestionarios: Enfoque cuantitativo.....	48
4.2.1 Perfil del Visitante: Datos sociodemográficos y psicográficos.....	48
4.2.2 Nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, el acervo y los servicios en el Museo de la Acuarela.....	58
4.2.3 Experiencia de los visitantes del Museo de la Acuarela.....	75
4.3 Características de los contextos de las entrevistas: Enfoque cualitativo.....	85
4.3.1 Resultados de la entrevista 5 visitantes del Museo de la Acuarela.....	85
4.3.2 Resultados de la entrevista a la Dirección del Museo de la Acuarela.....	99
4.4 Interpretación del trabajo de campo realizado.....	108
4.4.1 Experiencia y satisfacción.....	109
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>110</b>
<b>PROPUESTAS.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>118</b>
Anexo 1. Instrumentos.....	118
Anexo 2. Fotográfico.....	128

## INTRODUCCIÓN

El turismo cultural permite una experiencia de enriquecimiento a través de una inmersión en los diferentes atractivos turísticos culturales del lugar que se visita, un elemento clave en esta actividad son los museos, que son parte fundamental en la protección y conservación del patrimonio cultural de cada entidad, siendo una institución sin fines lucrativos, permanente al servicio de la sociedad con propósitos de educación, estudio y recreo.

México es uno de los países con más museos en el mundo, Toluca es la tercera ciudad con mayor número de espacios museográficos con un total de 26, por lo que la presente investigación se centra en el Museo de la Acuarela (MAEM) siendo uno de los mejor ubicados en esta ciudad, ya que se encuentra enfrente de “La Alameda” un parque que es referencia entre los habitantes y anfitrión de varios eventos, permitiendo que el museo sea un lugar complementario para que familias, estudiantes y turistas que recorren el Centro de la Ciudad puedan conocerlo.

La visita al museo suele realizarse los fines de semana, espacio que conforma la oferta cultural de la Secretaría de Cultura del Estado de México, por lo cual su tarifa de acceso es menor a los \$20 y en la actualidad la entrada es gratuita lo que permite una mayor accesibilidad. El MAEM cuenta con más de 200 obras en 12 salas que llevan los nombres de acuarelistas precursores en el Estado de México con diversas temáticas como: arquitectura, paisajes, desnudos, culturas, emociones, entre otras obras temporales, individuales o colectivas.

Mismas, que se expande a los intereses de todo público ofreciendo talleres, visitas guiadas, *souvenirs*, concursos y actividades recreativas; por lo que los museos no solo resguardan acervos relevantes si no que pasan a ser un atractivo cultural al producir tanto servicios como vivencias para sus usuarios, con el objetivo de fomentar la cultura, generar conocimiento y experiencias artísticas en los ciudadanos.

El problema de investigación en esta tesis es la reducción en el número de visitas desde antes de la pandemia y post-pandemia, lo cual se conoció a través de una entrevista con la encargada de difusión del MAEM, quien comentó. - *Actualmente se reciben aproximadamente 600 visitantes por mes, sin embargo, cada vez son menos las personas que asisten y su estancia en el museo cada vez es de menor tiempo.*

La condición de aminoramiento de visitantes no deriva de alguna evaluación, más bien se sustenta exclusivamente en el número en descenso. Y se desconoce la satisfacción o experiencia de los visitantes del museo de la Acuarela al respecto de sus: acervos, servicios y actividades artísticas que se ofertan.

El acercarse a medir y comprender ambas, como una forma de evaluación puede aportar información de los usuarios del recinto, es decir que con estas evaluaciones el museo puede conocer y analizar de qué manera sus visitantes disfrutan, conocen, acceden a la acuarela, aprenden o comparten de este espacio. La obtención de los resultados de este trabajo permitirá la toma de decisiones para recuperar y mejorar la audiencia de este espacio público.

En la actualidad, no solo es importante exponer obras de arte y cubrir necesidades, sino también, ofrecer experiencias con mayor impacto que conlleven a sensaciones donde el conocer y disfrutar de las exposiciones sea prioridad. De tal manera, que se marque un ocio acompañado de dinámicas para una mejor apreciación, aprendizaje, inclusión social, enfoque cultural y artístico, que bien a se pueden realizar paralelas a las actividades del museo, que integren a toda la población, con el profesionalismo del personal, así como elementos museológicos como el acomodo del acervo, distancia, la iluminación, color de salas, guion científico, paneles de información, recursos u objetos complementarios, entre otros. Por lo cual se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la experiencia del visitante y cómo incide en el nivel de satisfacción en el Museo de la Acuarela?

Al tiempo que se establece como objetivo general: Analizar la experiencia del visitante del Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción para el fortalecimiento del museo.

Y los objetivos específicos que se presentan a continuación:

- Identificar los elementos que constituyen la experiencia memorable del visitante.
- Medir el nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, el acervo y los servicios en el Museo de la Acuarela.
- Definir la manera en la que la experiencia obtenida por el visitante se correlaciona con el nivel de satisfacción en su visita.

Al tener en claro la problemática se planteó las siguientes hipótesis de trabajo:

- Los elementos como el concepto, el acomodo, la iluminación, la interpretación y las actividades constituyen una la experiencia memorable en el visitante del museo de la Acuarela (MA).
- El nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, la imagen, el acervo y los servicios se en el momento de visita es satisfactorio en el MAEM.
- La experiencia obtenida por el visitante se correlaciona directamente con el nivel de satisfacción en su visita.

Al mostrar la experiencia de las personas en su estadía en el museo y la incidencia que tiene en el nivel de satisfacción, la justificación de esta investigación es aportar nueva información acerca de la experiencia y el nivel de satisfacción en los museos, que son un espacios que tienen un número reducido de estudios acerca de este tema, considerando elementos claves para estudios de nivel de satisfacción y elementos que logren una experiencia positiva, significativa y que supere las expectativas, de igual forma se transforme la visión de forma positiva que las personas tienen de los museos, el arte y la cultura, esto para el fortalecimiento museológico en la Ciudad de Toluca.

Al tiempo que da paso al impulso de futuras investigaciones que aporten a la mejora tanto de los museos como de la experiencia de los visitantes, así mismo será marco de referencia para estudios en diferentes museos incluso a nivel nacional.

La propuesta de sustento teórico conceptual y metodológico se despliega de la naturaleza del objeto de estudio turístico en relación con los visitantes del MAEM, por lo cual se hace una revisión exhaustiva de estudios semejantes presentando un estado del arte y un marco teórico conceptual que permitió incorporar la visión de la experiencia en el ámbito cualitativo a través de autores como Miller, García, Melgar, Muñoz-Areyzaga, Molina, Carvajal y Lemaine así como del Servicio Nacional de Turismo de Chile, entre otros que retoman el tema de museos, experiencia de visitante y medición del nivel de satisfacción.

En este sentido, las entrevistas a profundidad que se aplicaron a los visitantes y director en las instalaciones del museo (anexo de entrevista 1, y 2) para conocer la experiencia de sus usuarios, cuyo eje de conocimiento es la abstracción de las vivencias que tienen al conocer y asistir a las exposiciones, a través de sus gestos, comportamientos, respuestas y emociones, además de acercarnos a la satisfacción como parte de un enfoque cuantitativo que deriva de trabajos de corte empírico actitudinal y se retoma a autores como Mamani, Herrera, Madrid, Bringas, Toudert, Cerón y Vargas.

Lo anterior logrado con la elaboración de ítems con una escala de medición de 5 que se le conoce como Likert, que cuida el rigor científico a través de un muestreo no probabilístico, con la técnica de selección por sujetos de conveniencia que cumplan con el criterio de ser visitantes del museo de la Acuarela de la ciudad de Toluca; la muestra de la población fue de 240 visitantes, de acuerdo con el cálculo estadístico que se desarrolla a continuación, en donde:

$n$  = Tamaño de la muestra que se obtiene

$N$  = Número de elementos de la población

$e$  = Error máximo que se tiene con un intervalo de confianza 95.44%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \qquad n = \frac{600}{1 + (600)(0.05)^2} \qquad n = 240$$

Los resultados son vertidos en función del trabajo de campo y documental para finalmente presentar la tesis “La experiencia del visitante en el Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de Satisfacción” en 3 capítulos. El primero presenta el estado de arte, donde se retoman antecedentes de como se ha abordado la visión de diversos autores acerca los museos, la experiencia y satisfacción cultural en los últimos años, retomando recursos bibliográficos como libros, artículos de revistas indexadas y tesis que permiten dar dirección al trabajo visualizando la evolución de estudio de dichos temas.

El segundo capítulo desglosa el marco teórico conceptual, en donde se muestra como diferentes autores definen los conceptos básicos que van a permitir ampliar el panorama acerca del tema de estudio para la presente investigación, así tener en claro, el significado de museo desde espacio cultural, histórico y atractivo turístico, que ayudará a identificar tanto elementos, características fundamentales, así mismo modelos teóricos para comprender, e interpretar los niveles de satisfacción en los museos y cómo se correlacionan con la experiencia obtenida por el visitante.

Por último, se muestra el análisis e interpretación de resultados obtenidos durante el trabajo de campo tanto de las encuestas como de las entrevistas de los visitantes y del director del MAEM, también las conclusiones que revelan el cumplimiento de los objetivos de la tesis y dan idea a la relación cualitativa y cuantitativa que permite la abstracción en la relación de la experiencia con la satisfacción siendo eje básico favoreciendo hoy en día una introducción a un mundo cultural más significativo.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

México es uno de los diez destinos turísticos más visitados del mundo, entre sus principales atractivos se cuenta su riqueza patrimonial la cual ha sido reconocida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) con más de 35 sitios declarados Patrimonio de la Humanidad.

Los museos son una de las formas privilegiadas para poner en escena el patrimonio y dar a conocer su importancia a la población por lo que es recomendable existan servicios de calidad disponibles para que los visitantes permanezcan más tiempo en los recursos patrimoniales al tener un impacto y provocar una actitud tanto más crítica como de conservación en las personas (Rosas, 2005).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera que, el turismo puede contribuir a la supervivencia y crecimiento del sector cultural en segmentos como los museos por lo que reforzar la identidad cultural y el *branding* de los destinos turísticos será clave; en 2021 el turismo cultural despertó con relación a 2020. Según datos publicados por *Vivential Value*, los recursos Patrimonio de la Humanidad de México contabilizaron un total de 31.000 nuevas opiniones durante agosto de 2021, frente a las solo 14.600 del mismo periodo del año anterior, datos que suman importancia a difundir estos espacios culturales.

En México los museos ofrecen diversas actividades culturales y servicios para que el visitante tenga una experiencia y satisfacción positiva en su estancia, sin embargo, son muchas las actividades que pueden alejar a las personas del museo por lo que es importante hacer esfuerzos necesarios para dejar satisfechos a los visitantes, brindar una buena experiencia y conseguir la repetición de su visita (Brida et al, 2013).

Toluca de acuerdo con el Sistema de Información Cultural ocupa el tercer lugar con un total de 26 museos tan solo por debajo de la Ciudad de México con 170 y de Puebla con 33. Uno de los museos dentro de la Capital Mexiquense es el de la Acuarela, que, debido a su ubicación céntrica, su fácil accesibilidad y precio entre \$10 y \$20 pesos y los fines de semana gratuito, permiten que los turistas y personas locales tengan la oportunidad de visitarlo, bajo la dirección del Licenciado Benito Nogueira.

Su importancia también radica en que fue inaugurado en un inmueble el 17 de enero de 1993, siendo el segundo en su género en todo el país, tuvo como primera sede el antiguo edificio conocido como “*El Gallito*” en el centro de la ciudad de Toluca (actualmente es la biblioteca que pertenece al Poder Legislativo).

En el 2004 el museo se instala en una casa- habitación del siglo XIX, ubicado en la colonia La Merced Alameda, Toluca de Lerdo, propiedad que también fue restaurada por el gobierno del Estado manteniendo las características de arquitectura de esa época con el objetivo de seguir preservando y difundiendo la técnica de la acuarela en México, el edificio fue declarado patrimonio histórico del Estado de México por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) (Arroyo, 2019).

Un espacio de arte público, con más de 200 obras, actúa como una especie de intermediario entre los propietarios de las obras de arte y el visitante, sin algún beneficio económico, solo social con el interés de fomentar la cultura, generar conocimiento crítico en los ciudadanos y dar a conocer la conformación de talentos estatales, nacionales e internacionales (Eraso, 2017).

El museo consta de 12 salas de exhibición, seis de las cuales llevan los nombres de los artistas que exponen permanentemente su obra: Ignacio Barrios Prudencio, Edgardo Coghlan, Vicente Mendiola Quezada, Ignacio María Beteta, Pastor Velázquez y Benito Nogueira. Parte importante de su colección fue adquirida mediante un sistema de donaciones, en la sala “Estado de México” muestra las de obras premiadas en el Concurso Nacional de la Acuarela sobre temas Turísticos del Estado de México. El museo tiene una política de donación por expositores temporales y por artistas participantes en el programa “Acuarela del mes” permitiendo incrementar el acervo propio. (Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México, 2020).

También se encuentra la sala “El Caracol” dirigida a niños ya que es un área lúdica, en donde existen rompecabezas y conocer acuarelas que han pintado el alumnado infantil de los talleres dentro del museo. De igual manera, el museo ha destinado una sala para exhibir acervo de artistas de Canadá, Estados Unidos, Italia, Perú, Bolivia, Rusia, entre otros, a través de sus exposiciones temporales, individuales o colectivas y del concurso “*Tláloc*” organizado por el Museo, el programa “*International Watercolor Society Mexico*” y la Asociación de Amigos del Museo de la Acuarela del Estado de México.

En sus instalaciones se llevan a cabo conciertos, conferencias, presentaciones editoriales y cursos, cuenta con talleres de acuarela con un precio de \$600 y servicios de recorridos guiados gratuitos, de acuerdo con la página oficial (Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México, 2020) estas actividades paralelas tienen como propósito de que los visitantes tengan un aprendizaje en el museo, satisfacción e intensificación de la visita y su experiencia sea memorable (Cano, 2020).

De igual forma existen servicios complementarios como sanitarios, un centro de documentación y venta de productos (separadores, termos, acuarelas, etc.), sin embargo, se han reducido las visitas en el museo antes y post- pandemia, en entrevista con la encargada de difusión del recinto, Adriana Hernández menciona que no se tiene estadísticas oficiales del número de visitantes, sin embargo, después del cierre por la pandemia de COVID-19 se reciben aproximadamente 600 visitas a diferencia de años anteriores que se recibían aproximadamente 800 personas y que va decreciendo.

De acuerdo con el comunicado de prensa por INEGI (2021) la afluencia anual destaca la Ciudad de México con 4.7 millones en 116 museos y Nuevo León con 2.6 millones en 19 museos. La afluencia total tuvo una disminución de 49.4 millones respecto a la reportada en 2019, coincidiendo con el

periodo de la contingencia sanitaria por motivo de la pandemia derivada de la COVID-19, por la cual la mayor parte del año los museos permanecieron cerrados.

Siguiendo este panorama nacional, el periodista Albarrán (2022) publica que, en los últimos cinco años, la asistencia a museos del Estado de México tuvo un declive de 90 por ciento, al pasar de 12 mil 449 visitantes en 2016 a 753 en 2020, cifra registrada en el último año de censo del INEGI, gran parte de la baja se debe al primer año de pandemia, afectando principalmente la Ciudad de Toluca, en donde se encuentra la mayor parte de estos sitios,

Enfocándose en el Museo de la Acuarela del Estado de México, esta disminución se puede acreditar a la falta de seguridad de las personas para visitar un lugar público, pero también a diversas problemáticas como el desconocimiento por parte de la población y turistas de la obra, servicios y actividades que oferta el museo, así como la calidad de estos, que llegan a afectar la experiencia del visitante y que se ven reflejadas en las reseñas de este hoy en día.

Por la crisis sanitaria el museo tuvo que cerrar por más de siete meses, no obstante, su reactivación se enfrenta a nuevos retos, como llegar a más personas generando experiencias memorables y seguras, a pesar de que se está viviendo una nueva realidad, existen varias personas que aún no se sienten cómodas en acudir a espacios cerrados o más públicos.

Así mismo, retomando a Albarrán (2022), se debe también a la mala distribución del tiempo libre de las personas, al no enfocar sus actividades al aprendizaje y el consumo de bienes culturales, los cuales son compuestos por las bellas artes (arquitectura, danza, escultura, música, pintura, literatura y cine), además de la ineficaz gestión cultural, la cual ha sido atribuida para el consumo de la élite y ha derivado en una ideología de no ser accesible para toda la población.

En el museo existe físicamente una libreta en donde los visitantes pueden expresar su percepción de las exposiciones, así como quejas y sugerencias, sin embargo, por orden de la secretaria de Cultura, se retiró debido a la crisis sanitaria por lo que a través de *TripAdvisor* y *Google* se recabaron los siguientes comentarios que sustentan la problemática a desarrollar:

- *“Las exposiciones están fuera de lugar, no hay guías para explicarte”, “Un lugar muy bonito, pero la gente del lugar es muy grosera”, “Es bueno, pero debería haber algo más interactivo, algún taller en tu visita podría ser”, “Creo que vendría bien un poco de más de explicaciones, o historias de los artistas”, “La atención del personal no es adecuada”, “No se pueden tomar fotografías, bien organizada e identificada la obra de varios autores. Es necesario que ofrezcan un guía”, “Tiene obras muy valiosas, pero no suelen renovar” “Esta bonito el museo, pero la atención de los que estaban en el museo pésima, no se dan instrucciones y te ponen cara”*

Con base en los comentarios anteriores, una de las problemáticas que impactan en la satisfacción igual que en la experiencia de las personas que visitan el museo de la Acuarela, es desconocimiento y la escasa evaluación de las personas con respecto a la obra, servicios y actividades que se ofertan así como los recorridos que menciona su página web del museo que se ofrecen, lo cual es un elemento que permite que las exposiciones sean significativas, de igual forma la difusión así como la constancia en las actividades complementarias como los talleres pueden aportar valor a la experiencia

del visitante, que a pesar de su existencia son pocas las personas que tiene un conocimiento de ello, por ende no son solicitadas.

La cultura de evaluación afecta al museo ya que a pesar de que cuenta con una libreta de buzón de quejas y sugerencias con respecto al proceso expográfico de estos espacios que abarca desde el concepto, la documentación que se va a difundir, el guion científico que ocupan los intérpretes, el grafismo, así como los servicios y actividades paralelas reflejándose como una herramienta para dinamizar los recursos museológicos con el propósito de conocer la opinión que tienen los usuarios de la exposición (Sanguinetti et al. 2001) es importante analizar las opiniones de sus visitantes para mejorar la vivencia de las personas dentro del recinto, al tomar en cuenta el grado de satisfacción, así como conocer los elementos y dimensiones que influyen en la experiencia de los visitantes.

El patrimonio cultural expuesto por el museo es entendido como recursos que pueden convertirse en producto turístico para los visitantes que buscan una experiencia diferente por lo que apostar por las experiencias del público que a pesar de ser un aspecto subjetivo y muy variado, se refleja en ofrecer exposiciones, actividades complementarias y servicios de calidad para una vivencia significativa, en donde los consumidores relacionan productos, eventos, así como experiencias a su vida (Rivera,2013).

El nivel de satisfacción toma relevancia para muchos autores ya que incide en que la experiencia del visitante sea o no significativa, al ser un factor que afecta directamente a la imagen del lugar, el regreso de las personas y la recomendación a otros visitantes potenciales (Oliveira, 2011). Por lo que este proyecto tiene como pregunta de investigación: ¿Cuál es la experiencia del visitante y cómo incide en el nivel de satisfacción en el Museo de la Acuarela?

### **Delimitación Territorial y Temporal**

La presente investigación se llevó a cabo en un periodo de cinco meses comprendido de junio a octubre de 2022 en el Museo de la Acuarela ubicado en la calle Melchor Ocampo 105, Barrio de la Merced Alameda en el Centro Histórico de Toluca de Lerdo, municipio que se localiza en la zona central del Estado de México,

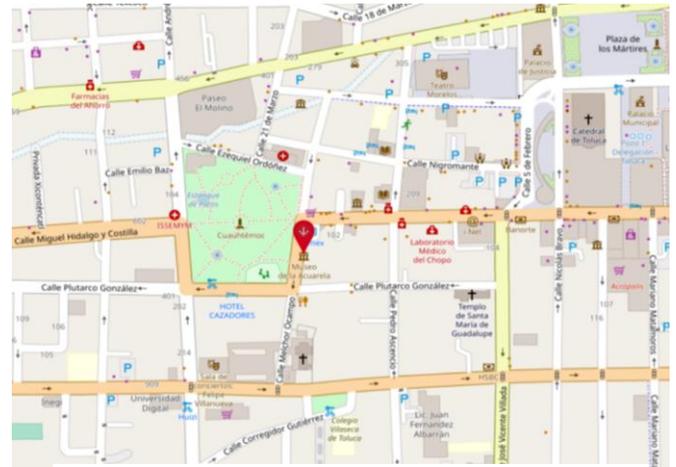
La zona delimitada para la investigación es en el museo de la Acuarela en donde se estudió la experiencia de los visitantes, correlacionando con el nivel de satisfacción que tienen con base en los servicios, actividades y exposiciones brindados por la institución cultural, los cuales son considerados elementos que inciden en su experiencia.

Figura 1. Localización del Municipio de Toluca de Lerdo. Estado de México.



Fuente: Ayuntamiento de Toluca (2016)

Figura 2. Museo de la Acuarela del Estado de México.



Fuente: Sistema de información cultural (2020)

## Delimitación Conceptual

Para el desarrollo de la investigación se empleó conceptualizaciones de diversos autores como Kotler, Keller, Sancho, la Organización Mundial del turismo, entre otros, centrándose en conceptos psicológicos y de mercadotecnia, de igual forma, se tomará en cuenta el modelo del Centro Universitario de Estudios Turísticos 2012 (CESTUR) retomado por Madrid, Cerón y Vargas (2013) debido al análisis que permitió hacer de la relación satisfacción- experiencia de los visitantes en el museo de la Acuarela, este modelo expone los posibles elementos de la satisfacción como imagen, acceso, servicios, atractivos, costos y finalmente la experiencia, definida por diversos autores como Miller, García y con revisión del manual de experiencia turística para conocer los elementos de esta y como interviene en los visitantes de un museo que conjunto con la propuesta de modelo de Madrid (2013) permite evaluar la posibilidad de que un turista satisfecho recuerde, recomiende o regrese al lugar (Herrera, 2015).

## JUSTIFICACIÓN

La oferta que tiene el Museo de la Acuarela es uno de los elementos claves para que incrementen las visitas y crezca la demanda, por lo que es importante considerar el nivel de satisfacción de los visitantes, así como de los elementos que la determinan para lograr una experiencia positiva, significativa y que supere las expectativas. Así, esta investigación permitirá mostrar la experiencia que tienen las personas en su estadía en el museo y la incidencia que tiene en el nivel de satisfacción, esto para el fortalecimiento museológico en la Ciudad de Toluca.

Por consiguiente, se justifica la elaboración de esta investigación para aportar nueva información acerca de la experiencia y el nivel de satisfacción en los museos, que son un espacio en el que tienen un número reducido de estudios acerca de este tema, así mismo, da paso al impulso de futuras investigaciones que aporten a la mejora tanto de los museos como de la experiencia de los visitantes, así también será marco de referencia para estudios en diferentes museos incluso a nivel nacional.

## **OBJETIVO**

Objetivo General: Analizar la experiencia del visitante del Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción para el fortalecimiento del museo.

Objetivos específicos:

- Identificar los elementos que constituyen la experiencia memorable del visitante.
- Medir el nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, el acervo y los servicios en el Museo de la Acuarela.
- Definir la manera en la que la experiencia obtenida por el visitante se correlaciona con el nivel de satisfacción en su visita.

Por tanto, se desprenden las siguientes hipótesis de trabajo:

- <sup>H1</sup>Los elementos como el concepto, el acomodo, la iluminación, la interpretación y las actividades constituyen una la experiencia memorable en el visitante del museo de la Acuarela (MA).
- <sup>H2</sup>El nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, la imagen, el acervo y los servicios se en el momento de visita es satisfactorio en el MA.
- <sup>H3</sup>La experiencia obtenida por el visitante se correlaciona directamente con el nivel de satisfacción en su visita.

## METODOLOGÍA

La investigación opta por un enfoque mixto, debido a que constituye un mayor nivel de integración que permite tener una perspectiva más profunda con una mejor exploración de datos, el enfoque cualitativo ayudará a analizar y describir la experiencia de los visitantes a través de la observación y la revisión documental lo que se complementa con el enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de datos con base en la medición numérica, el conteo así como el uso de la estadística para comprobar la hipótesis que emana de las particularidades estudiadas.

El estudio se centra en la estructura del método hipotético-deductivo, basado en un ciclo de inducción-deducción- inducción para poder comprobar o refutar la hipótesis planteada, tiene un diseño no experimental un corte transversal al no controlar deliberadamente ninguna de las variables en cuestión y se realizó en un solo momento mostrando las características del fenómeno tal cual se observa. Así mismo se tiene un alcance explicativo porque el trabajo pretende analizar la experiencia del visitante y exponer su incidencia en el nivel de satisfacción del Museo de la Acuarela

Se trata de una población infinita al tratarse de 600 visitantes al mes en el museo de la Acuarela de acuerdo con las estadísticas que tiene el museo. El tipo de muestreo es no probabilístico debido a que se decide de manera arbitraria o consciente los elementos elegidos que se va a incluir en la muestra (Cortés, 2004). La técnica de selección es por sujetos de conveniencia que cumplan con el criterio de ser visitantes del museo de la Acuarela de la ciudad de Toluca. De acuerdo con el cálculo estadístico de una muestra de población infinita se consultarán a 240 visitantes ( $p= 50\%$ ;  $q=50\%$ ;  $z=95.44\%$ ;  $e=5\%$ ).

Para la recolección de datos se empleó una encuesta a los visitantes del Museo por medio de una encuesta auto-administrada a los sujetos seleccionados. Para ello se hizo uso de un cuestionario con escala tipo *Likert* que se aplicó presencialmente, por medio de un código QR en las instalaciones del museo e invitando a las personas a responderlo por medio de redes sociales como Facebook e Instagram y través de la plataforma de *Google forms*.

El cuestionario consta de tres partes, la primera para conocer los datos sociodemográficos y psicográficos de los visitantes, con la intención de conocer tanto el perfil como la motivación de visita de las usuarios del museo, la segunda sección es para identificar el nivel de satisfacción con respecto a las instalaciones, productos y servicios incluyendo a la accesibilidad que tienen personas con discapacidad, de igual manera, la última sección se centra en la vivencia subjetiva y memorabilidad que tienen los usuarios con respecto a estos elementos. Una vez obtenidos los datos se ordenaron y analizaron empleando el programa *Excel*.

Así mismo se realizaron cinco entrevistas abiertas por conveniencia aplicadas a algunos visitantes del museo de la Acuarela para conocer más a fondo cómo fue la experiencia y como esta incidió en la satisfacción, posteriormente se hizo una interpretación de las respuestas. Además, se llevó a cabo una entrevista al director del museo en función de sus estrategias y servicios que ofrece en el recinto para generar una experiencia recreativa y garantizar la satisfacción del visitante.

# **CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE, VISION DE LOS MUSEOS, LA EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN CULTURAL**

## **1.1 Antecedentes del conocimiento del tema**

Los museos ofrecen experiencias intangibles a los visitantes que pueden ser generadas por objetos o sucesos, en los cuales existen elementos o actividades que conforman dicha experiencia como colecciones, exposiciones, interpretaciones, talleres, servicios, etc. que van a influir en la satisfacción final de las personas, en donde se tiene como efecto una reacción emocional en todo el proceso de consumo y posconsumo del servicio, sin embargo, esta experiencia final puede ser positiva o causar desagrado, por lo que se puede evaluar continuamente con instrumentos de nivel de satisfacción que son un factor clave para la toma de decisiones, la mejora y fortalecimiento de la experiencia de los visitantes en los museos a nivel global.

La satisfacción del visitante se ha abordado en diferentes estudios que engloban la percepción del cliente sobre la calidad, que se basan en sus experiencias pasadas, las cuales son revisadas en cada encuentro posterior, en donde se consideran sus expectativas e intenciones de visita (Morillo, 2016) se han llevado a cabo estudios de público para conocer dichas necesidades de recreación de un público potencial, de igual manera estas investigaciones se centran en determinar si los visitantes tanto extranjeros como nacionales están satisfechos con las exposiciones que se presentan en el museo, los servicios, la atención que se brinda, entre otros elementos que son determinantes en el retorno, la fidelidad, la recomendación de las personas y sobre todo en la mejora de la experiencia de cada visitante.

En este capítulo se presenta un estado del arte derivado de tesis, artículos de revistas indexadas, que para ambos casos no va más allá de cinco años atrás a la fecha y se centra en el abordaje de la experiencia y la satisfacción como formas de estudios vinculadas con los museos. Esta investigación de segundas fuentes nos permitió conocer cómo es que el grado de satisfacción y su relación con la experiencia del visitante permiten dar dirección al trabajo, al tiempo que muestra el impacto que tienen los niveles de satisfacción en la experiencia de los visitantes en diversos lugares culturales, así como la importancia de conocer las necesidades de los turistas al visitar un museo, determinar las características, motivaciones e intereses contemplando la percepción actual de los visitantes con la reactivación de estos espacios a raíz de la Pandemia de COVID-19 ,con la finalidad de acrecentar la satisfacción, avenida por la experiencia que tiene cada persona al estar en contacto con las exposiciones y actividades que ofrece la institución cultural de destino.

Mamani (2017) Satisfacción del visitante a museos con respecto a la calidad del servicio en los Museos Municipales de la Calle Jaén, se centra en el campo de la calidad de los servicios que prestan los museos, siendo un tema que no ha sido prioritario, por esto, la distribución de presupuestos para mejorar han sido mínimos, lo que evita conocer y determinar el nivel de satisfacción de los visitantes y por ende cumplir con las normas de calidad en los servicios, este estudio tiene el objetivo establecer el nivel de satisfacción del visitante a museos respecto a la calidad del servicio que prestan los museos, en este caso, el estudio se realizó en los museos Municipales de la calle Jaén a través de una investigación cuantitativa de tipo descriptiva, no experimental transversal, aplicaron instrumentos como la entrevista, la observación y la encuesta con base en el modelo *Servperf* para determinar el

nivel de satisfacción del visitante del visitante nacional y extranjero en rango satisfactorio, sin embargo, se espera que los servicios ofrecidos por los museos municipales cubran los requerimientos y necesidades de los turistas al brindar servicios de calidad integral, que no se apoyan solamente en ciertos indicadores, se espera ver calidad en cada componente que hace a los museos.

Melgar *et al* (2017) Museos y consumo cultural. Percepciones y experiencias en la Noche de los Museos, con el objetivo de conocer las percepciones construidas sobre experiencias del público durante la Noche de Museos, el artículo desarrolla un estudio exploratorio y descriptivo sobre percepciones y experiencias en tres museos de la ciudad de Río Cuarto, con un método de pensar hipotético- deductivo y un enfoque cuantitativo, se empleó un cuestionario organizado. Los resultados muestran que la curiosidad y la posibilidad de visitar museos de noche son dos de las motivaciones mencionados por el público consultado durante el estudio, se puede destacar que la Noche de Museos es un evento que atrae a públicos diversos que participan por diferentes motivos, es significada como un espacio para compartir, para conocer, para ‘vivenciar’ la cultura, una fiesta, una oportunidad de ‘invadir’ e intervenir el espacio público, así también se destaca que el estudio acerca de las experiencias de los visitantes desde la perspectiva del consumo cultural, resulta relevante como instrumento para la planificación de futuras ediciones al considerar aspectos valorados y demandas

Muñoz-Arézaga (2017) Desarrollo de estudios de públicos de museos en México. Una visión introductoria, expone una revisión del desarrollo de los estudios de públicos de museos en México al considerar el consumo cultural, la perspectiva educativa y la experiencia museográfica, que en conjunto representan una línea de estudios que alientan a la comprensión de formas de interacción entre museos, la construcción de conocimiento presentada centrándose en un enfoque cualitativo, con método de pensar inductivo, de tipo descriptivo y la utilización de instrumentos como la observación y la revisión bibliográfica, como resultado se obtuvo que existen muchas potencialidades en los estudios de público, sin embargo, el impacto o el uso que le dan los museos no ha sido contundente o la retroalimentación no es tan rápida y se deben de tomar en cuenta para futuras exposiciones. Así mismo es importante reflexionar sobre la función educativa y la multiplicidad de elementos con que cuentan los museos.

Paico y Zeña, (2017) La calidad percibida del turista y su relación con la satisfacción en el servicio de los Museos de la Provincia de Lambaye, cuyo objetivo es determinar la relación entre la calidad percibida del turista y el nivel de satisfacción en el servicio de museos de la provincia de Lambayeque, la metodología utilizada fue cuantitativa, con un método de pensar hipotético-deductivo y el tipo de investigación fue no experimental, el instrumento utilizado fue cuestionario a los turistas de los museos de esta provincia. Los resultados de la investigación manifestaron que las percepciones de los turistas son superiores a sus expectativas y evidenciaron que el 78.3% de turistas están satisfechos con la calidad de los servicios sin embargo el nivel de satisfacción depende del lugar de procedencia, la conclusión destaca que de esta forma se puede conseguir la lealtad de carácter actitudinal del cliente, de igual manera se determinó que la calidad percibida y el nivel de satisfacción juegan un papel muy importante dentro de las instituciones turísticas para tener mayores ingresos.

Sotelo (2017) El perfil y nivel de satisfacción de los visitantes al museo arqueológico de la Universidad Católica de Santa María y una propuesta de mejora, Arequipa, 2017, investigación permite determinar las características, motivaciones e intereses más resaltantes y la satisfacción de

los turistas que periódicamente visitan el Museo Arqueológico de la Universidad Católica de Santa María, para poder determinar sus expectativas y su respuesta final frente a la oferta turística, se identifica el potencial turista en el museo por medio de un enfoque cuantitativo, con un método de pensar inductivo ya que describe la realidad y un método de trabajo analítico, se aplicaron cuestionarios a los visitantes de dicho museo, se tuvo como resultado que la motivación de los turistas destaca por sus preferencias hacia el conocimiento y estudio e investigación de la cultura de la Región Arequipa, en donde se buscan experiencias culturales enriquecedoras que despierten aún más su interés por la riqueza patrimonial de igual manera, la investigación permitió plantear una propuesta a través de un análisis FODA para la mejora, promover y difundir el Museo con el fin de permitir el crecimiento del turismo receptivo en espacios de encuentro y acercamiento con el turista

Chiriboga *et al* (2018) Calidad del servicio y su impacto en el turismo cultural: estudio de caso Museo Municipal, artículo acerca de la calidad del servicio y la satisfacción en el turismo cultural, en especial en los museos, que son entidades que conectan la cultura con los visitantes por lo que tiene como objetivo medir la calidad del servicio en el Museo Municipal de Guayaquil con base a la percepción de los visitantes con un enfoque mixto con un método de pensar hipotético-deductivo, descriptivo y exploratorio lo que permitió aplicar como instrumento 203 cuestionarios de 24 ítems basados en el modelo SERVPERF, el cual solo toma en cuenta la percepción de los clientes, en este caso visitantes, sobre los servicios brindados en el Museo Municipal, los resultados mostraron que a pesar de tener un buen rango de satisfacción al cliente, es imprescindible estar en la búsqueda de la mejora continua por medio de un instructivo de gestión en el campo laboral así también se destaca el sistema de gestión integrada de los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal para el ejercicio de sus actividades y capacidad de resolución de problemas que se susciten, preparados con alternativas contingentes lo que puede evitar que el visitante quede insatisfecho y al contrario, que sus expectativas sean suplidas y superadas.

Chirinos, Hualan y Palomino (2018) Propuesta de mejora de calidad para los servicios brindados por un museo a partir de la identificación y análisis de factores significativos que influyen en la satisfacción del visitante. Caso: Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, tienen como objetivo generar una propuesta de mejora de calidad del servicio para el MNAHP en base a los factores significativos que influyen en la satisfacción del visitante de 18 a 29 años. El estudio tiene un enfoque mixto, debido a que utiliza tanto el método cualitativo como cuantitativo para profundizar la investigación con un diseño no experimental con instrumentos de recolección de datos como revisión de literatura, cuestionarios, entrevistas 72 semiestructuradas, grupos focales, encuestas y observación, los resultados destacaron que presenta deficiencias organizacionales como la ausencia de mediadores, la poca presencia del área educativa, falta de comunicación estratégica en la oferta de los servicios complementarios del museo y poca constancia en brindar elementos interactivos para los visitantes, por lo que la propuesta de mejora de calidad del servicio, busca que la organización logre conseguir el retorno del visitante de 18 a 29 años por otro lado se busca trabajar en conjunto con la organización de todas las áreas del museo para lograr la implementación de las acciones al año de ejecución.

Montes de Oca (2018) Satisfacción del visitante al museo de sitio Bodega y Quadra en el Centro Histórico de Lima, 2018, señala que las mediciones de satisfacción de cliente son vitales para la mejora continua. Todo lo aprendido y aplicado es reflejado finalmente en el hecho si llegaron o no a

satisfacer su demanda y los visitantes determinan si los diferentes aspectos del museo logran cumplir sus expectativas con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción del visitante al museo de sitio Bodega y Quadra en el Centro Histórico de Lima, con enfoque cuantitativo, de tipo aplicada – descriptiva y de diseño no experimental. Se aplicó como técnica para la recolección de datos la encuesta y el cuestionario como instrumento. Esta investigación obtuvo como resultado que el nivel de satisfacción de los visitantes se encuentra en 3 de 5, se llegó a la conclusión que las dimensiones utilizadas están en promedios medios, de igual manera se destaca que para ser un museo que no realiza mucha publicidad, son buenos niveles de expectativa y que el principal comentario que se percibe es la falta de un guía por lo que son los factores que pueden mejorar con diversos métodos para aumentar los niveles de satisfacción en comparación con la competencia.

Molina (2018) Análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito, tiene como objetivo analizar las motivaciones, los patrones de consumo, el perfil sociodemográfico y la imagen que tienen los turistas que visitan atracciones culturales en el Centro Histórico de Quito, para diseñar un plan de estrategias y acciones operativas que dinamicen las actividades turísticas culturales en el Centro Histórico mediante, se recurre a un enfoque cuantitativo, con un método de pensar hipotético-deductivo y un método de trabajo explicativo, se utilizaron instrumentos como encuestas a turistas nacionales e internacionales, se llegó a los resultados que muestran el perfil de los visitantes, los cuales son nacionales y extranjeros con la motivación de conocer el atractivo histórico, la gastronomía y los eventos culturales programados del Centro Histórico, los cuales están satisfechos con su estancia y con las expectativas de acuerdo a su visita, sin embargo aún se tienen áreas de oportunidad como la mejora de la imagen del destino, la accesibilidad y la capacitación turística para mejorar la satisfacción de los visitantes en el Centro Histórico de Quito.

Aliste *et al* (2019) Evaluación de los servicios al público turista ofrecidos por los museos. El caso de los museos universitarios en Valdivia (Chile), establece un análisis con base en la evaluación de las dimensiones: alrededor del museo, interior del museo, personal de atención, estacionamiento, museografía, baños, áreas de recepción y folletería, como expresión del grado de satisfacción de los visitantes, con un enfoque cuantitativo, el método de pensar hipotético deductivo, con de carácter exploratorio, a través de encuestas a los visitantes de dos museos del Valdivia en los cuales los resultados arrojaron que la evaluación de los servicios turísticos en los museos universitarios de Valdivia facilita la determinación de brechas en la calidad de las dimensiones medidas, además, se detectaron brechas que permiten ser un insumo para la planificación futura por parte de la administración correspondiente del museo, con el fin de realizar una mejora continua a la gestión realizada y alcanzar los objetivos de la Dirección Museológica de la UACH, concretamente en la perspectiva de los usuarios.

Casós (2019) Calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, determinó la relación que existe entre la de calidad del servicio y la satisfacción del turista en la casa de cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos para saber el turista está conforme con el servicio ofrecido en la casa de la cultura ya que en diversos centros culturales de la región los servicios, mantenimiento, la autoridad local y el presupuesto han sido factores para la disminución de visitas, centrándose en un enfoque cuantitativo, un método de pensar hipotético-deductivo, de carácter descriptivo correlacional, no experimental, y se utilizó como

instrumento cuestionarios a turistas que ingresan la casa de cultura, los resultados arrojaron que si hay una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, debido a que dentro de la prestación de servicio existe turistas insatisfechos, ya que los requerimientos son muy altos y se encuentran por debajo de las expectativas del turista, por lo que se reflejan importantes aspectos para mejorar el servicio turístico y aumentar las ofertas de tal manera que se tenga un nivel de satisfacción alto entre las expectativas, percepciones y la calidad real del servicio.

González (2019) Determinantes de la satisfacción del visitante de los museos de la provincia de Santa Elena, con el objetivo de identificar los determinantes de la satisfacción del visitante de los museos de la Provincia de Santa Elena, el estudio es exploratorio con un enfoque cuantitativo, un método de pensar inductivo, se aplicaron instrumentos como encuestas mediante la escala de Likert y fichas de observación con base a esto, los resultados arrojaron que el nivel de calidad del producto así como servicio adquirido por los visitantes se encuentra dentro de un rango de calidad satisfactorio, en donde se toma en cuenta la atención, amabilidad, preparación y profesionalismo por parte de los trabajadores de los museos escogido, también el diseño, decoración y temática de las instalaciones, por lo que debe existir un equilibrio tanto con el producto y el servicio brindado para ser considerado de calidad y con ello logre la satisfacción de los consumidores o visitantes de un destino turístico.

Farías (2020) Museos en Tiempo de COVID-19, tiene como objetivo realizar un análisis de las medidas adoptadas, por los museos españoles durante el estado de alarma decretado por el Gobierno Español efectuando un análisis de los seminarios web surgidos durante el estado de alarma, donde se discute concretamente las reacciones y acciones tomadas por los museos españoles durante y post pandemia, el enfoque de la investigación fue cualitativa, siendo un estudio exploratorio con un método de investigación observacional, mediante la adaptación de la técnica del análisis de contenido, procediendo a una codificación abierta, a partir de la cual se obtuvieron cinco categorías para presentar los resultados, los cuales arrojaron que los museos que tenían digitalizadas sus colecciones tuvieron la posibilidad de crear y publicar contenidos adaptado a las circunstancias excepcionales que se estaba viviendo, logrando mayor visibilidad, fidelizando y atrayendo nuevos públicos. Con lo cual, el uso de la tecnología es y será clave en este sector, no solo por permitir el acceso a la cultura, sino como medida de prevención sanitaria.

Bazán, *et al* (2021), La consideración de la satisfacción del visitante como parte de una metodología integral de evaluación, expone la aplicación, mediante estudios de públicos, de un modelo de satisfacción en cuatro museos de Argentina, con el objetivo de indagar cómo las variables propias del visitante, y que éste lleva al museo, y sus percepciones particulares de la experiencia que el museo le ofrece afectan su satisfacción con la visita, el estudio el modelo teórico que en él se presenta, se desarrollaron en el marco del enfoque cognitivo-afectivo, como instrumento de medición se realizó un cuestionario sobre psicología y psicología ambiental, museología y estudios de públicos, turismo y marketing, condiciones desarrollado para aplicarse en estudios de públicos, comprobando que el desarrollo de herramientas y metodologías permitan medir el grado de satisfacción en los visitantes para las decisiones de gestión en museos y así ampliar el panorama de las evaluaciones, mediante la medición de cuánta participación tienen en la formación de la satisfacción tanto las variables propias del perfil del visitante como las que son factibles de ser intervenidas por el museo.

Mera (2021) Satisfacción Del Visitante Nacional con Respecto a la Calidad de Servicio en el Museo Arqueológico Nacional Brüning, Lambayeque, tiene como objetivo como objetivo principal determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional con respecto a la calidad de servicio en el museo, empleando un enfoque cuantitativo, utilizando como instrumento un cuestionario para a visitantes nacionales, la investigación tuvo un alcance explicativo y diseño no experimental-transversal, teniendo como resultado que el nivel de satisfacción del visitante nacional con respecto a la calidad de servicio que brinda el Museo Arqueológico es medio desarrollando estrategias que van relacionadas con la capacitación del personal, y reforzar sus técnicas de atención al cliente, asimismo diseñar manuales de organización, funciones y atención al visitante.

Longhi-Heredia et al (2022) Estrategias digitales museísticas durante la pandemia: Museo Nacional del Prado y Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, presenta como objetivo analizar las estrategias digitales efectuadas las dos instituciones museísticas españolas para entender cómo las funciones esenciales reseñadas por la UNESCO (investigación, preservación, educación y comunicación) fueron implementadas durante la pandemia. Es un trabajo exploratorio, la técnica de análisis mixto, cualitativo para observar y describir las acciones difundidas en páginas web de los museos y cualitativo para catalogar las estrategias que las instituciones culturales elaboraron en relación con la propagación, difusión de material y recursos culturales. Los resultados de dicha investigación indicaron que las funciones comunicativas fueron las más empleadas junto a las educativas. Las tecnologías digitales enfocadas a la educación tuvieron como epicentro las redes sociales y numerosas iniciativas que ayudaron difundir el patrimonio español durante la crisis sanitaria.

A manera de reflexión se puede encontrar que el nivel de satisfacción se ha estudiado en diversos museos del mundo como México, Argentina, Perú, Ecuador, entre otros países, sustentados en tesis, revistas, libros y artículos científicos dando paso a conocer las áreas de oportunidad que tienen estas instituciones y cómo pueden contribuir a tener un turismo cultural en donde los visitantes tengan una vivencia de calidad y por ende un retorno.

Al analizar las investigaciones anteriores se rescató que cada autor resalta la importancia de implementar estudios de satisfacción que tienen las personas al visitar un museo debido a que los servicios, la ambientación, la oferta, las exposiciones, la imagen, el personal, entre otros elementos impactan significativamente tanto en la percepción como en la experiencia del visitante, al tener un impacto en su aprendizaje, retorno y su recomendación.

De igual manera se rescata la relevancia que tiene el conocer al público para saber sus preferencias y necesidades que van cambiando debido a las nuevas tendencias de acuerdo con el contexto como lo es la pandemia de COVID-19 en el que la industria del turismo se tuvo que adaptar del mismo modo los espacios culturales deben conocer las nuevas exigencias de los visitantes de tal forma que se pueda trabajar en ello y tener experiencias seguras y más satisfactorias.

Dicho lo anterior los autores que se consultaron ocuparon métodos de trabajo con enfoques cuantitativos, en la mayoría hipotéticos-deductivos donde se utilizaron diversos instrumentos como la observación y encuestas con escalas tipo *Likert*, estudios de público y con base al modelo *SERVPERF* para conocer la percepción de los visitantes con dicho tema, esto permite ver los

elementos y el nivel de satisfacción desde diferentes perspectivas en diversos museos; para tener un panorama más amplio acerca de la experiencia de los visitantes así como el fortalecimiento del turismo cultural, es necesario conocer los conceptos básicos que utilizan estos autores de tal forma que se tenga una mejor comprensión en la investigación, a continuación se presenta el capítulo dos en el que se desarrollan las definiciones de estos términos.

## **CAPÍTULO II MARCO TEORICO CONCEPTUAL: MUSEO, EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN**

### **2.1 Museo como Atractivo Turístico**

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (OMT, 2022). Por otra parte el término turista se define como aquellas personas que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos, se denominan visitantes cuando se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar o país visitado, según corresponda a un visitante interno o un visitante internacional (Naciones Unidas, 1994), a diferencia de un excursionista no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar o país visitado, según la Organización Mundial de Turismo.

Según las actividades a desarrollar en el viaje es la tipología del turismo, dentro de esta se encuentra el turismo cultural que corresponde a la actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. La OMT (2022) refiere que estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones

Para Carjaval y Lemoine (2018) Un atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico que fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita.

Tomando en cuenta lo anterior, el turismo cultural tiene como objetivo permitir que el viajero tenga una experiencia de enriquecimiento a través de una inmersión en los diferentes atractivos turísticos culturales del lugar que visitan como lo son los museos como parte del patrimonio de lugar, siendo un espacio en donde se conserva el patrimonio que ha a través de la historia ha adquirido valor, diversos autores han realizado estudios en estos espacios por lo que se ha conceptualizado de diferentes maneras, el concepto ha tenido un proceso de evolución, de forma que, en su origen, los

museos han sido considerados como campos santos póstumos, mausoleos o santuarios, lugares en los que simplemente se presentaban obras, hoy en día se ha convertido en un lugar de estudio e investigación.

El Consejo Internacional de Museos (ICOM) define a los museos como institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesible e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad, con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos (ICOM,2022).

Por otra parte, el Instituto de Museos y Bibliotecas de Estados Unidos (2017) describe el museo como una agencia o institución pública o privada sin ánimo de lucro organizada de forma permanente con propósitos esencialmente educativos o estéticos que, con un personal profesional, posee o utiliza objetos tangibles, cuida de ellos y los exhibe al público en forma regular.

Para Carreton (2018) Son instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural. La función del museo puede sintetizarse en tres aspectos o ejes fundamentales: Conservación, Investigación y Exhibición; como producto cultural, los museos buscan generar mejores experiencias que sean significativas para todo público a través del acervo y de sus servicios.

También pueden ser considerados museos los centros científicos, los planetarios, los jardines botánicos y zoológicos, los acuarios, vivarios, sitios arqueológicos e históricos, los institutos de conservación, bibliotecas, archivos.

Con respecto a las propuestas se puede considerar que el museo es una institución en donde se expone el patrimonio de un lugar el cual puede tener una temática, con propósitos educativos y de recreación para la sociedad, se destaca que es sin fines lucrativos, es un lugar permanente ya que se encuentra en su mayoría en un espacio físico y se puede considerar como un atractivo turístico, de igual manera son abiertos al público, el museo existe, con colecciones, actividades y servicios que complementan (tienda, cafetería, baños, etc.) para servir a los visitantes.

En 1977 la ONU declaró el 18 de mayo como Día Internacional de los Museos teniendo como objetivo concienciar sobre el hecho de que los museos son un importante medio para el intercambio cultural, el enriquecimiento de las culturas, así como para el desarrollo de la comprensión mutua, de la colaboración y de la paz entre los pueblos; en el 2022 el lema fue “El poder de los museos” recordando que tienen el poder de transformar el mundo que nos rodea. Como lugares incomparables de descubrimiento, nos enseñan nuestro pasado y abren nuestras mentes a nuevas ideas, dos pasos esenciales para construir un futuro mejor, a través de tres lentes:

- **El poder de lograr la sostenibilidad:** Los museos son socios estratégicos en la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Como actores clave en sus comunidades locales, contribuyen a una amplia variedad de Objetivos, que incluyen el fomento del cortocircuito y la economía social y la difusión de información científica sobre los retos medioambientales.
- **El poder de la innovación en la digitalización y la accesibilidad:** Los museos se han convertido en terrenos de juego innovadores donde se pueden desarrollar nuevas tecnologías y aplicarlas a la vida cotidiana. La innovación digital puede hacer que los museos sean más accesibles y atractivos, ayudando al público a entender conceptos complejos y matizados.
- **El poder de la construcción de la comunidad a través de la educación:** A través de sus colecciones y programas, los museos enhebran un tejido social que es esencial en la construcción de la comunidad. Al defender los valores democráticos y ofrecer oportunidades de aprendizaje permanente a todos, contribuyen a conformar una sociedad civil informada y comprometida.

Los museos buscan el equilibrio entre el acervo que exponen y los servicios que ofrecen para atraer mayor cantidad de público, entre ellos, los turistas, en cada lugar ya sea nacional e internacional en los recorridos turísticos siempre existe un punto en donde se visita un museo, hoy en día los espacios se acercan más al mundo del entretenimiento y del ocio (Cogo, 2013).

Es por esto la importancia de la imagen de museo, sus políticas y su gestión se tenga en cuenta el interés del público para atender demandas del turismo cultural, con el propósito de aumentar sus niveles de visitas, generación de renta propia y control de gastos operacionales, al mismo tiempo que se preserva el patrimonio y su función educacional y genera experiencias como en cualquier destino turístico.

Al tomar a los museos como atractivo turístico, se puede definir que los productos del museo son sus exposiciones temporales y permanentes, programas, catálogos y servicios que se pueden ofrecer, por otro lado, los consumidores son los visitantes tanto habituales como potenciales, de tal manera que se pueda relacionar al identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los usuarios de forma eficiente para que a partir de las nuevas tendencias, gustos, actitudes y opiniones se crean herramientas de marketing cultural, sin perder la esencia de un recinto museológico pero no quedándose rezagado (Pastor,2002).

## 2.2 Experiencia turística

Si la motivación de viaje es conocer la cultura de un lugar y acuden a museos se pueden considerar como excursionistas o visitantes los cuales según el Instituto Nacional Estadística y Geografía define como la persona que estuvo en el establecimiento para observar algún tipo de exposición o colección, al visitar un espacio cultural como lo son los museos, se va generando una experiencia que puede ser satisfactoria o de desagrado.

Entonces la experiencia como un elemento humano del conocimiento inmerso como un elemento cualitativo en los museos, es que, el concepto de experiencia se incorpora en la medición de la satisfacción, en este estudio, al estar directamente relacionadas con las emociones que se consideran positivas o negativas que produce un lugar y es capaz de generar en los consumidores, Herrera (2015) describe a la experiencia el evento que el visitante encuentra memorable y sostenible a través del tiempo que, inclusive desea repetir y promover, lo cual es uno de los objetivos de medir la satisfacción el conseguir un alto nivel para el retorno al lugar, en este caso, al museo.

Por otro lado, Miller (2003) señala a la experiencia turística de los visitantes como el intercambio dinámico entre el público, y un entorno recreativo, en donde existen dos enfoques, el positivo y los detractores que son elementos dentro del entorno que el visitante percibe como una disminución de la calidad de la experiencia, al igual desarrolla una ley que define que nuestra capacidad limitada de procesar información se reduce a siete, es decir, en un margen de procesamiento de estímulos y elementos guardados en nuestra memoria de trabajo, lo cual se tiene que considerar en el momento del diseño de rutas, experiencias y sitios de tal manera que sean fáciles de procesar y recordar (García,2007).

La experiencia se presenta como el verdadero producto turístico que se compone de un conjunto de sensaciones, percepciones, emociones y vivencias personales a partir de una relación existente entre sujeto y entorno, que el turista y/o visitante experimenta al realizar un viaje a un destino determinado que no permanece pasiva ni estática, tienen el propósito de impactar auténtica y significativamente al aprendizaje o un cambio en el modo de vida de los visitantes (Cruz, 2018).

Vergopoulos (2016) considera que para describir y calificar la experiencia existen tres variables contextuales que definen una situación turística, la primera se trata del espacio el cual es un proceso interactivo entre el turista y el espacio, en este caso, del visitante con el museo, en donde se toma en cuenta el proceso expo-gráfico (objetivo, concepto, documentación, guion científico y museográfico, actividades paralelas); destacando el guion museográfico que conlleva distribución de las salas, iluminación, olor, color, etc.

En cuanto al montaje, conlleva la capacidad del espacio en cuanto a la cantidad de obras que estarán en las salas para que los espectadores perciban un orden como se muestra en la figura 4, en donde se percibe diferentes tamaños en las obras pero tienen secuencia; según el Programa Fortalecimiento de Museos, 2014 propone la siguiente fórmula para la distribución del espacio en donde el resultado de la operación indica que la medida de obra es menor que la de los muros o del espacio total, las obras caben adecuadamente. Por el contrario, la medida de las obras fuese mayor, se deben diseñar métodos para aumentar la superficie de montaje:

Figura 3. Manejo del espacio



Fuente: Programa Fortalecimiento de Museos (2014)

Figura 4. Acomodo de obras

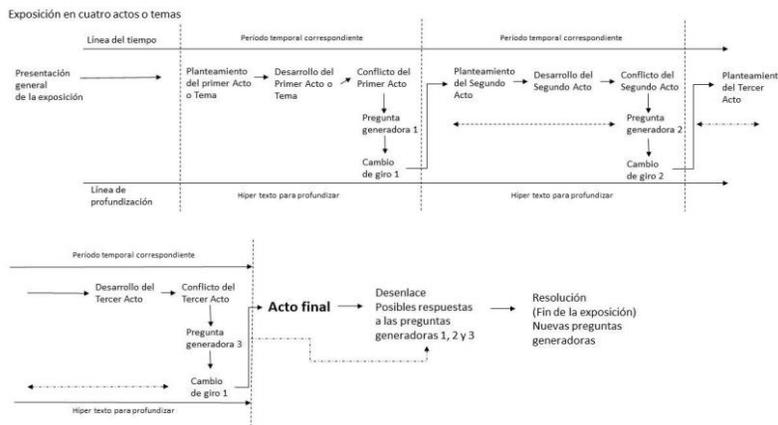


Fuente: Free Birds Magazine (2020)

Tener el diseño gráfico para la exposición permite lograr el propósito de comunicar la historia y el montaje de forma que los visitantes entiendan el mensaje del museo, para ello es fundamental la documentación y el guion científico que dará paso a una mejor comprensión de las obras presentadas.

Galindo, 2018 propone el siguiente esquema general para la elaboración de la estructura narrativa de las obras y donde tendrá lugar en los paneles de información, cedulas museográficas y fichas técnicas de cada obra, las cuales deben ser dinámicas para que los espectadores se detengan a leer y puedan obtener una mayor aprendizaje tal como se muestra en la figura 6 en donde se presentan imágenes, color, texto, letras, contraste y está colocado delante de las obras así también existe otras formas de exponer información como los recursos digitales los cuales llaman más la atención del público hoy en día.

Figura 5. Guion Científico



Fuente: El Guion Museológico, una herramienta para la seducción.  
Revista de Museología (2018)

Figura 6. Panel de información



Fuente: Pannier Graphics (2020)

En el blog Faro Barcelona,2021 se explica que dentro de un museo se pueden encontrar tres tipos de luz, solar o natural, incandescente y luz fluorescente, de las cuales se debe elegir el tipo de iluminación de acuerdo a la sensibilidad de la obra, para evitar deterioro o algún daño a las piezas artísticas ya que pueden ser susceptibles a los efectos de los rayos ultravioletas, el calor y otras propiedades de la luz así también la forma en la que el ambiente y las obras serán percibidas por los visitantes, en este sentido existen tres estilos para generar una atmósfera armónica:

- La iluminación puntual o de acento para destacar las obras o determinados detalles.
- La iluminación general básica para aportar luminosidad.
- La iluminación uniforme y envolvente, para evitar deslumbramientos, se pueden utilizar luminarias con la fuente de luz bastante hundida.

Figura 7. Iluminación puntual



Fuente: Secretaría de Cultura (2021)

Figura 8. Iluminación general



Fuente: Eve museografía (2019)

Figura 9. Luz uniforme/natural



Fuente: Qmadis (2022)

Como se muestran en las figuras anteriores existen diferentes formas de iluminar el espacio y las obras por ello la iluminación en un museo es uno de los factores más importantes para conseguir varios objetivos como: complementar la función del museo, su parte artística y de conocimiento, crear una experiencia inmersiva para los visitantes, ayudar a preservar las obras de las exposiciones, resaltar los detalles y objetos más importantes, así como orientar y guiar a los visitantes.

Otro elemento que interviene en la apreciación de las obras es el color de las salas, influyendo en la percepción general tanto del tamaño, temperatura y el espacio determinado, así como resaltar los colores de las obras, los colores van a depender al mensaje que se quiera dar ya que van a intervenir en las repuestas del subconsciente transmitiendo diferentes sensaciones y aportando un valor a su experiencia.

Figura 10. Color de salas (cálidos y fríos)



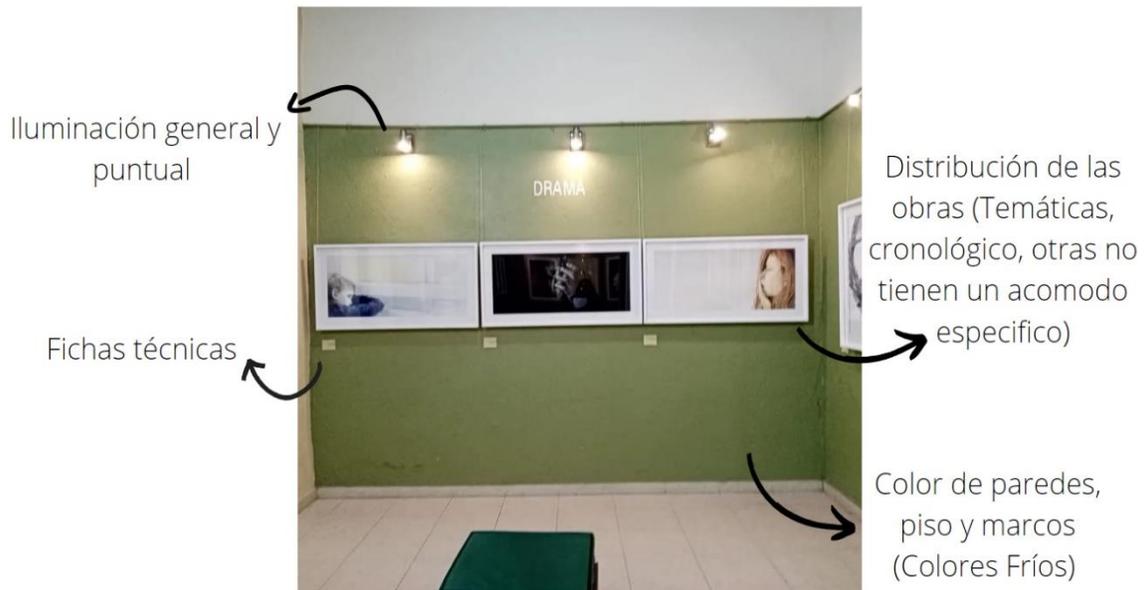
Fuente: El país (2018)

Figura 11. Color de salas (Neutro)



Fuente: Free Birds Magazine (2020)

Figura 12. Sala temporal del Museo de la Acuarela



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo (23 de septiembre 2022)

Otra variable que considera Vergopoulos, 2016 es el tiempo en donde se explica que se produce en un momento concreto de la secuencia temporal, en un tiempo concreto, distinto del cotidiano, así mismo la temporalidad, es decir, que la experiencia comienza desde la planeación de la visita y continúa después del mismo al transmitir lo vivido en el museo con las demás personas para que conozcan qué emociones y conocimientos pueden adquirir de forma positiva o negativa.

Por último, los comportamientos sociales ayudan a describir la experiencia, dado que se produce de manera más general en condiciones presenciales compartidas, lleva a cabo la interacción que la persona tendrá con los demás visitantes, con el personal del museo y con los residentes del lugar en donde se encuentra el inmueble cultural.

La subjetividad en la experiencia es clave para buscar producir un impacto en los visitantes, los procesos internos que viven los turistas determinan en todo momento los efectos que genera la experiencia, por lo cual es importante considerar los siguientes factores antes, durante y después de la visita.

**Tabla 1. Factores de la subjetividad en la experiencia turística de los visitantes.**

Antes de la experiencia	
Expectativas	Las ideas previas de los visitantes en donde intervienen prejuicios, conocimientos, humor, preferencias, preocupaciones, autoestima y vivencias pasadas para asistir al lugar.
Motivación	Pensamientos y emociones que impulsan el interés de conocer el lugar relacionado con las necesidades, deseos o sensaciones personales
Durante la experiencia	
Percepción e interpretación	<p>La percepción es un proceso mental que, con ayuda de nuestro conocimiento previo, da coherencia a los estímulos captados por nuestros sentidos.</p> <p>La interpretación es conjunto de informaciones y explicaciones que dan significado a los atractivos visitados y permite una mejor apreciación</p>
Después la experiencia	
Memorabilidad	<p>La vivencia es recordada positivamente, son aquellas que más se distinguen de lo cotidiano si una experiencia es diferente, original o única será más fácil de recordar.</p> <p>La memorabilidad es parte importante de la satisfacción, de la fidelidad hacia una experiencia y de su posterior recomendación</p>
Satisfacción	Se logra cumplir lo esperado con lo recibido y se cumple más allá de las expectativas en las exposiciones, el espacio, el concepto, las actividades, los servicios, entre otros aspectos.

Fuente: Elaboración propia (2022), con información del Servicio Nacional de Turismo de Chile (2017)

Figura 13. Factores de la experiencia



Fuente: Elaboración propia (2022), con información del Servicio Nacional de Turismo de Chile (2017)

Por otro lado, la diferencia entre un servicio y una experiencia turística es que esta última actúa en un nivel subjetivo, involucrando directamente al visitante. La calidad de un servicio puede ser medida de manera más o menos objetiva y la experiencia se asocia con procesos internos del turista y, por lo tanto, es más difícil de evaluar (SERNATUR,20147) sin embargo para que esta sea de calidad se deben tomar en cuenta las preferencias, actitudes, habilidades y conocimientos previos del turista, algunas características de la experiencia según el Servicio Nacional de Turismo de Chile son:

- Articulación de bienes y servicios habituales por unos menos comunes e integrarlo en un todo para que tenga autenticidad, calidad y produzca nuevos y únicos efectos en los visitantes.
- Integrar múltiples sentidos: como el olfato, el oído, el tacto u otros, para sumergir al turista en el conjunto de estímulos que lo rodea e intensificar su vivencia.
- Las experiencias más memorables y valoradas son aquellas que logran comprometer al visitante en varias dimensiones humanas como la física, la intelectual, la social, la espiritual y la emocional.
- Incorporar una narrativa, esto es, una historia o conjunto de ideas que dé significado, coherencia y organización a todos sus elementos que se despliegue explícitamente en un texto escrito, en las palabras del guía o que esté implícita en actividades que ofrece el inmueble cultural.
- Provocar interacciones con el entorno que vayan más allá de la sola contemplación. Dichas interacciones pueden producirse con el medio material (equipo, infraestructura, naturaleza, etc.) o social (guías, gente local, otros turistas, etc.), y a partir de ellas, el turista se involucra en el desarrollo de su propia experiencia.

Así mismo el Servicio Nacional de Turismo de Chile (2017) en el manual de Experiencias Turísticas definen los elementos estructurales de una experiencia el cual puede ser parte de un museo, se puede visualizar en la figura 13:

**Protagonista:** Persona o grupo de personas que vive la experiencia. La interacción entre los miembros del grupo también puede ser objeto de diseño previo, en este sentido, el público es la razón de ser del museo, con él se cierra el círculo de comunicación del discurso museográfico, cada individuo genera para sí su propia experiencia museográfica; esta dependerá de varios factores, su edad, su condición social, su acercamiento a otras experiencias extra museográficas, el interés en el tema, etc. (López, 2006)

El papel del público que se tiene en el arte ha cambiado a través de la historia, siendo llamados primero espectador, aquel que de manera pasiva aprecia el arte por un valor estético y cultural; posteriormente cuando se adentra las vanguardias es receptor de todo tipo de propuestas visuales con ideologías y finalmente en el siglo XXI, el término usuario se empieza a utilizar, a pesar de ser un concepto relacionado a empresas o mercadotecnia, es un reflejo de la actualidad, en donde existe una gran cantidad de propuestas artísticas, las personas empiezan a buscar nuevas formas de relacionarse con los espacios culturales de forma que hoy en día se están rompiendo paradigmas, por ejemplo con el uso de la tecnología (Villareal,2022, 14m22s).

**Acciones:** Son detonantes para que la vivencia sea positiva, pueden ser acciones nucleares (que definen la experiencia) y acciones auxiliares o de soporte (servicio de baño, comer, descansar, etc.)

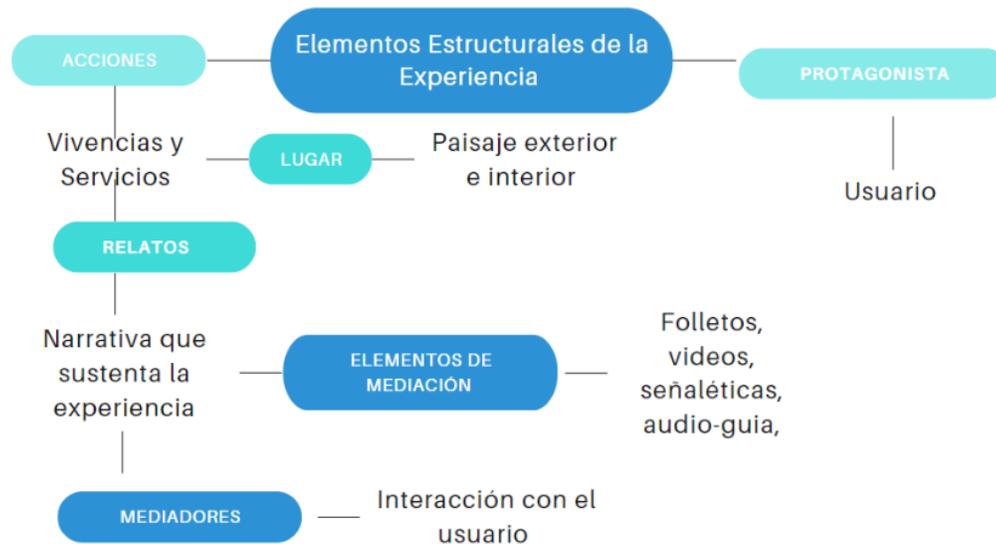
**Lugar:** Incluye paisaje, arquitectura, mobiliario, colores, olores, sonidos, etc. Tiene una dimensión funcional debido a que es donde se llevan a cabo las acciones, pero también una emocional, ya que todos sus componentes contribuyen a la creación de una atmósfera que influye en el ánimo de los protagonistas.

**Relatos:** Es la narrativa que sustenta la experiencia en donde se entregan instrucciones para las acciones, pero también conocimientos y claves de interpretación de lo que se vivirá.

**Mediadores:** A pesar de que no todas las experiencias requieren mediadores es un valor añadido a la misma ya que esta persona puede conducir las acciones e interactuar con el público y enriquecer el lugar y la exposición.

**Elementos de mediación:** Son los medios, objetos e instalaciones como folletos, videos, señaléticas, audioguías, etc. diseñados para proveer claves de interpretación sobre lo que los protagonistas viven en la experiencia.

Figura14. Elementos Estructurales de la Experiencia



Fuente: Elaboración propia (2022) con información del Servicio Nacional de Turismo de Chile (2017)

López (2006) considera que dentro de la planificación en un museo, curadores, investigadores y especialistas organizan la información y seleccionan los objetos que se presentarán, a partir del cual generará propuestas de la imagen: la gráfica, de la cual derivará también la decisión del color, texturas, luz, diseño de las cédulas, la realización de interactivos, maquetas publicidad, posible equipamiento, etc.

La Museología propone tres niveles de comunicación discursiva: emotivo, didáctico y lúdico. El nivel emotivo o ritual se relaciona con la producción de emociones en el espectador, en el plano estético o evocativo. Se trata de desencadenar ambientes que reproduzcan escenarios y situaciones expresivas.

En el nivel didáctico se proporciona el público información jerarquizada y abreviada por medios como diagramas, gráficas, ilustraciones, fotografías, cedularios, etc. Inducen una lectura determinada por el orden y la secuencia.

El nivel lúdico o de juego implica que el visitante participe, se involucre y descubra que aprender es también una experiencia divertida. Los medios de los que se vale este tipo de nivel son, los espacios interactivos que incitan al público a intervenir en actividades que pueden generar acciones físicas no definidas que, producen proceso y experiencias diversas en cada individuo.

En vista de lo anterior, la experiencia turística es subjetiva porque es estrictamente particular e íntima, requiere necesariamente un sujeto por lo que será diferente para cada turista con respecto a sus

expectativas, emociones, sentimientos y vivencias pasadas, sin embargo, en una organización turística como los museos existe un mercado potencial con el que pueden hacer diversos estudios para conocer las expectativas de visita, las preferencias, tendencias y si su experiencia durante la estancia en dicho museo fue satisfactoria o no.

Con los conceptos anteriores se observa que las obras no solo son la oferta un museo sino lo que vive cada persona interactuando dentro de las instalaciones con el acervo cultural y con lo que este provoca positiva o negativamente antes durante y después de la visita, de igual manera el cómo los elementos, momentos y conocimientos adquiridos en el museo impactarán en la vida del visitante, es por esto que no es suficiente ofrecer exposiciones, sino que es necesario que se acompañen de actividades, personal, servicios, eventos, etc. de calidad que sean significativas para lograr su fortalecimiento dentro del sector turismo.

### **2.3 La satisfacción y dimensiones que la determinan**

El nivel de la satisfacción se ha estudiado en diversas organizaciones y empresas turísticas, la mayoría de los autores contemplan este término en cuestiones de mercadotecnia y de psicología, Herrera (2015) define a la satisfacción turística como el juicio de carácter tanto afectivo como emocional, que deriva de la experiencia de un individuo respecto a un producto o servicio turístico recibido.

De igual forma Morillo (2016), basándose en Sancho (1998), expone que la satisfacción es un concepto psicológico, que implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea de un producto o servicio, por ello, los niveles de satisfacción del usuario es una forma directa de medir la complacencia de las expectativas, necesidades y deseos de los usuarios.

Para Hoffman y Bateson (2012), la satisfacción del cliente contribuye a las percepciones del cliente sobre la calidad, por cuanto las percepciones de los clientes se basan en sus experiencias o satisfacciones pasadas, las cuales son revisadas en cada encuentro posterior y a su vez las expectativas e intenciones de compra (Morillo et al, 2016).

Por otro lado, Alpízar y Hernández (2015) basándose en Kotler (2006) define a la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, en el mismo orden de ideas, Kotler y Keller (2006) lo conceptualizan como la sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho, si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho, si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

Alpízar y Hernández (2015) contempla tres beneficios al lograr la satisfacción de sus clientes, los cuales son:

- La lealtad del cliente
- Difusión gratuita

- Una determinada participación en el mercado, en donde el cliente satisfecho deja de lado a la competencia

También describe los niveles de satisfacción que tienen las personas luego de asistir a un sitio o adquirir un servicio, al generar expectativas y experiencias durante la visita o el consumo, propuestas por Kotler y Keller (2006).

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dentro de la satisfacción se toma en cuenta la percepción que van teniendo los visitantes durante el recorrido en las salas del museo, Según Matos (2020) retomando a Peker (2017), la percepción varía de acuerdo con la experiencia que ha recibido el cliente, así mismo tiene la capacidad de organizar la información que llega a través de los sentidos, creando un concepto de lo que se está recibiendo. Con base a lo anterior se mencionan a continuación puntos de percepciones que son claves en la experiencia y satisfacción de un turista y que se pueden retomar dentro de las instalaciones de un museo:

- **Puntos de percepción visuales:** iluminación, color, cuidado de instalaciones, medidas, pisos brillantes, vidrios transparentes, los colores de sus logos, diseño visual de su sitio web.
- **Puntos de percepción auditivos:** tonos de voz, palabras utilizadas, sonido ambiente, música, presentaciones audiovisuales.
- **Puntos de percepción kinestésicos:** todo lo que se pueda tocar y sentir: textura, comodidad de sillas, altura de sus mostradores, temperatura en salas, actividades recreativas, mobiliario para actividad

Figura 15. Percepción visual



Fuente: Sader (2022)

Figura 16. Percepción auditiva



Fuente: Eve museografía (2020)

Figura 17. Percepción Kinestésica



Fuente: 3W (2016)

- **Puntos de percepción gustativos:** servir café a sus clientes, agua o algún otro producto que convierta su estancia como algo ameno.
- **Puntos de percepción olfativos:** esencias, aromas que los visitantes pueden asociar al arte o al museo y que sea agradable

Figura 18. Percepción gustativa



Fuente: Dasbeth viajera (2019)

Figura 19. Percepción olfativa



Fuente: Blog Diario de un Viajero (2018)

### Teoría de la Satisfacción del visitante según Matos, 2020

Teoría de Equidad: La satisfacción se produce cuando se siente que los niveles de los resultados obtenidos en un proceso están en alguna medida equilibrados con sus entradas como el costo, el tiempo y el esfuerzo.

Teoría de la Atribución Causal: Explica que la persona ve resultado de su visita en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos y externos tales como las percepciones del visitante.

Teoría del Desempeño o Resultado: Propone que la satisfacción del visitante se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características museo percibidas (Brooks 1995).

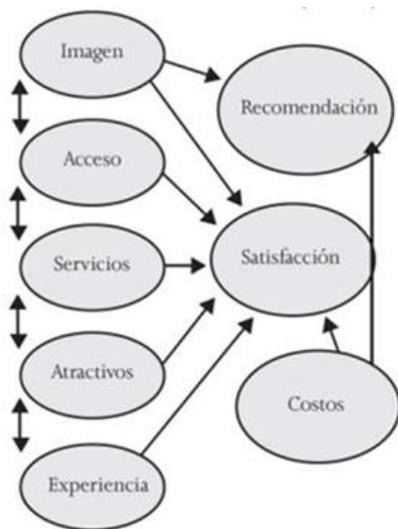
Se define el desempeño como el nivel de calidad en relación con el precio que se paga por el que percibe el visitante. La satisfacción, por tanto, se equipará al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación con el precio pagado.

Teoría de la Expectativas: Sugiere que los visitantes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del museo antes de la visita, posteriormente las expectativas de las características de éstos con el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicio es mejor de lo esperado mientras que una disconformidad negativa se produce cuando el producto o servicio es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del visitante se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan (Matos,2020).

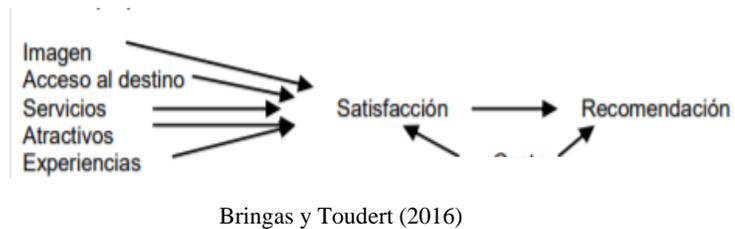
Para determinar el nivel de satisfacción en una organización o empresa turística se han realizado diversos modelos en donde se contemplan elementos, uno de ellos es el modelo teórico de CESTUR, que ayuda a medir la satisfacción de los visitantes en destinos turísticos así como en espacios culturales, como en el caso de los museos, en el cual contempla la imagen, el acceso, los servicios, atractivos, costos, experiencias y recomendación como determinantes para conocer si se cubrieron las expectativas y necesidades de los visitantes al crear un valor a su vivencia así como un posible retorno Madrid Cerón y Vargas (2013) lo retoman y plantean el siguiente modelo:

Figura 20. Modelo de CESTUR (2011)

Figura 21. Modelo de Madrid Cerón y Vargas (2013)



Herrera, 2015



Bringas y Toudert (2016)

En este modelo teórico se emplea para el análisis de esta investigación, los elementos que determinan la satisfacción del visitante enfocándose a los museos es la imagen, Herrera (2015) la define como la impresión que tienen las personas del lugar que visitan, este factor se relaciona con las expectativas, valores, ideas, ideologías, de experiencias, conocimientos, de percepciones individuales,

introspecciones subjetivas, únicas, que se construyen en la mente de los visitantes en su primer acercamiento con dicho espacio (Gali, *et al*, 2006).

En cuanto a la variable de acceso, son las condiciones que permiten llegar al destino, se consideran dos aspectos: la infraestructura y la disponibilidad de conectividad, con esto se puede tener mayores posibilidades de flujo de visitantes en donde no se tengan limitantes para que disfruten de la experiencia museológica, de igual manera se tiene que contemplar que los espacios tengan el fácil acceso a todas las personas, incluyendo a personas con alguna discapacidad.

Con respecto a los servicios, es uno de los elementos con mayor relevancia que tiene diversas dimensiones, en un museo no solo se cuenta con las exposiciones si no que complementan con servicio de sanitarios, de un guía de turistas, de una tienda de *souvenirs*, de cafetería, talleres, eventos, entre otros en donde las personas que trabajan en los museos es necesario tener una actitud de servicio que permita a los visitantes tener un mejor trato con los visitantes dándoles confianza de desenvolverse dentro de las actividades del museo.

Estas dos variables complementan los atractivos que se refiere a la variedad y calidad del acervo expuesto tanto histórico como cultural, las obras artísticas, las salas de conferencias, espacios de espacios verdes, entre otros en donde el visitante puede elegir entre el área y el acervo que de acuerdo con sus gusto e intereses les llama la atención, de aquí radica la importancia de conocer nuevos intereses y nuevas tendencias para adaptar los atractivos y servicios de las personas.

El costo mide los aspectos sobre la percepción de la contraprestación por los servicios adquiridos, asimismo, el museo será más competitivo si además de una calidad alta en sus servicios y atractivos, los precios ofrecidos son acorde a lo que el visitante espera, para que las personas reciban lo justo por la cantidad de dinero que ha pagado. En caso de los museos en la ciudad de Toluca solo se pide una cuota de recuperación que no supera los diez pesos debido a su condición de ser un organismo estatal, sin embargo, estos recintos tienen un valor añadido a partir de sus acervos y servicios que son herramientas para que los museos se reinventen.

Por último se hace un análisis acerca de la experiencia de la visita, cuya percepción es subjetiva en los componentes tangibles de la experiencia que son el disfrute del lugar, las vivencias, la relación con el personal, seguridad, y la calidad de los servicios ofertados, este es el punto clave en donde los visitantes van a establecer su nivel de satisfacción (positivo o negativo) y pueda existir un posible retorno así como las recomendaciones para aumentar tanto ingresos como afluencia de visitantes.

## CAPITULO III. REFERENTES DEL ESPACIO DE ESTUDIO

### 3.1 Los museos en la ciudad de Toluca

Toluca, fue declarada ciudad en 1677 y capital del estado en 1831, desde entonces se ha modernizado al paso de los años, pero se siguen conservando características de la época de la Colonia en sitios históricos como calles, plazuelas, templos y museos.

La capital mexiquense ocupa, con un total de 26 museos, el tercer lugar como ciudad del país con el mayor número de museos tan solo por debajo de la Ciudad de México con 170 y de Puebla con 33, de acuerdo con el Sistema de Información Cultural; teniendo la responsabilidad de sobre guardar el patrimonio artístico y cultural con diversas temáticas y artistas como Leopoldo Flores, Miguel Cabrera, José María Velazco, Pastor Velázquez, Vicente Mendiola, así como artistas contemporáneos en nuevas exposiciones de los diferentes espacios museológicos.

A continuación, se presenta una serie de imágenes con el nombre de los 26 museos en Toluca, los cuales han sido declarados patrimonio cultural del Estado de México, la mayor parte se encuentran en el Centro Histórico y a sus alrededores, de los cuales 14 son parte de la Secretaría de Turismo, 5 pertenecen a la Universidad Autónoma del Estado de México, 4 al Ayuntamiento de Toluca, 3 son propiedades privadas.

Figura 22. Museos de la Ciudad de Toluca



Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, 2022

Figura 23. Museos de la Ciudad de Toluca



Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, 2022

Figura 24. Museos de la Ciudad de Toluca



Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, 2022

### 3.2 La acuarela como expresión artística y sus exponentes más emblemáticos

La acuarela es una técnica de materiales aglutinantes solubles en agua unidos a pigmentos de tierra que tuvo su florecimiento en la escuela inglesa de la segunda mitad del siglo XVIII y la primera mitad del siglo XIX, durante este periodo una serie de destacados pintores comenzaron a dedicarse a la acuarela.

Hasta entonces se había utilizado en topografía y se usaba para rellenar, mediante lavados finos de color, representaciones cuidadosamente dibujadas a lápiz, pluma o tinta. La técnica transparente de la acuarela implica la superposición de lavados finos de colores transparentes y se basa en la blancura del papel para obtener efectos de luz. A medida que se superponen más lavados a capas, el tono y el color se hacen más profundos ya que se absorbe más luz y se refleja menos.

Por ser solubles en agua, el color puede ser modificado de diferente manera añadiendo o quitando agua, usando pinceles, esponjas, trapos o papel, es permite que sea versátil y permanente siempre que se realice con materiales de alta calidad, que no esté expuesta a condiciones ambientales húmedos y evitando luz fuerte directa, por lo cual se enmarcan de modo a que se aislen de agentes contaminantes externos (Secretaría de Cultura, 2022)

Teniendo como exponentes internacionalmente más importantes a John Audubon, Elizabeth Murray, Thomas Moran, Georgina O'keeffe, Paul Klee, Charles Demuth, Álvaro Castaget, entre otros. Estos pintores convirtieron a la acuarela en arte, creando una nueva tradición pictórica que demostraba la fuerza y sutileza de este medio otorgándole una inmediatez sorprendente.

### 3.3 El Museo de la Acuarela en Toluca, sus impulsores y su papel como atractivo cultural

El inmueble en donde se encuentra el museo funcionó en sus inicios como casa-habitación, en 2004 el gobierno adquirió el inmueble y lo estableció como nueva sede del Museo de la Acuarela con el objetivo de preservar y difundir la técnica de la acuarela en México, actualmente cuenta con salas para exposiciones temporales, una cafetería, un patio- jardín, un taller en donde se imparten diversos cursos (Sistema de información cultural, 2022).

Figura 25. Fachada del Museo de la Acuarela



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo (23 de septiembre 2022)

Figura 26. Patio y cafetería



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo (23 de septiembre 2022)

El acervo que le dio nombre al museo fue gracias a obras realizadas por acuarelistas, quienes fueron pioneros de esta técnica en el Estado de México y los principales impulsores de la creación de las exposiciones, dando nombre ya a sus salas permanentes, los cuales son:

Figura 27. Sala 1

Pastor Velázquez (1895) Pintor acuarelista destacado tanto nacional como internacionalmente por su técnica y belleza en sus obras con géneros de paisaje, retrato y naturaleza muerta.

Ignacio María Beteta (1898) Arquitecto, profesor, deportista y político, ilustro y publicó libros, su obra plástica es reconocida a nivel mundial y forma parte de importantes colecciones particulares y de diferentes museos.

Vicente Mendiola Quezada (1900) Arquitecto y pintor destacado por sus obras de la escuela moderna, sus grandes obras son de paisajes de la arquitectura de la Ciudad de México tal como El Monumentos a la Industria Petrolera.

Edgardo Coghlan (1928) Considerado uno de los mejores acuarelistas del siglo XX especializado en acuarelas que representan paisajes mexicanos y personas, mezclando diferentes escenarios en una sola pintura.

Ignacio Barrios Prudencio (1930) Estudio en la Academia de San Carlos, destacándose como el acuarelista más importante del México, caracterizándose por utilizar colores neutros y pintar temáticas de paisajes.

Benito Nogueira, director del Museo de la Acuarela del Estado de México desde la fundación del museo, estudio administración de empresas y diseño gráfico, estudio artes en Massana Barcelona, imparte diversos talleres de acuarela en las instalaciones de este.

- *“La acuarela es sorpresiva, espontánea y mágica, en ella se siente inmediatamente el sentimiento, es muy difícil ocultar lo que uno siente en la Acuarela”*

Parte importante de su colección es adquirida un sistema de donaciones y comodatos así mismo con obras de los ganadores del Concurso Nacional de Acuarelas sobre temas mexiquenses las cuales ocupan dos salas, así mismo, cuenta con una sala para niños llamada “El caracol” cuenta con rompecabezas, el círculo cromático y pinturas que han realizado niños de diferentes naciones en los talleres.



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo (23 de septiembre 2022)

Figura 28. Sala de donaciones



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo (23 de septiembre 2022)

El museo se ha convertido en un atractivo turístico y cultural de la Ciudad de Toluca, debido a su zona céntrica al estar al lado de uno de los parques más concurridos como lo es “La Alameda”, así también porque es sede de eventos como el Festival Iberoamericano de Acuarela, concursos y premiaciones como “Tlaloc” y exposiciones nacionales e internacionales en donde se existen encuentros de diferentes artistas (Sistema de información cultural, 2022)

Al caminar por las calles de la ciudad que combinan un estilo colonial con la vida industrial y moderna, es fácil visualizar la fachada del museo ya que es una de las más reconocibles debido a una bicicleta antigua que cuelga del techo, objeto que pertenecía a la familia que habitaba en el recinto anteriormente, haciendo interesante el inmueble de estilo ecléctico, lleno de color e historia, en donde los visitantes pueden solicitar recorridos guiados para conocer cada detalle de la casa y del acervo totalmente gratis; el museo radica su importancia al ser uno de los pocos museos dedicados a la acuarela en el mundo.

Figura 29. Servicios del Museo de la Acuarela del Estado de México

- SERVICIOS DEL MUSEOS DE  
LA ACUARELA
- Talleres
  - Recorrido guiado
  - Sanitarios
  - Cafetería
  - Venta de souvenirs
  - Paquetería
  - Fotografías (sin flash)
  - Estacionamiento
  - Adaptaciones para personas con discapacidad

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, 2022

## CAPITULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS: EXPERIENCIA DEL VISITANTE Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN

### 4.1 Muestreo en el Museo de la Acuarela

La información obtenida en este capítulo se apega a un orden que parte del método hipotético-deductivo y contempla dos enfoques, cuantitativo donde se emplea la recolección y el análisis de datos con base en una escala de medición numérica, conteo y uso de la estadística, y el enfoque cualitativo con la exploración de datos, analizar y describir la experiencia en donde se despliega a partir de una entrevista abierta apoyada por una guía. La decisión de trabajar con estos instrumentos deriva de los objetivos de la tesis (OG, OE) y de las hipótesis planteadas (H) <sup>[1]</sup>. por ende, su marco conceptual implica aspectos empíricos acerca del nivel de satisfacción y la experiencia misma que construye un sentir, vivir o saber individual en relación con la visita del museo.

La idea de conocer el nivel de satisfacción se concreta al emplear una escala Likert, que al ser procesada la información y ordenada en Excel se representa de manera gráfica (pasteles, anillos, histogramas y barras) la información obtenida. En este capítulo se muestran los resultados que son producto de un trabajo de campo *in situ*, a través de entrevistas directas en el museo apoyadas por una guía, asimismo, se realizó la aplicación de cuestionarios, aspecto que permitió ver a los encuestados en sus gestos al contestar el cuestionario y escuchar algún comentario fuera de la encuesta en relación con el museo, también llegando a más visitantes por medio diversas plataformas digitales como Facebook, Instagram y a través de código QR para tener una mayor accesibilidad, cabe aclarar que los cuestionarios se elaboraron en GOOGLE FORMULARIOS.

El tipo de muestreo es no probabilístico al decidir de manera arbitraria los elementos elegidos que se van a incluir en la muestra, así también la técnica de selección será por sujetos de conveniencia que cumplan con el criterio de ser visitantes del museo de la Acuarela de la ciudad de Toluca, por tanto, la población se trata 600 visitantes al mes que tiene el Museo (Según datos del Museo) la muestra es de 240 visitantes, de acuerdo con el cálculo estadístico que se desarrolla a continuación, en donde:

$n$  = Tamaño de la muestra que se obtiene

$N$  = Número de elementos de la población

$e$  = Error máximo que se tiene con un intervalo de confianza 95.44%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \qquad n = \frac{600}{1 + (600)(0.05)^2} \qquad n = 240$$

Se presentan los resultados y el análisis obtenido de los cuestionarios aplicados a 240 visitantes del museo de la Acuarela en torno a la percepción que tuvieron con respecto a la infraestructura, accesibilidad, actividades, acervo, productos, talleres, personal y servicios, desde una perspectiva donde se identifica las posibles áreas de oportunidad que ocasiona que las personas tuvieran una

experiencia agradable o no durante el recorrido de las instalaciones, de igual forma se pudo evidenciar que elementos en el aspecto museológico son los que más impactan a los espectadores en el nivel de satisfacción y si estos inciden en la memorabilidad de cada usuario.

Iniciando con el perfil de los visitantes a partir de la información sociodemográfica y psicográfica de la población encuestada, las preguntas que se realizaron fueron para conocer la experiencia que tuvieron al visitar dicha institución en cuanto a servicios, productos, accesibilidad y talleres, por último, se analizó el nivel de satisfacción que tienen los usuarios después de su visita.

---

<sup>OG</sup> Analizar la experiencia del visitante del Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción para el fortalecimiento del museo.

<sup>OE1</sup> Identificar los elementos que constituyen la experiencia memorable del visitante.

<sup>OE2</sup> Medir el nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, el acervo y los servicios en el Museo de la Acuarela.

<sup>OE3</sup> Definir la manera en la que la experiencia obtenida por el visitante se correlaciona con el nivel de satisfacción en su visita.

<sup>H1</sup> Los elementos como el concepto, el acomodo, la iluminación, la interpretación y las actividades constituyen una la experiencia memorable en el visitante del museo de la Acuarela (MA).

<sup>H2</sup> El nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, la imagen, el acervo y los servicios en el momento de visita es satisfactorio en el MA.

<sup>H3</sup> La experiencia obtenida por el visitante se correlaciona directamente con el nivel de satisfacción en su visita.

## 4.2 Resultados de cuestionarios: Enfoque cuantitativo

### 4.2.1 Perfil del visitante: Datos sociodemográficos y psicográficos

#### Sección I. Datos sociodemográficos

Se realizó un análisis descriptivo en el perfil de los visitantes en el Museo de la Acuarela, en los datos muestrales se aprecia el 58% de una participación ligeramente mayor de visitantes que se identifican con el género femenino, y el 42% con el género masculino. Resaltando que la mayor parte, con un total 175 personas, se sitúan en los rangos de edad de 20 a 30 años y 34 usuarios entre 31 a 40 años, en contraparte el rango minoritario, con 31 visitantes, es el que corresponde a los de 41 años o más.

En relación con el lugar de procedencia para conocer desde donde visitaban el recinto, el grupo más representativo con 132 habitantes es el local (Toluca) que se suma con 89 personas que están en el rango Regional (Estado de México), por consiguiente, con 17 personas es el nacional (República Mexicana) junto 2 visitantes extranjeros, quienes representan la minoría de la muestra.

Respecto al nivel educativo, 171 visitantes cuentan estudios de licenciatura, siendo el más representativo, 33 con un nivel medio superior, 21 tienen un posgrado y solo 15 personas solo tienen estudios básicos; en cuanto a la ocupación más predominante con un número total de 112 usuarios son estudiantes, posteriormente 74 son empleados generales y 36 trabajadores por cuenta propia, por último 17 son amas de casa y solo una persona esta retirada.

Tabla 2. Perfil de la Muestra

<b>Género</b>	<b>%</b>
Femenino	58
Masculino	42
<b>Edad</b>	
20-30 años	72
31-40 años	14
Mayor de 41	12
<b>Procedencia</b>	
Local	54
Regional	37
Nacional	7
Extranjero	2
<b>Nivel de Estudios</b>	
Básico	6
Medio Superior	13
Superior	71
Posgrado	8
<b>Ocupación</b>	

Estudiante	46
Empleado	30
Ama de casa	7
Trabajador cuenta propia	15
Retirado	1

Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Figura 30



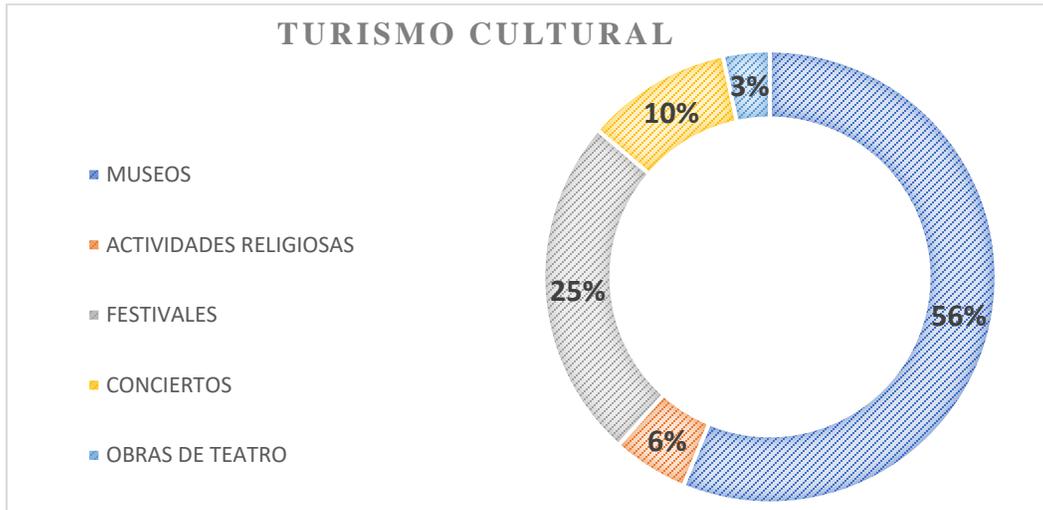
Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

## Sección II. Datos psicográficos

La información sociodemográfica indica la motivación, intereses y gustos de los encuestados que visitaron el museo, por lo cual, al preguntarles, ¿qué actividad cultural prefieren realizar? Se observa en la gráfica 1 sus respuestas, 56% prefieren ir a Museos, el 25% festivales, el 10%, conciertos, el 6% actividades religiosas y 3% obras de teatro.

En efecto, la respuesta con mayor preferencia fueron los museos, característica determinada en cierta manera a una cualidad de la ciudad de Toluca que se ha enfocado desde la década del 90 a abrirse a la cultura mexiquense a través de 26 museos con diferentes temáticas, la mayoría están en el Centro Histórico, poseen una cuota muy baja y otros días son gratuitos, lo anterior incide en la elección, intereses y gustos de sus visitantes, sin embargo, no podemos dejar a un lado que la mayoría de los encuestados son habitantes de la ciudad de Toluca y regionales, por lo cual es más factible la visita a estos espacios y los jóvenes estudiantes son los que tienen mayor interés en estos sitios que puede ser por recreación o motivo académico.

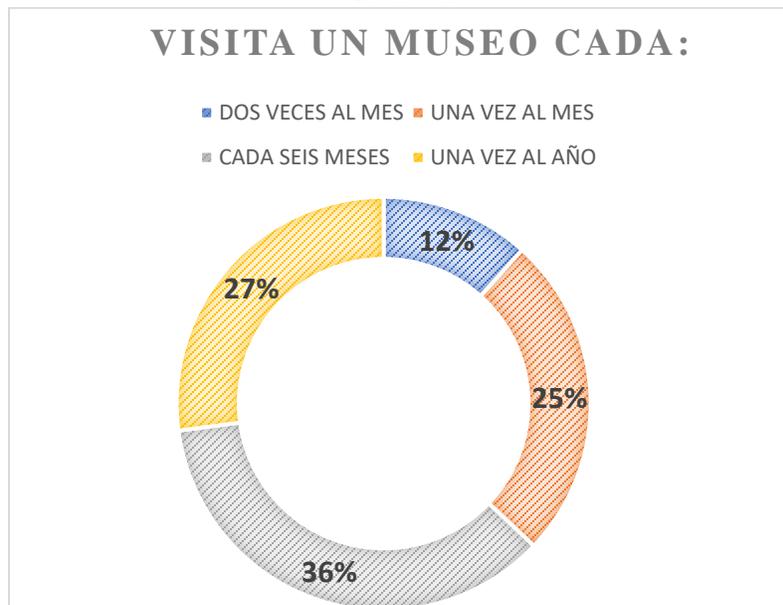
Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Se les preguntó a los visitantes la frecuencia de asistir a un museo y qué día son los que eligen para dicha visita, el 36% asisten cada seis meses, porcentaje que representa la mayoría de la muestra, seguido por 27% que corresponden al rango de una vez al año, el 25% que frecuenta una vez al mes y representando la minoría con el 12% en rango el grupo de dos veces al mes, como se visualiza en la en la gráfica 2; Y dado que en el centro histórico de la Ciudad Toluca se concentran 12 espacios museísticos de la Secretaría de Cultura y dos museos privados, estos se han convertido en lugares obligados de visita.

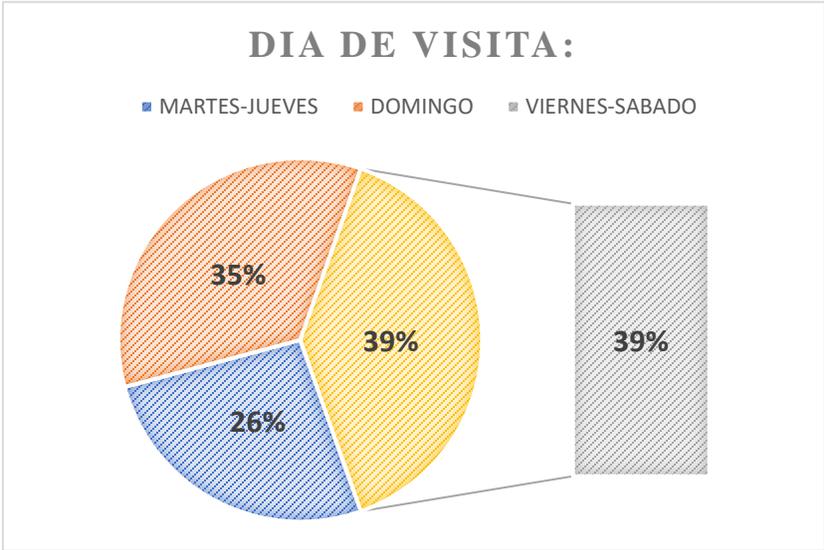
Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

En otra pregunta y paralela a la anterior, se identificó que los días de la semana que las personas eligen para visitar los museos son los fines de semana, 39% especificaron que los viernes o sábados seguido por el 35% que prefieren asistir el domingo y solo el 26% entre semana, tomando en cuenta que los visitantes con mayor asistencia son jóvenes estudiantes por lo tanto visitan el museo en sus días libres como son los sábados tal como se puede observar en la gráfica 3.

Gráfica 3

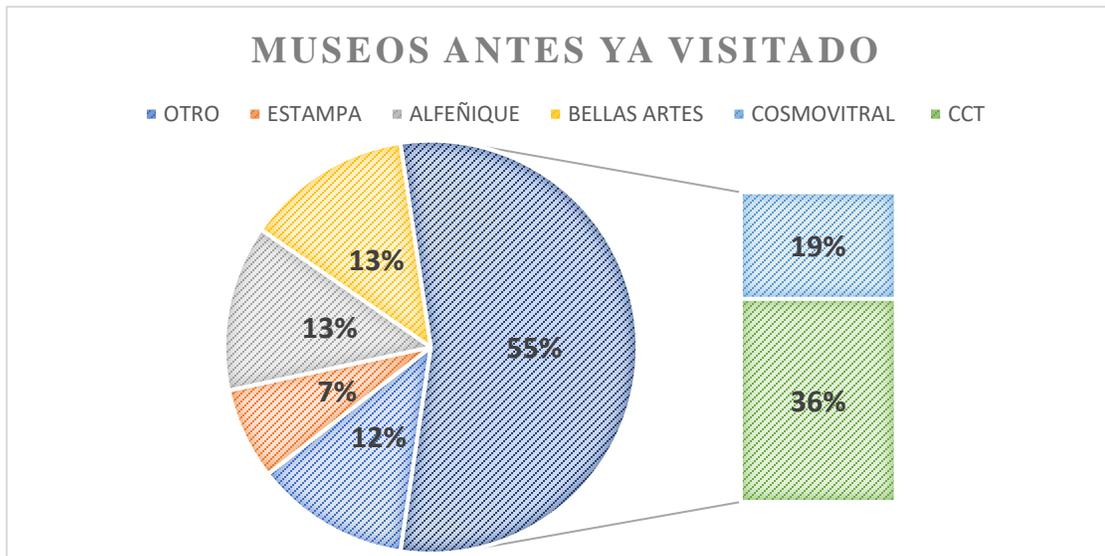


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Para conocer los antecedentes de las temáticas de museo que les prefieren visitar se preguntó por el espacio cultural al cual han asistido anteriormente en la Ciudad de Toluca, en la gráfica 4 representa que el 36% ha visitado el Centro Cultural Toluca específicamente las exposiciones temporales e interactivas además en este espacio se realizan otros eventos como ferias gastronómicas y presentaciones artísticas de igual manera considerando que en sus instalaciones se encuentra CINEDOT y que anteriormente era muy conocido por ser el MUMCI, y las visitas aumentan por periodo vacacional de verano lo que puede influir también en la asistencia.

El segundo lugar que han visitado con el 19% ha ido al Jardín Botánico Cosmovital, uno de los lugares más conocidos y representativos de la Ciudad; también se puede observar que el 13% visitó el de Bellas Artes, el otro 13% indica el Museo del Alfeñique y siendo la minoría el 12% conoce el de la Estampa el cual, está ubicado cerca del de la Acuarela, el resto de la población ha frecuentado otro espacio cultural de los 26 que se ubican en la ciudad.

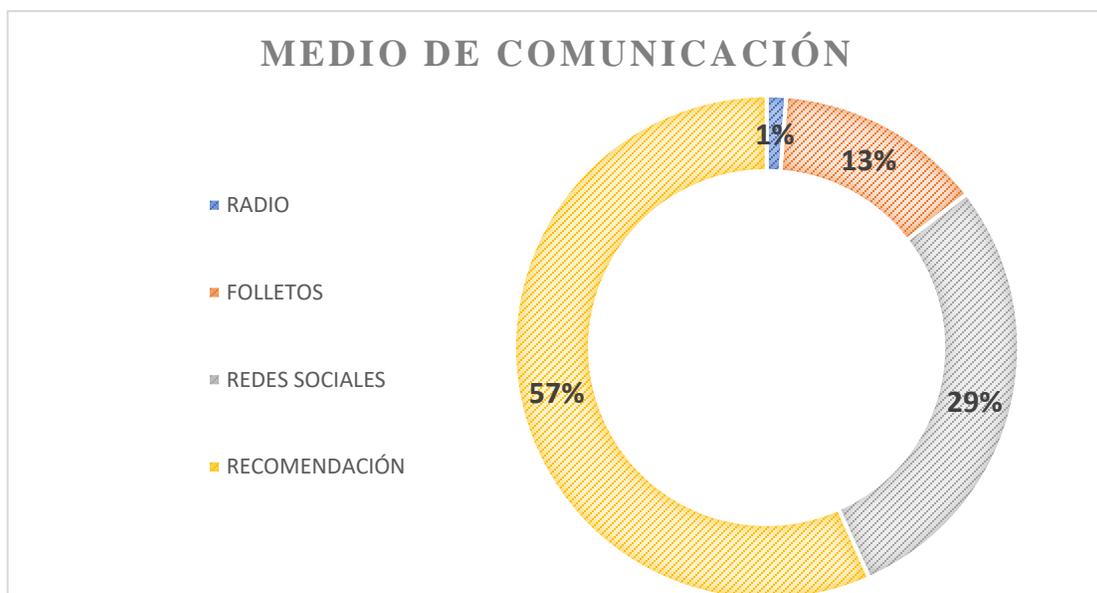
Gráfica 4



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

El medio de comunicación por el cual los visitantes se enteraron del Museo de la Acuarela con mayor predominio con 57% es por recomendación, derivado de personas que ya lo han visitado anteriormente principalmente por escuelas, lo que cobra sentido ya que la mayor parte de visitantes son estudiantes, en segundo lugar con el 29% es por medio de redes sociales, a pesar de que el museo no tiene una página actualizada en plataformas digitales las etiquetas de la ubicación ayudan para llamar la atención y generar curiosidad de las personas, siendo la minoría con el 13% se enteraron por medio de folletos de los talleres, y solo 1% personas por medio de la radio.

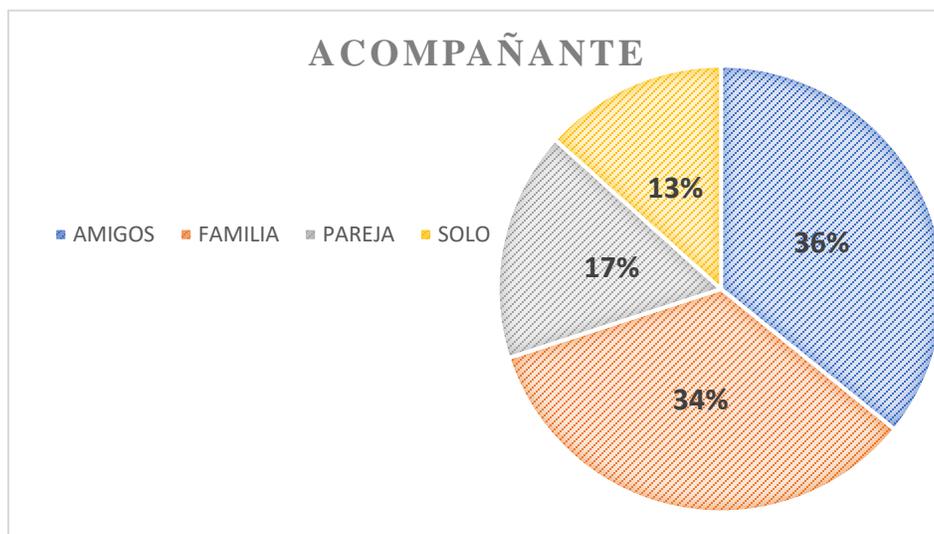
Gráfica 5



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

En la gráfica 6, los visitantes compartieron quien los acompaña regularmente a la visita, el rango mayoritario que se puede observar corresponde al 36% quienes lo visitan con amigos, seguido por el 34% con familia, relacionando estos dos porcentajes mayoritarios con los resultados anteriores los jóvenes estudiantes van acompañados más por amigos en especial que son también estudiantes así como las familias que van en especial los fines de semana, al visitar más lugares del Centro Histórico, por otra parte, la minoría representado por el 17% lo visita en pareja y el resto con el otro 13% asiste solo.

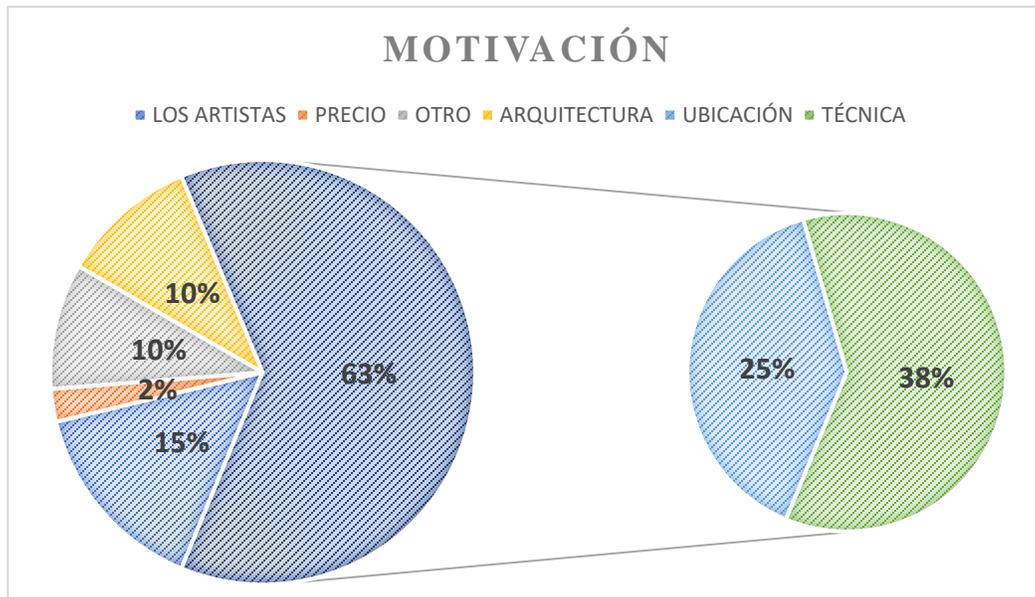
Gráfica 6



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Con respecto al motivo principal de visita el 38% reflejó mayor interés por el concepto del museo que es la técnica de la acuarela, 25% por la ubicación, ya que está es un lugar céntrico y es una actividad extra, el 15% menciona por el interés de conocer a los artistas exponentes y el 10% por otros motivos, en especial por recomendaciones de amigos y por motivos escolares, dichos porcentajes se pueden visualizar en la gráfica 7, reflexionando los datos obtenidos, las personas lo visitan en compañía con amigos y familia por ello, igual representa que el día con mayor afluencia sean los sábados y domingo que son generalmente los días de descanso y recreación familiar.

Gráfica 7



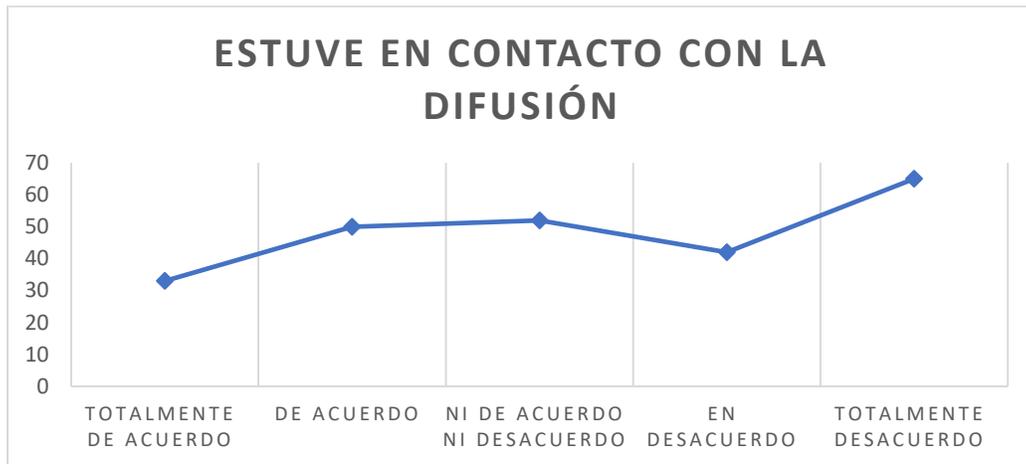
Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Con dichos resultados, en cuanto a los datos psicográficos, se puede concluir que las personas prefieren visitar museos, considerando que la mayor parte de los encuestados son de la Ciudad de Toluca, reflejando que es la actividad más realizada en cuanto a Turismo Cultural, de estos espacios los que más han visitado es el Cosmovital uno de los atractivos más representativos del Estado de México, y el Centro Cultural de Toluca, el cual realiza exposiciones interactivas que son temporales y abarcan diferentes temas como ciencia y arte; sin embargo, las personas hacen estas visitas cada seis meses e incluso solo una vez al año, su visita al Museo de la Acuarela fue gracias a la recomendación de otras personas, por lo que ellos decidieron asistir junto con amigos o familia que por lo general en fin de semana como los días viernes y sábado.

En relación con el gráfico 5 se realizaron diversas afirmaciones a los visitantes acerca de la satisfacción que tuvieron acerca de la difusión de las instituciones culturales, los cuales arrojaron que 107 personas no estuvieron en contacto con la difusión del museo, recordando que la mayor parte de la población conoce el museo por parte de la recomendación de otros visitantes, 83 personas conocían alguna información acerca de la difusión del museo y el 52 usuarios seleccionaron la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Esta numeraria obtenida representa algunas preocupaciones; la primera como profesional en turismo, está al respecto que la mayor parte de las personas encuestadas que llegaron a visitar el museo no adquieren información del lugar de visita, no planean el uso de su tiempo libre en actividades culturales de manera más documentada, observándose que domina la recomendación del lugar; la segunda es que las 52 personas que se colocan en posición neutral se incorporan a la respuesta dominante y la minoría que son 83 personas tratan de acercarse a la información y lograr una precisión acerca del lugar de visita, además de que también hay que reconocer que la difusión normalmente la realiza la Secretaría de Cultura que generalmente es por su página web.

Gráfica 8

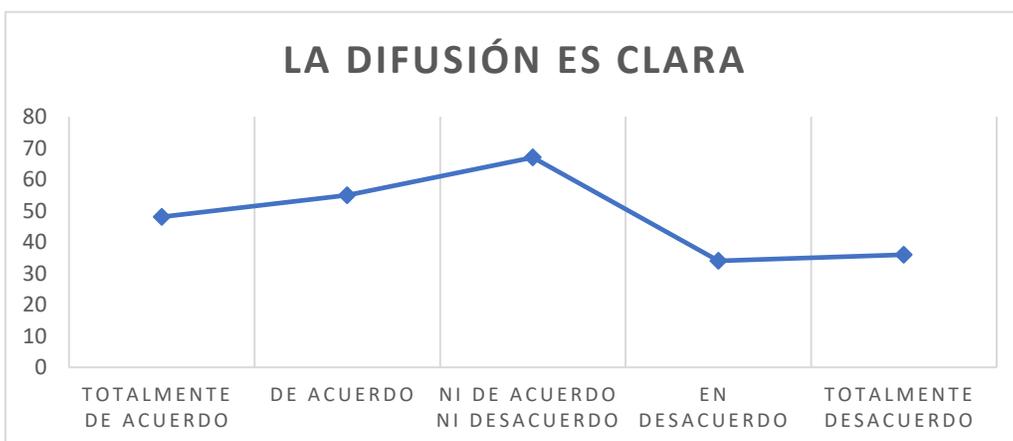


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Otro aspecto relevante en la encuesta fue la claridad que tenía dicha difusión, se les preguntó si era confusa porque no invita realmente a conocer el acervo, así como las actividades que llevan a cabo para que las personas conozcan cuales son y cuando se llevaban a cabo, 109 personas mencionaron que están de acuerdo en que la difusión es confusa, ligado al resultado anterior la mayoría no conoce dicha información del museo, la opinión de 67 fue neutral, y 70 usuarios no están de acuerdo con esto; aunque 83 personas tienen contacto con la publicidad, resalta que no todos consideran clara y llamativa la publicidad del museo.

Lo anterior refleja un área de oportunidad para la parte del Museo y de la Secretaría de Turismo, quien lleva un control más rígido en este ámbito, de manera que pueda ser un aspecto más funcional para que las personas que están de acuerdo en que es confusa y las personas neutrales muestran un interés en la difusión del museo que conlleve a su asistencia con mayor frecuencia.

Gráfica 9

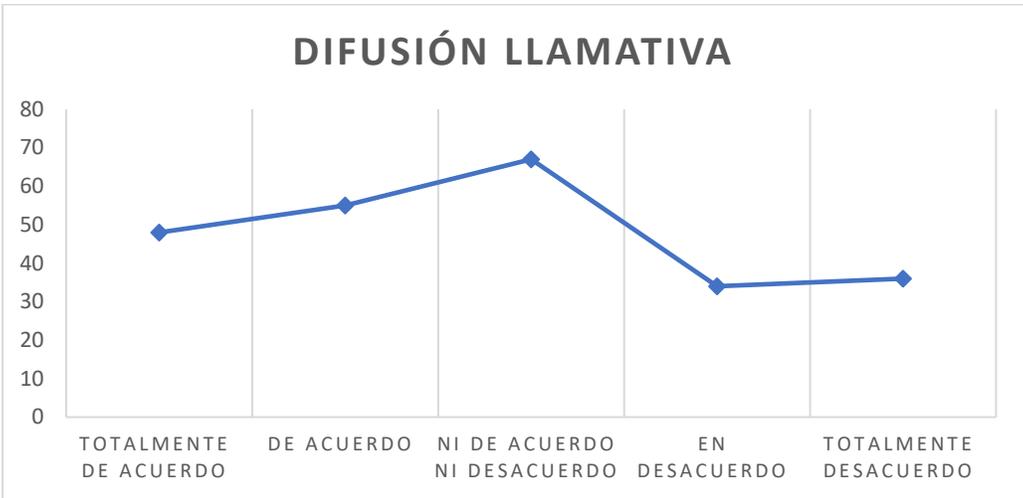


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Se les preguntó si consideran importante que la difusión establezca imágenes que llamen la atención, por 55 encuestados que están de acuerdo con esta afirmación, 48 visitantes se encuentran totalmente de acuerdo, 37 personas se muestran neutrales, lo que puede reflejar el desconocimiento en la difusión del recinto para poder tener una decisión, 36 totalmente en desacuerdo y 34 en desacuerdo; tal como se representa a continuación.

Al establecer contenido más gráfico visual con un mayor poder de divulgación existe la oportunidad a que más personas tengan contacto con la difusión antes de su visita abriendo la posibilidad de un mayor aprovechamiento y que su visita sea más enriquecedora.

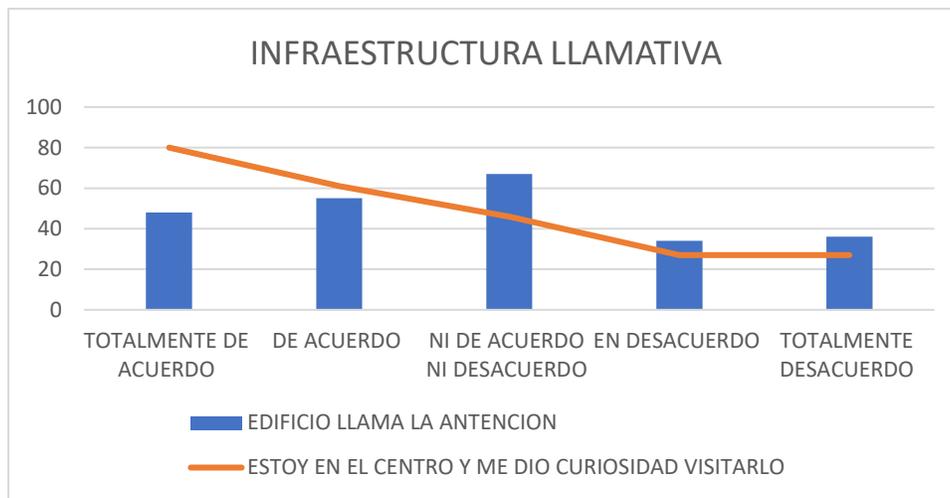
Gráfica 10



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Al preguntar si la infraestructura del edificio llamó la atención generando curiosidad para visitar el museo, tomando en cuenta que también forma parte de la difusión del lugar, 103 personas están de acuerdo con la afirmación, 70 no están de acuerdo y 37 tienen una opinión neutral, en la gráfica 11 se muestra una correlación con las personas que no tuvieron directamente contacto antes de su visita con el museo pero que al estar cerca del lugar decidieron entrar a conocerlo y a pesar de que la mayoría de la población considera que es llamativa la arquitectura del lugar, es importante considerar a las personas que tienen una opinión neutral ya que es un aspecto de imagen que puede generar mayor impacto en las personas para que llame su atención y sea un incentivo para la visita.

Gráfica 11



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Por último se preguntó si cualquier difusión del museo, eventos culturales, entre otras actividades, lo consultaban por medio de internet, ya sea en páginas web o redes sociales, analizando que en la actualidad la tecnología es una herramienta accesible e inmediata que los jóvenes y estudiantes que son los visitantes más representativos del museo utilizan día con día sería una oportunidad para el museo de llegar a más personas con contenido llamativo para todo público, 65 encuestados están totalmente de acuerdo, 42 en desacuerdo, 83 personas están en los índices de acuerdo, que son los usuarios que consultan por medio de internet cualquier evento cultural, 52 tienen un opinión neutral, los resultados se grafican a continuación.

Gráfica 12



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Dar a conocer al Museo, el acervo, los artistas, concursos y talleres es importante para que se tengan asistentes y se cumpla el propósito del museo, recordando que no hay obra sin espectador; con base a las encuestas realizadas, la difusión que se tiene es un tanto confusa, no muchas personas tienen contacto con la difusión directa con la institución, simplemente pasan y el edificio les llama la atención o en su visita o al realizar actividades cotidianas en el Centro Histórico les da curiosidad entrar a conocer.

La mayoría de las personas consultan información por medio de internet ya que consideran que se tienen que establecer imágenes que llamen la atención para que las personas se convenzan en asistir y consumir de sus actividades paralelas, de tal manera que se aumente el interés de cultivar a la sociedad la curiosidad por conocer más del arte, la historia, artistas y que los museos sean un segmento que no pase por alto para la comunidad, turistas, gobierno, etc.

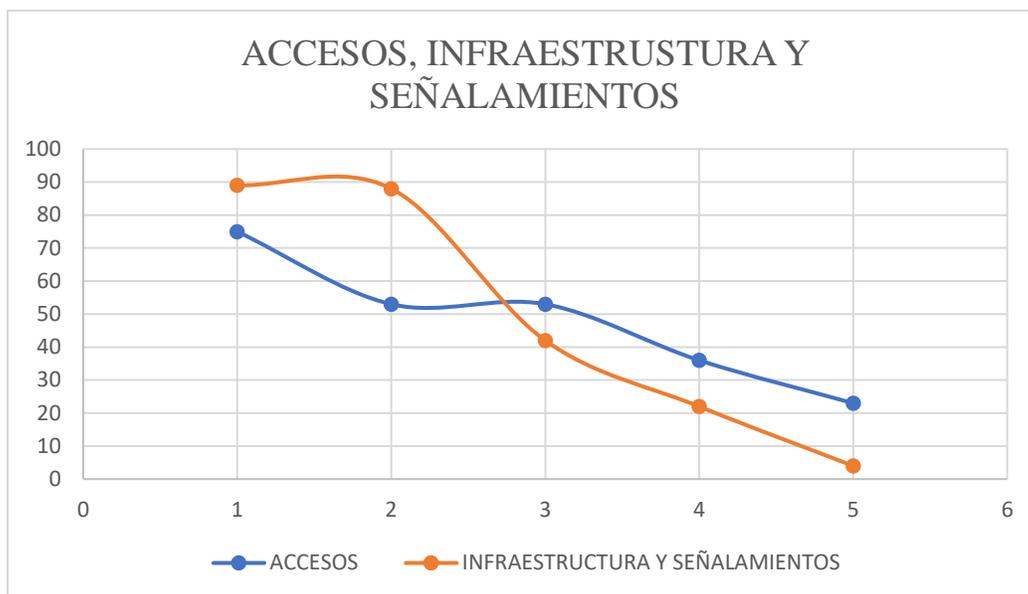
#### 4.2.2 Nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, el acervo y los servicios en el Museo de la Acuarela.

A través de las siguientes afirmaciones se midió el nivel de satisfacción que tienen los visitantes del Museo en cuanto a las instalaciones, productos y servicios, que son elementos determinantes de la satisfacción por medio de 5 intervalos que van desde totalmente insatisfecho a totalmente satisfecho de acuerdo con la escala Likert.

Al preguntarles la satisfacción que sintieron acerca de las condiciones de los accesos de tránsito a pie (incluyendo a personas con discapacidad física), si la infraestructura y el señalamiento permite una secuencia congruente en la visita de cada una de las salas, el 31% se encuentran en el rango totalmente satisfechos, el 25% insatisfechos, 22% satisfechos y 22% no están ni satisfechos ni insatisfechos, en cuanto a los señalamientos 89 personas están totalmente satisfechas, 88 satisfechos, 42 neutrales y sólo 22 personas están insatisfechas.

En efecto, la mayor parte de la población encuestada no presentan ninguna discapacidad motriz que refleja algún impedimento para acceder de manera habitual al espacio, por lo que para ellos las instalaciones no impacta de manera negativa; en cuanto a los señalamientos, se encuentra una hoja indicando donde comienza el recorrido y es la única indicación que se les da al entrar por lo que no es confusa, sin embargo no siempre existe personal que indique la sala que se recomienda seguir o alguna otra recomendación.

Gráfica 13

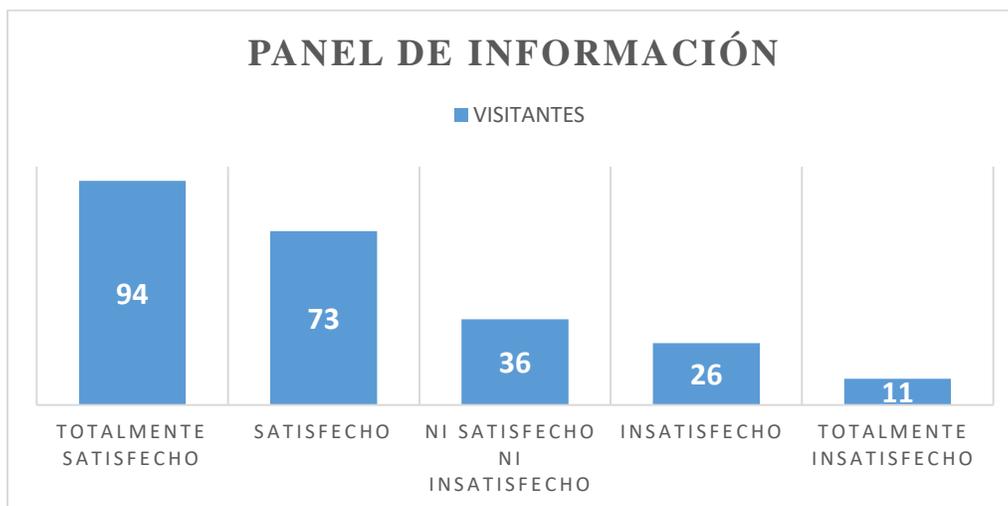


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Otro aspecto que se evaluó es si la información documental que se presentan en los paneles de información permite tener una mejor interacción con las obras, más de 73 usuarios respondieron que están satisfechos, 37 personas no están satisfechos y 36 personas son neutrales; en este espacio se tienen cédulas museográficas en cada sala en donde se muestra la biografía del artista que expone, dentro de estas, se encuentra un espacio en donde hay hojas que contiene textos más a detalle vida y obra del autor, sin embargo a veces pasa desapercibido y los visitantes no se detienen a leer toda la información.

Para un museo es importante las cédulas de información que se comparten debido a que es una forma de incrementar el aprendizaje, por lo que los recursos bibliográficos al ser más ilustrativos y estando en un espacio fácil de visualizar será más impactante para el visitante al tomar el tiempo de leer la historia de la pieza al tiempo, aprender nuevas cosas o generar curiosidad de tal manera que mejore su satisfacción.

Gráfica 14

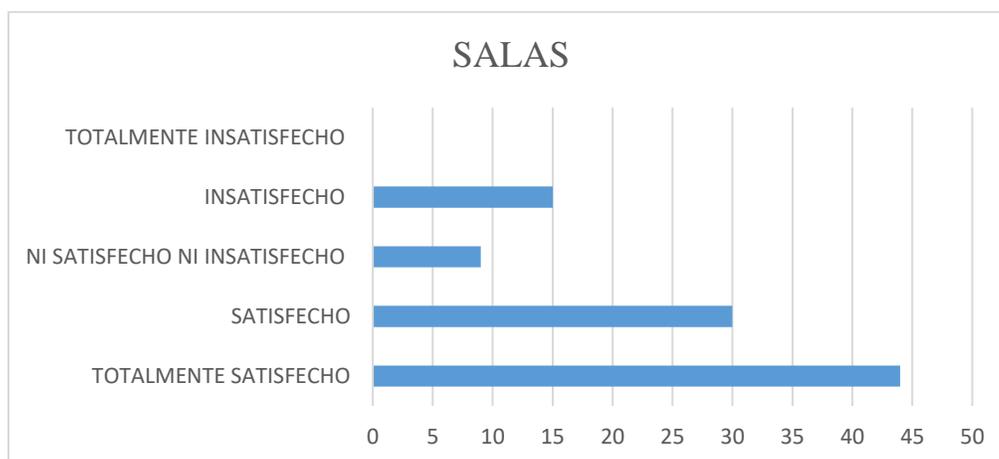


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Como parte del proceso expo-gráfico en un museo, es clave considerar el diseño de las salas, como la iluminación y el color de tal manera que les permita una buena apreciación de las obras, 44% está totalmente satisfecho, el 30% están satisfechos, el 15% insatisfecho, el 9% se encuentra en un nivel neutral, tal como se muestra en el gráfico 15.

El espacio es muy reducido para la cantidad de obras que tiene el recinto, por ello no se tiene como tal un orden estratégico, las obras son acomodadas a lo vertical de las paredes; el acoplamiento para ser un museo se puede mejorar dando un mayor enfoque a las obras y sobre todo a los artistas, lo cual puede beneficiar al tener renovaciones de pinturas para que las personas puedan visitarlo más veces así no se tendrá una opinión insatisfecha y las personas que se muestran neutrales pasen a estar totalmente satisfechos.

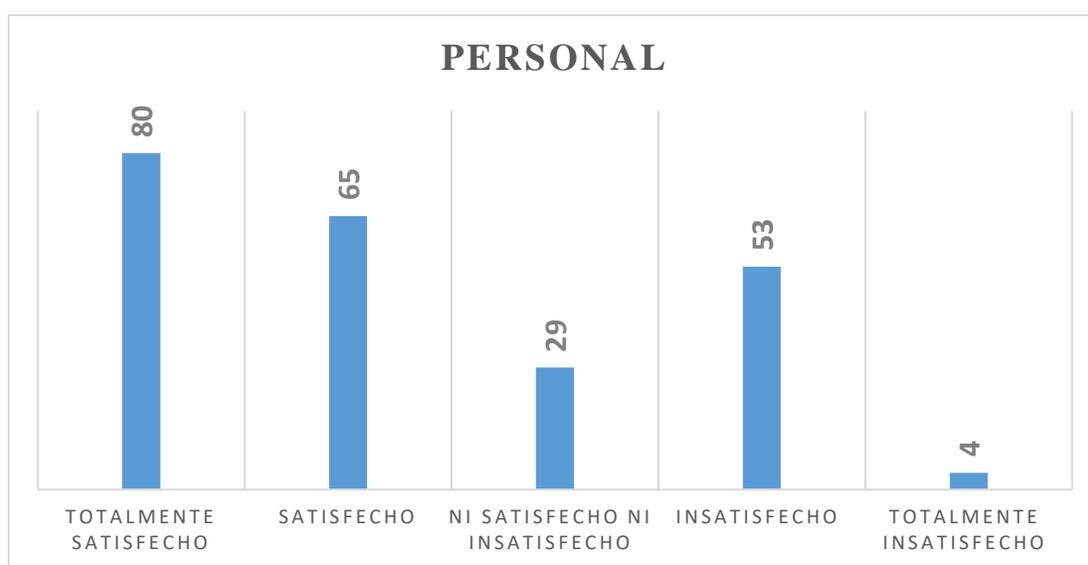
Gráfica 15



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Uno de los elementos claves que aportan en la experiencia y sobre todo en la satisfacción es el personal ya que es el primer contacto con el visitante, atendiendo las necesidades de los usuarios en cuanto a este servicio, por lo anterior se preguntó ¿El personal dentro del museo fue amable y servicial? A lo que 80 personas están totalmente satisfechas, 65 eligieron la opción satisfecha, 57 personas esta insatisfechas y 29 tiene una opinión neutral estos resultados reflejan un área de oportunidad para mejorar este servicio por parte de las personas que laboran en el museo, a pesar de que la mayoría de las personas está satisfecha, existe una cantidad considerable de usuarios que no lo están del todo o se encuentran en un nivel neutral, por lo que puede aumentar la calidad en este aspecto.

Gráfica 16



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

El museo es un espacio destinado para todo público por lo que la recreación de los niños está centrada en la sala “el caracol” por lo que se les preguntó a los usuarios si consideran que dicho espacio propicia la participación e interacción de los niños con el arte, a lo que 77 visitantes están satisfechos, 70 personas respondieron que se encuentran totalmente satisfechos, 45 insatisfechos, de 37 su opinión fue neutral y 11 totalmente insatisfechos.

La mayor parte de la población está satisfecha con esta sala, a pesar de ello, se debe tomar en cuenta que generalmente son familias las que visitan este espacio, y no todos están completamente conforme con esta sala por lo que se puede trabajar para aumentar la calidad de este espacio que debe ser recreativo y divertido para tener un mayor impacto positivo así también generar interés en los niños y desarrollar nuevas habilidades.

Gráfica 17

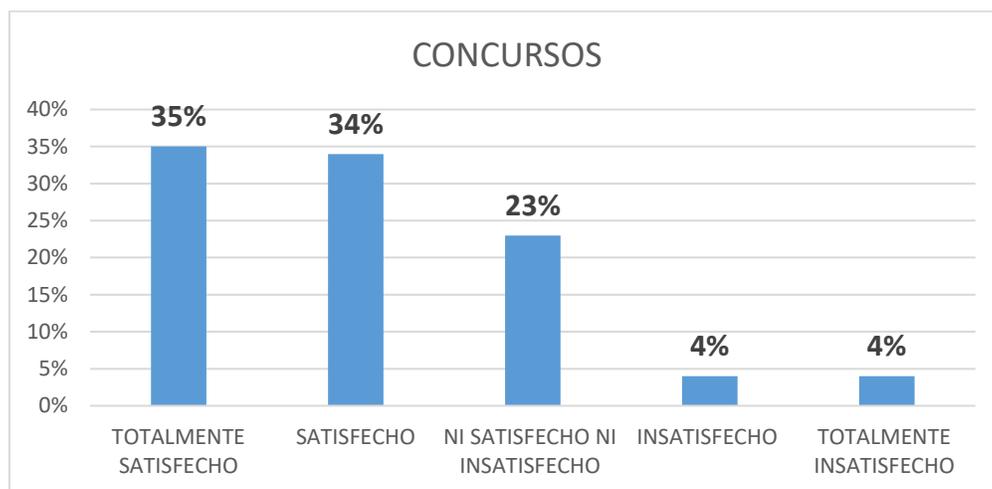


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

El museo realiza concursos a nivel nacional internacional las convocatorias normalmente las da a conocer la Secretaría de Cultura, así también se encuentra pegadas dentro del museo, dicho esto se preguntó si la convocatoria para los concursos fomenta el arte y la cultura a lo cual el 35% seleccionaron totalmente satisfecho, 34% satisfechos, 23% ni satisfecho ni insatisfecho y solo 8% están insatisfechos.

Lo anterior refleja que los concursos si son una alternativa positiva para difundir el arte en la sociedad y que más jóvenes artistas tengan oportunidad en el mundo del arte, de manera que tengan posibilidad de exponer sus obras en el museo, nacional e incluso internacionalmente, no obstante, como se mostraba en la gráfica 8 y 9 no todas las personas tiene contacto con la difusión de las actividades del museo por lo que generar mayor divulgación de dicho concursos abriría la posibilidad de conocer a más talento acuarelista.

Gráfica 18

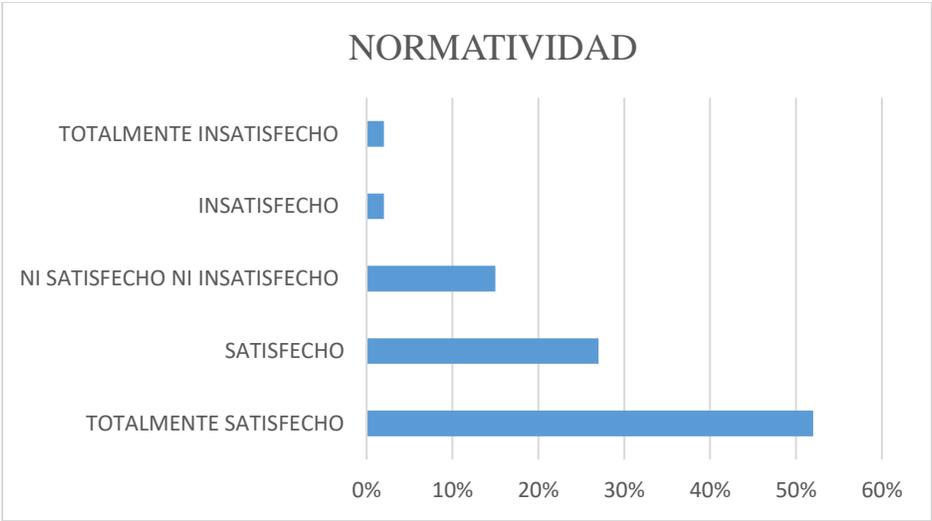


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Por otra parte, se les cuestionó sobre la normatividad interna del museo en cuanto a reglas y restricciones y si estas les permite tanto libertad como respeto por las obras expuestas, resaltando que la mayor parte siendo el 52% se sitúa en el rango totalmente satisfecho, seguido con el 27% que están satisfechos, el 15% neutrales, en contraparte el 4% se ubica en el rango insatisfecho es minoritario que corresponde al 4% como lo indica la gráfica 19.

En cuanto las indicaciones que se da en el museo como el no tocar, no tomar fotografías con flash, no entrar con alimentos o mascotas, no hacer ruido entre otras, reflejan un respeto por las obras y eso no impide que los visitantes estén satisfechos con la obra, es un dato relevante debido a que se puede observar que las personas siguen las indicaciones de lo que está permitido o no hacer dentro del museo generando valor y cuidado en el acervo.

Gráfica 19



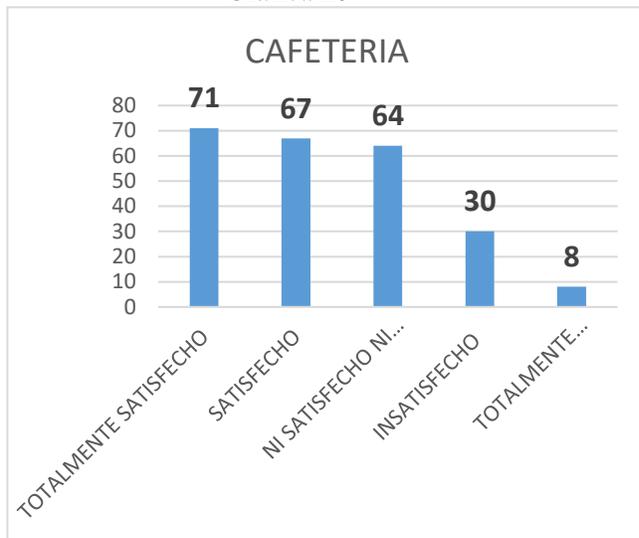
Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Uno de los servicios con los que cuenta el museo es cafetería, por lo que se les preguntó si piensan que este ayuda a disfrutar más la estancia en el museo, 71 visitantes eligieron la escala cinco que indica totalmente satisfecho, 67 están ligeramente satisfechos, 64 se encuentran en un estado natural y el resto de la población con 38 encuestados se encuentran debajo de los nivel de satisfacción , con los datos obtenidos se puede indicar que no todos los visitantes están del todo satisfechos con el servicio de cafetería o que no tuvieron la oportunidad de consumir , lo que da paso a identificar que es un punto en el que puede incrementar el nivel de calidad para que más personas puedan consumir y tengan una mayor opinión al respecto, a pesar de que es un empresa externa puede considerarse las opiniones de sus consumidores.

Conforme a los sanitarios, se preguntó si consideran que son accesibles y están en buen estado, higiénico y funcionales, el 35% se encuentran totalmente satisfechas, el 28% están satisfechos, el 24% tiene una opinión neutra y solo el 10% no está satisfecha tal como se refleja en el gráfico 26, destacando que a pesar de que la mayoría se encuentra satisfecha, existe la posibilidad de aumentar

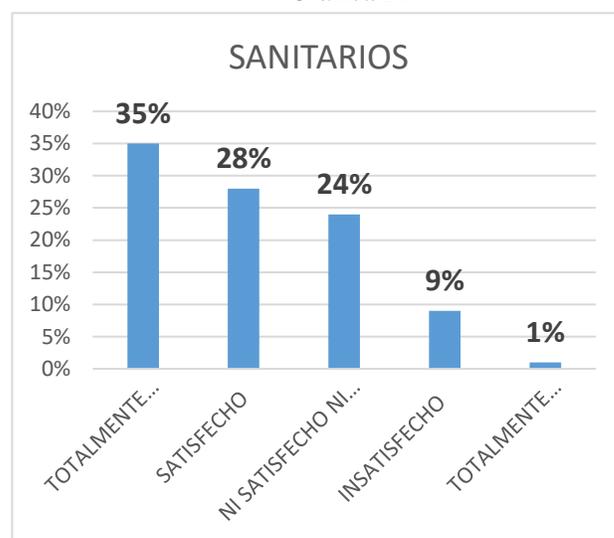
la calidad para que los visitantes que tiene una opción neutral puedan formar parte de la opción mayoritaria que está complacido con tal servicio.

Gráfica 20



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Gráfica 21

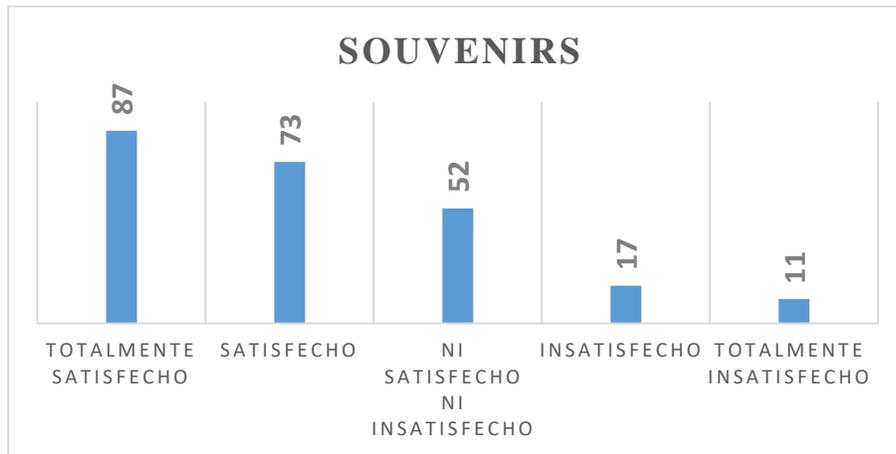


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Uno de los productos complementarios son los *souvenirs*, por lo que 87 personas consideran que son adecuados al concepto del museo y su precio lo hace aún más atractivo, 73 personas están satisfechas, 52 no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos, 28 personas están insatisfechos, tal como se muestra en la gráfica 22.

Al ser propiedad gubernamental el presupuesto es muy reducido es por esto que los productos que vende el museo como postales, lapiceros, rompecabezas, etc. es un apoyo económico los productos que vende el museo como postales, lapiceros, rompecabezas, etc. es un apoyo económico al museo para solventar los gastos del mismo, además de brindar memorabilidad de la visita a los usuarios; para poder conseguir que las personas que están en un rango neutral o insatisfechos adquieran *souvenirs* que tienen un precio desde \$10 puede ser más llamativo o grande el lugar en donde se encuentran y sobre todo que el personal los ofrezca.

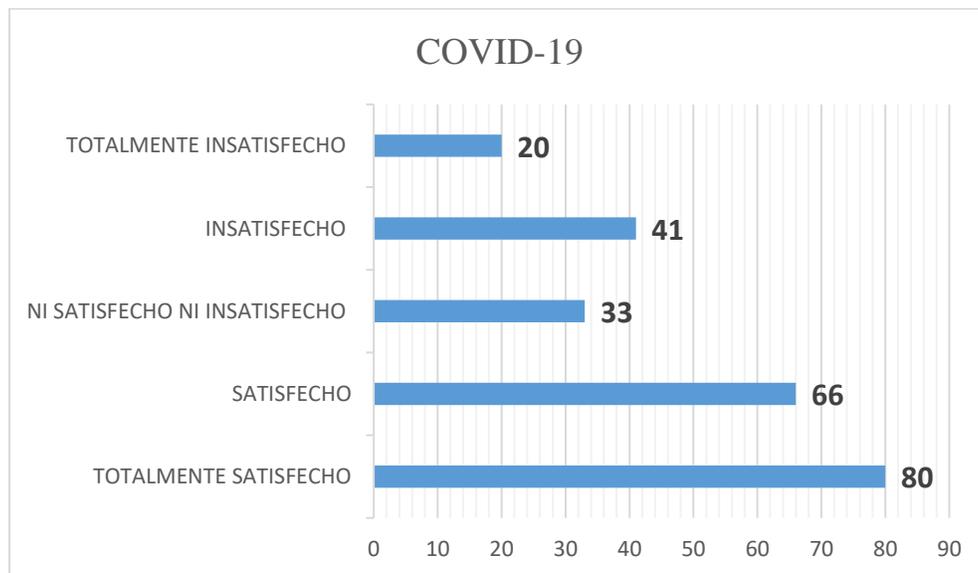
Gráfica 22



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

A partir de crisis sanitaria, los espacios públicos optaron medidas sanitarias que han ido disminuyendo al paso de los casos de coronavirus, sin embargo existen personas que aún no se sienten del todo seguras para poder salir y concurrir lugares cerrados, es por esto que se les cuestionó si consideran que el museo aplica medidas sanitarias para prevenir contagios por COVID-19, los resultados obtenidos muestran que 33% están totalmente satisfechos con las medidas preventivas, 27% satisfechos, 13% neutrales, sin embargo hay 25% de la población que aún se sienten insatisfechas con este servicio, el museo se puede considerar un espacio seguro ya que no existen aglomeraciones y no existe un contacto directo con superficies, sin embargo se deben mantener medidas sanitarias que les permitan a los visitantes estar tranquilos.

Gráfica 23



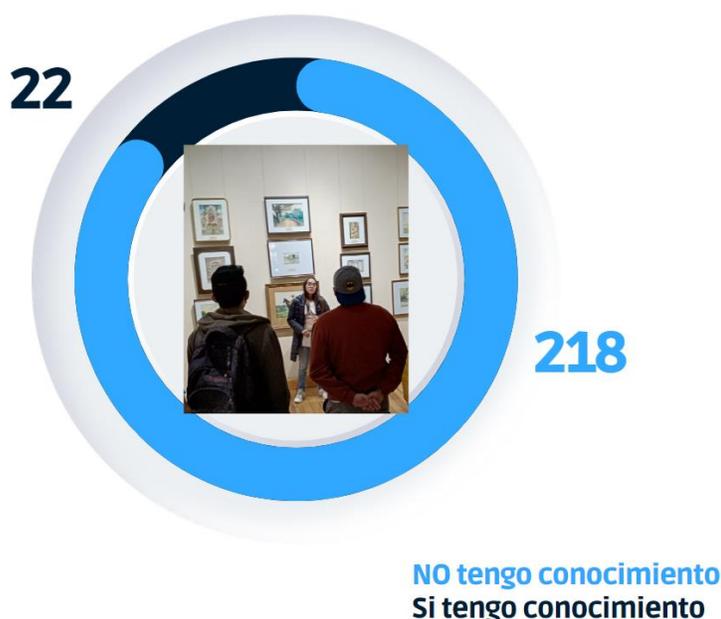
Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Para analizar si los visitantes tenían conocimiento acerca del servicio de recorrido guiado, se realizaron las siguientes preguntas ¿Qué información tenía acerca de este servicio? ¿Conoce el proceso para solicitar el servicio de visitas guiadas? A lo que 90% de los visitantes respondieron que no sabían que ofrecían este servicio por ende desconocen el proceso de cómo solicitarla, el 10% de la población contestaron que lo suponían ya que es un servicio que normalmente tienen los museos, al igual que han sido recomendados por parte de escuelas o familiares, una de las personas comentó que no sabían pero que se unieron al ver un grupo, un comentario que llamó la atención fue el siguiente:

- *“Tenía entendido que se podían realizar los recorridos guiados y en una ocasión que se solicitó, nos lo negaron por falta de personal”*

Gráfica 24

### CONOCIMIENTO DE VISITAS GUIADAS



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

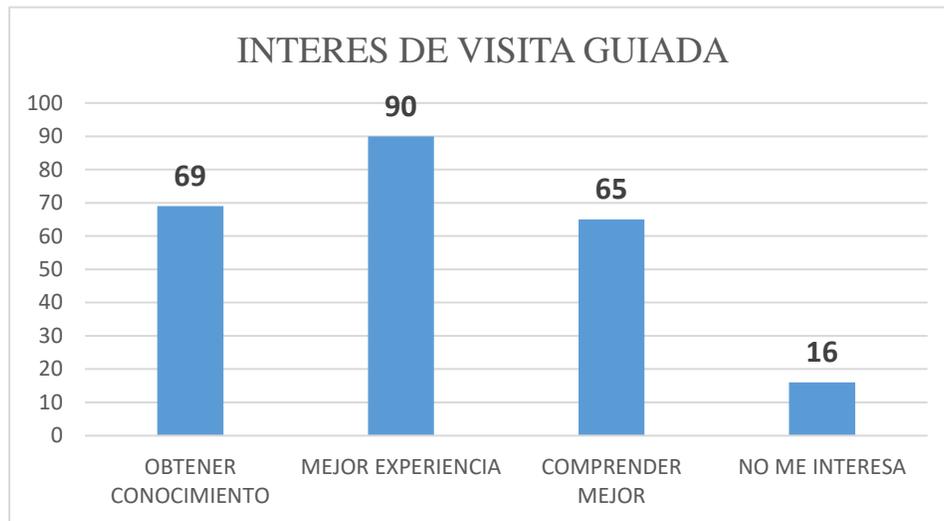
A las personas encuestadas se les preguntó por qué les interesaría recorrer el museo con un guía, en el siguiente gráfico se muestran las respuestas más frecuentes, una de ellas fue el incremento de la experiencia para que sea más significativa.

- *“Para que la experiencia sea completa, sepa el porqué de las obras expuestas y realmente tenga un sentido mi visita”*

69 visitantes consideran que obtendrían mejor conocimiento, Solo 16 personas no les interesaría un recorrido con un guía y 6 respondieron que para comprender mejor las obras.

- *“Porque hay datos históricos o relevantes que en ocasiones el espectador pasa desapercibido ya sea por falta de interés o de información.”*

Gráfica 25



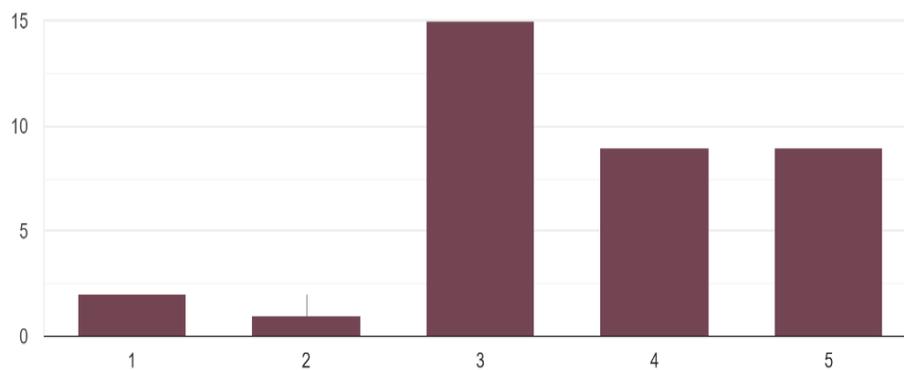
Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

De la población encuestada solo 36 personas han visitado el museo junto a un guía por lo que se les cuestionó sobre su satisfacción con este servicio, la primera afirmación es sobre el tiempo y si consideran que este rebasa la complejidad de la obra presentada, el 50% están satisfechos con la duración del recorrido, 41.7% se mantiene en el rango ni satisfecho ni insatisfecho, el 8.4% indicaron que están insatisfechos, se muestra gráfica a continuación

Gráfica 26

El tiempo de visita guiada rebasa la complejidad de la obra presentada

36 respuestas

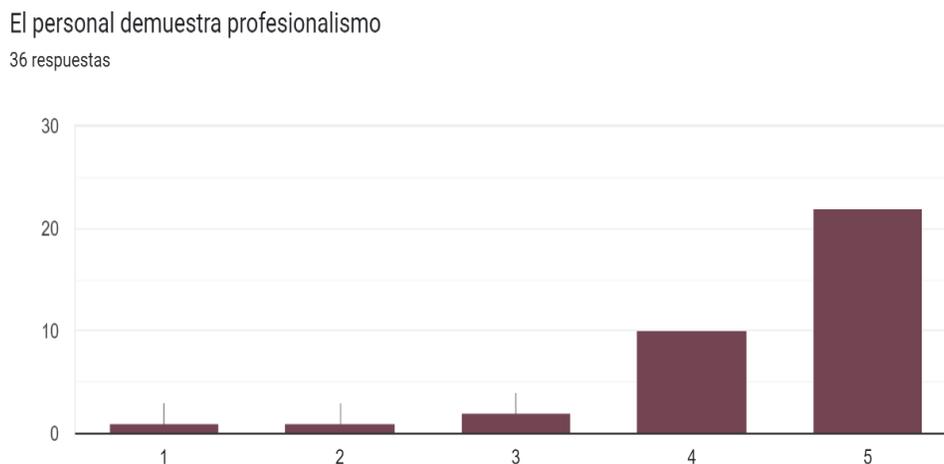


Fuente: GOOGLE FORMS, 2022

Retomando lo anterior, normalmente los recorridos guiados tienen una duración de una hora, depende mucho del interés y dinamismo del público, es preocupante que de la población encuestada de 240 personas solo 36 hayan experimentado esta vivencia, no siempre está disponible el servicio, lo que puede ser un impedimento para su fácil acceso, tanto por la falta de personal porque se tienen que solicitar con previo aviso, recordando que quien realiza la interpretación de las obras normalmente son estudiantes de turismo, arte o una carrera a fin que realizan servicio social o prácticas, por lo que se puede convocar a más estudiantes para mejorar este servicio y se pueda ofertar, si bien no muchas personas tienen el tiempo suficiente de recorrer de esta manera las salas, puede existir alternativas para tener una explicación de las obras tal como lo daría un guía.

La siguiente afirmación relevante fue: el personal demuestra profesionalismo, recordando que quien realiza la interpretación de las obras normalmente son estudiantes de turismo, arte o una carrera a fin de que hacen prácticas profesionales o servicio social, 61.1% de los encuestados están totalmente satisfechos, 27.8% satisfechos, 5.6 % neutrales y el resto están insatisfecho, sin embargo, la mayor parte consideran que si se muestran profesionales y preparados.

Gráfica 27



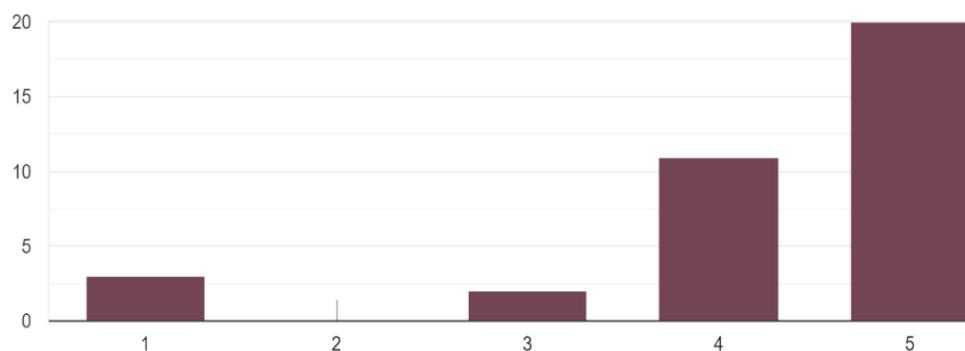
Fuente: GOGLE FORMS, 2022

Así mismo una característica importante es la interacción que tiene el intérprete con el grupo, se preguntó ¿El guía interactuó con todo el grupo y dio información clara e interactiva? Como se visualiza en la gráfica 28, más de 55% de la población está satisfecha con este servicio y solo el 8.3% se encuentra insatisfecho, son puntos que se toman con área de oportunidad que pueden aumentar la calidad del servicio.

Gráfica 28

El guía interactuó con todo el grupo y dio información clara e interactiva

36 respuestas



Fuente: GOGLE FORMS, 2022

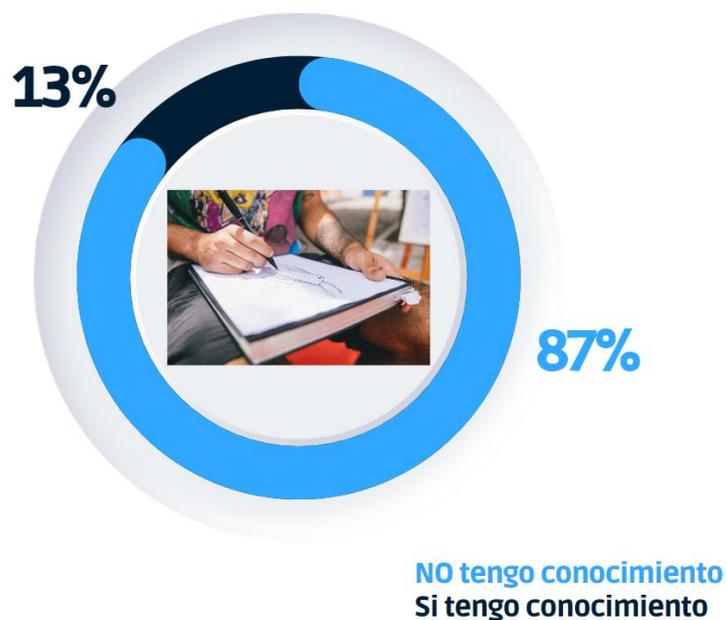
Otro factor es el conocimiento de los talleres que imparten en las instalaciones del museo, el 87% desconocía la existencia de estos servicios antes de la visita y el 13% conocía que impartían talleres de acuarela, de los comentarios que más sobresalieron fueron:

- *“No sabía, hay publicidad la entrada, pero pasa muy desapercibida”*
- *“Sabía que daban talleres, pero cuando fui me dijeron que estaban suspendidos”*
- *“Vi la publicación de un amigo y él me invitó a un taller “*

Teniendo en cuenta lo anterior, surge una preocupación de que la mayor parte de la población desconocen los servicios que tiene el museo y que el mismo no les proporciona mucha información, más que la publicidad que se pone en la entrada es un rato que exista más difusión de estos talleres no solo para personas ya profesionales sino también para principiantes y niños.

Gráfica 29

### CONOCIMIENTO DE LOS TALLERES



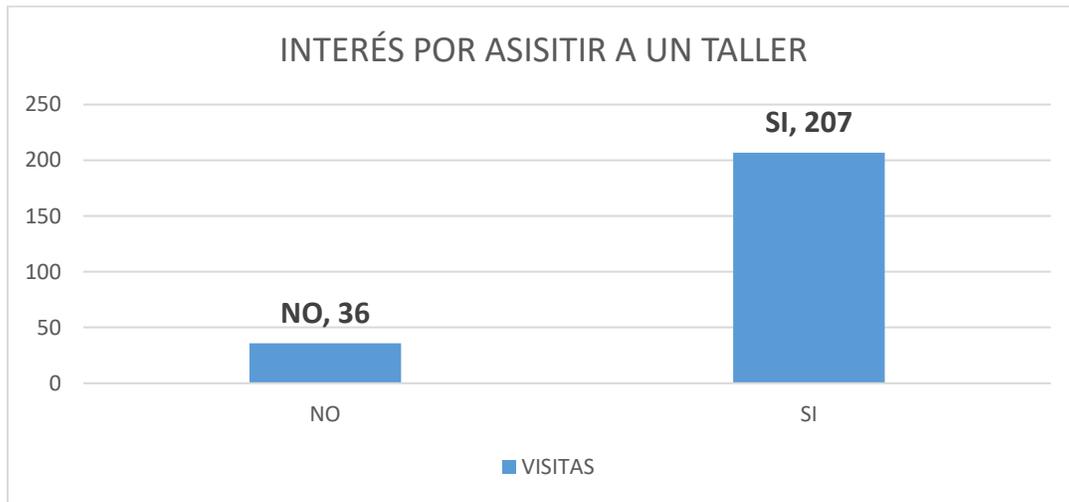
Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Se les pidió su opinión del por qué les interesa conocer y ser parte de un taller, lo que 207 visitantes si les gustaría

- *“Porque es una manera de generar un aprendizaje significativo y de conocer más sobre la técnica de la acuarela u otras técnicas de pintura o expresión artística”*
- *“Porque sería divertido”*
- *“Por la experiencia que se ofrece de este mismo”*
- *“Creo que es una manera de aprender sobre la importancia, pero no tengo las posibilidades económicas ya que para mí sería solo un hobby”*

Por otra parte, a 33 personas no les llama la atención, en este sentido, se puede invitar con una clase muestra a personas que les genera curiosidad, pero no se deciden en tomarlo, así también dando difusión para los cursos y talleres ya que la mayor parte de la población muestra interés, pero desconoce este servicio.

Gráfica 30

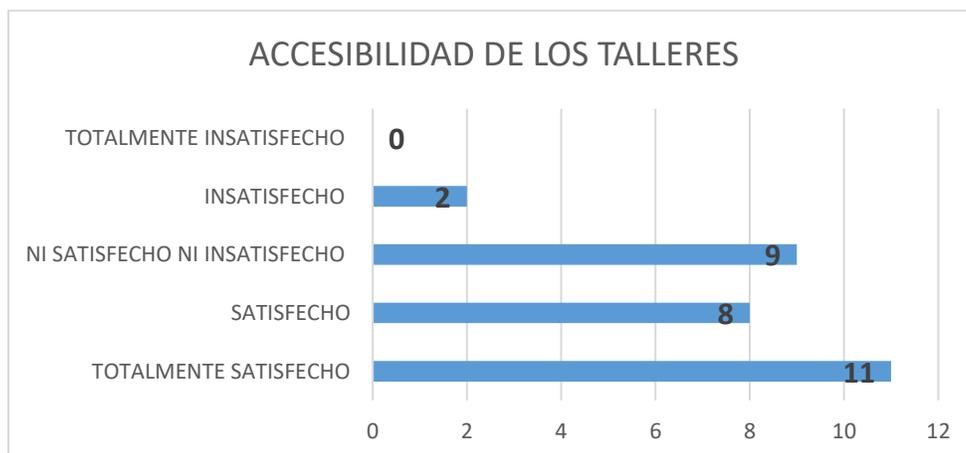


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

De las personas encuestadas solo 30 personas han asistido a un taller de acuarela en el museo, para medir la satisfacción de este servicio, un aspecto fue la accesibilidad en cuanto al precio y los horarios, 11 personas están totalmente satisfechos, 9 no están ni satisfechos ni insatisfechos, 8 satisfechos y solo 2 están insatisfechos.

Hay que reiterar nuevamente que existe inquietud de que la minoría de encuestados siendo solo 30 de 240 encuestados han tenido la oportunidad de asistir a un taller, sin embargo y retomando la gráfica 34 y 35, existe un mayor interés en los visitantes, pero es la minoría quien conoce información acerca de estas actividades.

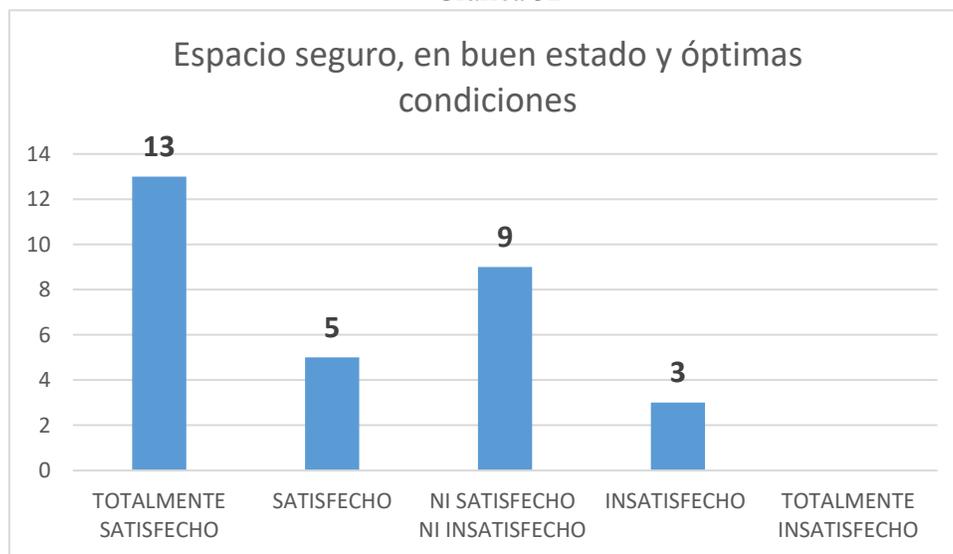
Gráfica 31



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Otro aspecto por evaluar es espacio, al preguntarle si lo consideran seguro, en buen estado y óptimas condiciones, el grupo dominante con 13 persona es la categoría totalmente satisfechos, 9 se mantiene neutral, 5 satisfechos, y solo 3 usuarios no se encuentran satisfechos, siendo está la minoría, sin embargo, existe la oportunidad de mejorar el espacio para recibir a los alumnos y encuentran en los talleres un espacio más cómodo.

Gráfica 32

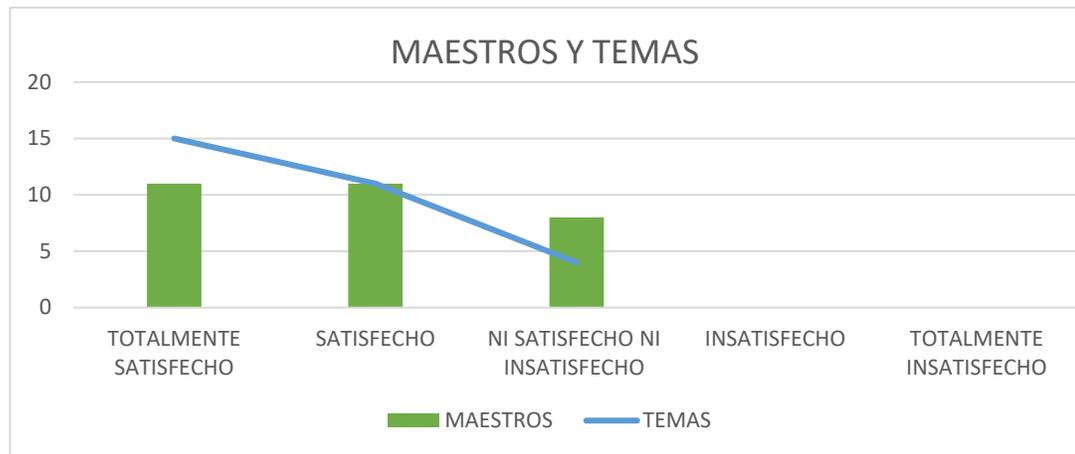


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Los siguientes elementos fueron acerca de las personas que imparten los talleres, al preguntarle: ¿Los maestros se muestran profesionales y abiertos para dudas? Lo cual cuenta con un grado mayormente satisfactorio en donde los alumnos están totalmente satisfechos, 11 satisfechos y solo 8 personas eligieron la opción neutral que significa que no existe satisfacción, ni insatisfacción.

Ligado a esto se preguntó ¿los temas son coherentes con el concepto del museo?, 15 personas optaron por la opción totalmente satisfechos, 11 satisfechos y 4 visitantes neutral, ambas afirmaciones se presentan a continuación. En este aspecto no hay un nivel insatisfactorio, a pesar de esto, se puede trabajar en estrategias para mejorar las clases por parte de los profesores para que las personas neutrales se unan a la mayoría.

Gráfica 33



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Por otra parte, se les pregunto si tienen alguna discapacidad o algún familiar padecía de un impedimento para visitar el museo en el primer gráfico muestra la discapacidad más común, que son inmovilidad motriz en piernas así como pérdida visual (los encuestados compartieron que la mayoría de sus familiares no los acompañaban por el mismo motivo pero que les gustaría que no fuera un obstáculo para visitar el museo) y a pesar de que no es una discapacidad, existen personas mayores que necesitan apoyo para caminar y en diversos espacios del museo es un tanto complicado subir escalones o mantenerse mucho tiempo de pie.

Gráfica 34

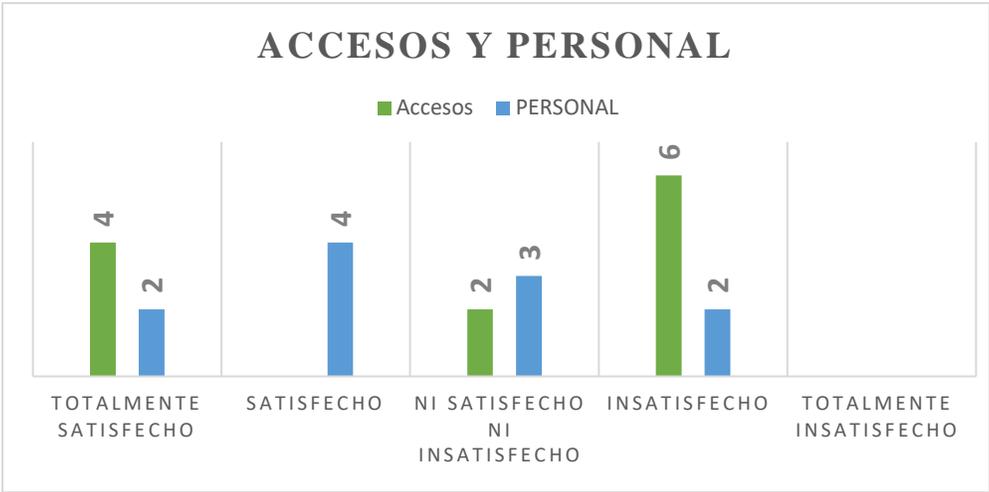
#### DISCAPACIDAD PREDOMINANTE



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Como se representó en el gráfico 13, con respecto a la accesibilidad, es la minoría de la población que presenta alguna discapacidad, por lo que esta población se les preguntó ¿es fácil acceder a las instalaciones? 6 personas tienen un nivel insatisfecho, 4 visitantes están totalmente satisfechos, 2 neutros; en cuanto a la inclusividad del personal al ayudar a facilitar el acceso y la estancia en el museo, 6 visitantes permanecen satisfechos, 3 neutros y 3 insatisfechos, se representa en el gráfico.

Gráfica 35

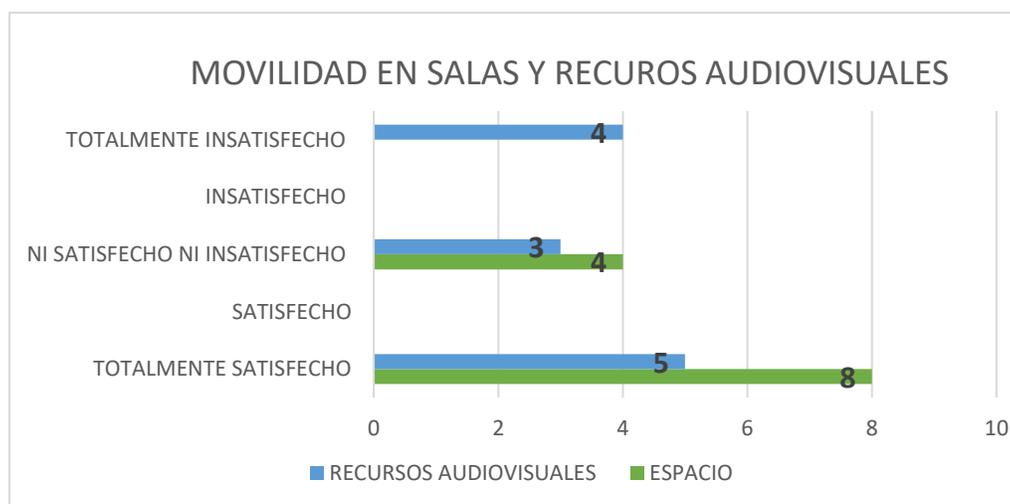


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

El siguiente criterio fue el espacio de las salas a manera que permita la movilidad para apreciar las obras, 8 de estas personas están totalmente satisfechas, 5 de ellos se encuentran totalmente satisfechos y 4 con un nivel neutral, así también con los paneles de información y los recursos audiovisuales considerando que son suficientes para comprender la obra, 4 están insatisfechas y 3 tiene una opinión neutral tal como se muestra a continuación

Retomando a arquitectura del espacio era una casa habitación y permanece como patrimonio por lo que es complicado la autorización para modificar o incluir rampas o medios que faciliten este aspecto, sin embargo, con diversos estudios y un mayor presupuesto puede lograr ser un espacio más inclusivo para que el porcentaje de personas con discapacidad conozcan un espacio en donde ellos pueden apreciar el arte incluso ser parte de un taller y de diversas actividades ya que el arte es un derecho para todos.

Gráfica 36



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

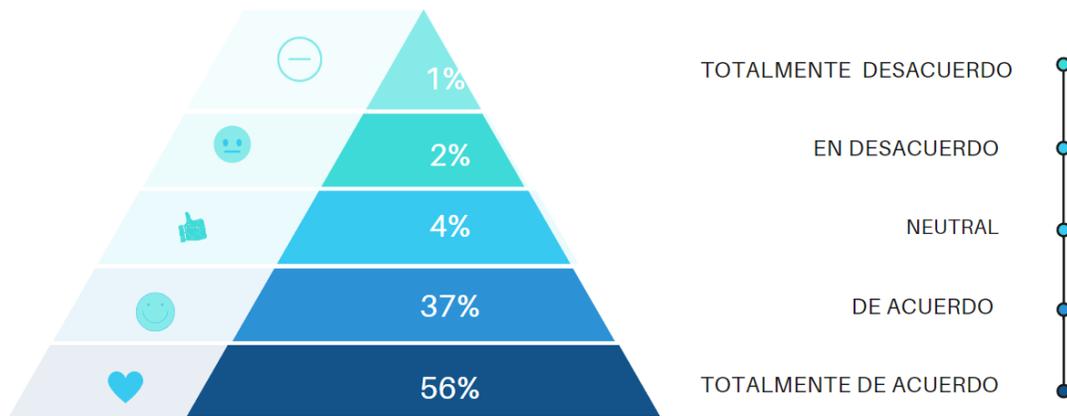
Con lo anterior se ha cumplido uno de los objetivos específicos que es medir el nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, el acervo y los servicios en el Museo de la Acuarela, la mayor parte de la población se encuentra en un nivel 4 que corresponde al rango de satisfecho, es un indicador bueno para la institución, no obstante, hay diversos criterios que pueden aumentar la satisfacción, no dejando de lado las opiniones neutrales y los que aún no están de acuerdo con dicha calidad de los servicios, personal, infraestructura, acervo, tomándose como un área de oportunidad para que todos los visitantes estén totalmente satisfechos con un espacio cultural digno para todos, tal como se analizó en cada una de las gráficas presentadas, de tal forma que represente la identidad de los acuarelistas mexiquenses que exponen sus obras, ya que es uno de los museos en donde llevan a cabo exposiciones y eventos de manera internacional.

#### 4.2.3 Experiencia de los visitantes del Museo de la Acuarela

La experiencia, al ser un elemento cualitativo se realizaron diversas afirmaciones en donde los visitantes eligieron categorías desde totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo con el propósito de comprender cómo fue su vivencia al recorrer el museo de la Acuarela y comprobar o refutar la hipótesis 1.

El primer aspecto fue si las obras expuestas produjeron emociones tales como felicidad, admiración, tranquilidad, tristeza, compasión o los retoma a recuerdos, a lo que el 56% de la población encuestadas están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo siendo mayoría las personas que si les transmite emociones las obras presentadas.

Gráfica 37  
EMOCIONES

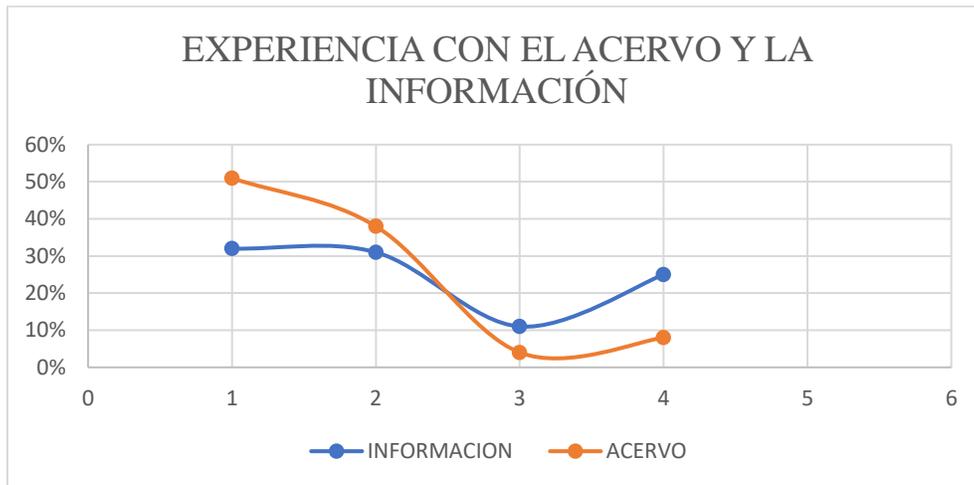


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

En relación del acervo y la información presentada, se preguntó si esto generó mayor curiosidad por conocer más acerca de la historia del artista, del museo y del arte a lo que 63% está de acuerdo con esta información, 25% en desacuerdo y solo el 11% tiene una opinión neutral, a pesar de que la mayor parte de la población si les genere interés las obras e información que se presenta existe una población a lo que no o que se encuentra neutral, en donde puede desarrollarse un mejor enfoque en mejorar estos aspectos para generar experiencias de aprendizaje.

Así mismo, se realizó la siguiente pregunta ¿la información de los artistas permite interactuar con sus pinturas de tal manera que se comprende el porqué de su obra? más del 51% indicó que está totalmente de acuerdo, tal como se muestra a continuación, 38% ligeramente de acuerdo, la minoría siendo el 8% lo ocupa los rangos desacuerdo y 4% neutral, sin embargo, existe la posibilidad de mejorar que la información documental para que puedan conectar con el artista, no solo en el momento que ven la obra, si no que se abra una visión post-visita y que genere interés en conocer más de un artista, obras, incluso de más museos.

Gráfica 38

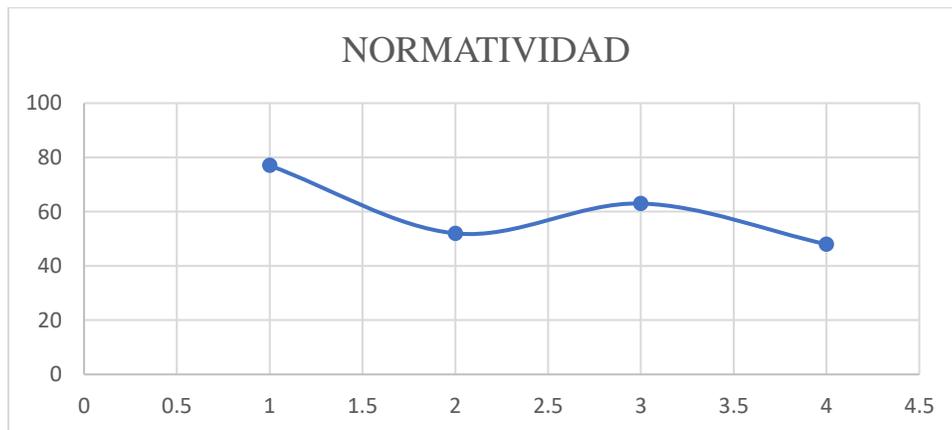


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

A propósito de la experiencia que vivieron con la normatividad interna, se afirma si el museo permite sentir la importancia y el respeto tanto por la obra, los artistas como el recinto cultural con las restricciones y normas que tienen, lo que 77 personas están totalmente de acuerdo, 52 de acuerdo, 63 ni de acuerdo ni en desacuerdo y 48 visitantes en desacuerdo.

Retomando lo analizado en la gráfica 24, en esta parte se puede observar que la generalidad está de acuerdo con esto con más del 52% de los encuestados, pese a esto, el número de visitantes que tienen una opinión neutra o que no están de acuerdo, llama la atención para indagar el impacto que conlleva el estar a gusto con las normas o no de un espacio y que es lo que transmite para ellos si respeto o limitación, de tal manera que se plantean estrategias para cuidar el acervo y que las personas puedan sentirse parte de él.

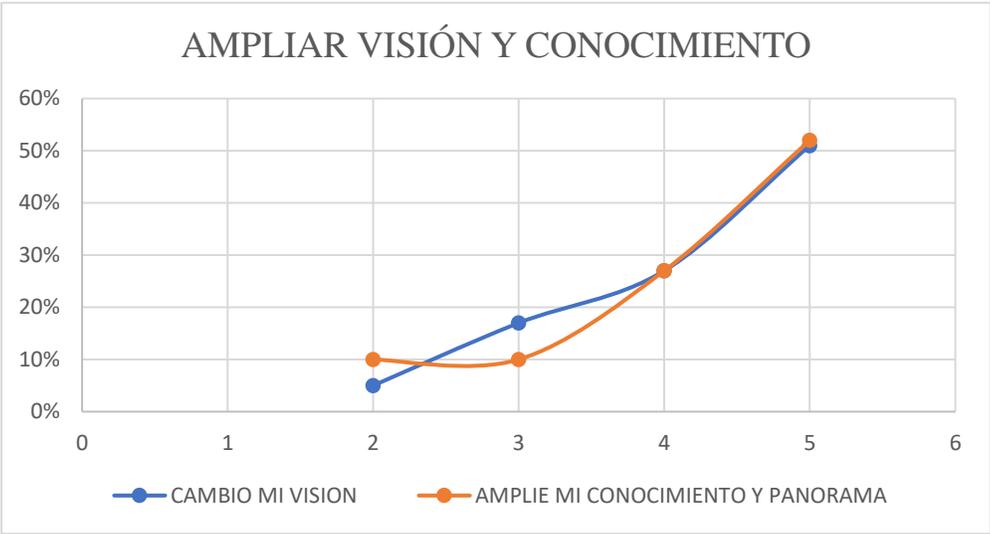
Gráfica 39



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

El 51% de la población encuestada está totalmente de acuerdo en la siguiente afirmación: Después de su visita sintió que cambió su visión con respecto a la acuarela, el arte y la cultura, el 17% se encuentra neutral y solo el 5% está en desacuerdo, por otra parte se les preguntó si al estar en contacto con las pinturas permitió sentir que amplió su conocimiento y panorama sobre la acuarela, el 52% se ubica en el punto totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo, 10% neutral y 11% en desacuerdo, con estos datos se puede observar que el Museo puede tener un impacto en las persona y esto debe ser un incentivo para mejorar cada aspecto.

Gráfica 40



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Referente al diseño de la sala, se les preguntó si están de acuerdo que la iluminación y color de la sala les permite sentir más conexión con los paisajes, la complejidad de los cuerpos humanos, la profundidad de cada obra y los objetos dentro de las áreas, el 47% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo, 18% de los visitantes ni acuerdo ni en desacuerdo y el 8% está en desacuerdo.

Otro aspecto importante fue si el servicio de los recursos audiovisuales generó una impresión desagradable ya que no se tiene un fácil y rápido acceso para estar en contacto con el concepto del museo, el 50% sintió esa impresión desagradable, el 25% neutral, el otro 25% está en desacuerdo con esta afirmación, los recursos tiene que ser solicitados al personal de museo, algo que muchos visitantes prefieren no hacer ya que puede ser tardado impidiendo una relación más profunda con el concepto del museo, estos datos se representa en la gráfica a continuación.

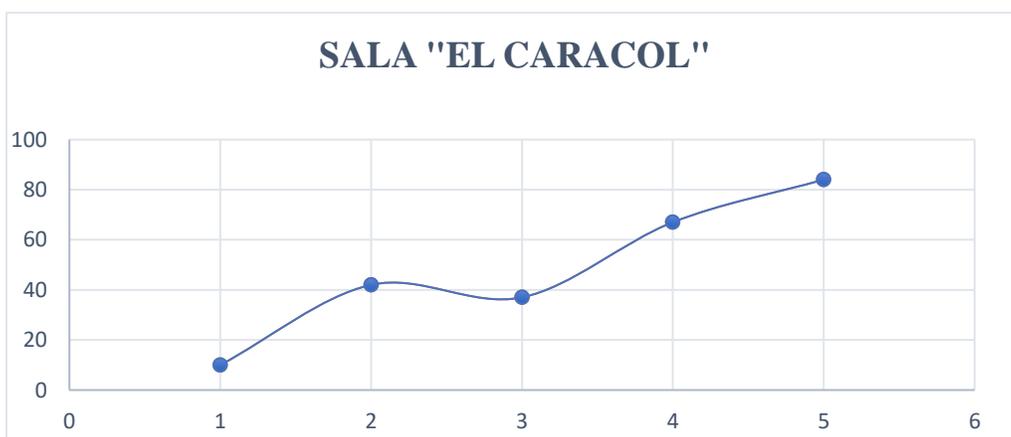
Gráfica 41



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Una de las salas que ofrece una experiencia para los niños es “El caracol” por ello los 87 visitantes están totalmente de acuerdo en que les permite reconocer la importancia de la acuarela al tiempo de sentir diversión al aprender, 67 usuarios están de acuerdo, 37 se encuentran neutral, sin embargo 42 están desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo, por lo que es un área de mejora que se tiene que tomar en cuenta para que más visitantes sientan una vivencia que impacta en la vida de los niños, esta parte del museo puede ser el primer acercamiento de los niños, incluso de los jóvenes y adultos con la acuarela y tener la curiosidad de inscribirse a un taller o está en contacto con las actividad.

Gráfica 42

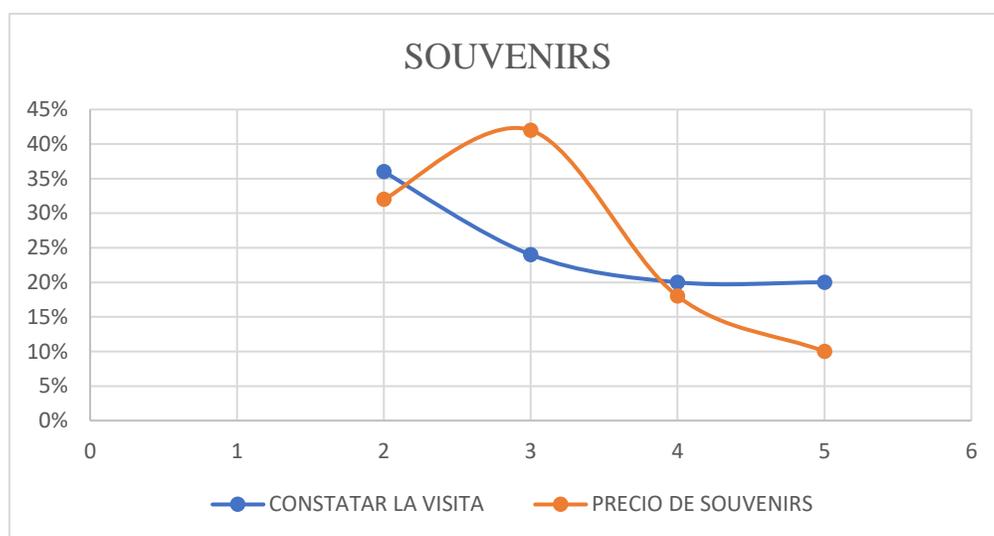


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

El siguiente gráfico representa que el 40% adquirieron souvenirs que ofrece el museo, porque sienten que constata su visita, el 36% está en desacuerdo con esta afirmación y el 27% es neutral, se toma cuenta que no adquieren souvenirs del Museo con base al resultado de la gráfica 27; el siguiente aspecto fue si consideran que los souvenirs tienen un precio elevado y el significado no corresponde al concepto del museo, 42% están totalmente de acuerdo, 32% de acuerdo, 18% en un rango neutral y el 10% en desacuerdo.

Los precios de los souvenirs varían desde los \$10 hasta los \$120 aproximadamente sin embargo se encuentran exhibidos en una vitrina a la entrada que puede pasar desapercibido ya que es pequeña, como es parte importante no solo para incrementar la ayuda económica del museo sino para que las personas se lleven un objeto que les recuerde su vivencia y sea parte de esa memorabilidad así mismo para recomendar a otras personas a que realicen la visita.

Gráfica 43

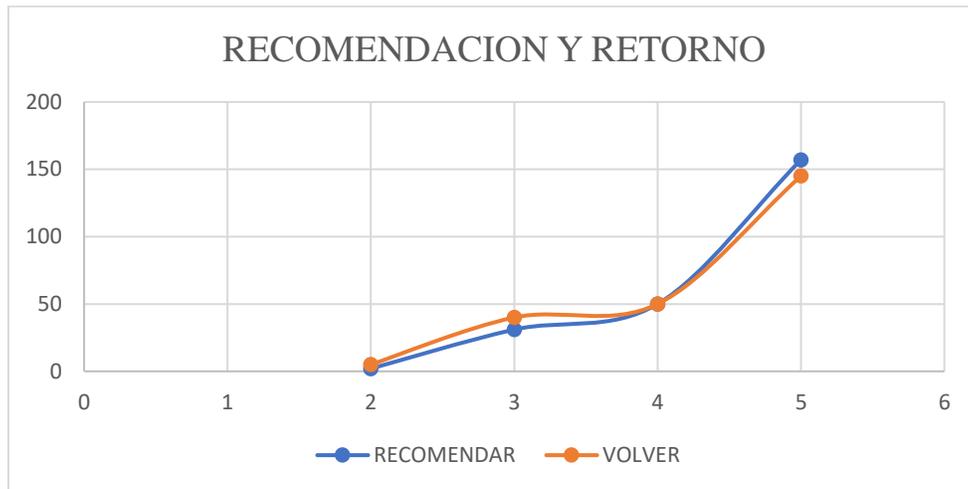


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Al terminar la vivencia dentro del museo, se realizó la siguiente pregunta ¿recomendarían que lo visitara todo público? a lo que la mayor parte de la población encuestada siendo 150 respondió que se siente totalmente de acuerdo con esta afirmación, 50 personas de acuerdo, 31 personas no están de acuerdo ni en desacuerdo y solo 2 usuarios no lo recomendarían.

Siguiendo esta línea se les preguntó si les encantaría volver a visitarlo, 145 contestaron totalmente de acuerdo, 50 de acuerdo, 40 neutral y 5 no lo volverían a visitar; lo que requiere un gran compromiso para que cada vez que lo visiten se lleven una experiencia nueva, que las personas que tienen una opinión neutral o en desacuerdo puedan unirse a la mayoría que están de acuerdo y que cada vez sea mejor la visita que la anterior, los resultados se muestran a continuación.

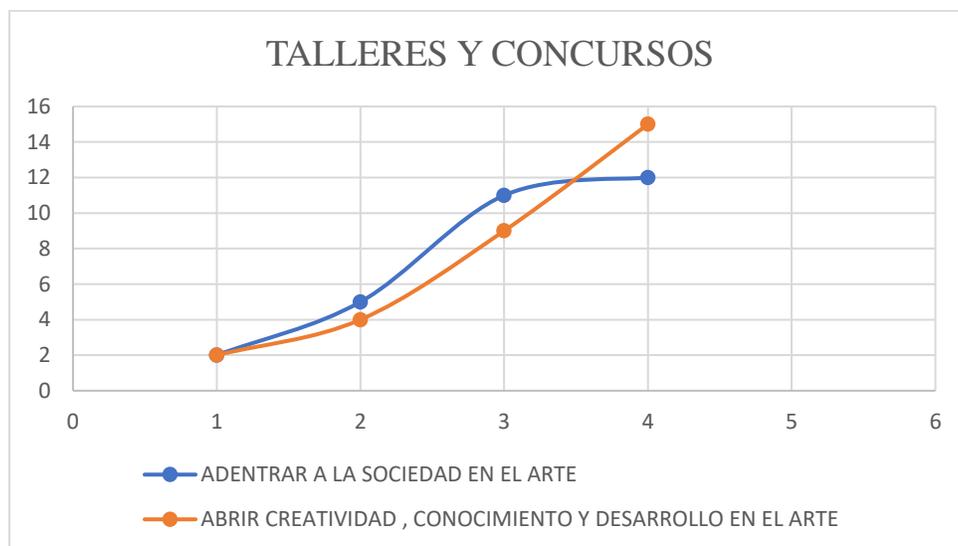
Gráfica 44



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Por otra parte, se les preguntó acerca de la experiencia que viven en los talleres los cuales solo 30 personas han sido parte de esta experiencia, la primera afirmación es si los talleres permiten reconocer el interés del museo por adentrarse a la sociedad al arte, 12 visitantes están de acuerdo, 11 se encuentran neutral y 7 usuarios están en desacuerdo, así mismo se les pidió su opinión acerca de los talleres y los concursos como una oportunidad a la creatividad, conocimiento y motivado, 15 personas están totalmente de acuerdo, 9 neutral, 4 en desacuerdo y 2 en total desacuerdo, los datos obtenidos muestran en el siguiente gráfico.

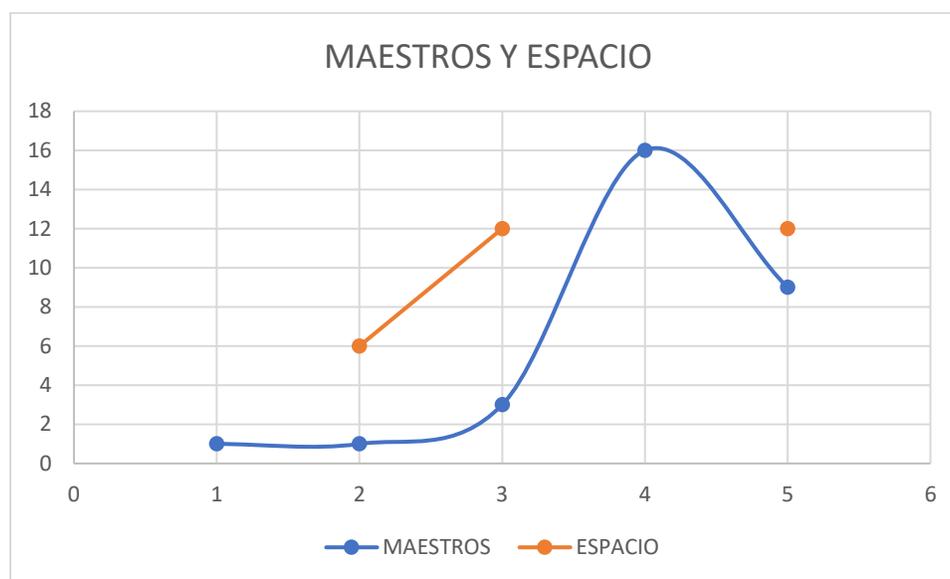
Gráfica 45



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Por último, se les preguntó sobre las emociones de estar dentro de un taller, por parte de los maestros hacen sentir seguridad, felicidad, entusiasmo y ayuda a tener un mejor aprendizaje, 16 encuestados están de acuerdo, 9 personas están totalmente de acuerdo, 3 neutral y 2 en desacuerdo; también se les cuestionó acerca del espacio en donde se toman los talleres para saber si los hace sentir inspirados y motivados, a esto 12 personas respondieron que sí, totalmente de acuerdo, 12 neutral y 6 en desacuerdo.

Gráfica 46

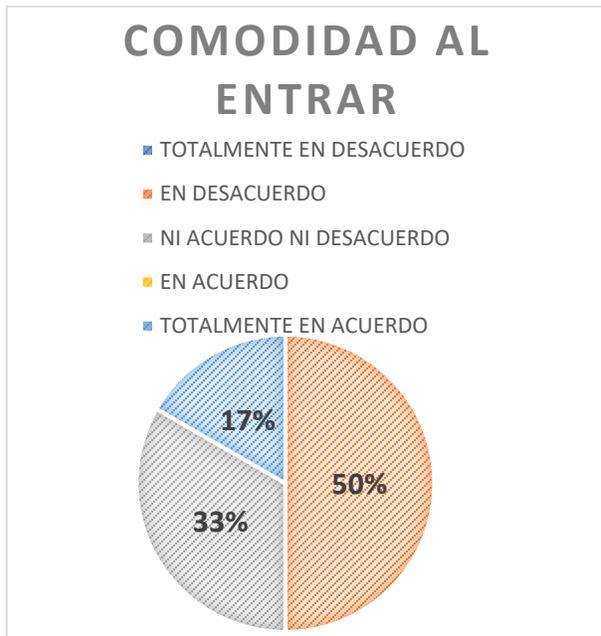


Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

A las personas que padecen alguna discapacidad, se les preguntó acerca de la sensación de seguridad al entrar al museo y a cada una de las áreas dentro de él, 50% de esta población está en desacuerdo, reflejando que no sintieron total comodidad al entrar, el 33% tiene una opinión neutral y el 17% de acuerdo; en el siguiente gráfico se encuentran los datos obtenidos a la afirmación sobre la inclusión que sintieron al tener algún recurso o acceso que permitiera conocer, sentir y comprender el acervo, 67% está de acuerdo y el 33% en desacuerdo, se le preguntó el por qué y algunas respuestas que sobresalieron fueron:

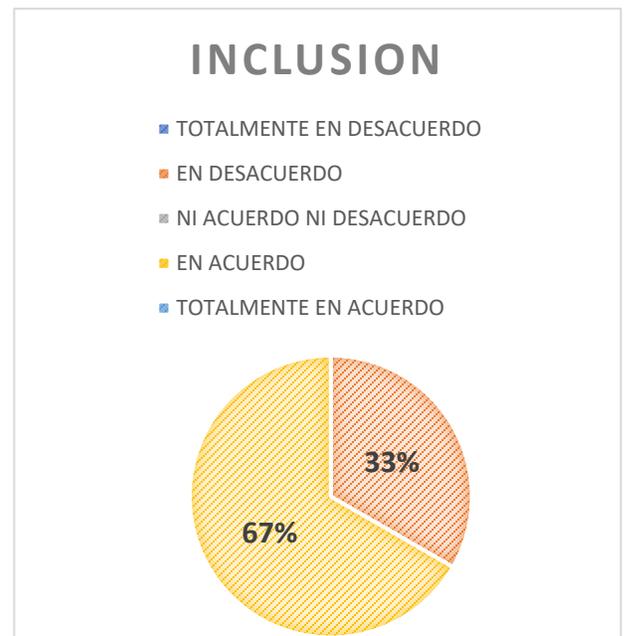
- *“No hay descripción de varias de las obras”*
- *“Porque fueron respetuosos y no hubo discriminación”*
- *“La única limitación fue que había escaleras entonces para un adulto mayor es un poco complicado, pero no fue imposible entrar”*

Gráfica 47



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

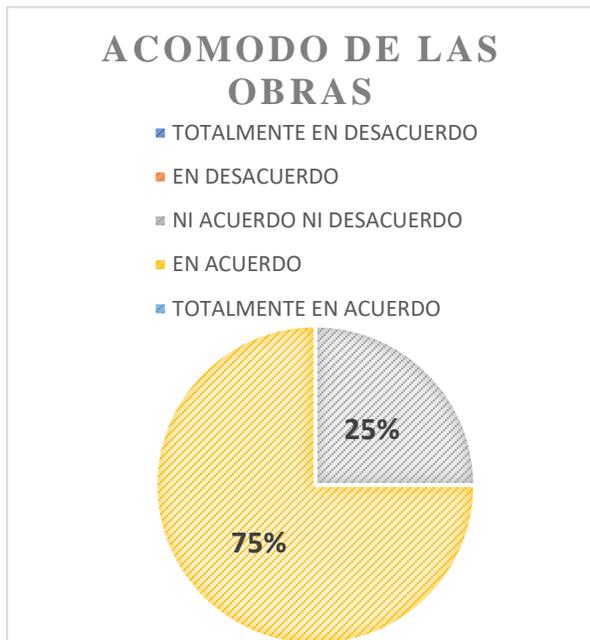
Gráfica 48



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

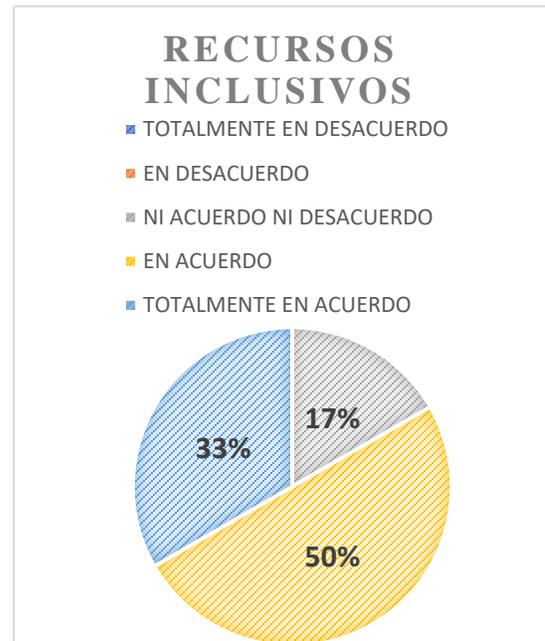
Se afirmó si el acomodo de las obras en cuanto a la altura y distancia les ayuda a contemplar cada una de ella, 75% siendo la mayoría de los encuestados se sienten de acuerdo y solo el 25% se encuentra neutral, de igual manera se refleja si se sienten cómodos si las salas contarán con recursos como biografías en Braille, tamaño de la tipografía fuera más grande, recursos de audio, incluso que algunas pinturas pudieras ser tocadas, el 33% indicó que está totalmente de acuerdo, 50% de acuerdo y solo el 17% neutral, con los datos obtenidos se presenta un opción para que el museo pueda ser más inclusivo en cuánto a personas con discapacidad, generando ideas que pueden planear para abrir la posibilidad de vistas de una población que ha sido excluida.

Gráfica 49



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Gráfica 50



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Para finalizar el trabajo de campo, se preguntó qué les gustaría ver en su próxima visita para mejorar su experiencia, en la siguiente gráfica se encuentran las respuestas más frecuentes:

Gráfica 51



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, 2022

Tal como se representa en la gráfica 51, 101 visitantes mencionan que mejoraría su experiencia teniendo acompañamiento de un profesional y que el personal fuera más atento, 42 usuarios dijeron que quisieran más actividades interactivas y más para niños:

- *“Que haya guías, personal en la sala el caracol para las actividades con los niños, que mejoren la atención hacia los visitantes”*

- *“Que la sala para niños fuera más alegre”*

- *“Difusión, más obras temporales, la cafetería con más productos, poner cosas en la tienda, invitar a artistas jóvenes a presentar obras, en la parte del caracol poner más actividades, es muy aburrido”*

- *“Que todo el museo sea interactivo, experiencias en línea en tiempo real con otros visitantes o usuarios”*

40 personas optan por tener clases muestra de acuarela, de igual manera les gustaría que se tenga una mayor difusión y accesibilidad para personas con discapacidad.

- *“Interactuando directamente con la técnica, al inicio del recorrido puede ser bueno conocer brevemente cómo funciona la acuarela a través de dar un par de brochazos a un lienzo, así nos sensibilizamos más”*

### **4.3 Características de los contextos de las entrevistas: Enfoque cualitativo**

#### **4.3.1 Resultados de la entrevista 5 visitantes del Museo de la Acuarela**

Para cumplir uno de los objetivos específicos que es definir la manera en la que la experiencia obtenida por el visitante se correlaciona con el nivel de satisfacción en su visita se realizaron 5 entrevistas, entendiendo que la experiencia que se vive al recorrer el museo es subjetiva, es decir, para cada persona va a representar algo diferente de acuerdo con su forma de pensar, sus preferencias, experiencias pasadas y juicios de cada uno de ellos, de igual forma se pudo identificar algunas expresiones que tienen las personas al hablar de su experiencia enriqueciendo más las entrevistas.

Por lo anterior es complejo generalizar las necesidades, expectativas e intereses del visitante, sin embargo, es importante conocer diferentes puntos de opinión para identificar, cuál es la perspectiva, emociones, conocimientos así como sus comportamientos de manera intrínseca y más a detalle que tienen los visitantes para impulsar el interés de conocer el Museo de la Acuarela relacionado con las necesidades, deseos o sensaciones personales, contemplando los factores subjetivos de la experiencia, antes de la visita tomando en cuenta las expectativas y motivación; durante que contempla la percepción e interpretación que tuvieron las personas con todo lo que compone el recinto y después de ella como la memorabilidad que ha surgido y si la satisfacción fue agradable o no, para esto en entrevista con:

- Marilú Flores, una visitante habitante de Metepec que ha participado en diversos talleres que oferta el museo comentó entusiasmada *“la primera vez que visité el museo fue porque tenía ganas de aprender acerca del arte de acuarela en general, así como, mejorar y tener técnicas sólidas para realizar sus dibujos”*

- Martha Hernández, de 53 años, ama de casa y habitante de Toluca dijo *“Me motivó el hecho de conocer, aprender y admirar la técnica de la acuarela y pude saciar esa curiosidad. Si, porque yo no sabía nada sobre técnicas o pinturas profesionales, creo que nunca les di mucha importancia”*

-Alberto Pino, un ingeniero de 34 años, visitó el museo en un recorrido guiado, respondió que *“Me motivó aprender sobre la acuarela es una técnica interesante, honestamente genera muchas dudas ya que no hay una cultura en la que aprendamos a apreciar el arte, pero fuera de eso si pude satisfacer ciertas dudas”*

Analizando los comentarios, las expectativas que tienen los visitantes principalmente es adquirir un aprendizaje de la técnica de la acuarela siendo un tema que conocen muy poco o que es nuevo para ellos, lo cual es parte de su motivación para visitar el MAEM y que cumple con el propósito de las instituciones culturales.

Los entrevistados conocieron el museo por recomendación de otras personas que son familiares o amigos, en una de ellas, Angélica Hernández visitante de 25 años, estudiante de licenciatura y residente de la Ciudad de Toluca mencionó con voz nostálgica que la fachada le causaba intriga ya que tiene una bicicleta un tanto antigua por ello la imagen exterior es clave para que atrae la atención de las personas que transcurran lugares cercanos tal como lo comentó, por otra parte, Alberto Pino expresó con una postura de inquietud y motivadora:

- *“Me enteré de museo por cuestión de recomendación por eso me motivó a visitarlo, aunque siento que falta mucha difusión como en páginas de redes sociales porque se está quedando muy obsoleto, en la ciudad existen muchos museos en Toluca, pero son pocas las personas que conozcan que tipo de museos son”*

Las expectativas son ideas, pensamientos y emociones previas de los visitantes en donde intervienen prejuicios, conocimientos, humor, preferencias, preocupaciones, y sobre todo de vivencias pasadas que impulsan el interés de conocer el lugar.

La mayoría de las personas tiene conocimiento de los que alberga un museo, al menos por una referencia en su vida, por lo que esperan recibir algo similar de un espacio de la misma rama, el nombre del Museo lleva el concepto que tiene por lo que lo primero que reconocer es que había pinturas de acuarelas, se enfocan solo en contemplación de las pinturas, en las entrevistas realizadas no se mencionó alguna otra característica como un servicio o actividad.

-Norma Angélica, con un tono de voz energética y con una actitud de dinamismo indicó *“Es la segunda vez que he visitado este museo, la primera vez me llamó la atención la bicicleta que está*

*colgada en el edificio y esta vez mi hermana me invitó a un recorrido guiado, no soy de visitar museos, me llegan a aburrir un poco, porque no conoces tanto, se te hace tedioso y pensé que sería así”*

-Noe Zermeño dijo reflejando en su rostro un poco de sorpresa *“No pensé encontrar algo que no fueran pinturas, pensé que era muy sencillo y me sorprendió que fuera un lugar más grande y bonito”*

-Alberto Pino, con un tono de voz bajo y expresando interés en la pregunta: *“He visitado otros museos, no precisamente de aquí de la Ciudad, creo que vamos con cierta idea minimalista que ya sabes que solo vas a encontrar cuadros, pinturas, no conociendo la historia... simplemente esos cuadros sencillos”*

-Martha Hernández compartió *“imaginaba encontrar obras mexicanas y de artistas extranjeros, esperaba más información, no solo de los artistas si no de las pinturas para saber que significan o porqué esos colores”*

-Marilú flores opinó *“Pinturas en general, no esperaba nada más, quería encontrar cierta motivación para yo mejorar mis dibujos, solo eso”*

Con base las opiniones anteriores, la mayoría de los entrevistados conocen lo que alberga un museo, a pesar de que no visitan con mucha frecuencia este tipo de espacios, esperan recibir lo mismo, el nombre del Museo lleva el concepto que tiene, por ende, lo primero que se piensa es que habrá pinturas en Acuarela. Marilú Flores con un semblante un tanto distraído y con un tono de voz serio, al saber del tema y asistir clases de pintura comparte que cumplió con lo que esperaba, no las superó, ya sabía que iba a encontrar, otro visitante nos comparte que si fue mejor de lo que se imaginaba y la última entrevistada comentó que espera más del museo.

Sin embargo, dos de los entrevistados tuvieron la oportunidad de ser acompañados por un guía por lo que mejoró su experiencia, rebasando sus expectativas, en trabajo de campo se observó el interés y entusiasmo que ambos tenían en las preguntas, compartiendo lo que mejoró en comparación a sus vivencias pasadas.

Una parte fundamental de la vivencia es el trayecto que tienen de su residencia al museo, así como la facilidad de ubicarlo, ya que puede ser una barrera para no poder visitarlo, respecto al tema Noe Zermeño, visitante de 22 años y estudiante de diseño gráfico explicó:

- *“Me lo recomendó un amigo, de mi parte si es confuso llegar si no eres de la Ciudad, yo tomo transporte público y me hago una hora aproximadamente, al llegar al centro camino 15 minutos hasta llegar a la Alameda, pero mi referencia si me preguntarán sería la plaza molino que para mí es muy conocida”*

- Martha Hernández comenta *“Yo soy de aquí de Toluca, ya conocía la ubicación y nos trasladamos por medio de transporte público, no es difícil llegar”*

- Alberto Pino expuso *“He pasado por aquí, no había entrado, pero lo reconocía, es de fácil acceso para mí, porque me traslado por carro particular, pero independientemente de eso pienso que no hay pierde ya que está en el Centro de Toluca”*

La ubicación es un elemento clave para lograr una visita, para los habitantes de la ciudad es sencillo ya que al llegar al Centro Histórico no siempre van directamente al Museo sino también a realizar otras actividades ya sean escolares, laborales o de recreación, al estar ubicado en un lugar muy concurrido como es el Parque Alameda es más sencillo localizarlo y llegar, además en diferentes puntos del Municipio existe transporte público que pase cerca del lugar, sin embargo para las personas que tienen vehículo particular, el Museo no cuenta con estacionamiento por lo que es necesario llegar a otros estacionamientos que se encuentran aproximadamente a 10 minutos de él.

Uno de los elementos subjetivos de la experiencia es la percepción que tienen acerca del acervo, servicios, ambiente, instalaciones, entre otros elementos, siendo un proceso mental que, con ayuda de un conocimiento previo, da coherencia a los estímulos captados por los sentidos, desde la entrada y salida del recinto, al preguntarles a los entrevistados ¿El museo es accesible para todas las personas al entrar y recorrer las salas?

-Noe Zermeño, con un semblante emotivo planteó *“Pienso que sí, es un lugar grande, no hay muchas personas, hay una sola parte en donde hay una rampa, en las otras si hay escaleras, supongo que las personas con silla de ruedas no pueden ver todas las exposiciones, pero en general es accesible y más porque en este momento es gratis”*

-Martha Hernández dijo *“Es accesible en cuanto precio porque es gratis, tal vez le hace falta acondicionamiento para personas con discapacidad”*

-Angélica Hernández argumentó cambiando su tono de voz más fuerte, seria y percibiendo un poco de inquietud *“Por el precio si, igual llama la atención para niños, adultos, adultos mayores, eso está bien, puede ser un poco complicado si visitas el museo, por ejemplo, con muletas o silla de ruedas o bastón, ayudaría tener más rampas porque hay parte en donde hay escaleras o los espacios muy pequeños”*

-Marilú Flores mencionó con una actitud seria *“Para los talleres, depende de la economía de todas las personas, para mi si, la entrada igual la cuota es muy baja y a veces es gratis, lo que si no podría ser accesible es el medio de transporte para poder llegar aquí, igual para las personas con discapacidad porque está lleno de escaleras, pero en general considero que si es accesible”*

Según las opiniones obtenidas, perciben que es factible ingresar y recorrer las salas del museo, el espacio es grande, al igual que el mobiliario, en algunos espacios existen asientos para descansar lo que permite estar cómodo al observar las pinturas.

El recinto era una casa habitación en la cual vivía una persona con parálisis por lo que una de sus salas (“El caracol”) forma una rampa, sin embargo, para llegar a la entrada principal tiene escaleras. Como profesional en turismo, el tema de inclusión a personas discapacitadas es un tema de interés ya que el arte es para todos, a pesar de que, en el inmueble, al ser patrimonio es complicado hacer modificaciones, no se puede dejar fuera a la población que padece una discapacidad, si bien existen

espacios en donde hay rampas, la experiencia de estas personas puede verse limitada al no conocer todos los espacios del museo, existe la preocupación de esta área de oportunidad para el museo

Por otra parte, el personal que labora dentro de este espacio como los guardias, las personas que cuidan las salas, el personal de cafetería, y los guías que es una herramienta clave para que los visitantes tengan una visión positiva del museo, debido a que al entrar es el primer contacto que se tiene, las personas que son parte del museo tienen la misión de envolver en un ambiente de sensaciones que acompañan el significado del museo a través de la forma de exponer y explicar las obras, envolviéndolas en un ambiente de sensaciones que acompañan el significado de esta, también lo servicial que puede ser todo el equipo de trabajo dentro del recinto.

-Martha Hernández compartió con un gesto tranquilo y con un poco de disgusto: *“Todos son muy serios, la persona que estaba en la recepción no fue muy atento, solo nos dijo por dónde iniciaba, creo que desde la entrada puede compartir la información básica del museo, incluso invitarte a comprar cosas o algo así con más entusiasmo”*

-Alberto Pino dijo de manera entusiasta y con una tez feliz *“No tuvimos contacto con personas en la recepción o en otras áreas, solo con la guía que es una persona capacitada, conocía del tema, técnicas, se me hizo una persona amable y atenta a todas dudas que teníamos”*

-Angelica Hernández, con un semblante calmado, pero frunciendo el ceño en algunas ocasiones durante su respuesta mencionó *“Esta vez no tuve contacto con muchas personas, solo con la guía, la otra vez que vine, quería preguntar información de los talleres, pero fue complicado porque el de recepción solo te da un folleto, no son amables y atentos, eso puede deteriorar un poco la visita”*

La opinión de Marilú Flores, con respeto a los profesores son atentos a cualquier duda, que te van enseñando y son amables, en cuanto al personal general menciona que además del guardia que está en la recepción ella no ubica alguien que esté al servicio de los visitantes

- *“Debería de haber gente que les explicará a las personas más o menos como son las piezas, para darle más importancia a la pieza del artista”*

El personal no es ubicado por los visitantes, más que los guardias que se encuentran en la recepción, quienes le indican a las personas en donde iniciar el recorrido, con base a las opiniones de los entrevistados, los guardias no son del todo amable mermando el interés de volverlo a visitar, por ello es importante que los colaboradores puedan reciban una capacitación de trato a los visitantes para poder interactuar de una manera afectiva con ellos, y sea un elemento que enriquezca la percepción y vivencia de las personas al entrar al museo.

Otros elementos claves que aportan valor a la experiencia del museo son los servicios que brindan como cafetería, guardarropa, sanitarios, guías, incluso la venta de productos, la opinión que tiene Noe Zermeño con una actitud de entusiasmo y con una voz amigable:

- *“Todo bien, los baños son higiénicos, no probé nada de la cafetería, pero se ve que sería un lugar agradable después de recorrer las salas al igual que estar en el jardín, no nos ofrecieron los souvenirs no sabía que vendían, pero creo que está bien”*

- Por otra parte, Angelica Hernández expresó con un tono extrovertido y sereno *“Está bien, en el caso de los baños están limpios y ahí tienen pegado las convocatorias y la cafetería esta bonita y es un lugar cómodo para más actividades, el precio es un poco elevado, pero así son las cafeterías, en general está bien”*

- Martha Hernández, de una forma pensativa y con algunas pausas en su respuesta comentó *“No ocupe los sanitarios, la verdad no se en donde se ubique, la cafetería es pequeña, pero tiene mesas y eso es bueno para estar más tiempo, no sé qué más servicios existan, no dieron mucha información, los servicios de talleres hay publicidad en la entrada del museo”*

De las personas entrevistadas son pocos los que consumieron algún producto o utilizaron un servicio, es interesante reconocer que es la calidad tanto de los productos como cafetería y souvenirs como servicios complementarios son un área de oportunidad para que aumente tanto la duración de la visita complementando su experiencia generando más emociones en los visitantes para que sea memorable

Dar a conocer los productos a los visitantes abre la posibilidad de una mayor adquisición, de igual forma, tener visiblemente señalización de sanitarios o guardarropa para que las personas tengan conocimiento de esto, de forma que la visita se sentirá más práctica y cómoda.

Otra cuestión que incide en la experiencia, es la interpretación definido como un conjunto de información y explicaciones que dan significado a los atractivos visitados que permite una mejor apreciación, esto se puede transmitir a través de un guía pero también de los datos y material bibliográfico que ofrece el museo, de igual modo, la propia distribución espacial del acervo para una mejor apreciación, lo que conlleva, distancia entre cuadros, tamaño, altura, iluminación, color de las salas, cédulas museográficas, entre otros elementos, en entrevista Marilú Flores con un tono serio comparte:

- *“Cambiaría el color, lo pondría blanco, te da más oportunidad de observar solo las pinturas, de que te centres de la pintura, las separaría más, las salas están bien de tamaño pero que le dieran más respeto y enfoque a cada artista”*

- Alberto Pino con un semblante relajado y un tanto de decepción dijo *“Hubo unas salas en donde estaba muy iluminado, con muchos cuadros, el acomodo estaba bien, pero en el área de niños en donde debería de haber un poco más de iluminación y más color, lo vi muy apagado, le hace falta luces, cambiar los tonos de pintura”*

- Angelica Hernández considera de manera energética y un tono de voz más fuerte *“La iluminación está bien, más porque se ahorra en ese aspecto porque hay sensores, eso está padre, en la sala de niños, considero que, si a mí no se me hizo llamativa a los niños tampoco, debería estar más colorido, alegre, tienen un mural del mes y está muy vacío, solo dos rompecabezas que no se logran apreciar bien, ya están armados, creo que debería de haber más contenido en esta sala, pero lo demás, el número de cuadros que hay es interesante”*

- Martha Hernández con tranquilidad, pero anhelante opinó *“En general está bien, a la sala de exposiciones que nos dijeron que son temporales e internacionales creo que deberían de hacerlas mejor, con diferente color para que resalten las pinturas, a veces las luces se apagan, pero*

*comprendo que es bueno por los sensores, hay pinturas más altas que no se puede ver a detalle, pero hay muchas pinturas y eso es bueno”*

-Noe Zermeño comenta con un rostro de desagrado, pero con un tono de voz confiado *“Lo único que no me gustó es que algunos cuadros no estaban pegados y se movían al pasar, la iluminación está bien, el tapiz de una sala me gusta porque le da ese toque antiguo de la casa, pero había una parte en donde había varios objetos como un títere, en la sala de niños, no le encontré mucho sentido y esa sala no me gusto, está muy vacía”*

El 80% de los entrevistados pudieron apreciar las obras sin ningún impedimento con respecto al diseño de las instalaciones, gracias a los recursos de iluminación, sin embargo, las 5 personas entrevistadas dieron opiniones negativas en cuanto a la sala “El caracol”, respecto al color que tiene este espacio, en este aspecto se puede considerar utilizar otros acabados en las paredes o de diferente color para que pueda crear un impacto visual de forma que complemente las obras y no opacarlas. Así también tomar en cuenta más materiales didácticos, es una sala para niños por lo que tiene que transmitir diversión para que sea un espacio en donde la familia pueda interactuar, jugar y aprender.

Por tanto, es importante tener en cuenta la opinión de un museógrafo para que el acomodo de las pinturas sea estratégico evitando que alguna obra se pierda y puedan destacar la importancia que se merece cada una de ellas.

Al considerar los comentarios anteriores, la percepción y los sentimientos que los entrevistados tuvieron al recorrer la sala didáctica fue nulo ya que el objetivo de la sala “El Caracol” es que los niños puedan reconocer la importancia de la acuarela, al tiempo que puede tener una recreación familiar y divertirse, recordando que la Museología propone tres niveles de comunicación discursiva: emotivo, didáctico y lúdico.

Martha Hernández, visitó el museo acompañado por su familia argumentó de manera desanimada - *“En esta sala se puede tener una recreación, sin embargo, cuando pregunté sobre las pinturas me dijeron que unos eran de niños mexicanos y otros con niños de otros países, no me agrado mucho porque como me contestaron fue como una comparación y creo que eso no ayuda mucho”*

- Noe Zermeño comentó de forma breve y entusiasta *“Pienso que, si ayuda, a los niños le sirve como inspiración porque no hay pinturas perfectas si no cosas que están hechos por niños así no sienten que pintar solo es para expertos”*

- Marilú Flores menciona con un tono de voz tranquilo *“Si permite recreación familiar, hay rompecabezas, son niños y se asombran de muchas cosas, pero pienso que, si les falta poner como papel para que ellos pinten, le hace falta más materiales porque si es importante inculcarles a los niños el arte”*

Una parte fundamental del montaje de las exposiciones en los museos, es el guion científico, gracias al cual se contarán historias con ideas, para transmitir y complementar la información sobre las obras expuestas, el cedulario y los paneles de información son fundamentales tanto para comunicación como la orientación de los visitantes, en este sentido es relevante el contenido, diseño y colocación, de igual forma los datos exteriores del Museo como la pequeña placa con la historia del recinto que

se encuentra en la entrada; en cuanto a este aspecto, en trabajo de campo Martha Hernández con gestos de sorpresa e interés expresó:

- *“Te ayuda a apreciar las pinturas de una forma distinta porque te dan información de los autores y si no vas con un guía es bueno saber el nombre de quien las pinta y un poco de la historia, pero algunas obras no tienen información, me gustaría saber más, hay unas hojas, pero es mucha información debería haber algo más llamativo y fácil de leer”*

-Noe Zermeño, con un tono alegre y con una ligera risa al inicio dijo *“No me di cuenta de que había información, más que donde decía el nombre de las salas, pero me aburrido leerlo completo, me gustaría que fuera más divertido esa parte”*

-Angelica Hernández de forma extrovertida y con expresiones de confusión en su rostro mencionó *“Si te dan información, pero es tediosos leerlo, es más fácil, con una guía, pero cuando no hay la oportunidad es funcional, hay biografías de los autores y es muy útil para algo escolar”*

-Alberto Pino argumentó con una tez tranquila *“Solo vi un mural, pero no había mucha información, siento que hace falta un poquito de más información, recabé más información por parte de la guía, había salas en las que no percate si había o no paneles”*

-Marilú Flores compartió *“Siento que falta más información de las obras, que pongan más fichas de que se trata la pintura, ya que con tan solo ver el nombre no te das una idea y yo siento que por eso las personas no se dan el tiempo de observar más las pinturas”*

El control de la cantidad de información en las cédulas museográficas es muy relevante, tener datos concretos, tomando en cuenta el tamaño de las letras, color, distancia de cuadros e imágenes para tener armonía y puedan captar la atención del visitante, evitando que pase desapercibida puesto a que esto ayudan al objetivo educacional del museo, además, las personas no tendrán emociones como aburrimiento, desinterés, tención, entre otros al contrario serán expresiones positivas.

Pocas veces se le da importancia a esto, a pesar de que en el Museo solo pone información necesaria y concreta del autor y que las cédulas solo llevan el nombre, autor y año de la obra, de acuerdo a los comentarios de los visitantes entrevistados, no todas las obras llevan información como material sobre el cual está hecho o incluso un poco de su interpretación que le dio el autor, si bien cada espectador le da significado a la obra, sería un punto importante ver la obra a través del objetivo original que el artista tuvo y que significa para él, esta información puede cambiar la perspectiva que tienen los visitantes, sintiéndose conectados con el acervo y el artista de modo que mejore su vivencia al sentir sorpresa y curiosidad Alberto pino dijo:

- *“me hace sentir conectado, ya que el guía nos hizo adentrarnos para saber más de los autores, la técnica y la historia, es muy enriquecedor esa parte”*

-Martha Hernández expresó con curiosidad y moviendo sus manos al explicar su vivencia *“La información que leí no me hizo sentir conectado con el artista o sentir algo, solo me di cuenta de las fechas que fueron pintadas y como eran los paisajes en esa fecha y como son ahora, también de las*

*profesiones de los artistas porque en unos decía que eran arquitectos y sus obras se relacionan mucho a la arquitectura y se ven como planos, pero no leí más”*

-Angelica Hernández mencionó *“El hecho de que te sientas más cerca del autor es complicado porque cada pintura tiene cierto fin que el autor te quiere dar, con unas pinturas conectas más que con otras”*

-Noe Zermeño comentó un poco dudoso, pero con un tono de voz tranquilo *“Un poco sí, te hace sentir conectado, porque te das cuenta cuál es su estilo, historia, te imaginas sus emociones y gustos”*

Además de los paneles de información es relevante, mencionar que comprender la secuencia de los cuadros, conocer normas internas y de seguridad es fundamental que exista, además de que sea visible dentro del espacio, por ello la señalización de servicios y de seguridad cobra relevancia para aclarar las circulaciones diseñadas, de modo que sea más claro para los visitantes y conozcan también en donde se encuentran los servicios con los que cuenta, un factor que se mencionaba en preguntas anteriores sobre el desconocimiento de cada uno de los servicios y su ubicación.

Para tener una experiencia que impacte en la vida de los visitantes, no es suficiente la sola contemplación sino la interacción con las obras para una mayor comprensión, para lograr esto los intérpretes del patrimonio del museo tienen el objetivo de adentrar a las personas a la historia, sentimientos, crítica, sensaciones, significados, etc. mediante una secuencia lógica y explicaciones adecuadas ya que la sola contemplación no logra un impacto significativo en los usuarios Angelica Hernández, visitante que tuvo la oportunidad de una visita guiada dentro del Museo , comentó con entusiasmo y de forma extrovertida:

- *“Un guía te ayudó bastante me ha tocado ir a museos, pero la visita solo es ir por ir, siento que es interesante cuando te centras en la historia, en la técnica, en los autos y te dan ganas de conocer más, la guía no atrapo a que te interese más del tema, porque fue como más una plática, y fue divertido no aburrido, porque el fin de un museo es aprender y creo que sí se logró esta vez”*

-Alberto Pino, con un tono emocionado e inspirado comparte lo siguiente *“He visitado otros museos donde no existe un guía y es muy tedioso, no conoces ni información, ni del museo, ni el lugar ni la historia, tenerla ayuda bastante a conocer la historia del lugar, de las obras del museo, prácticamente si es importante en que cada museo haya una persona para explicar las obras, sobre todo si sabe muy bien del tema para que sea más enriquecedor y no solo medio te explique sino que te transmita un mensaje”*

-Marilú Flores dijo con un tono al principio de indiferencia y una expresión corporal evasiva, posteriormente con un tono de voz más fuerte pero entusiasta *“No he tenido visita guiada en el museo, yo conozco del tema, entonces me gusta observar las pinturas yo sola y ver mi perspectiva, hay personas que no saben del tema y que, si es necesario que haya un guía para entender más el guía, en lo personal a mí no me gustaría”*

-Noe Zermeño planteó que *“Un guía si permite más conocimiento, mientras observas a pintura te cuenta de quien es, quizá que significó para el autor pintar un cuadro, sería más divertido”*

La experiencia del visitante al interactuar racional, física, emocional y/o psicológicamente con las obras y actividades de un museo, se vuelve significativa para su vida, ya que puede encontrar en el arte una forma de expresar sentimientos, pensamientos o emociones. En la planificación del montaje y de cada exposición como artista, director o curador museográfico es importante integrar factores que influyen en las emociones, y buscar constantemente herramientas que permitan a los intérpretes interactuar con los visitantes hacia el contenido del museo, que a pesar de que algunas pinturas son capaces de generar emociones por sí solas, el esfuerzo para desarrollar experiencias que aporten valor va a provocar una memorabilidad en las personas.

-Angélica Hernández comenta con gestos de desagrado al inicio de la respuestas posteriormente sus expresiones faciales fue de tranquilidad *“No me transmiten muchas emociones o no las siento como tal, quizá me falta comprender más la pintura, había una, que más me gustó y me dieron ganas de estar ahí, con tranquilidad que son de edificios y pueblitos, había otras que son un poco abstractas, esa no me gusta porque me reflejan entre tristeza, ansiedad y le comentaba a la guía que esos cuadros representaban pesadillas y mi ansiedad”*

-Alberto Pino menciona con un tono explicativo, teniendo movimiento de manos y con un aspecto sereno *“En lo personal, las pinturas me figuraban en sentimientos de alegría, un poco de nostalgia, pero emociones encontradas, cada autor te muestra quizá tristeza otra melancolía, pero creo que depende del estado de ánimo que tengamos y como lo veamos las pinturas”*

-Martha Hernández, con un tono tranquilo con una ligera sonrisa y por último un tono de voz nostálgico expresó *“No me enfoque mucho en lo que me pudieran provocar las pinturas, algunas se ven tristes y melancólicas, algunas me recordaron lugares y personas, había una pintura que un señor viejito me recordó a mi papá”*

-Noe Zermeño con un tono de voz entre sorpresa y energético, enfocando la mirada en la entrada de una de las salas del museo opinó *“Una pintura de Coghlan si me transmitió a días de mi vida, como esa sensación de días nublados, también las pinturas de la exposición temporal, había flores con espinas esas me gustaron es como si el que las pintó plasmara quizá su enojo o angustia”*

Lo anterior, es muy significativo para el museo al reconocer las emociones que genera la composición del acervo en los visitantes puesto a que tener experiencias significativas va a mejorar la visión que tiene las personas de un museo, sin embargo, como profesional en turismo y con base a los comentarios de los entrevistados, existe la percepción de que aún faltan elementos para transmitir más emociones y aprendizajes.

El arte es una forma de expresión, que puede reflejarse como una autobiografía del artista, además de la conexión que puede generar con los espectadores al encontrar sentimientos como la tristeza, dolor o misterio o emociones reconfortantes como amor o felicidad dentro de las acuarelas y que a pesar de que el significado de cada una de ellas depende del marco de referencia de quien la observe.

Por ello puede impactar en los visitantes al invitarlos a que se cuestionen *¿Qué te hace sentir?* para entenderlas un poco más ya que citando una frase de Luis Camnitzer es su obra El Museo es una Escuela *“El artista aprende a comunicarse y el público aprende a hacer conexiones”* considerando el

rol que juegan los museos en la sociedad y la participación de las personas en ellos, como el hecho de hacer arte y ver arte no será una experiencia unidireccional.

De las personas entrevistadas sólo Marilú Flores asiste a taller de acuarela dentro del Museo, comparte que lleva cinco meses los sábados, con una actitud tranquila y un tono de voz bajo:

- *“Me he sentido bien porque veo progreso, pero también me siento mal porque te das cuenta de que las posibilidades de estudiar artes en México son tan grandes, tienes que ser uno en un millón para sobresalir de los demás, pero yo siento que lo hago bien, pero está bien ver tu progreso como artista y eso sirve, el espacio no se me hace cómodo, yo trabajo en lugares más grandes y no me guste que esté en silencio, me gustaría que fuera más dinámico y expresivo”*

-Martha Hernández mencionó con desinterés, pero un tono de voz tranquila y observando a su familia *“No he tomado ningún taller y creo que no es algo que me interesa quizá solo para vivir la experiencia, conocer mis habilidades, quizá podría ser una opción para mis hijos”*

-Angélica Hernández riendo al final de su respuesta comentó *“No acerca de pintura, de otras artes sí, pero de acuarela no, me gustaría asistir a uno sí, pero no considero que tenga habilidades para la acuarela, es muy complejo para mí”*

-Alberto Pino siguiendo su actitud amigable y explicativa *“No he tomado algún taller, me llama la atención como los planos arquitectónicos, pero es algo muy diferente, pero va de la mano, y llegue a tomar cursos en la escuela, pero no de forma profesional, me gustaría saber de más cursos que ofrecen aquí en el museo”*

- Noe Zermeño con entusiasmo e inspiración y su voz enérgica *“La verdad si me gustaría tomar clases de acuarela, me llama la atención, estoy estudiando diseño gráfico y siento que sería un gran aprendizaje, no sabía que hubiera talleres, no se la dinámica, creo que falta que nos den una invitación o más difusión”*

Las respuestas de las entrevistas reflejan, al igual que en la encuesta realizada, que existe interés en los talleres ya sea personal o para un conocido, sin embargo, no tienen mucha información de las temáticas, precio y dinámica de inscripción, es un punto clave para aumentar la asistencia a los talleres, abriendo oportunidad los mexiquenses empezar una carrera artística más aún que es organizador de un concurso que puede llegar a otros países.

En los Museos se establecen reglas como no tocar, no tomar fotografías con flash, correr en las salas, no introducir alimentos, normas sanitarias, entre otros, y el Museo de la Acuarela, tiene señalamientos de los objetos que no están permitidos tocar, sin embargo, en el trabajo de campo se observó que las reglas no se comparten con los visitantes, lo cual es un área de oportunidad para seguir cuidando el acervo, para algunas personas puede transmitir respeto, para otras una limitación para el disfrute de las obras, Noé Zermeño comentó con seguridad y voz tranquila

- *“Me hace sentir respeto por los artistas al intentar no dañar las pinturas, con las reglas de no tocar da la impresión de que se preocupan y cuidan lo que tiene el museo”*

-Martha Hernández expresó con cierto tono de obviedad *“Las reglas no me hace sentir limitado, sabemos que no podemos tocarla porque se dañan y comprendo la importancia”*

- Marilú Flores con una actitud crítica, y con un tono de voz fuerte *“Si es una obra de alto valor, no se puede tocar porque se daña, y tienes que entender que no te puedes acercar mucha porque es muy valiosa, no se puede sentir limitado, es como estar cocinando y que alguien le meta a mano a tu pastel, si tocamos una pintura se puede desgastar, ensuciar, no es que se pueda reparar o sería muy difícil, es cuestión de respeto”*

-Alberto Pino mencionó pensativo y con un lenguaje corporal tranquilo y feliz *“La ventaja que tiene los cuadros es que tienen cristales y que nos podemos acercar sin dañarlos, nuestra guía nos permitió sacar fotos y acercarnos a las pinturas, me sentí con esa libertad sin dañar la estructura del Museo”*

En efecto, el tema de normatividad no afecta en absoluto la experiencia que tiene el visitante, al contrario, refleja respeto por el arte, sin importar el valor económico que tengan las obras, de forma que se valora el trabajo de los artistas, de los museos e incluso la complejidad que conlleva el estudio y la profesión.

Después de vivir la experiencia, hay dos factores que involucran el retorno y la recomendación de visitar las exposiciones, uno de ellos es la memorabilidad, que implica recordar positivamente lo que se vivió en el museo, distinguir qué aprendizaje/significado reciben, si fue diferente, original y única, citando al investigador John Falk (2009) *“Cada recuerdo viene con un sello emocional, cuanto más sea el valor emocional, más probablemente será que la información sensorial pase esta inspección inicial y sea admitida en la memoria”*

-Marilú Flores con una actitud entusiasta y al terminar su comentario un poco desanimada *“Cambió mi visión en cuanto a la técnica porque cuando no sabes mucho de arte, es muy simple, muy básico lo que piensas que es pintar, cuando ya te vas adentrando tienes que ser muy inteligente para entenderlo porque cuesta más trabajo entender una obra, lo difícil que es; si por mi fuera me dedicaría a pintar, soy feliz pintando, pero sé que el arte en México no es muy valorado y pagado, me gusta ver la arquitectura y saber cómo lo construyeron, entonces lo es más cercano a este arte y es a lo que me dedico”*

-Alberto Pino teniendo una actitud de interés y seriedad expresó *“Normalmente tenemos una idea muy chiquita de lo que es la acuarela, lo vemos por los cursos de la escuela que se ve muy sencillo, pero ya aplicando técnicas como debe ser, con el material que debe de ser, la creación y el arte es completamente otro, cambio mi manera de pensar; en la visita guiada hace adentrarme a la idea de lo que es el arte de la acuarela, si hubiera sido sin un guía creo que mi perspectiva de la acuarela seguiría siendo la misma, que es algo muy básico”*

-Angélica Hernández con un semblante de curiosidad e impresión *“No creí que influyera mucho tener una guía porque te permite conocer mucho más y sales con un nuevo aprendizaje, ya no como mis visitas anteriores, que solo era ver, sacar fotos y ya, ahorita fue diferente porque te puedes fijar más en las técnicas y elegir la pintura que más te gustó”*

-Martha Hernández *“Hay muchas cosas que no conocía, no cambió mucho mi visión de la técnica o el arte, pero sí de los museos, ya que son muy interesantes las pinturas que hay, yo vivo en Toluca entonces al ver paisajes de la ciudad y del Estado te hace conocer, ver cómo han cambiado y sobre todo valorar más nuestra cultura”* comentario que expresó ampliando la conversación, con un semblante de admiración y nostalgia.

-Noe Zermeño *“No cambio mi visión a gran impacto, pero conocí cómo era la técnica, los detalles, lo que tiene el museo en general, pero no impactó mucho en mí, fue como otros museos que he visitado”*

Al causar un impacto en los visitantes se está cumpliendo el objetivo del museo, la contemplación por sí sola no genera un cambio de visión, por esto se necesitan herramientas que lo hagan, una de ellas son los recorridos guiados, dos de los entrevistados demuestran mayor crítica al hablar de su vivencia así el cómo transformó el panorama que tenían de la acuarela, el arte y los museos, comprobando que superó sus expectativas, de igual forma para las personas que tiene cierta experiencia y asisten a los talleres cada vez más van ampliando sus conocimientos que permite no solo ser más sensible al valorar el arte sino tener conciencia de los retos que conlleva

La memorabilidad es parte importante de la satisfacción, así como de la fidelidad hacia una experiencia y de su posterior recomendación, por lo que es relevante conocer las opiniones de los visitantes para poder diseñar y ofrecer mejores vivencias, a lo largo de las entrevistas, las personas mencionan lo que le gustaría ver el espacio, por lo que en plática con Marilú Flores comparte que le gustaría que hubiera en el museo y en el taller que asiste con un temple tranquilo y motivado, con una velocidad de voz más rápida

- *“Hay visitantes de todas las edades, se me ocurren muchas cosas, pudiera haber artistas para que se dieran cuenta de lo que es, el arte lo que más necesita es tiempo, no me siento cómoda quedarme parada para observar una pintura, me gustaría más asientos, un espacio más cómodo para analizar”*

Actualmente la mayor parte de actividades diarias retoman herramientas digitales, a pesar de que los museos tienen una esencia clásica y antigua, actualizarse en cuanto a tecnología puede ser una oportunidad para ayudar a que todo público esté enterado de las actividades, que la visita sea más creativa y significativa, adaptándose a nuevas tendencias y preferencias de las personas sin perder su naturaleza, Marilú Flores respondió:

- *“Considero que ayudaría muchos tener tecnología y redes sociales porque atraes a más personas, el recorrido se vuelve más fácil y divertido, esto sería cuestión del museo, pero me gustaría que hubiera pantallas que te fueran enseñando la vida de los artistas, mejor música de fondo para que mejore tu experiencia”*

- Alberto Pino con una actitud más inquieta y moviendo sus manos para explicar, - *“Me gustaría que hubiera expositores que te hagan conocer otro tipo de arte para que llame la atención, no estaría mal que hubiera un pequeño concierto o algo así para visitarlo más seguido...honestamente no me gustaría que hubiera cosas digitales en el museo, nos estamos volviendo muy robóticos, hace falta más la convivencia entre personas, disfrutar un museo porque estás viviendo y palpando físicamente, ir, visitar y que lo vivas en persona es mejor”*

- Noe Zermeño *“Me gusta mucho que sea un espacio grande, me gustaría que ese espacio fuera más acogedor, más mesitas, quizá música o escuchar experiencias de un artista en vivo...No me gustaría que fuera más tecnológico, quizá solo en la sala de niños para que les llamara más la atención, pero creo que el hecho de que no sea interactivo te hace apreciar más las obras”*

- Martha Hernández *“Me gustaría ver pinturas de alumnos que van aprendiendo y que hubiera talleres más accesibles en cuanto a precio o que hubiera actividades todos los fines de semana... también, quizá tener una proyección de quienes son los pintores, como hacen las obras, me gustaría que esa fuera una forma de no sentir tan pesado el visitar un museo y que queramos visitar más museos”* mencionó con una actitud serena y con mayor interés.

-Angélica Hernández, al inicio con una actitud de disgusto, posteriormente se pudo observar un tez entusiasta y positivo *“El tema de la música sería interesante, pero se perdería el centro de la atención que es la acuarela, me gustaría ver a los expositores haciendo una pintura para que observemos de qué manera realizan sus obras, ver los materiales que ocupan, se me haría muy interesante ver una persona trabajando con esta técnica... En algunas salas ayudaría, cuando no hay guías, tener audio que siempre esté funcionando sin tener que solicitar, en cuanto a redes sociales sería bueno conocerlas para que nos enteremos de lo que hay, como Instagram que es una buena plataforma para las fotos y seguir personas que lo visiten”*

Retomando, las respuestas anteriores, el museo cumplió la expectativa de la mayoría de los entrevistados, incluso superándose, es importante saber este aspecto ya que la satisfacción se logra al cumplir lo esperado con lo recibido más allá de las expectativas en las exposiciones, el espacio, el concepto, las actividades, los servicios, entre otros aspectos, un ejemplo de ello fue Alberto Pino y Angelica Hernández quienes tuvieron visita guiada que mejoró su experiencia teniendo, no solo satisfacción sino complacencia, por parte de Noe Zermeño comparte que fue mejor de lo que esperaba.

Por otro lado, Marilú Flores comparte que ella ya sabía lo que iba a encontrar, por lo que no superó sus expectativas, y Martha Hernández menciona que esperaba un poco más del museo; este es un factor importante ya que va a estar directamente relacionado con la satisfacción final de los usuarios, lo que se refleja como beneficio al mismo museo como la lealtad, difusión gratuita y estar presente en los museos más importantes incluso a nivel nacional así como lo plantean los autores Alpízar y Hernández (2015).

-Marilú Flores *“Si, lo recomiendo a personas con las que puedo hablar del tema, hay buenas obras, vale la pena venir a verlas, para que te des una idea de lo que es la acuarela”*

-Alberto Pino *“Lo recomiendo a todos, porque es una experiencia completamente diferente a lo que conocía, es otro panorama que nos brinda la acuarela desde sus inicios, pero sí que consideren tener un guía, así aprendes y no se hace eterno ni aburrido”*

-Angelica Hernández *“A todas las personas lo recomendaría, amigos y familiares, que tuvieran el tiempo disponible para que lo puedan disfrutar sin prisas”*

-Noe Zermeño *“Si, a todas las personas, para que conozcan la técnica y puedan aprender la importancia que tiene”*

-Martha Hernández *“Sí lo recomendaría porque aprendes mucho en todos los sentidos, de la acuarela, el arte, los museos y sobre todo lo que hay en tu ciudad, lo recomendaría a niños y adolescentes”*

Al observar el comportamiento de los entrevistados, reflejaron expresiones y tonos de voz energéticas, entusiasmadas, nostálgicas, de aburrimiento, inquietud, disgusto, entre otras permitiendo afirmar que el visitar un museo genera un impacto en las personas y depende de los sentimientos, emociones así como la percepción van a impactar en su opinión con respecto al recinto cultural, por ende a la recomendación o retorno que todos los entrevistados mencionaron que en efecto si recomendaron a todo público la visita del museo incluso añadiendo algunas recomendaciones como el tener tiempo suficiente o recorrerlo en compañía de un guía.

#### 4.3.2 Resultados de la entrevista a la Dirección del Museo de la Acuarela

La dirección del Museo de la Acuarela es llevada a cabo por el Licenciado y Pintor Benito Nogueira quien nació en la Ciudad de México, vivió un tiempo en Chihuahua, estudió administración de empresas y diseño gráfico en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX), posteriormente estudió pintura en la escuela Massana en España, ha sido director desde la fundación del museo, hace 29 años.

En entrevista con el licenciado para conocer más de la dirección del recinto en función de las estrategias y servicios que ofrece, con el fin de generar una experiencia recreativa y garantizar la satisfacción del visitante, comentó el objetivo inicial del Museo de la Acuarela (MAEM) con una actitud profesional, pensativa y serio:

- *“Principalmente es difundir la técnica, como usted menciona, es un tanto compleja porque no se permiten errores, esa es la primera intención, la misión de este museo es distinguir de otras técnicas las posibilidades de la acuarela, la poética de la acuarela y que a través del museo se difunda también el amor al arte, a la pintura, en este caso de la acuarela principalmente, pero también despertar la inquietud, ese objetivo es lo que nos mueve y conmueve a difundirla través de exposiciones, seminarios, concursos que van enfocadas al descubrimiento de la técnica”*

-Se puede resaltar la preocupación que se tiene en el museo de difundir el arte para crear una cultura más sensible por las obras, retomando la definición de la ICOM la institución está al servicio de la comunidad espectadora, no sólo exhibiendo el patrimonio material sino ofreciendo experiencias variadas para la educación, como lo menciona el licenciado Benito donde trata de conmovir a las personas a través de seminarios, concursos, talleres, etc.

El licenciado Nogueira comparte que la experiencia más significativa que ha tenido como director es el conocer y establecer una relación estrecha con los artistas que han venido al museo, al descubrir

las posibilidades que tiene cada artista por interpretar la técnica de la acuarela y su personalidad, así mismo ayudar a los artistas principiantes y con trayectoria a dar a conocer sus obras.

Al ingresar como director junto con la Secretaría de Cultura se realizó un plan de desarrollo para organizar las actividades y exposiciones que se llevarán a cabo durante el año, haciendo consecutivamente hasta el día de hoy, a lo que mencionó con voz tranquila y un poco pausada:

- *“Es una organización de varios aspectos, en la cuestión de eventos, los servicios educativos, la galería de arte, todas las actividades tienen su misión y su labor, se planean año con año, ahorita ya tenemos la planeación del 2023, todo esto se hace con un año de anticipación”*

- En efecto, se cuenta con un plan con actividades programadas para el siguiente año, de tal manera que se vaya cumpliendo año con año las exposiciones, invitaciones, cursos, y demás, sin embargo no cuenta con estrategias específicas solo con calendarización de actividades, presupuestos, artistas invitados, por lo que un esfuerzo en estudiar las necesidades del museo antes de la planeación de actividades puede ser un aspecto que aporte a que dichos eventos se preparen para un objetivo específico teniendo una mejor respuesta con la comunidad no solo artística si no para los habitantes y personas que les llame la atención asistir.

Para analizar cómo se consigue la satisfacción en un museo se contempla el modelo de CESTUR, que contempla: imagen, el acceso, servicios, atractivos y experiencia, por esto la infraestructura exterior e interior del recinto debe estar en buen estado y sea a vista un lugar de interés, al preguntarle ¿Qué mejoraría o cambiaría en cuanto la infraestructura del Museo? El pintor respondió con un risa y suspiro ligero:

- *“Bueno, esta casa de pura suerte se pudo adquirir, estas construcciones no están hechas para un museo, el museo se acomodó a esta arquitectura, era una casa-habitación, con recamaras, vestidores, baños, cocina, comedor, obviamente no se modificó nada, el siguiente paso y que me gustaría sería el próximo proyecto fuera un edificio proyectado especial para un museo, dado a las circunstancias estamos establecidos aquí, aunque se acomodó bien para las exposiciones permanentes que pertenecen a obras de cada autor, pero esa sería mi idea”*

- El MAEM era una casa habitación, cuando lo adquirió en gobierno del Estado de México y se planteó tener un museo, se tuvo que acoplar sin adaptar del todo a las necesidades que requiere un espacio museográfico por cuestiones históricas, políticas y culturales, a pesar de que la casa era de una persona con discapacidad la mayoría de las salas tiene escaleras, espacios pequeños, además de que existe una gran cantidad de acervo en algunas salas que puede ser contraproducente para enfocar la atención de los visitantes en cada uno de ellos, sin embargo el museo de la Acuarela trabaja con los recursos e instalaciones que ya tiene, adaptándolo a las nuevas exposiciones, a salones de clase y recepción de eventos culturales.

-En la página de internet oficial del Museo, hay una sección con la pregunta ¿Cuenta con adaptaciones para personas con discapacidad? El museo no cuenta con adaptaciones para personas con discapacidad. De acuerdo con Velázquez (2019) el DIF de Toluca registra sólo el 8.5 por ciento de las más de 23 mil 400 personas con alguna discapacidad, a pesar de que es minoría las personas que tienen discapacidades no se puede excluir a esta población de entrar a ciertos lugares y disfrutar

experiencias como lo es un museo, ya que uno de los fines de estos espacios es comunicar y el arte es para todos.

En la entrevista con el director se le preguntó ¿Dentro del plan de trabajo, se considera que el museo sea más incluyente y accesible para cualquier persona desde su entrada, recorrido por las salas, uso de instalaciones, servicios y salida? a lo que contestó con la mirada evasiva, pensativo, pero con un tono tranquilo y pausado

- *“Curiosamente... bueno no tenemos nada de eso, hubo un programa que iban a hacer, pero no se llevó a cabo, realizaron una investigación de la secretaría para conocer cédulas en braille, pero nunca vinieron a instalar nada, aquí tenemos una rampa porque la que vivía aquí tenía parálisis, entonces hicieron una rampa, las personas que vengan puede integrarse en esa sala o la rampa que tenemos en la parte de afuera que da para otras salas, pero no vienen personas en esas condiciones muy seguido”*

- Como profesional en turismo existen dos aspectos cuestionables, el primero, la conservación del patrimonio de un inmueble del siglo XIX que tiene características del estilo ecléctico, que si se modificará perdería el valor histórico que tiene, por otra parte, están las necesidades y nuevas tendencias culturales y de seguridad que se dejan de lado para seguir lo tradicional, así como la accesibilidad para grupos con discapacidad o dificultad física, que a pesar de que es mínima puede abrir camino al interés de asistir a museos sin tener que arriesgarse o sentirse incómodo.

-Considerando las dos respuestas anteriores, pequeños cambios como rampas en algunas salas, dejar puertas abiertas para entrar a secciones como el jardín con sillas de ruedas, indicaciones en braille o muestras de la textura de la acuarela que se pueda tocar, alguna reproducción audiovisual que este cuando entre un visitante, entre otras actividades que no requieren tantos recursos económicos puede ampliar el número de visitantes y mejorar experiencias, sin perder su esencia, un ejemplo de ello es el Museo Casa Azul de Frida Kahlo, la cual también era una casa- habitación y de igual forma lo habitaba una persona con discapacidad motriz, en donde el acceso en silla de ruedas es amigable y sigue teniendo su reconocimiento histórico.

La estructura del museo está dividida por salas que llevan el nombre de acuarelistas mexiquenses, quienes fueron precursores de esta técnica, quienes fueron el soporte inicial del Museo, el recorrido está basado en el orden cronológico, empieza desde Pastor Velázquez, creador del escudo del Estado de México, seguido por Ignacio Murillo, Vicente Mendiola, Eduardo Coghlan, Ignacio Barrios y el más reciente Ángel Mauro Benito Nogueira con un tono más amigable y moviendo sus manos en dirección a las salas de manera explicativa expresó

- *“El asunto del acomodo de las salas es histórico, se inició por la tradición fuerte de acuarelistas, como Pastor Velázquez que fueron los precursores de la acuarela en el Estado a inicios del siglo XIX y XX, con su trabajo reconocido nacional e internacionalmente, a través de ellos fue el pretexto para fundar el museo, es por esto por lo que existen esas salas permanentes para que el público las disfrute y vea el desarrollo histórico de la Acuarela”*

-Algunos visitantes solo contemplan las obras sin interés de leer toda la información que están en los paneles por lo que no todas las personas relacionan una sala con otro, sin embargo, los recursos como

imágenes o elementos más gráficos son elementos para dar a conocer que las salas tiene un orden histórico para que se cumpla el objetivo que menciona el director, que es que los usuarios aprendan y visualicen la evolución de la técnica, así como contextos culturales y sociales el Estado.

- *“Para que un artista exponga en las salas temporales, implica varios factores como la calidad, su trayectoria, currículum de las exposiciones que ha hecho, con esas condiciones se decide qué artista se invita...cada artista al presentar una exposición aquí dona una obra que se pone en la sala de donaciones y así se va haciendo ese acervo”*

- *“Para la acuarela del mes es igual, se considera igual la trayectoria, la calidad y gente joven que tiene mucha calidad y originalidad, 1993 hasta la fecha no se ha suspendido el proyecto”*

La información que se coloca en las cédulas museográficas tiene el propósito de que los visitantes conozcan de los artistas, contexto, materiales y obras presentadas, la complejidad es que estos datos llaman la atención del público y se puedan sentir conectados con la obra con respecto a este tema el pintor Benito Nogueira comentó con una tez relajada y seria

- *“Cada sala se explica más extensamente del artista, se llevan una idea más clara de todas las obras de los maestros, tenemos como un buzón en donde hay hojas con más información, que si hay mayor interés está la persona de servicios educativos o su servidor que puede explicarles más a detalle”*

-En cuanto a la planeación de la distribución espacial de los cuadros, diseño de las salas, objetos que están dentro de las salas así como la señalización para que las personas puedan seguir el recorrido ideal, sin embargo, los visitantes no siempre siguen el circuito previsto; dejan muchas partes sin ver ya que suelen utilizar un recorrido principal de una manera lineal; no dedican el tiempo necesario a determinadas unidades expositivas; la señalización debe tener aspectos tanto estéticos como funcionales.

El pintor licenciado Nogueira explica que lo ideal es que se acomodará estratégicamente con un mejor plan que permitirá darle a cada cuadro el enfoque que merece, sin embargo, el espacio es reducido para la cantidad de acervo que tiene el museo, por lo que considera que no hay posibilidades de realizar un diseño museográfico más acorde, es un tema controversial la cuestión de un diseño museográfico en un edificio histórico que pertenece al patrimonio del Estado.

Retomando la cuestión de la importancia de que permanezca lo más intacto posible y que se apege a su época, y por otra parte está en adaptarse y atender los intereses, expectativas y nuevas tendencias museológicas para generar un mayor impacto en estos espacios, con un tono más serio

*“Para un acomodo estratégico tendríamos que quitar obras, no hay mucha distinción de colores en las salas para que lo más colorido sean las acuarelas, la distribución es por cuestión de formatos para buscar el equilibrio entre los cuadros, la sala de donaciones tiene mayor movilidad, no se puede hacer mucho porque son tantas las obras que están distribuidas en las paredes verticales altas, lo que nos limita es el espacio, pero vamos buscando armonía”*

-Como se ha visualizado a lo largo de esta tesis, el diseño museográfico que tendrá el espacio de exposiciones suma a los elementos que van a tener un efecto agradable o no en los visitantes, que

lleguen a las personas por medio de los sentidos, generando estímulos visuales y creando sensaciones de acuerdo con la narrativa, el director menciona que no se ha logrado por el espacio pequeño, no obstante, el aprovechamiento del espacio es algo reconocible por el número de obras que tienen en exposición. Sin embargo, existen herramientas como estudios museográficos que pueden aportar mejoras en esta institución.

La pandemia del Covid-19 que inició en diciembre de 2019, interrumpió las actividades de todos los museos, afectando su supervivencia financiera, colecciones, personal y todo el crecimiento que ya habían conseguido, el Museo de la Acuarela cerró durante más de 7 meses, cancelando todas las actividades que tiene, enfocándose solo en trabajo administrativo, el director comparte la experiencia que tuvieron con el cierre por pandemia, manteniendo una actitud de confianza, con un tono de voz nostálgico, decidido y con velocidad media mencionó

*-“Fue una situación triste, difícil, porque ya había mucha asistencia del público, los talleres estaban a tope con mucha actividad y de repente todo cerrado, los museos por orden superior se cerraron yo fui el único que estuve aquí junto con los guardias de seguridad, poco a poco no dieron la orden de poder abrir, no podían venir todos los empleados, no hacíamos eventos ni talleres, solo estaba abierto, hasta este momento que ya hay talleres para niños y adultos, ahorita va a estar un festival iberoamericano con la participación de varios países, el premio Tlaloc y vamos agarrando más confianza y las actitudes higiénicas que las personas ya hacen por costumbre para tener una asistencia sana, y no parar porque el arte es una ayuda para sentir paz, las personas tienen miedo, con tanta propaganda que le hicieron a la enfermedad, les da miedo salir, y el museo es el espacio en donde menos hay contagios”*

- A pesar de que ya está abierto al público se redujo la asistencia, actualmente ya no cuentan con medidas de seguridad (medir temperatura, gel antibacterial, tapete sanitizante, etc.), por lo que sería importante continuar con algunas medidas que transmitan seguridad a los visitantes de forma que esta no sea una limitación para asistir a eventos, actividades y visitas.

En atención al seguimiento de la opinión de los visitantes, el MAEM, cuenta con un pequeño buzón de quejas y sugerencias al igual que una libreta de comentarios, que ayuda como referencia para mejorar el servicio del museo, se le preguntó al director ¿De qué manera le dan seguimiento a las opiniones, quejas y sugerencias de los visitantes? Con un aspecto de asombro, pensativo, y un tono de voz más pausado y bajo, compartiendo también las quejas con mayor frecuencia y las medidas que se han tomado

*-“Existe una libreta en donde pueden decir si les gustó o no, luego hay un buzón con eso uno va teniendo referencias para corregir algunas cuestiones de servicio... las quejas que hacen los visitantes son más para decir por ejemplo que no hay papel en los baños y sobre todo el trato de las custodias, mencionan que hay mala atención, y debe ser todo lo contrario debe haber más cortesía, porque son las que dan la cara al público... entonces tienen que ser amables, dispuesta a ayudar y servir, esa es una queja fuerte que intentamos corregir para modificar la conducta... no recuerdo otras”*

La visión que van a tener los visitantes del Museo va a ser fundamental para conocer limitaciones, áreas de oportunidad así como logros del espacio para estar en constante mejora y sea un museo reconocido incluso a nivel nacional e internacional para esto es relevante conocer también el perfil de los visitantes a partir de su demografía y psico-grafía o incluso mediante el estudio de la frecuencia de sus visitas, preferencias, intereses, conocimientos, etc. durante la dirección del licenciado Benito, no se han realizado estudios de público o de satisfacción, lo comparte con un semblante serio y con voz pausada y dudoso

*-“No, no tengo antecedentes de un estudio de público, solo... en la libreta de registro los visitantes creo que tienen que poner edad y profesión y vemos viendo que edades nos visitan pero no hay nada de estudios... es muy raquítico porque se necesitaría investigar a las personas, casi confesarlos, para ir entendiendo la conducta e intenciones de cada persona, se podría hacer pero tendríamos que asignar a alguien específico como un antropólogo o psicólogo que estudia la conducta o motivación de los que vienen, qué tipo de gente viene, no hay mucho de eso”*

-Estudiar a los públicos y el nivel de satisfacción implica poner a prueba el presente y futuro del museo con opiniones que puede estar en constante cambio, sin embargo, este tipo de investigaciones permiten a estos lugares conocer las características de las personas que los visitan, así como al público potencial, que permite enfocar sus actividades a estas personas, por consiguiente, los estudios de satisfacción son una herramienta útil para conocer la repercusión que va a tener tanto lo expuesto como los servicios que se ofertan con el fin de seguir mejorando y no se pierda el interés de visitar un museo, mejorando la comunicación entre la sociedad y las instituciones culturales.

En la entrevista se le preguntó ¿Considera necesario conocer las emociones que las acuarelas presentadas han generado a sus visitantes? el director comparte una experiencia con una sonrisa y un tono de voz más alegre

*- “Una visitante me dejó una nota, diciendo que lloro estando en el museo, eso sí me impactó, hay sentimientos, yo creo que la gente siente el arte, aunque no tengan conocimiento de la cuestión de la Acuarela, yo le digo a muchas personas, no necesita usted saber de historia, arte y pintura, solo siente ¿Qué siente ante este cuadro? Ese es el discurso que se debe dar, ¿Que ven al observar un cuadro?, las emociones de los visitantes no las tenemos clasificadas, pero siento que la gente al recorrer el museo sale con otra sensación”*

-La relación artista- obra- espectador es un aspecto valioso y que debe tener más hincapié, si bien, no todas las personas van a conocer la forma correcta de utilizar la técnica o la composición profesional de la obra si pueden compartir sentimientos, emociones y recuerdos, elementos intangibles e intrínsecos que van más allá de solo visualizar las obras, en donde los artistas no solo demuestran su profesionalismo que tienen si no la vulnerabilidad expresada en colores, formas, paisajes, personas, entre otros permitiendo una conexión con la obra.

-Teniendo claro que la respuesta de los usuarios no es responsabilidad del artista, aun así, es enriquecedor tanto para el artista al saber la respuesta que tienen acerca de su trabajo, así como para el museo para conocer qué tanto se ha cumplido el fin de sensibilizar a la comunidad a través del arte

y cómo puede generar cambios significativos, en vista de que los espectadores dan vida al mundo del arte que tiene como objetivo ser una forma de expresión y comunicación.

Los talleres y concursos se llevan a cabo en las instalaciones del Museo, limitando el número de alumnos de acuerdo con el tamaño del espacio, sin embargo, no se ha planteado alternativas para llegar a más personas, la única modalidad que tienen es presencial, el licenciado Nogueira con un tono de confusión, pero con un tono de voz alegre comentó

- *“Algunos maestros han hecho intentos de impartir lo talleres por zoo, yo no, solo en la pandemia, no hemos establecido un programa, pero sería interesante para difusión de los talleres por zoom o YouTube, pero se necesita buenas instalaciones y cámaras, necesitamos gente con ese conocimiento”*

En las vacaciones de verano, se implementó un curso para niños a lo que el director compartió

- *“La respuesta fue buena, yo creí que iba a estar baja aunque limitamos la asistencia para evitar contagios, pero se realizó en la sala, en el jardín y en el patio... las actividades que se realizan van a depender mucho de los maestros, hay una maestra que tiene iniciativa muy notable para los niños, ella misma se disfraza, se hace más interesante para los niños de 5, 7 años y establece una inercia con ellos para desarrollar su creatividad, en la sala lúdica existe el círculo cromático para que se den una idea de los colores”*

- La comunicación museológica es compleja ya que el mundo del arte ocupa tecnicismos propios, por lo que para la comunidad que no es experta se puede le puede dificultar la comprensión perfectamente una obra de arte tal cual, por este motivo una opción para conocer más a fondo esta técnica son los talleres que ofrecen, no todos los museos llevan a cabo este tipo de actividades por lo que el MAEM puede destacar de otros museos en la ciudad al propiciar un mayor aprendizaje, interactividad y, por supuesto, participación de todo tipo de visitantes, aún existen herramientas que la institución puede utilizar para llegar a más personas como son los recursos digitales ofreciendo diferentes experiencias.

Los concursos son una forma de difundir el museo, el arte y sobre todo abre la oportunidad de que artistas jóvenes del Estado de México comiencen una trayectoria, el premio Tláloc se realiza anualmente, la perspectiva que tiene el director en cuanto estos concursos es que es un reto para cada artista ya que existen competidores de varios estados de la república, dándose a conocer a través de diversos medios de comunicación al ganador con la posibilidad de que puedan exponer en una galería o museo y sigan creciendo.

- *“Cada concurso se toma la decisión de que participen todas las personas sin importar de donde son, es un reto porque el concurso es del Estado de México y a veces gana alguien de otro estado, es difícil pero es un respaldo ganar un premio a nivel nacional, antes hacíamos concursos internacionales pero después de la pandemia sólo se realiza el nacional, el que gana le da prestigio y la oportunidad de crecer... en todas las galerías y museos piden trayectoria para que puedas exponer tus obras y participar en concursos y todo esto les da valor, por eso insistimos a que participen”*

El internet y las redes sociales están presentes en la mayor parte de las actividades cotidianas, cambiando la forma de comunicarse e interactuar, diversos establecimientos se han adaptado a estar

formas de llegar a su público y generar una experiencia diferente, atendiendo las necesidades y nuevos interés, sin embargo, no todos los espacios se busca que la tecnología los rebase tal como los museos, que su esencia es alejarse de lo cotidiano, que el enfoque sea en las obras y artistas que se presentan, el pandemia hubo diversos museos a nivel nacional e internacional que tuvieron que utilizar plataformas digitales para no perder el contacto con sus visitantes, generando contenido, vendiendo productos, impartiendo cursos, realizando charlas a la distancia con artistas de todo mundo de tal forma que no se perdiera el interés por conocer los museos, el arte y la cultura. Con respecto a este tema, el Licenciado Benito Nogueira argumentó con un rostro de sorpresa y un tono de curiosidad.

*- Que bueno que lo mencionas... son medios de comunicación masiva importantes, a que refinarlos de alguna manera, diseñarlos para que sean atractivos y que permanentemente existen actividades, como la acuarela del mes, visitas en las salas, la galería para que los artistas pongan sus cuadros para que la gente igual los pueda adquirir, información de los talleres, a que hacerlo con más impacto porque la gente está como dormida... Está muy centralizado todo lo de la difusión todo se tiene que pedir permiso a la secretaria, hay mucho control”*

-Si bien, hay personas que disfrutan el vivir la experiencia dentro del recinto, la tecnología puede ser una herramienta para llegar a más personas, para difundir las actividades que están y que las personas que no investigan sobre el tema se enteren y les llame la atención, se le preguntó al director sobre su visión de las plataformas digitales en el sentido de ayudar a mejorar la experiencia del visitante, el museo cuenta con una página de *Facebook*, página web y los “amigos de la acuarela” cuentan con una página de *Instagram*, sin embargo esta última ha dejado de crear contenido, y las dos primeras están manejadas por la Secretaría de Cultura, y puede verse limitado el hecho de que todo tipo de acciones y publicaciones tiene que pasar por autorización.

Por años la cultura, en especial los museos locales tienen un gran reto con respecto a los presupuestos, ya que las administraciones políticas van reduciéndose año tras año tanto para los museos como para la realización de eventos culturales, limitando también el desarrollo de nuevas propuestas, mejores instalaciones, servicios de calidad, difusión, entre otros aspectos, siguiendo esta línea se le preguntó al licenciado Benito Nogueira ¿cuál ha sido el aprovechamiento óptimo que ha realizado como director para sacar adelante la gestión de servicios básicos y museográficos para que el museo sea un referente cultural en la ciudad de Toluca?, a lo que respondió con una pausa al inicio, un tono de voz paulatino y volumen medio pero con un rostro amigable y sorprendido:

*- “Siempre nos están reduciendo el presupuesto, no hemos decidido gran cosa, tenemos el grupo de amigos del museo quienes organizan actividades, rifas, subastas para reunir fondos y son para apoyos del museo, de igual forma ayudan los talleres que con las colegiaturas un porcentaje va al museo, ventas de obras y aportaciones económicas o en especie como televisiones, computadoras es como vamos sobreviviendo”*

- El sector cultural en México fue uno de los más afectados debido a la pandemia de COVID-19, provocando la disminución de ingresos y de presupuestos destinados por parte del gobierno, según cifras de la periodista Pozos, 2021, en el año 2021, sufrió recortes de más de mil millones de pesos ha incrementado en términos reales en 2% pero en subsidios, gastos de operación y otras actividades culturales, se redujo hasta en 40%, la reducción llega al 5% menos que el último año de Peña Nieto, a nivel estatal ha sido el mismo caso, y para los museos los recursos económicos son menores.

- Resulta entonces preocupante que la tendencia a reducir el gasto en cultura sea la constante ya que se ha dejado a un lado la importancia que tiene mantener a los museos activos, apostando por mejores actividades y servicios de calidad para los turistas tanto locales como extranjeros, ya que puede ser también una fuente para generar visitas al país, valdría la pena invertir en las artes, la cultura y la educación siendo un país con riqueza cultural como son los eventos, artistas y recintos históricos mexicanos, sin pasar por alto a los museos locales.

Por último, el director compartió que le gustaría hacer muchas actividades para mejorar la experiencia, pero ha sido imposible por falta de recursos

- *“Alguna proyección de videos en donde estén realizando pinturas y que expliquen cómo se hace, hay muchos museos que tienen como una sala del cine, me gustaría eso o que viniera un pintor realizara el trabajo en vivo, eso podría enriquecer la visita, también pláticas o conversatorios en donde estuvieran diferentes profesionales, pintores, psicólogos, de turismo, y si llega un despistado yo le tocará escuchar, pero para esto se necesitan recursos y autorización de la Secretaría”*

- El director del Museo de la Acuarela tiene grandes ideas que pueden ser gestionadas en un plan de trabajo para poder mejorar la experiencia de los visitantes, así como de su satisfacción, no obstante, el presupuesto que el gobierno destina a la Secretaría de Cultura y por ende a los museos locales en mínimo, así como existen donaciones y actividades que tiene una remuneración económica solo basta para las necesidades básicas de un establecimiento.

-Respecto a este tema, la creación tanto de objetivos como estrategias claras para generar más ingresos y que el gobierno se interese en apostar más por el arte es un aspecto que vale la pena para mejorar la educación y recreación en la sociedad ofreciendo un espacio de interacción con temas fundamentales, evitando que el arte vuelva a ser exclusivo para personas con mayor privilegio económico.

De los logros que ha tenido como director, el maestro Nogueira es la internacionalización del museo, a través del concurso Tláloc, en donde los concursantes no solo son de México sino también de otros lugares como de América y Asia por medio del arte correo que por medio de postales se realizan invitaciones para participar en el museo, de tal manera que ya tiene alcances más grandes y que en otros países se pueda conocer no solo el arte mexiquense si no también la ciudad de Toluca.

La pandemia no solo ocasionó una crisis económica sino también psicosocial en donde las personas se sentían más seguras asistiendo a reuniones, eventos y actividades por medios digitales que asistiendo a espacios cerrados como lo son los museos, los visitantes que tuvieron los museos eran como alternativa frente a la dificultad de hacer turismo en las condiciones que dejó la secuela del COVID. En Toluca, la mayor parte de los museos públicos cancelaron en totalidad todas sus actividades sin considerar experiencias digitales, tomando como ejemplo los museos de la Ciudad de México ofreciendo vivencias culturales que sirvieran de distracción para las personas en una situación complicada como lo fue el confinamiento, tal como se analizó en la entrevista anterior.

Es interesante conocer cómo es la dirección de un museo local, las limitaciones, retos, ideas, y estrategias que hacen mantenerse, así mismo, conocer la planeación para cumplir sus objetivos, es una forma de comprender la realidad que vive la cultura a nivel local, estatal y nacional en la que el gobierno tiene un interés menos prioritario por el arte y los museos.

Hoy en día es importante transmitir la importancia que tiene el arte como medio tanto de comunicación, expresión y educación para la sociedad, de mismo modo, apoyar a los jóvenes para que sus obras lleguen a ser valoradas y que Toluca, el Estado de México, utilizando herramientas para cumplir estas acciones así como brindar experiencias más memorable, además con esto el país puede un referente de arte, ya que México es una de las ciudades con más museos en el mundo, por lo que es sumamente valioso invertir en estos espacios que son parte del patrimonio e identidad mexicana.

#### 4.4 Interpretación del trabajo de campo realizado

En el trabajo de campo, se observó diferentes aspectos como el comportamiento que tienen los visitantes del Museo de la Acuarela, desde su entrada, recorridos por las salas y su salida, en donde se puede considerar que la duración de la visita consiste en menos de 50 minutos, las primeras salas es en donde más se detienen al igual que en la sala de donaciones ya que se encuentra el mayor número de obras, así mismo se visualizó que los servicios proporcionados por el recinto no tienen una señalización muy visible por lo que no muchas personas se detienen o preguntan de estos, entre otras características que se expusieron en el apartado anterior.

La Secretaría de Cultura junto con la administración interna del MAEM, no cuenta con estudios de público ni de satisfacción, dato que aportó el Licenciado Nogueira en la entrevista, el único recurso que tiene para conocer las opiniones de los visitantes es una libreta de comentarios, sin embargo, no todas las personas escriben su comentario o llega a pasar desapercibido, evitando una interacción entre la administración y el usuario.

Por ende, se realizaron encuestas a diferentes visitantes de MAEM, que iban acompañadas por amigos, familia, pareja, o solos, con el fin de conocer el nivel de satisfacción que tienen acerca del acervo, que como se desglosa en el marco teórico conceptual del presente trabajo, se compone de las obras, iluminación, color de salas, espacio, tamaño, cédulas de información y actividades paralelas.

Como se mostró en el apartado anterior, se interpreta que la población visitante del Museo de la Acuarela tiene un nivel de satisfacción generalmente alto, debido a que en la mayoría de las encuestas se respondió con un de acuerdo/ satisfecho o un totalmente de acuerdo/ satisfecho.

No obstante, hubo porcentajes en algunos elementos como la información bibliográfica proporcionada, el personal, la sala el caracol, la difusión de actividades, la cafetería, sanitarios entre otros, que tuvieron un nivel 3 y 2 (opinión neutra e insatisfecha), datos significativos que no se pueden dejar de lado debido a que son áreas de oportunidad que el museo junto con la Secretaría de Cultura pueden mejorar aún más para que los usuarios vivan más que la contemplación de las obras y que a pesar del presupuesto que se destina a estas instituciones hay aspectos que no necesitan grandes recursos económicos, si no una planeación estratégica.

Retomando el nivel de satisfacción de las personas y llevando a cabo las entrevistas se pudo observar y conocer a profundidad lo que opinan de los elementos del museo, sus expresiones corporales ayudaron a comprender las emociones y sentimientos que les provocó el acervo del recinto, así como actividades en los que formaron parte.

Las opiniones de los cinco entrevistados ayudaron a identificar el significado que tiene la experiencia de un visitante al planear su visita, asistir a alguna actividad, tomar un recorrido guiado, interactuar más con el personal, de acuerdo con los usuarios Angélica Hernández y Alberto Pino se disfruta más, es menos tedioso recorrer un museo al tiempo que se genera un mayor aprendizaje al tener profundidad en los detalles de la historia de la casa y las obras así también compartir dudas y opiniones.

En contraparte de los visitantes que llegaron al museo por curiosidad, no teniendo un referente de información y solo la expectativa al verlo, los cuales al preguntarles sobre su opinión se mostraban aburridos, cansados y en algunas ocasiones sorprendidos.

En las opiniones mencionadas relacionándolas con los resultados de las encuestas, aún hay características que a la visión de los visitantes pueden mejorar su estancia, al considerar desde la difusión de eventos, talleres, nuevas exposiciones o el que pueden esperar del museo así también explicaciones más interactivas, información dinámica y fácil de leer, entre otras recomendaciones expresadas anteriormente. Este es el objetivo principal de realizar este tipo de estudios, conocer opiniones a profundidad de los visitantes para mantener, mejorar o modificar el plan de actividades que se diseña cada año de manera que se vea reflejado en el museo como institución cultural y referente de la Acuarela.

#### 4.4.1 Experiencia y satisfacción

La experiencia y la satisfacción son dos conceptos diferentes; como se abordó a lo largo de los capítulos, por un parte la experiencia tiene la parte subjetiva e intrínseca, lo cual es más personal porque es un conocimiento inmerso relacionado con emociones consideradas positivas o detractores, en donde el visitante tiene un intercambio con el entorno recreativo y busca que este sea memorable. Por otra parte, la satisfacción se enfoca en calificar la calidad de los productos y servicios que se ofrecen, en este caso en el museo.

Sin embargo, estas definiciones coexisten, debido a que la experiencia no sería medible sin la satisfacción, y la satisfacción probablemente no existiría sin una buena experiencia. Como se mostró en las gráficas, las personas calificaron con un nivel alto de satisfacción el acervo, servicios y productos, de acuerdo con la percepción que tuvieron, por tanto, el tener satisfacción o no con algún establecimiento implica el bienestar y placer al interactuar con estos elementos, basándose en experiencias pasadas.

En los resultados cualitativos obtenidos la experiencia del visitante fue integral ya que intervinieron no sólo los elementos de la exposición, las técnicas utilizadas, la información, el montaje y la ambientación, sino los elementos externos como la apariencia de las instalaciones y la atención del personal, en donde los usuarios expresaron el cumplimiento de sus expectativas, la experiencia agradable que tuvieron, pero sobre todo los aspectos que con base a su vivencia pueden mejorar la exposición para considerar un próximo retorno y una recomendación a otras personas.

Medir la satisfacción permitió generalizar lo que piensan los visitantes en cuanto a la calidad, no obstante, las entrevistas son una herramienta que ayudó a profundizar más en los pensamientos, sentimientos, anécdotas que causó la exposición y de qué manera el MAEM llegó a impactar a los usuarios, debido a que la vía emocional funciona como generadora de satisfacción en el visitante, por consiguiente, estos dos instrumentos se complementan al tener información a profundidad de los aspectos en donde no se encuentren del todo satisfechos o en un nivel neutral.

Lo anterior para conocer más a detalle sobre los resultados que tuvo el plan de actividades que se diseña cada año, las áreas de oportunidad que tiene la institución y crear o tomar en cuenta nuevas propuestas que tengan un mejor efecto en las personas que conjunte los dos enfoques complementarios en el análisis de la satisfacción: un enfoque cognitivo basado en la calidad y un enfoque afectivo basado en las emociones.

## CONCLUSIONES

En la realización del presente trabajo de investigación, “Experiencia del Visitante en el museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción”, se llegó al cumplimiento de los objetivos. También se determinó el nivel de satisfacción considerando elementos como la difusión, acervo, instalaciones, productos y servicios, todo ello de acuerdo con los procedimientos explicados en el marco metodológico.

Para identificar los elementos que constituyen la experiencia memorable del visitante, se realizó a través de la información documental consultada en el marco teórico conceptual en donde se desglosan los factores subjetivos en las experiencias turísticas realizado Servicio Nacional de Turismo de Chile, así mismo información basada en otras investigaciones donde se han utilizado y reafirmando en el trabajo de campo de esta tesis, por medio de las entrevistas, por consiguiente, se midió el nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, el acervo y los servicios en el Museo de la Acuarela con herramientas de investigación como las encuestas a 240 usuarios.

A continuación, se presenta una tabla que ayuda a definir y comprender la relación de los elementos de una experiencia significativa así también la forma en la correlación que tiene con los aspectos de la satisfacción según los modelos presentados en el marco teórico, de forma que se complemente el cumplimiento de las hipótesis.

**Tabla 3. Correlación de la experiencia y los niveles de satisfacción**

Antes de la visita	
Expectativa	Encontrar cuadros y pinturas como en cualquier otro museo.
Motivación	Nuevos aprendizajes sobre artistas y obras en acuarela
Durante la visita	
Elementos de satisfacción	Percepción e Interpretación.

Imagen	<p>Pasa desapercibido, a pesar de que está en un lugar concurrido, no obstante, su fachada causa curiosidad por la bicicleta antigua que cuelga de ella, así como el edificio de estilo ecléctico, que sigue conservando rasgos de la época, los visitantes lo perciben atractivo y diferente a lo que normalmente es la imagen del museo.</p> <p>Tiene un jardín grande y se percibe tranquilo en donde hay lugares para poder sentarte y sentirte relajado.</p>
Acceso	<p>La ubicación es accesible, así mismo, en cuestión de precios, y es para todo público. La infraestructura es amplia, permite sentir seguridad al recorrer las salas, sin embargo, no es fácil para personas con alguna dificultad motriz.</p>
Servicios	<p>Talleres: Los temas son acorde al concepto del museo, el espacio en donde se toman es pequeño limitando la cantidad de asistentes y comodidad en la expresión de cada alumno.</p> <p>Sanitarios: Son higiénicos, están en buen estado, no son aptos para personas con discapacidad, causa confusión al saber si el recinto cuenta con este servicio ya que no existe como tal una señalización.</p> <p>Souvenirs: Pasan por alto a pesar de que su precio no es elevado, están ubicadas en una vitrina en la entrada, no se realizó alguna promoción o difusión para ofrecer estos productos incluso para ofrecer obras.</p> <p>Visita guiada: En donde se reflejan más emociones, sentimientos, comportamientos, la interacción para aclarar dudas, compartir experiencias pasadas que enriquecen tanto a los visitantes adquiriendo un mayor aprendizaje como al museo para conocer qué tanto se está cumpliendo su objetivo.</p> <p>Cafetería: Es muy visible, tiene mesas que hacen sentir más cómoda la visita, tranquilidad, es un lugar en donde se puede descansar o conversar con tus acompañantes, no muchas personas adquieren productos de la cafetería.</p>

Personal	No se tiene mucha interacción con el personal, los visitantes solo ubican al guardia que está en la recepción, sin embargo, no se muestran serviciales, con respecto a los guías y los maestros que en su mayoría son estudiantes, lo que hace que compartan su interés y pasión por el arte.
Acervo	<p>Las obras por sí solas permiten percibir emociones, reconocer lugares, identificarse con alguna pintura o sentir admiración por la técnica y a los acuarelistas; con las cédulas museográficas se puede deducir contextos, historia del artistas y motivación de los pintores al crear un cuadro, sin embargo, no todos los visitantes leen toda la información prefieren solo observar las pinturas lo cual puede ser contraproducente debido no se genera un mayor conocimiento; al tener un guía los hace sentir más conectados, analizar ciertos detalles y retener tanto datos y obras que llamarón más la atención, rebajando sus expectativas.</p> <p>En la sala “el caracol” a pesar de estar dedicada a niños el espacio y de que la decoración, materiales que ofrecen para interactuar no genera una conexión con la técnica.</p>
Después de la visita	
Satisfacción	<p><b>Difusión:</b> Se percibe un nivel neutro, la mayor parte de los visitantes no consulta difusión del museo, por ende, desconoce las actividades o servicios que ofrece el museo.</p> <p><b>Instalaciones:</b> El nivel es 5 totalmente satisfecho, en cuanto el acceso, sin embargo, este aspecto se encuentra en un nivel 2 (insatisfecho) para las personas que tienen familiares con alguna discapacidad o para adultos mayores, en cuanto a la información documental, la iluminación, color de salas, entre otros aspectos conservar el nivel de 5, no obstante, hay porcentajes altos de visitantes neutro e insatisfechos.</p> <p><b>Servicios:</b> Enfocados en los recorridos guiados, talleres, cafetería y sanitarios, la mayor parte de las personas no consume ni los utiliza, existe un nivel totalmente satisfecho, pero se muestran porcentajes</p>

	<p>considerables de personas con un nivel neutro e insatisfecho.</p> <p><b>Productos:</b> En cuestión de venta de souvenirs, la mayor parte de las personas desconoce o no compra estos productos, sin embargo, tiene un nivel 5.</p>
Memorabilidad	<p>El acervo expuesto si logra transmitir emociones, impactan de una forma más significativa al tener un guía, de esta forma se superan las expectativas.</p> <p>Por parte de los usuarios si existe una recomendación y un retorno, lo que es un buen indicador porque pueden ir conociendo la oferta que tiene este recinto cultural y cada vez mejor sus experiencias tomando en cuenta sus opiniones.</p>

Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo 2022

El cuestionario y las entrevistas permitieron conocer que el 38% de los encuestados tiene como principal motivación conocer la técnica de la acuarela y 25% a los artistas que exponen sus obras, por lo que el concepto del museo es un indicador de su experiencia, así mismo el acomodo, la iluminación, la interpretación y las actividades constituyen una la experiencia memorable en el visitante del museo de la Acuarela (MAEM).

Una de las salas tiene el concepto de ser para niños el 87% consideran que permite la interacción familiar con el arte, sin embargo, los entrevistados mencionaron que cuenta con un número menor de materiales didácticos, colores opacos que no permite una estancia interactiva y divertida para los niños.

Relacionado con lo anterior acerca del acomodo, color de la sala y la iluminación el 47% está de acuerdo en que ayudó a contemplar las obras, de igual forma la iluminación sirve para visualizar los detalles en las obras, el acomodo impactó positivamente, no obstante, algunas salas tienen muchos cuadros, en una altura muy alta que no permite una visualización a detalle, también se hace mención de la sala “El caracol” en donde la iluminación es reducida, lo que es contrario a lo que las personas esperan de un sala para niños.

Con respecto a la interpretación se consideran las cédulas museográficas, 51% está satisfecha con la información que se expone y el 63% siente que amplió sus conocimientos y modificó su visión con respeto a la acuarela, el arte y los museos, así mismo en las entrevistas a profundidad todas las personas refieren que le hace falta información que sea fácil de leer y que no pase desapercibida ya que la mayor parte de las personas no se detiene a leer toda la información por lo que prefieren tener un guía y puedan disfrutar más de las obras mientras escuchan la historia.

Acerca de las actividades como concursos, talleres y visitas guiadas la mayor parte de los visitantes desconocen de estos servicios, el 12% asiste a talleres y están satisfechos con ellos, aunque la única área de oportunidad identificada fue que el espacio físico es pequeño por lo que no es muy cómodo, tal como se presenta en una entrevista.

El 56% de los visitantes, al observar las obras si siente una emoción o sentimiento, lo cual indica que al incrementar la calidad de los servicios, acervo, actividades puede causar un impacto positivo y memorable en las personas, con los datos anteriores, se considera que el nivel de satisfacción de los visitantes con base al acceso, la imagen, el acervo y los servicios se en el momento de visita es satisfactorio en el MAEM, en donde se alcanza un nivel 4 y 5, a pesar de que existen porcentajes neutros e insatisfactorios en ciertos elementos.

La experiencia obtenida por el visitante se correlaciona directamente con el nivel de satisfacción en su visita, considerando que los dos conceptos coexisten; con ayuda a los instrumentos de investigación y con los resultados de la encuesta que se complementan con el análisis de las entrevistas realizadas, en donde la suma de las experiencias en cada punto del museo está marcada por sentimientos y apreciaciones subjetivas, estas dan paso al nivel de satisfacción que tuvieron los visitantes antes, durante y después de la visita tal como se mostró en la tabla 3.

Si bien la satisfacción depende de la calidad de los servicios, la experiencia que tengan los visitantes al interactuar con los elementos del espacio museográfico va a dar paso a que ellos pudieran calificar el placer y bienestar que sintieron, que conlleva diversos elementos a considerar como vivencias pasadas, estado de ánimo, percepción, entre otros.

En los resultados se tuvo un nivel alto de satisfacción, lo que permitió generalizar la opinión de los usuarios del MAEM, no obstante, las entrevistas ayudaron a interpretar las emociones entre ellos el gusto de haber visitado el museo debido a que el impacto de las exposiciones, sus servicios y productos lograron querer compartir a otras personas el visitar el museo. Expresado en un valor recreativo porque les ofreció el gusto de ver los colores y la sensibilidad de los artistas.

Sin embargo, la satisfacción no es suficiente, la reciente definición de un museo según el Consejo Internacional de Museos (2022) resalta en que es una institución abiertos al público, accesibles e inclusivos, por lo que existen aún aspectos que al menos en el MAEM, se deben de tomar en cuenta, a pesar del bajo presupuesto y el control de la Secretaría de Cultura, como se mencionó en entrevista con el director Nogueira, vale la pena apostar por tener un espacio que se adapte a nuevos públicos como las personas con alguna discapacidad.

Por otro lado, la definición anterior menciona también que es un espacio que opera y comunica ética y profesionalismo, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos, si bien, las instituciones museológicas han evolucionado, utilizando herramientas, incrementando productos y servicios, en la Ciudad de Toluca existe actualmente un número de museos limitados que ofrecen experiencias dinámicas, que vayan más allá de exponer obras y los servicios básicos que tiene un museo (recorridos guiados, sanitarios, souvenirs, etc.)

Lo anterior, es una oportunidad para el Museo de la Acuarela de sobresalir, al ser un reto ya que la ciudad cuenta con 26 museos y esta institución es la única de su temática, así mismo porque tiene

potencial debido a que la experiencia juega con que los visitantes se sientan identificados, ya que el arte, en especial las obras del MAEM captura momentos de la vida cotidiana, de la infraestructura y de las raíces mexiquenses.

Los museos son capaces de innovar y producir experiencias culturales promoviendo el conocimiento del patrimonio artístico, por lo que vale la pena que el gobierno, instituciones privadas, escuelas y la sociedad apuesten por estos espacios, al seguir concurriendo a más museos, así como destinar recursos económicos para darle lugar y voz a más artistas, mejorar la calidad de los servicios, su imagen, productos, y sobre todo generar vivencias que impacten positivamente de tal modo que se consiga no solo una satisfacción si no una lealtad en el sector museográfico.

Comprender que en la actualidad existen diferentes maneras de comunicar y vivir el arte, con medios digitales, con experiencias inmersivas o sensoriales, nuevas tendencias culturales, es fundamental porque las instituciones museográficas no van a desaparecer por incluir estos, al contrario es la oportunidad de llegar a más personas desde niños hasta adultos mayores que permita ampliar el panorama que tienen normalmente de los museos y del arte, combinando la esencia antigua que tiene con herramientas actuales que sensibilicen a los usuarios.

## **PROPUESTAS**

Debido al problema planteado a lo largo de la investigación, se han creado propuestas con el fin de reflexionar sobre la satisfacción y la experiencia de los visitantes, y que estos tengan una vivencia memorable en el Museo de la Acuarela considerando imagen, diseño museográfico, infraestructura, iluminación, actividades, productos y servicios, que requieren de un trabajo paulatino pero necesario para comenzar a destacar la visualización del Museo.

Si bien, no se puede pasar por alto la colaboración que la dirección del Museo debe tener con la Secretaría de Cultura, las siguientes propuestas no sólo están dirigidas al MAEM si no también pueden aplicarse a los museos que direcciona la Secretaría, incluso del Ayuntamiento de Toluca y la Universidad Autónoma del Estado de México.

- Se sugiere que el Museo de la Acuarela de manera constante realice una evaluación semestral de estudios de públicos (local, nacional e internacional) acerca de la experiencia y satisfacción de sus visitantes con respecto a los bienes culturales que ofrece a la población, para conocer al público que posee y el potencial, ello con el fin de conocer y actuar sobre sus intereses, gustos, necesidades, opiniones y quejas.

Lo anterior será base para el diseño del plan estratégico y gestión para cada año. Estas encuestas y dinámicas de evaluación se pueden aplicar a través de servicios sociales o estudiantes de prácticas profesionales por los Licenciados en turismo, en historia, artes, psicología, entre otras carreras, incluso con ayuda de los estudiantes que realizan su servicio social o prácticas

- Realizar exposiciones que ofrezcan una significación ante la vida cotidiana de la población o bien hacer presentaciones de acuerdo a las tendencias culturales y turísticas con un proceso interactivo que proceda la experiencia al considerar el espacio de la exposición cultural, tiempo y comportamientos sociales para satisfacer las expectativas y cubrir necesidades de recreación incluso de seguridad con la nueva realidad que se enfrenta por la pandemia COVID-19 ya que es un elemento clave en la permanencia y cumplimiento de los objetivos que tiene un espacio cultural.
- Incrementar el presupuesto por parte de las autoridades gubernamentales para poder brindar acceso, servicios e infraestructura cultural de calidad; México, es un país con diversas festividades y eventos culturales, sin embargo, no se puede dejar de lado a los museos por lo que invertir en estos espacios es relevante ya que son los lugares en donde se resguarda el patrimonio material, que forma parte de la identidad mexicana de las futuras generaciones, por lo que ofrecer servicios de calidad adquirirán un valor importante en el turismo del país incluso permitirá que poco a poco se creen esquemas regionales de servicios, infraestructura y capacitación cultural como parte cultural de los Estados.
- Profesionalizar a los gestores culturales: Los directores del museo, así como la mayor parte del personal de la Secretaría de Cultura tienen una licenciatura, no obstante es importante para el museo, que a pesar de tener limitaciones en cuanto al espacio, personas profesionales puedan diseñar un circuito y diseño museográfico estratégico para provocar un efecto en los visitantes ya que como se mostró a lo largo de la investigación, el acervo, acomodo, color de salas, iluminación, entre otros aspectos impactan en los visitantes.

Así mismo apostar porque el personal del museo conozca cómo atender a los usuarios, desde los recepcionistas, guardias de seguridad, cuidadores de sala, guía de turistas y administrativos ya que este aspecto también impacta en la satisfacción.

- Marketing experiencial: El utilizar las herramientas como páginas web y redes sociales pueden ser de utilidad al llegar a más público, dando difusión del acervo, a las actividades, eventos, talleres, y diversas acciones del museo para que tengan un acercamiento a la población y genere curiosidad de visitar las instalaciones.

Si bien, el MAEM cuenta con una página de Facebook, publica de diversos eventos culturales, sin embargo, tener páginas que se enfoquen en el Museo de la Acuarela ayudará a que se tenga una mayor visualización.

Para emplear estas actividades, no se necesitan recursos económicos ni expertos, se puede seguir la línea de otros museos que están utilizando estas actualizaciones, si bien se necesita una planeación para manejar estratégicamente los medios de internet, los resultados serán satisfactorios.

- Revolución digital: Una de las inquietudes principales para evitar utilizar herramientas innovadoras es la pérdida de la esencia de los recintos museológicos, sin embargo, al utilizar

la tecnología para crear y mejorar tanto actividades como servicios dentro del recinto, va a permitir una mayor interacción dinámica entre el artista-obra-usuario, creando experiencias más memorables y se tenga un panorama diferente de lo que es asistir a un museo. A continuación, se presenta una imagen con actividades propuestas, retomando comentarios de los visitantes encuestados.

Figura 31. Propuestas de mejora



Fuente: Elaboración propia, 2022

## ANEXOS

### Anexo 1. Instrumentos

#### Guía de entrevista a director



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía

Entrevista al director del Museo de la Acuarela



Esta entrevista está elaborada por María Alejandra Cisneros Hernández, alumna de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México, agradezco su colaboración que servirá para obtener datos relevantes para el desarrollo de la investigación para obtener el título de Licenciado en Turismo. “La experiencia del visitante en el Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción” al generar información que ayude y fortalezca al Museo.

**Objetivo:** Analizar la experiencia del visitante del Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción para el fortalecimiento museológico en la ciudad.

**Objetivo específico de esta entrevista:** Identificar las acciones de gestión y actividades vinculadas a los servicios del museo afín de generar a sus visitantes gratas experiencias y un alto nivel de satisfacción

Nombre: \_\_\_\_\_

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Escolaridad: \_\_\_\_\_

Tiempo en el puesto de Dirección: \_\_\_\_\_

Otros cargos que haya tenido dentro del sector cultura previo a la dirección: \_\_\_\_\_

1. Desde su punto de vista ¿Cuál es el objetivo del Museo de la Acuarela?
2. ¿Cuál ha sido su experiencia más significativa como director del museo de la Acuarela?
3. ¿Elaboró un plan de trabajo al ingresar a la Dirección del museo, en qué partes consiste y cuáles han sido sus alcances?
4. ¿Considera que la infraestructura exterior e interior del recinto se encuentra en buen estado y convierte al museo en un lugar de interés a sus visitantes? ¿Qué mejoraría en cuanto a la infraestructura?
5. ¿Cómo deciden los artistas que se van a presentar (permanentes y temporales), la acuarela del mes y las actividades que harán?
6. ¿Con respecto a qué consideran el orden de las acuarelas (antigüedad, corrientes pictóricas, temáticas) y cuál es el objetivo de este orden para el visitante desde su perspectiva museográfica? ¿Cuentan con un especialista en museografía, un guion expo-gráfico, etc.?
7. ¿Cuáles fueron los criterios al decidir la colocación e información de los paneles para apreciar y producir experiencias en sus visitantes de conocer y comprender a la acuarela como un género de la pintura y el arte?
8. ¿Se consideró que la información acerca de sus acervos pictóricos que ofrecieran al visitante una sensación de estar más conectado con el artista? Por favor, mencione un ejemplo específico de esta respuesta.
9. ¿La distribución espacial del acervo, los objetos, el color de las salas y la iluminación han ayudado a que el visitante logre apreciar la obra?

10. ¿Qué acciones implementó durante la pandemia que inició en diciembre de 2019 para que el museo siguiera siendo una opción de entretenimiento aunada a experiencias de desarrollo personal, conocimiento y reconfortantes para sus visitantes?
11. ¿Su personal, considera Usted que fue de gran apoyo en la generación de esas experiencias durante los momentos más álgidos de la pandemia y de qué manera tuvo su apoyo?
12. ¿Considera que el museo es incluyente y accesible para cualquier persona en su entrada y recorridos por todas sus salas? ¿Este punto fue abordado en su plan de trabajo? ¿Qué sugerencias puede ofrecer al respecto de los visitantes en caso de que exista alguna limitación al respecto?
13. ¿Considera que sería importante y útil que el museo sea incluyente, con mayor accesibilidad, tener recursos para personas sordas y con alguna discapacidad física (Información en braille, recursos auditivos, lenguajes de señas, talleres para personas con discapacidad, etc.)?
14. ¿De qué manera le dan seguimiento a las opiniones, quejas y sugerencias de los visitantes?
15. ¿Cuál ha sido la queja con mayor incidencia durante su gestión de director? Y ¿Cómo la soluciono o qué le ha impedido mejorar esta situación?
16. ¿Han elaborado específicamente algún estudio de público? ¿Cuál ha sido su objetivo?
17. ¿Cuáles son sus estrategias para llegar a más personas?
18. ¿Les ha interesado conocer cuáles son las emociones que las acuarelas presentadas han generado a sus visitantes?
19. Con respecto a los talleres y a los concursos ¿Qué modalidades tienen? ¿Ha considerado modalidad en línea?
20. ¿Qué tipo de talleres implementaría para que todo público se involucre en la cultura y el arte?
21. ¿Considera que los concursos que realizan abren oportunidades a artistas mexiquenses para expandir su arte? ¿Cuáles son los beneficios de los concursos?
22. ¿Considera que tener una mayor interacción con los visitantes dentro del museo y a distancia a través de diferentes plataformas como redes sociales permite que las personas se interesen más en la cultura, los museos y en el arte?
23. Sabemos que por años la cultura (en especial los museos locales) ha tenido un gran reto con respecto a los presupuestos, sin embargo ¿cuál ha sido el aprovechamiento óptimo que ha realizado como director para poder sacar adelante su gestión con relación a los servicios básicos y los museográficos de este museo, para ser un referente cultural en la ciudad de Toluca?
24. ¿Qué implementaría para que los visitantes disfruten más la visita, lo recomienden y tengan un retorno?
25. De los logros más importantes durante su administración, ¿cuál considera que son los más significativos y que beneficios han tenido para generar una experiencia significativa a sus visitantes?

## Guía de entrevista a visitantes



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía

Entrevista a visitantes del Museo de la Acuarela



Esta entrevista está elaborada por María Alejandra Cisneros Hernández, alumna de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México, agradezco su colaboración que servirá para obtener datos relevantes para el desarrollo de la investigación para obtener el título de Licenciado en Turismo. “La experiencia del visitante en el Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción” al generar información que ayude y fortalezca al Museo.

**Objetivo:** Analizar la experiencia del visitante del Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción para el fortalecimiento museológico en la ciudad.

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Escolaridad: \_\_\_\_\_

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué lo motivó a visitar el museo? ¿Y pudo saciar su conocimiento curiosidad, por qué?
2. ¿Usted ya había visitado un museo antes de la acuarela?
3. ¿En su visita experimentó el gusto de saber lo que es la Acuarela? ¿o ya lo sabía, pero de qué manera le sorprendieron este museo?
4. ¿Por qué medio de comunicación se enteró del museo de la Acuarela? (Personas de boca en boca, recomendación de un conocido, página de internet, Facebook, Instagram, cartel, etc.)?
5. ¿Qué me puede aportar de su experiencia de cómo llegó al museo?
6. ¿Qué se imaginaba encontrar dentro del museo antes de su visita?
7. ¿El museo es accesible para todas las personas al entrar y recorrer todas sus salas?
8. ¿Considera que la infraestructura exterior e interior del recinto es llamativa?
9. ¿El personal del museo fue amable y servicial?
10. ¿Qué le parecieron los servicios proporcionados (guardarropa, sanitarios, información)
11. La distribución espacial del acervo ayudó a la apreciación (La distancia entre cuadros, color de las salas, ¿la iluminación)?
12. ¿Los paneles de información le dieron una forma distinta de apreciar el museo?
13. Si tomo una visita guiada ¿Considera que recorrer el museo con un guía permite mayor conocimiento y disfrute de las obras?

14. ¿El acervo y la información que se ofrece lo hizo sentir más conectado con el artista?
15. ¿Qué emociones le generaron las acuarelas presentadas?
16. ¿La sala “El caracol” le permitió reconocer la importancia de la acuarela al tiempo que puede tener una recreación familiar?
17. Si tomo algún taller ¿Cómo se sintió en las clases y que experiencia obtuvo?
18. ¿Después de su visita al museo sintió que cambió su visión con respecto a la acuarela, el arte y la cultura?
19. ¿La normatividad interna del museo le permite sentir la importancia y el respeto por la obra, los artistas y el recinto cultural o lo hace sentir limitado?
20. ¿Qué más le gustaría que hubiera en el museo (Artistas, conferencias, cuentacuentos, conciertos, etc.)
21. ¿Le gustaría que fuera más tecnológico / interactivo (Guías a través de grabaciones, leer información por medio de aplicaciones, contenido en redes sociales)?
22. ¿Recomendaría visitar el Museo de la Acuarela? ¿A quién? ¿Por qué?

## Cuestionario a visitantes



Universidad Autónoma del Estado de México  
Facultad de Turismo y Gastronomía  
Cuestionario a Visitante del Museo de la Acuarela



Este cuestionario está elaborado por María Alejandra Cisneros Hernández, alumna de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México, agradezco su colaboración que servirá para obtener datos relevantes para el desarrollo de la investigación para obtener el título de Licenciado en Turismo. “La experiencia del visitante en el Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción” al generar información que ayude y fortalezca al Museo.

**Objetivo:** Analizar la experiencia del visitante del Museo de la Acuarela y su incidencia en el nivel de satisfacción para el fortalecimiento museológico en la ciudad.

Instrucciones: Marque con una X la opción que considere

### I. Datos Sociodemográficos

Edad:

- a) 20-30 años
- b) 31-40 años
- c) Mayor de 41 años

Género:

- a) Femenino
- b) Masculino
- c) Otro: \_\_\_\_\_

Lugar de procedencia:

- a) Local (Toluca)
- b) Regional (Estado de México)
- c) Nacional (República Mexicana)
- d) Extranjero

Escolaridad:

- a) Nivel básico
- b) Nivel medio superior
- c) Nivel superior
- d) Posgrado

Ocupación:

- a) Estudiante
- b) Empleado
- c) Ama de casa
- d) Trabajador por cuenta propia
- e) Retirado

### II. Datos psicográficos

Cuando realiza Turismo Cultura prefiere asistir a:

- a) Museos
- b) Fiestas religiosas

- c) Ferias
- d) Conciertos
- e) Obras de teatro

Visita un museo cada:

- a) Dos veces al mes
- b) Una vez al mes
- c) Cada seis meses
- d) Una vez al año

Días en los que lo visita

- a) Lunes-jueves
- b) Sábado
- c) Domingo

El museo que ya ha visitado en la ciudad de Toluca fue:

- a) El alfeñique
- b) Bellas artes
- c) El Cosmovitral
- d) Centro cultural de Toluca
- e) Otro: \_\_\_\_\_

Se enteró del museo por medio de:

- a) TV
- b) Radio
- c) Folletos/espectaculares
- d) Redes sociales
- e) Recomendación

La visita lo realiza con:

- a) Amigos
- b) Familia
- c) Pareja
- d) Solo
- e) Otra: \_\_\_\_\_

El motivo principal por el que visito el museo fue:

- a) La técnica de la acuarela
- b) Los artistas que exponen
- c) Precio
- d) La ubicación
- e) Arquitectura exterior del museo
- f) Otra:

Considera que la cuota de entrada al Museo debería ser:

- a) Gratuito
- b) \$5-10
- c) \$15-20

Mas de \$30

#### **I. Difusión del museo antes de la visita**

Instrucciones: A continuación, aparece una serie de afirmaciones sobre su visita en el museo, indique con una X dentro de los recuadros en una escala de 1 a 5 o la opción No Aplica (N/A) de acuerdo con su experiencia respecto al acervo y los servicios que ofrece el Museo de la Acuarela donde:

**1 es totalmente en insatisfecho**

**2 insatisfecho**

**3 ni satisfecho /ni insatisfecho**

**4 satisfecho**

**5 totalmente satisfecho**

**N/A Si no se siente identificado con ninguna opción**

Preguntas	1	2	3	4	5	N/A
Estuve en contacto con la difusión del museo antes de visitarlo						
Me encanta la acuarela, por eso, estoy al pendiente de la difusión para sus exposiciones temporales						
La difusión es clara y revela las expectativas de los visitantes						
Es confusa la difusión porque no invita realmente a visitarlo y conocer el acervo y las actividades que llevan a cabo						
Es importante que la difusión establezca imágenes que llamen la atención						
Jamás tuve contacto con su difusión, pero lo visité debido a que el edificio llama la atención						
Vengo a la alameda o al Centro Histórico a pasear y aprovecho visitarlo con mi familia o sólo						
Consulta cualquier difusión cultural por internet						
Yo sólo pasé y me dio curiosidad visitarlo						

## II. Satisfacción: Instalaciones, productos y servicios

Preguntas	Rango de Respuestas					
	1	2	3	4	5	N/A
Las condiciones de los accesos de tránsito a pie, para todos (incluye a personas con discapacidad física)						
La infraestructura y el señalamiento permite una secuencia congruente en la visita de las salas.						
Los aspectos de infraestructura física son visualmente atractivos						
La información documental que se presentan en los paneles permite una mejor interacción con las obras						
La iluminación y el color de las salas permite una buena apreciación de las obras						
El personal dentro del museo fue amable y servicial						
La sala “el caracol” propicia la participación e interacción de los niños con el arte						
Las convocatorias para los concursos fomentan el arte y la cultura						
La normatividad interna en cuanto a reglas y restricciones permite la libertad y el respeto por las obras presentadas						
El servicio de cafetería hace que se disfrute más la estancia en el museo						
Los sanitarios son accesibles y están en buen estado higiénico y funcional (Llaves, limpios, jabón, agua)						
Los souvenirs son adecuados al concepto del museo y su precio lo hace aún más atractivo						
El museo aplica medidas sanitarias necesarias para prevenir contagios por Covid-19						

**El museo cuenta con el servicio de recorridos guiados, que debe solicitar antes de su visita para un grupo de personas:**

¿Qué información o conocimiento tenía acerca de este servicio?

¿Conoce el proceso para solicitar el servicio de visitas guiadas?

¿Por qué considera importante recorrer el museo con un guía?

**Si usted recorrió el museo con un guía de turistas considera que:**

Rango de Respuestas						
Preguntas	1	2	3	4	5	N/A
El tiempo de visita guiada rebasa la complejidad de la obra presentada						
Recorrer el museo con un guía permite mayor conocimiento y disfrute de las obras						
El personal demuestra profesionalismo						
El guía interactuó con todo el grupo y dio información clara e interactiva						
Mi visita guiada la solicitó mi profesor porque hicimos una excursión y estuvo muy clara						
Como profesor de enseñanza básica solicité un guía para la visita y me pareció que a los alumnos les interesó y los mantuvo participantes.						
La visita guiada la solicité para mi familia antes de visitar el museo y el número de personas sale de contexto, porque las familias actuales ya son pequeñas						

**El museo ofrece talleres con el concepto de acuarela**

¿Qué conocimiento tenía acerca de los talleres del museo?

¿Por qué estaría interesado en conocer y ser parte de un taller?

**Si acudió a un taller:**

Rango de Respuestas						
Preguntas	1	2	3	4	5	N/A
Los talleres son accesibles en cuanto al precio y los horarios						
El espacio en donde se imparten es seguro, está en buen estado y óptimas condiciones						
Los maestros se muestran profesionales y abiertos para dudas						
Los temas que abarca el taller son coherentes con el concepto del museo						

**Si tiene alguna discapacidad o vino acompañada de una persona con discapacidad (motriz, visual, auditiva, mental, etc.)**

Colocar en respuesta corta la discapacidad de Usted o de su familiar: \_\_\_\_\_

Rango de Respuestas						
Preguntas	1	2	3	4	5	N/A
Fue fácil entrar a las instalaciones del museo El acceso a las instalaciones del museo fue						
El espacio de las salas permite la movilidad para apreciar las obras						

Los paneles de información y los recursos audiovisuales son suficientes para comprender las obras						
El personal fue inclusivo ayudando a facilitar el acceso y la estancia en el museo						
Conforme a mi discapacidad, la visita al museo me fue una experiencia grata ya que pude disfrutar las obras presentadas						

### III. Experiencia

Rango de Respuestas						
Preguntas	1	2	3	4	5	N/A
Las obras expuestas me produjeron emociones como (felicidad, admiración, tristeza, tranquilidad, compasión, etc.)						
La información de los artistas me permitió interactuar con sus pinturas de tal manera que comprendí el porqué de su obra						
El acervo presentado me generó mayor curiosidad por conocer más acerca de la historia del artista, del museo y del arte						
Las restricciones me hicieron sentir sin libertad para disfrutar y recordar la visita						
La normatividad interna del museo me permite sentir la importancia y el respeto por la obra, los artistas y el recinto cultural						
Después de mi visita al museo sentí que cambio mi visión con respecto a la acuarela, el arte y la cultura						
Al estar en contacto con las pinturas me permitió sentir que amplíe mis conocimientos y panorama que tenía sobre la acuarela y el arte						
La iluminación y color de las salas me permitió sentir más conectada con los paisajes, la complejidad de los cuerpos humanos, la profundidad de cada obra y los objetos dentro de las salas						
El servicio de los recursos audiovisuales me generó una impresión desagradable ya que no se tiene un fácil y rápido acceso para estar en el contacto con el concepto del museo.						
La sala "El caracol" me permitió reconocer la importancia de la acuarela al tiempo de sentir diversión al aprender.						
En la estancia dentro del museo distinguí diferente manifestaciones y contextos artísticos						
Adquirí <i>souvenirs</i> que se ofrecen en el museo porque siento que constata mi visita al museo de la Acuarela en Toluca						
Siento que el precio de los <i>souvenirs</i> es elevado y su significado no corresponde con el concepto del museo						
Por la experiencia que viví en el museo recomendaría que todo público la visitará						
Me encantaría volver a visitar el museo						

#### Si acudió a un taller:

Rango de Respuestas						
Preguntas	1	2	3	4	5	N/A
Los talleres que se ofrecen me permiten reconocer el interés del museo por adentrar a la sociedad al arte						
Pienso que los talleres, así como los concursos locales y estatales me pueden abrir una oportunidad a la creatividad, conocimiento y desarrollo en el arte						

Los maestros me hacen sentir segura, feliz, entusiasta y me ayudan a tener un mejor aprendizaje						
El espacio en donde se toman los talleres me hace sentir inspirado y motivado						

**Si tiene alguna discapacidad o vino acompañada con una persona con discapacidad (motriz, visual, auditiva, mental, etc.)**

Rango de Respuestas						
Preguntas	1	2	3	4	5	N/A
Sentí seguridad al entrar al museo y en la estancia de cada área dentro de él						
Me sentí incluido al tener algún recurso o acceso que me permitirá saber, sentir y comprender el acervo ¿Por qué?						
El acomodo de las obras (Altura, distancia) me ayudó a contemplar cada una de ellas						
Me siento cómodo si los recursos como biografías están en braille, la tipografía tiene un mejor diseño, recursos de audio o que en algunas salas las pinturas puedan ser tocadas, etc.						
La insuficiencia de recursos incluyentes me hace sentir limitado para admirar la acuarela						

**Seleccione las que considere necesarias:**

En su próxima visita que le gustaría ver:

- a) Mayor iluminación
- b) Mejores accesos
- c) Mas obras expuestas
- d) Servicios de charlas los domingos por parte del algún artista
- e) Clases muestra de acuarela
- f) Música en vivo
- g) películas de acuarelistas o pintores famosos

¿Cómo mejoraría su experiencia dentro del museo?

¿Recomendaría la visita al museo de la Acuarela?

**Gracias por su participación**

## Anexo 2. Fotográfico

Fachada



Fachada



Primera Sala del MAEM



Cafetería y visitante



Entrevista con el director Benito Nogueira



Alumna del taller



Alumna del taller  
respondiendo encuesta



Visita de familiarización



Recorrido guiado



Libreta de comentarios



Sala "El caracol"



Acomodo de obras



Cédula museográfica



Acuarela del Mes (agosto)



Cédula museográfica



Cédula museográfica



Publicada de taller



Convocatoria concurso



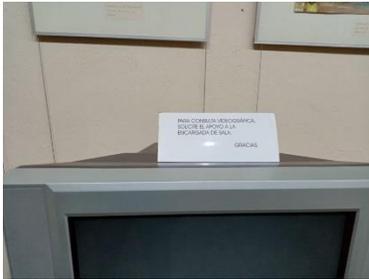
Diseño de sala de exposición temporal



Iluminación y espacio entre salas



### Recursos de video



### Obras en el espacio de los sanitarios



### Patio central y accesos



### Perfil de Facebook



### Productos de cafetería



### Sala internacional



## XI. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Albarrán, A. (2022). En picada visitas a museos del Estado de México; bajaron 90 por ciento. Milenio. [milenio.com/cultura/baja-90-ciento-asistencia-museos-edomex](https://milenio.com/cultura/baja-90-ciento-asistencia-museos-edomex)
- Aliste, R., Gutiérrez, C., Báez, A. & Weil, K. (2019). Evaluación de los servicios al público turista ofrecidos por los museos. El caso de los museos universitarios en Valdivia (Chile). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28, 818 – 839.
- Alpízar, A. & Hernández, L. (2015) Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en Estelaris Mueblerías. Tesis de licenciatura. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Arancibia, F., Torres, G., & Vidal, M. (2016). Evaluación de servicios turísticos en museos de Valdivia. El caso del museo histórico y antropológico Maurice de Maele. Tesis de licenciatura. Universidad Austral de Chile.
- Arroyo, D. (2019). Museo de la Acuarela. A tiempo. <https://a-tiempo.mx/2019/03/01/6126/>.
- Brida, J., Monterubbianessi, P., & Zapata-Aguirre, S. (2013). Determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural. El caso del Museo de Antioquia- Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22 (4), 729-744.
- Cano, R. (2020). Experiencia del visitante. Espacio Visual Europa. <https://evemuseografia.com/2020/09/21/que-es-experiencia-del-visitante/>
- Cano, R. (2017). Qué es Museo y qué no. Espacio Visual Europa. <https://evemuseografia.com/2017/04/03/que-es-museo-y-que-no/>
- Carballo, R., Moreno-Gil, S., León, C. & Brent, J. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*. 35, 71-94.
- Carvajal, G. & Lemoine, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*. 34, 164 – 184.
- Casós, W. (2019). Calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, año 2017. Tesis de maestría. Universidad César Vallejo.
- Centros de Integración Juvenil (2018) Diagnóstico del Contexto Sociodemográfico. Centros de Integración Juvenil (CIJ) ( [http://www.cij.gob.mx/ebco2018-2024/9052/CSD/9052\\_CS\\_Dx.pdf](http://www.cij.gob.mx/ebco2018-2024/9052/CSD/9052_CS_Dx.pdf)
- Chiriboga, E., Del Cisne, Y., Pérez., Hidalgo, J. & Mora., F. (2018). Calidad del servicio y su impacto en el turismo cultural: estudio de caso Museo Municipal. *Espacios*. 39 (19), 9.

- Chirinos, D., Hualan, V. & Palomino, G. (2018). Propuesta de mejora de calidad para los servicios brindados por un museo a partir de la identificación y análisis de factores significativos que influyen en la satisfacción del visitante. Caso: Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú. Tesis de licenciatura. Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Cruz, O. (2018). La experiencia de viaje como reinención de la identidad personal. Tesis de licenciatura. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Cogo, M. (2013). El análisis de los museos como opción turística: Los casos de Belo Horizonte (Brasil) y Barcelona (España) - El Museu Picasso. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- De Sevilha, M., Silva, J. & de Freitas, M. (2016). El modelo de experiencias aplicado a un museo. La perspectiva de los visitantes. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25 (4), 460-482.
- Eraso, S. (9 de enero de 2017). El museo público. Asociación de Artistas Visuales de las Islas Baleares. <https://aavib.wordpress.com/2017/01/13/el-museo-publico-santi-eraso/>
- Foro Barcelona (23 de agosto de 2021). Iluminación de un museo. *Foro Barcelona*. <https://faro.es/es/blog/iluminacion-de-un-museo/>
- García, E. (2007). Teoría de la mente y ciencias cognitivas. *Psicología digital*, 2(1), 1-30.
- Gali, N. & Donario, J. (2006). La imagen percibida por los turistas de la Ciudad de Girona. *Estudios Turísticos*, 168, 123-139.
- Galindo, L. (2018). El guion museológico, una herramienta para la seducción. *Revista De Museología*. 71, 74-83.
- González, N. (2019). Determinantes de la satisfacción del visitante de los museos de la provincia de Santa Elena. Tesis de licenciatura. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- González-Sinde, A., Del Palacio, M., & Albert A. (2020). Conociendo a nuestros visitantes Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura. Secretaría General Técnica Subdirección General de Documentación y Publicaciones. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:90a91558-55f9-4a5f-ac72-5d183eb37e2c/conociendo-a-nuestros-visitantes--estudio-de-publi.pdf?fbclid=IwAR0W8LhNpQ4YwkO4Zm3g7ARccNTFEiod1wNZO14XAL2m5WFMZmOpdNpv224>
- Herrera, A. (2015). Determinantes que inciden en la satisfacción y retorno de los turistas de los Pueblos Mágicos del Estado de México. Tesis de maestría. Instituto Politécnico Nacional.
- ICOM (2007). Definición de Museo. Consejo Internacional de Museos (ICOM). <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

- INEGI (2021). Resultados De La Estadística de Museos 2020. (INEGI). <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/EstMuseos2020.pdf>
- Klaus, M. & Maklan, S. (2013). Hacia una mejor medida de la experiencia del cliente. *Revista Internacional de Investigación de Mercado*, 13-21.
- Mamani, C. (2017). Satisfacción del visitante a museos con respecto a la calidad del servicio en los Museos Municipales de la Calle Jaén. Tesis de licenciatura. Universidad Mayor de San Andrés.
- Mendoza, M. (20 de julio, 2017). Toluca, segunda ciudad del país con más museos, una alternativa para la temporada vacacional. *Plana Mayor*. [https://planamayor.com.mx/toluca-segunda-ciudad-del-pais-con-mas-museos-una-alternativa-para-la-temporada-vacacional/?fbclid=IwAR2d1h3EiDb5tEWJdewwf6-TwMGqHN\\_KuSSlc1yQLVplV5RvbBzCSj5lwo#:~:text=%20Toluca%20se%20ubica%20en%20el,en%20el%20pr%C3%B3ximo%20periodo%20vacacional](https://planamayor.com.mx/toluca-segunda-ciudad-del-pais-con-mas-museos-una-alternativa-para-la-temporada-vacacional/?fbclid=IwAR2d1h3EiDb5tEWJdewwf6-TwMGqHN_KuSSlc1yQLVplV5RvbBzCSj5lwo#:~:text=%20Toluca%20se%20ubica%20en%20el,en%20el%20pr%C3%B3ximo%20periodo%20vacacional)
- Melgar, F., Chiecher, A., Elisondo, R., & Donolo, D. (2017). Museos y consumo cultural. Percepciones y experiencias en la Noche de los Museos. *Instituciones*, 21, 171-204.
- MINCULTURA (2014). Proyecto Museográfico. Programa Fortalecimiento de Museos.
- Montes de Oca, J. (2018). Satisfacción del visitante al museo de sitio Bodega y Quadra en el Centro Histórico de Lima, 2018. Tesis de licenciatura. Universidad Cesar Vallejo.
- Molina, M. (2018). Análisis del perfil y grado de satisfacción del turista cultural que visita el Centro Histórico de Quito. Tesis de licenciatura. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Morillo, M. & Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Ciencias Sociales*, 22 (2).
- Muñoz—Aréyzaga, E. (2017). Desarrollo de estudios de públicos de museos en México. Una visión introductoria. *La Colmena*, 94, 67-83.
- Paico, F. & Zeña (2017). La calidad percibida del turista y su relación con la satisfacción en el servicio de los Museos de la Provincia de Lambayeque. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*. 199-217.
- Sanguinetti, M. & Garré, F. (2001). Estudio de Público: herramienta fundamental para el desarrollo de un proyecto de marketing de museos, *Biblios*, 3 (10).

- Secretaría de Cultura (2016). Programación Cultural y Estadística Relevante 2011-2016. Secretaria de Cultura.
- Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México (2020). Museo de la Acuarela del Estado de México. Red Nacional de Información Cultural [https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=museo&table\\_id=471&fbclidwAR3fXs6Nb\\_6noUst6K2hCPPsAQ636PJj83FKP3skkZv6tZYriJYB9RkKf](https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=471&fbclidwAR3fXs6Nb_6noUst6K2hCPPsAQ636PJj83FKP3skkZv6tZYriJYB9RkKf)
- Secretaría de Cultura (2021). Los museos del Palacio de Bellas Artes, Nacional de Arte y Nacional de Arquitectura se reencuentran con sus públicos. Gobierno de México.
- Secretaría de Turismo (2022). Glosario. Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México (DATATUR) [https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx?fbclid=IwAR2v72MPbxNEC26TYj1AvecNz\\_NigW\\_69ywLHm51GWsehd174agFXfZ9NgI](https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx?fbclid=IwAR2v72MPbxNEC26TYj1AvecNz_NigW_69ywLHm51GWsehd174agFXfZ9NgI)
- SENARTUR (2017). Manual de diseño de experiencias turísticas. Servicio Nacional de Turismo de Chile (SENARTUR).
- Rosas, A. (2005). Usos y desusos del patrimonio cultural: retos para la inclusión social en la ciudad de México. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, 13(2), 235-256.
- Sotelo, O. (2017). El perfil y nivel de satisfacción de los visitantes al museo arqueológico de la Universidad Católica de Santa María y una propuesta de mejora, Arequipa, 2017. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de San Agustín.
- Pastor, M (2002). La Pedagogía Museística ante los Retos de una Sociedad en Cambio. Fundamentos Teórico-Prácticos. Ariel Patrimonio.
- Oliveira, B. (2011). Determinantes de la Satisfacción del Turista. Estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20 (1), 229-242.
- Vega -Malagón, G. (2014). Paradigmas en la investigación. *European Scientific Journal*. 10 (15), 523-525.
- Vergopoulos, H. (2016). La experiencia turística: ¿una experiencia de los ámbitos de experiencia turística? *Via Tourism Review*. 10. DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.1357>
- Vevential Value (2022). Innovación en inteligencia turística para destinos competitivos y sostenibles. <https://viventialvalue.com/vivential-value/>
- Vicente, A. (2018). Los Museos renuncian a la neutralidad en sus paredes. *El País*. [https://elpais.com/cultura/2018/11/04/actualidad/1541333066\\_684790.html](https://elpais.com/cultura/2018/11/04/actualidad/1541333066_684790.html)
- Villareal, R. (09 de febrero de 2022). Espectador VS Artista (No. 3.10). *En Hablemos Arte*. Spotify. [https://open.spotify.com/episode/6t4DgnHgw2LvYOJwkgzSXX?si=bRBbeboaREqVVMl6Bwi7pg&utm\\_source=copy-link](https://open.spotify.com/episode/6t4DgnHgw2LvYOJwkgzSXX?si=bRBbeboaREqVVMl6Bwi7pg&utm_source=copy-link)

World Tourism Organization (2022). Glosario de Términos de Turismo.  
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

World Tourism Organization (2022). Tourism Definitions. <https://www.e-unwto.org> Doi/book  
10.18111/9789284420858