

## ÁMBITO 6. Los Artesanos

**Tema: Particularidades del trabajo de cada artesano.**

**Cita Principal:** "Pueblo de rotundos artesanos, hijos del color, la sangre y la quimera del barro, Metepec se canta a sí mismo con una altivez ganada a pulso". Luis Mario Schneider

**Objetivo principal: Mencionar a los autores de las piezas, los que han dado importancia a la alfarería en los últimos años.**

	Objetivos Secundarios	Objetos y documentos originales	Ilustraciones y fotos	Otras orientaciones museográficas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Invitar a los visitantes del museo que vayan a los artesanos de los alfareros, conozcan su trabajo y quizás adquieran una pieza.</li> <li>Mencionar las especialidades que trabaja cada artesano.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un gráfico con el mapa de Metepec dividido en los diferentes barrios. Marcar la ubicación de cada taller, mencionar el nombre del artesano y su especialidad.</li> <li>Acompañar cada nombre con una fotografía de sus piezas.</li> </ul>	
<b>Barrio de Santa Cruz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Adrián Luis González</b>, <i>Especialidad: Ángeles y arcas de Noé</i></li> <li><b>Heriberto Ortega y Saúl Ortega</b>, <i>Especialidad: Soles y ángeles en barro</i></li> <li><b>Alfarería Escarcega, del artesano Alejandro López Escarcega</b>, <i>Especialidad: Catrinas y cruces en barro</i></li> </ul>			
<b>Barrio del Espíritu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>José Vara</b>, <i>Especialidad: Árboles, soles, ángeles, etc.</i></li> </ul>			

**Santo****Barrio de San Matero**

- **Alfarería Castillo, del Sr. Inocente Castillo Vilchis**, *Especialidad: Cazuelas moleras y paelleras*
- **Taller del Sr. Pablo Archundia del Águila**, *Especialidad: Soles, eclipses y cruces*
- **Taller del Sr. Pascual Sánchez Flores**, *Especialidad: Árboles, eclipses, catrinas*
- **Taller del Sr. Lucas Castillo Granados**, *Especialidad: Cazuelas, ollas, paelleras*

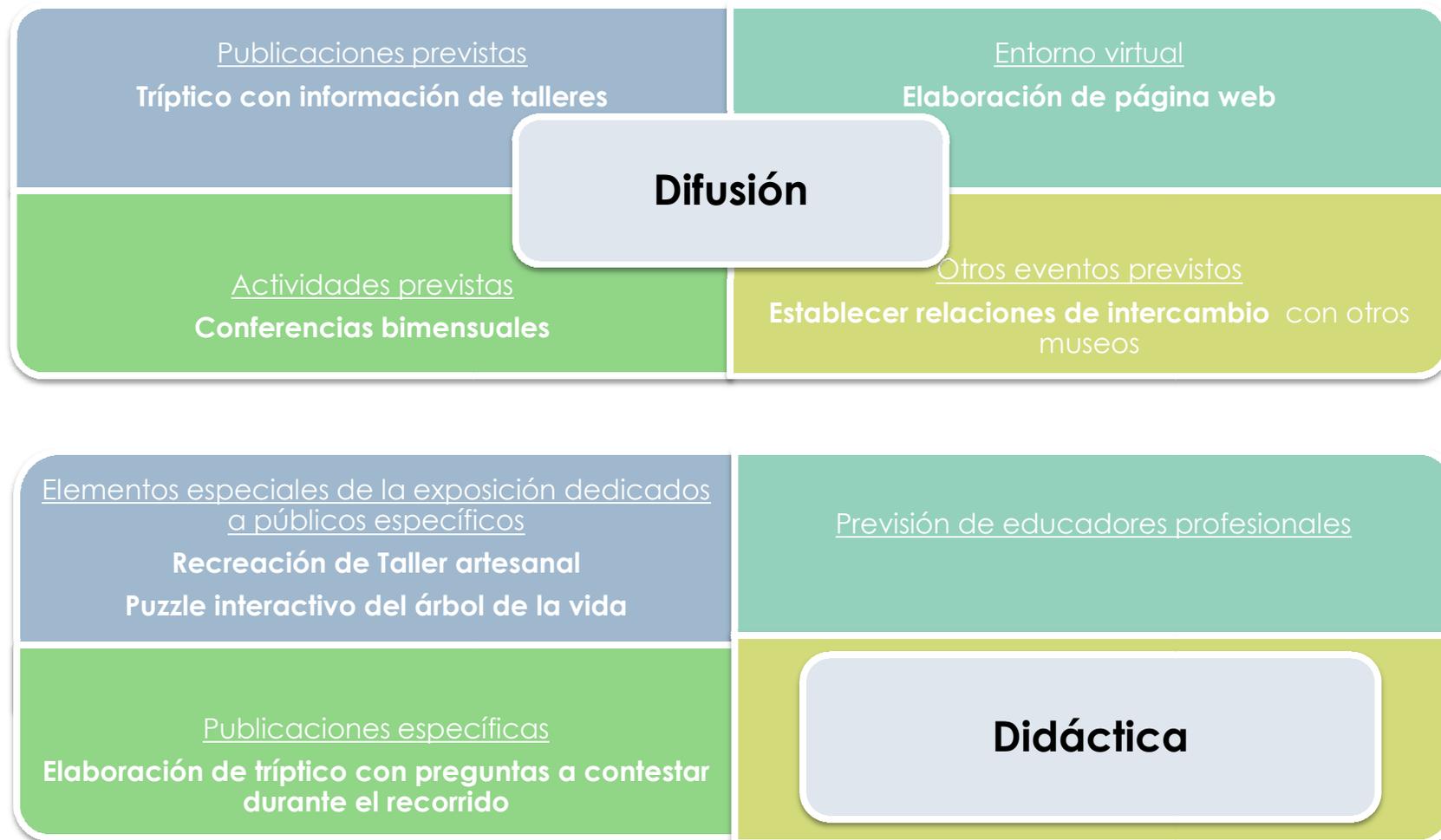
**Barrio de Coaxustenco**

- **Taller del Sr. Otón Montoya**, *Especialidad: Árboles en general*
- **Taller del Sol, del artesano Hilario Hernández Sánchez**, *Especialidad: Miniaturas y árboles de la vida*
- **Manuel León Montes de Oca**, *Especialidad: Replicas prehispánicas*
- **Taller del Sr. Bernardo Camacho Quiróz**, *Especialidad: Cazuelas*
- **Taller del Sr. Federico Fierro Serrano**, *Especialidad: Ángeles, árboles, etc.*
- **Taller del Sr. Vicente Fernández Farfán**, *Especialidad: Ángeles, sahumerios, retablos de semillas*
- **Taller del Sr. José Luis Serrano Carrillo**, *Especialidad: Máscaras, soles, árboles*
- **Taller del Sr. Tiburcio Soteno**, *Especialidad: Árboles de la Vida*
- **Taller del Sr. Benito Rivera Soteno**, *Especialidad: Árboles de la Vida, Murales*

## 7. DIFUSIÓN Y DIDÁCTICA

---

**ELEMENTOS CLAVE: Herramientas de difusión y didáctica.**



El museo es en sí mismo un medio de comunicación que brinda diversos mensajes a sus visitantes, además tiene como uno de sus objetivos principales el ser una institución educadora. Por ello es básico definir aquellos mecanismos a través de los cuales el museo propuesto pretende entrar en relación con el público. El museo debe comunicar por ello se establecen planes que ayuden a la difusión de sus contenidos tratando de abarcar el mayor número de personas. Lo mismo ocurre respecto a su función didáctica estableciéndose mecanismos que intervengan positivamente en el aprendizaje del público visitante.

## 7.1 Difusión

### 1. Publicaciones previstas

**Tríptico con información de talleres:** teniendo como base un mapa de la cabecera municipal de Metepec, señalándose los distintos barrios, se señalará la localización de los talleres relevantes en el municipio. Contendrá el nombre del artesano, la dirección y la particularidad o elementos característicos de la producción alfarera realizada en cada taller.

### 2. Entorno virtual

**Elaboración de página web.** Internet es quizás el mayor medio de difusión que existe actualmente, por ello es conveniente que dentro del proyecto se establezca un sitio web como una herramienta para alcanzar otro nivel de comunicación con el público. Al estar al alcance de todo aquel que pueda acceder al servicio, el número de visitantes no quedará sujeto a límites geográficos permitiéndose que la información sobre el municipio y la alfarería pueda llegar a otros lugares. Así mismo,

se pueden crear vínculo con otras instituciones similares para crear redes de difusión sobre el trabajo alfarero. Una página web puede alcanzar dimensiones educativas y esta sería una de los objetivos, además del primordial que es ser una herramienta de información. Estará dirigida al público en general pero con contenidos específicos para el público escolar. El contenido de la página sería:

- Un sitio que contendrá datos específicos sobre los contenidos que el visitante podrá encontrar en el museo, así como información básica como localización, horarios, precios, actividades, etc.
- Un apartado que brinde la posibilidad de realizar una visita virtual para que esta sea de acceso a público lejano interesado en el tema.
- Incluir interactivos dirigidos principalmente al público en edad escolar proponiendo juegos de preguntas sobre datos históricos, relación de elementos decorativos con objetivos materiales, etc.
- Sección con referencias y links a otras páginas de museos de alfarería.

### 3. Actividades previstas

**Conferencias bimensuales:** impartidas por especialistas en la materia, contando con la participación de los artesanos de la región. En principio se propone que los temas a tratar estén directamente relacionados con los contenidos propuestos en este proyecto, pero el área educativa del museo tendrá que estar abierta a recibir otro tipo de propuestas sobre temas que puedan estar vinculados, no sólo a la alfarería, sino también a la cultura y las tradiciones de la región.

#### 4. Otros eventos previstos

**Establecer relaciones de intercambio** con museos que también tengan a la alfarería como tema principal, ya sean a nivel nacional o internacional. Estos intercambios se pueden dar a través de préstamos de colecciones para exposiciones temporales o bien, planteando programas de actividades en que se incluyan talleres y conferencias. Una cuestión que pudiera ser de ayuda para ampliar este objetivo es, por un lado, los vínculos que el municipio ya ha establecido con otras regiones del país para conformar el programa de actividades para el Festival Quimera. Por otro lado, se podría considerar los vínculos internacionales que el municipio ya tiene con ciudades como Trujillo en Perú y Antigua, Guatemala a partir de convenios de hermandad existentes.

## 7.2 Didáctica

### 1. Elementos especiales de la exposición dedicados a públicos específicos

El público en edad escolar será a quien se le dirijan principalmente los contenidos que tengan una mayor relevancia como medio educativo:

- **Taller:** La recreación del taller de alfarería junto y la presentación audiovisual que muestre el proceso de producción tendrá que desarrollarse con un lenguaje apto para el entendimiento de este público y utilizando palabras que le sean comunes y muy visual para así asegurar que les es claro el proceso.

- **Puzzle interactivo del árbol de la vida:** realizado con un material resistente, se colocará a un costado de las piezas exhibidas. La idea es que el estudiante consiga recrear uno de los objetos que se encuentran en la misma sala.

## 2. Previsión de educadores profesionales

La participación de personas especializadas en el campo de la didáctica será fundamental para el desarrollo de los programas. Su colaboración se centrará en el desarrollo de contenidos, así como en visitas guiadas a grupos escolares y propuestas de talleres en el verano. Sobre todo se plantea contar con la incorporación de estudiantes por medio de convenios de prácticas. Los estudiantes pueden venir de diferentes ámbitos de estudio como el turismo, humanidades, pero sobretodo se tomarán más en cuenta aquellas que se estén preparando para ser educadoras ya que tendrán herramientas novedosas y útiles.

## 3. Publicaciones específicas

**Elaboración de un tríptico dirigido al público escolar.** Al inicio de la visita se entregará un tríptico con preguntas que deberán ser contestadas a lo largo del recorrido por el museo. Se preguntará sobre datos históricos concretos, colores empleados, herramientas, pasos de la producción, etc.

## 8. PLAN DE COMUNICACIÓN

---

## ELEMENTOS CLAVE: Herramientas de Comunicación



El museo es una entidad dirigida a la sociedad y por ello se debe generar un proyecto de marketing que tal como lo define Lord se trata de "...las distintas acciones que el museo emprende para mejorar su comunicación con el público y los servicios que presta, con el objetivo de incrementar las visitas y el gasto de los visitantes" (Lord & Lord, 2005, pág. 133). El museo necesita de un público receptor para poder completar su función comunicativa. Primero se tendrá que buscar consolidar un grupo de visitantes y después generar experiencias que hagan a una parte de éstos convertirse en asiduos. En principio se debe definir una estrategia aunque posteriormente pueda ser modificada en función de la evolución del museo ya que siempre se deberá atender a una mejora de los servicios y actividades ofrecidos. En este punto se definirán las posibles acciones que se pueden llevar a cabo desde el propio museo con su personal, así como con la colaboración de otras entidades.

## 8.1 Estrategias de Comunicación

Con la finalidad de captar público, en un proyecto de marketing se tendrán que definir las acciones a llevar a cabo basados en los siguientes factores:

### 1. Información

Con el objetivo de que la comunicación con el público sea más efectiva se tiene que identificar las necesidades y las demandas de éste y ver cómo es que coinciden con los objetivos que se ha marcado el museo. Se tendrán que hacer un

análisis sobre el público principal al que se quiere captar para así priorizar en las acciones a llevar a cabo ya que cada sector de la población responderá a diversos estímulos los cuales formaran parte de las acciones de promoción.

## **2. Promoción**

Es fundamental determinar las acciones que facilitarán la divulgación del museo. Para ello se puede ocupar todos los canales disponibles (radio, prensa, volantes, etc.) pero si sería preciso por determinar cuáles de ellos podrán influir más entre la población para hacer una propaganda más efectiva sin tener gastos innecesarios. Es importante también que exista un cuidado en cuanto a la imagen, el tono, el lenguaje empleado etc., ya que estos aspectos determinarán la opinión o visión que se tenga del museo que tendrá que ser positiva para así asegurar la captación de públicos y si es del sector en el que principalmente se está interesado.

## **3. Educación**

Otro aspecto importante es lo relativo a la idea del museo como una institución didáctica. El museo tiene entre sus objetivos el de educar a través de sus exposiciones pero también esto se puede llevar a cabo generando mecanismos que sirvan para sensibilizar y concientizar a la población acerca de la necesidad de la preservación del patrimonio cultural. En este caso específico, se tendría que extender entre la gente del municipio la importancia que tiene la producción alfarera.

## **8.2 Herramientas de comunicación**

### **1. Nombre de la institución: MUSEO DE LA ALFARERÍA DE METEPEC**

El nombre elegido es sencillo y directo para que pueda existir una identificación y reconocimiento desde el primer momento de la temática que se expone y el lugar al que se está relacionando por contexto y ubicación.

## 2. Imagen corporativa y logotipo

Las características de la imagen, del mensaje y del lenguaje empleado del material que sirva para difusión de la institución deberán responder al sector de público al que se quiere llegar. Así también deberá haber correspondencia con los contenidos y los temas que se quieren transmitir.

El proyecto de diseño y la dirección de ejecución de este apartado se someterá a un concurso público solicitándose la participación de personas interesadas y con amplios conocimientos en el ámbito del diseño gráfico, publicidad y comunicación. La solicitud que se hará incluye una propuesta de diseño de logotipo para la institución y el material impreso que servirá para la difusión en distintos sectores de la localidad.

- Será importante que el **diseño del logotipo** se elija tomando como base el árbol de la vida por varios factores. En principio porque constituye sin duda un símbolo de identidad del municipio y es de tal importancia que incluso se le asocia a toda la entidad. También se ha hecho esta elección ya que esta pieza engloba de algún modo los mensajes principales que se quieren transmitir en los contenidos del museo, detalles de flora y fauna del mundo prehispánico, junto con una temática religiosa introducida por los españoles y el actual colorido e imaginación de sus creadores que nos habla de sus tradiciones y de la calidad de sus procesos de producción.

### 3. Publicidad

Según Luis Alonso Fernández "la publicidad es un instrumento valioso que tiene a su alcance el museo para promocionar su perfil de entidad sociocultural, sus actividades, servicios y exposiciones" (Alonso Fernández & García Fernández, 2005, pág. 163). Existen varias opciones mediante las cuales esta función puede llevarse a cabo. Para que esto sea más efectivo se tendrá que priorizar en función de aquellas que por experiencia se considere llegarán efectivamente al público deseado así también se tendrán que valorar los costes que cada uno implica:

- **Promoción en medios de comunicación**, esto puede ser en prensa escrita, revistas, televisión y radio. Para llevar a cabo esta acción se puede convocar a ruedas de prensa invitando a los distintos medios de la región. Este tipo de promoción también se puede extender a nivel nacional acercándose a publicaciones como México Desconocido, incluso se aspira a nivel internacional aprovechándose los convenios de hermandad con que cuenta el municipio, un ejemplo de ello es la Revista Clave que se publica en Perú y aunque quizás sea poca la captación directa en el museo, si se puede difundir el mensaje a través de la página web.
- **Acudir a los establecimientos de hostelería y restauración** con postales o folletos publicitarios. Como se mencionó en un principio, en Metepec se ha incrementado mucho la oferta de restaurantes y bares, mucha población, no sólo del municipio, sino de ciudades cercanas ven a la localidad como primera opción para adquirir estos servicios. Aprovechar esta situación sin duda hará que más gente conozca de la existencia del museo y sus actividades. Así mismo, la oferta hotelera también va en aumento y así a los huéspedes se les podrá ofrecer una actividad más.
- **Folletos y carteles** para las escuelas en los que se haga referencia a la exposición permanente del museo, a las exposiciones temporales y a las diversas actividades ofertadas por lo que tendrán que actualizarse continuamente.

- **Hacer uso de stands informativos**, primero se considera aquel que se encuentra dentro del edificio del ayuntamiento, un punto de encuentro para muchos visitantes a la localidad. Volviendo a la cuestión de servicios, también se ha visto un incremento en plazas comerciales, día a día mucha gente va a estos centros y en determinadas ocasiones se podría solicitar permiso a estas entidades para hacer promoción, sobre todo los fines de semana, cuando más gente acude, y muchos con un mero afán de esparcimiento.
- **Información dentro de otros museos** mediante folletos o postales que estén disponibles para los visitantes. Por supuesto que esta acción tendría que ser recíproca. También se consideraría incluir al Zoológico de Zacango, ya que a éste también acude población escolar y familiar que son los principales sectores de público objetivo. Además se encuentra ubicado muy cercano al municipio de Metepec.

Estas acciones tendrán que ser de forma permanente, sin embargo si valdría la pena que se pusiera mayor énfasis durante la celebración de las dos actividades más grandes para el municipio y cuando acude más número de personas que son la Feria de San Isidro durante el mes de mayo y el Festival Quimera en octubre.

#### **4. Relaciones Públicas**

Establecer relaciones con diversas instituciones será una de las principales tareas que deberá llevar a cabo un miembro del personal para así poder establecer vínculos que favorezcan la promoción y difusión del museo. Algunos de las instituciones o sectores con los cuales se debería establecer contacto son:

- **Instituto Mexiquense de Cultura**, es la mayor institución dentro del Estado de México encargada de asuntos relacionados con la cultura. A su cargo tienen la publicación mensual de la revista AcercARTE en la cual se difunden las actividades artísticas y culturales del Estado.
- **Secretaría de Turismo del Estado de México** para que a través de sus propios medios de difusión se extienda la información sobre el museo y que éste se dé a conocer, no sólo en el ámbito estatal sino que llegue a otros territorios del país, sobre todo al Distrito Federal que por su cercanía puede acercar a más público.
- **Secretaría de Difusión Cultural de la U.A.E.M.**, quienes también difunden las actividades culturales que en esta institución educativa se llevan a cabo. No suelen hacer promoción de otras instituciones pero se pueden llegar a acuerdos de trabajo conjunto, ya que sin duda alguna, la U.A.E.M. siempre se ha encontrado muy interesada por estudiar y dar a conocer el patrimonio cultural de Metepec.
- **Escuelas**, ya que el público escolar es el principal objetivo en esta institución, resulta fundamental que haya un acercamiento con los directores de los planteles y profesores de historia y artísticas para invitarles a que acudan a conocer el museo y gestionar posibles programas de educación sobre alfarería desde la misma aula. Otra opción sería llevar a las escuelas diversas conferencias sobre la alfarería.

## 5. Promociones especiales

Ofrecer al público algunas ofertas que en principio puedan disminuir el gasto al acudir al museo puede generar que más gente esté dispuesta a pagar un precio menor y así incrementar las visitas y que el mensaje se distribuya entre más gente. Algunas de las estrategias podrían ser:

- **Tarifa reducida a estudiantes**, descuento del 50% del total de la entrada, una acción llevada a cabo muchas instituciones de este tipo ya que finalmente uno de los objetivos es el de educar.
- **Tarifa reducida a adultos mayores**, descuento del 50% del total de la entrada, aunque éstos no son el principal público objetivo de la institución, es correcto tener consideración con este sector que puede encontrar en el museo una nueva actividad y es más probable que, mediante las actividades temporales, se conviertan en un público asiduo ya que disponen de mayor tiempo y disposición.
- **Tarifa familiar**, sobretodo se plantea con la idea de que los fines de semana las familias encuentren en el museo una nueva actividad que puedan hacer en conjunto y que no represente mucho gasto.

## 9. ORGANIZACIÓN

---

La gestión del museo es el componente básico para asegurar que el museo estará funcionando de manera adecuada y respondiendo a los objetivos propuestos. Por ello es necesario que se definan las líneas de organización estableciéndose en primer término la dependencia de la institución y su forma de gobierno. Así mismo se determinará el personal necesario para ejecutar las diversas acciones y con qué perfil profesional deberán contar.

### 9.1 Titularidad Jurídica

El presente museo se propone como una entidad dependiente del Ayuntamiento de Metepec a través de la Secretaría de Educación, Cultura y Bienestar Social. Para la elaboración de un proyecto de organización jurídica en el que se determinan todos los aspectos legales en función de subvenciones, contratación, fiscalización de gastos y asuntos relacionados a la prestación de diversos servicios necesarios para el funcionamiento del museo, será necesario contar con la colaboración de un abogado. Se presenta la siguiente tabla con dos modelos de gestión propuestos en la publicación, Manual de Gestión de Museos, a fin de ser considerados y de este modo poder determinar cuál de ellos podrá ajustarse de mejor manera las necesidades del propio museo y a las condiciones legales y presupuestarias que dependen de la administración pública y de otras administraciones que podrían participar.

	<b>Dependencia Orgánica</b>	<b>Dependencia con autonomía de gestión</b>
<b>Propiedad</b>	De la Administración	De la Administración
<b>Financiación</b>	Asignación anual (los ingresos propios del museo se destinan a la misma administración)	Subvencionado más ingresos propios (no existe garantía de contar con una partida presupuestaria)
<b>Donaciones</b>	Poco probables	Más probables (mayor libertad para buscar otros apoyos)
<b>Personal</b>	Funcionarios o empleados	Funcionarios propios del museo
<b>Voluntarios</b>	Pocos	Algunos

Tabla 3. Comparación entre modelos de gestión administrativa. FUENTE: Manual de Gestión de Museos. Barry Lord y Gail Dexter Lord.

## 9.2 Organigrama

El siguiente esquema propuesto se ajusta a las necesidades que presenta el museo y a las diversas funciones con las que tiene que cumplir, considerándose también que la cantidad de personal también depende de la dimensión total del proyecto museístico.



### 9.3 Descripción de los puestos de trabajo

#### 1. Director (a).

- Proponer proyectos y supervisarlos durante su ejecución.
- Toma de decisiones fundamentales para la gestión y desarrollo del museo.
- Responder ante las dependencias gubernamentales.
- Buscará apoyos y subvenciones.

**Perfil profesional:** Dentro del área de humanidades, que conozca a fondo la temática del museo y tenga gusto y conocimiento sobre patrimonio cultural.

#### 2. Conservador.

- Investigar a fondo sobre la temática y la colección presentada en el museo
- Tener un control sobre las piezas, en exposición y almacén, con un inventario.
- Revisando las necesidades de restauración sobre las piezas.
- Trabajo en equipo con la persona a cargo de seguridad a fin de proveer las mejores condiciones para la conservación de las obras.
- Adquirir y organizar material sobre la temática expuesta en el museo.

**Perfil profesional:** Dentro del área de humanidades.

### **3. Responsable de Servicios.**

- Coordinar las actividades ofrecidas al público.
- Proponer, diseñar y supervisar los programas educativos y ofertas como conferencias y talleres.
- Preparación de contenidos para las visitas guiadas a los grupos escolares.
- Coordinar a las personas que estén como apoyo como apoyo eventual durante actividades educativas.
- Diseñar y ejecutar planes y estrategias a llevar a cabo para la captación de públicos.
- Contacto con otras instituciones y prensa para la difusión del museo y sus actividades temporales

**Perfil profesional:** Dentro de las áreas de humanidades, pedagogía o ciencias de la comunicación.

### **4. Responsable área administrativa**

- Gestionar los recursos económicos y humanos.
- Implementar estrategias para mayor captación de recursos económicos y para el aprovechamiento de los existentes.
- Manejo económico de los fondos a través de comprobaciones de gastos, revisión de facturas.
- Búsqueda de empresas proveedoras del material necesario para el resto de equipos.
- Supervisar y coordinar las acciones llevadas a cabo por el personal de seguridad y mantenimiento.

**Perfil profesional:** Licenciada en Administración de Empresas o área afín.

### 5. Responsable de Exposiciones

- Desarrollo de guiones expositivos, recorridos, soluciones de montaje, ambientación, y otros elementos que integran la museografía.
- Embalaje y manejo de piezas.
- Coordinar y encargar acciones puntuales de producción, tales como pintura, fotografía, carpintería, electricidad, etc.
- Diseñar y desarrollar los elementos gráficos que se requieran, tanto para la exposición en si como en los trípticos, folletos, catálogos, posters, etc.
- Actualizar la información de la página web.

**Perfil profesional:** Diseñador gráfico o artista con conocimiento de manejo de obra.

### 6. Atención al visitante.

- Recepción de públicos.
- Venta de entradas.
- Recepción de llamadas.

**Perfil profesional:** Estudios de bachillerato.

## 7. Personal de Seguridad

- Vigilar las áreas del museo.
- Supervisar que las condiciones ambientales y físicas sean las adecuadas para preservar la colección.
- Vigilar al público visitante a fin de evitar incidentes que pongan en peligro la seguridad de la persona y la integridad de las piezas.

**Perfil profesional:** Persona con experiencia en el área de seguridad y con estudios de conservación preventiva.

## 8. Personal de Mantenimiento.

- Limpieza y mantenimiento general de las diversas áreas del museo.

Además de estas personas que estarán de manera establece dentro de la plantilla del museo, se considera importante la incorporación en el equipo de personas que quieran colaborar ya sea mediante un convenio de prácticas o en el cumplimiento del servicio social, o bien como voluntarios. Se considerará el apoyo de personas en las áreas de:

- Servicios educativos
- Apoyo en montaje de exposiciones
- Diseño gráfico
- Documentación.

## 10. RECURSOS ECONÓMICOS

---

El museo necesita de recursos financieros, en primer lugar para ser implementado y una vez en marcha, para poder afrontar necesidades de mantenimiento y los gastos generados por las diversas actividades llevadas a cabo. Exposiciones, conferencias, talleres, publicidad, etc., en mayor o menor medida, pero todas ellas requieren que se lleve a cabo un gasto económico. Por ello, la obtención de fondos y el manejo del presupuesto son una de las principales preocupaciones al gestionar una institución museística, buscándose siempre que haya un equilibrio entre los ingresos y los egresos. Siendo una institución sin ánimo de lucro, los medios económicos con los que se cuentan servirán para garantizar los objetivos de difusión e investigación sobre el patrimonio.

### 10.1 Presupuesto de Implementación

En primer momento es importante definir cuál será el gasto que se deberá realizar a fin de poder poner en marcha un proyecto de este tipo. Se tienen que considerar diversas variables y procedimientos necesarios como pasos a seguir para la construcción desde varios puntos de vista como es la museología, museografía y arquitectura, hasta cuestiones de administración y organización para que la institución sea operativa. La siguiente tabla detalla los conceptos y el gasto necesario para concretar cada uno de los elementos.

Tipo de Proyecto	Definición	Encargado	Presupuesto
Redacción de Proyecto Museológico y Museográfico	Documento que contendrá las directrices para la implementación del museo.	Profesional con estudios en Museología	30,000MXN

Diseño de Proyecto Arquitectónico	Documento con el diseño del edificio o las necesidades de rehabilitación de un inmueble.	Arquitecto	150,000MXN
Redacción de Proyecto de Organización Jurídica	Documento que determina la titularidad jurídica de la institución y las directrices para su organización y gestión.	Abogado	50,000MXN
Construcción o rehabilitación del inmueble	Levantamiento arquitectónico del inmueble o acciones de rehabilitación de alguno ya existente.	Constructora	12,000,000MXN
Diseño gráfico	Desarrollo de los contenidos gráficos que formarán parte de la exposición.	Diseñador gráfico	150,000MXN
Equipamiento museográfico	Material y herramientas que serán utilizadas en la museografía.	Diseñador y Técnicos	500,000MXN
Plan de comunicación	Documentos para la difusión y promoción, incluyendo página web.	Diseñador con estudios de marketing	70,000 MXN
<b>TOTAL</b>			<b>12,950,000MXN</b>

Tabla 4. Previsión de presupuesto.

## 10.2 Ingresos durante la gestión

Los fondos con los que cuenta un museo de estas características, dependientes de la administración pública, precisamente vienen de ésta, pero también existe la posibilidad de obtención de recursos propios así como plantearse un apoyo de la empresa privada. Para un buen funcionamiento de la institución es recomendable que del total de ingresos, el 50% sea recibido por parte de la administración y el otro 50% de entradas, actividades, otras subvenciones y patrocinios de particulares y empresa privada.

### 1. Fijación de los precios de entrada

El precio que se determine tendrá que ser semejante a los que se hayan determinado en otras instituciones de este tipo en la zona, ya que no dejan de ser hasta cierto punto una competencia y habrá que responder a estrategias de mercado. También se fijan a partir de las distintas promociones especiales para buscar una mayor captación de público.

- **Entrada general:** 20.00 pesos mexicanos.
- **Entrada reducida:** 10,00 pesos mexicanos, aplicada a estudiantes y adultos mayores
- **Abono familiar:** 35,00 pesos mexicanos, considerándose familia a dos adultos y tres menores de edad.

## 2. Otras actividades ofertadas al público

Las diversas actividades que se lleven a cabo supondrán un gasto directo en el presupuesto del museo, por ello se debe considerar que estas ofertas vengan acompañadas de un precio entendido como gasto de recuperación. Este monto se fijará dependiendo de las necesidades de cada actividad en particular.

## 3. Subvenciones de las administraciones públicas

La mayor parte de los recursos con los que cuente el municipio se plantea sean dados por el propio municipio con un subsidio a partir de una partida presupuestal definida dentro del gasto de la Dirección de Educación, Cultura y Bienestar Social. Sin embargo, se debe estar consciente que es altamente probable que esto no sea suficiente para solventar todos los gastos. Por ello se consideran otras instituciones oficiales a las cuales se pudiera acudir a fin de obtener subvenciones. Éstas pudieran ser aplicadas al propio funcionamiento del museo o bien, hacerse una petición de recursos para su aplicación en un proyecto específico. La elección de éstas es básicamente a que sus funciones hacia la sociedad están ligadas a la temática y objetivos de este museo propuesto.

- **Instituto Nacional de Antropología e Historia, delegación Estado de México**
- **Secretaría de Turismo del Estado** a través del programa *Pueblos con Encanto* o *Pueblos del Bicentenario* que tiene por objetivo el fomento y apoyo a infraestructura para impulso turístico, programa en el que se ha considerado a Metepec.
- **Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías**
- **Consejo Nacional para la Cultura y las Artes** a través de:

- Dirección General de Vinculación Cultural con Programa de Apoyo a la Infraestructura Cultural de los Estados (PAICE)
- Dirección General de Culturas Populares con Programa Nacional de Arte Popular
- Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo

#### 4. Patrocinios

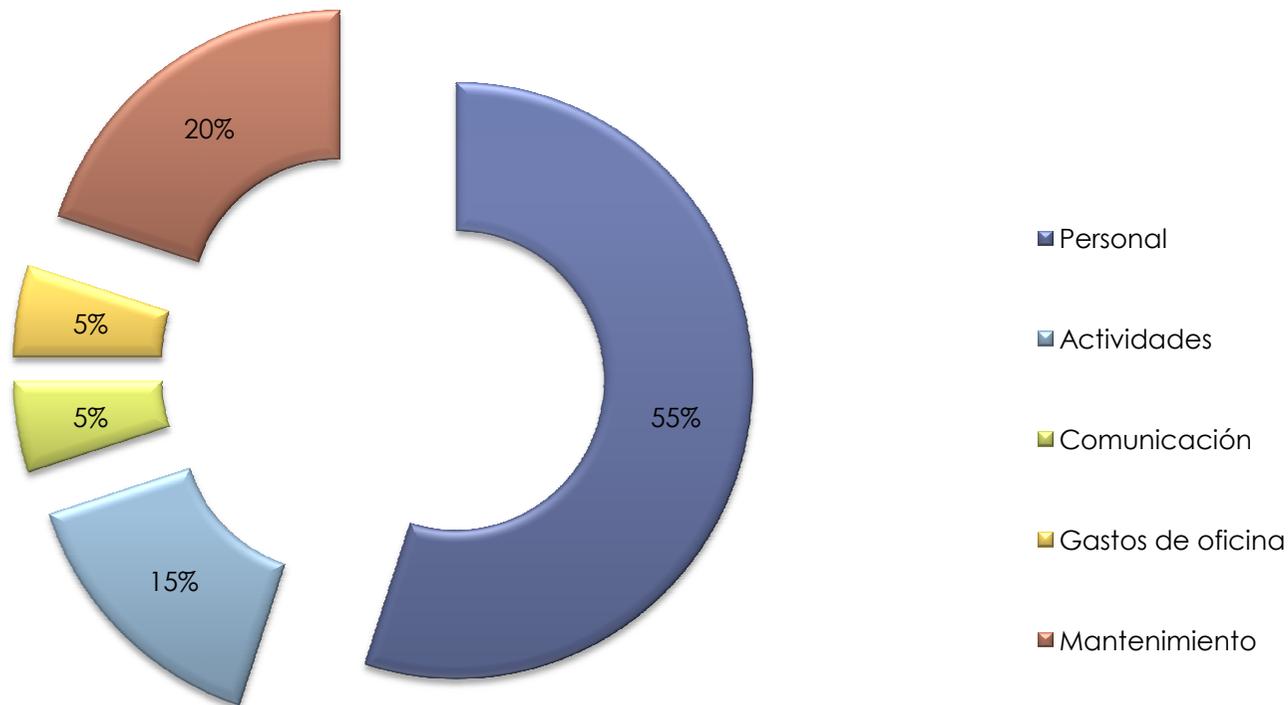
El apoyo económico que una institución privada pueda aportar a un museo se incluye dentro de los programas que esta empresa tenga de compromiso social, así como también es un medio de posicionamiento en la sociedad y que se cree una visión diferente de cara al público consumidor, por lo que el museo debe responder con proyectos de calidad para que lo generado sea positivo. La elección de las empresas que pudieran apoyar estará relacionada con las actividades específicas del proyecto a desarrollarse en determinado momento en el museo. En un primer momento y a nivel general se pudiera considerar el apoyo de **Fomento Cultural BANAMEX** quienes han demostrado un fuerte compromiso con la difusión del arte popular mexicano y apoyo a los artesanos.

### 10.3 Gastos de gestión

En primer momento no es apropiado determinar los gastos específicos que acarrearán la gestión del museo ya que es preciso que se determine cuál será la situación jurídica y los recursos que podrán suplirse con el apoyo de otras instituciones. Sin embargo, en términos generales, y basándonos en los apuntes de Lord para la distribución de egresos en el museo, se

proponen la división de gastos en el siguiente listado y el gráfico en que se define que porcentaje del gasto corriente del museo se destinará a cada apartado.

- **Personal:** La fijación del gasto en concepto de personal corresponde al tabulador de sueldos para los empleados del Ayuntamiento de Metepec. En la Tabla 2 del anexo se especifican el rango nominal de cada uno de los empleados. Aquí se establece un monto total.
- **Actividades:** Cada una de las actividades realizadas va a tener un gasto específico, aquí se establece cuanto es el presupuesto disponible para éstas y partir de este se harán las adecuaciones. Se consideran actividades las exposiciones, conferencias, talleres, cursos, etc.
- **Comunicación:** Realización de material publicitario, como trípticos, folletos y postales para que se distribuyan entre la población.
- **Gastos de oficina:** Aquellos necesarios para llevar a cabo funciones básicas, como es material de papelería.
- **Mantenimiento:** Aquí se incluye lo relativo a agua, electricidad, gas y reparaciones pertinentes y aquellas acciones necesarias para garantizar la conservación de la colección.



Gráfica 4.

FUENTE: Manual de Gestión de Museos. Barry Lord y Gail Dexter Lord.

## 11. CALENDARIO

---

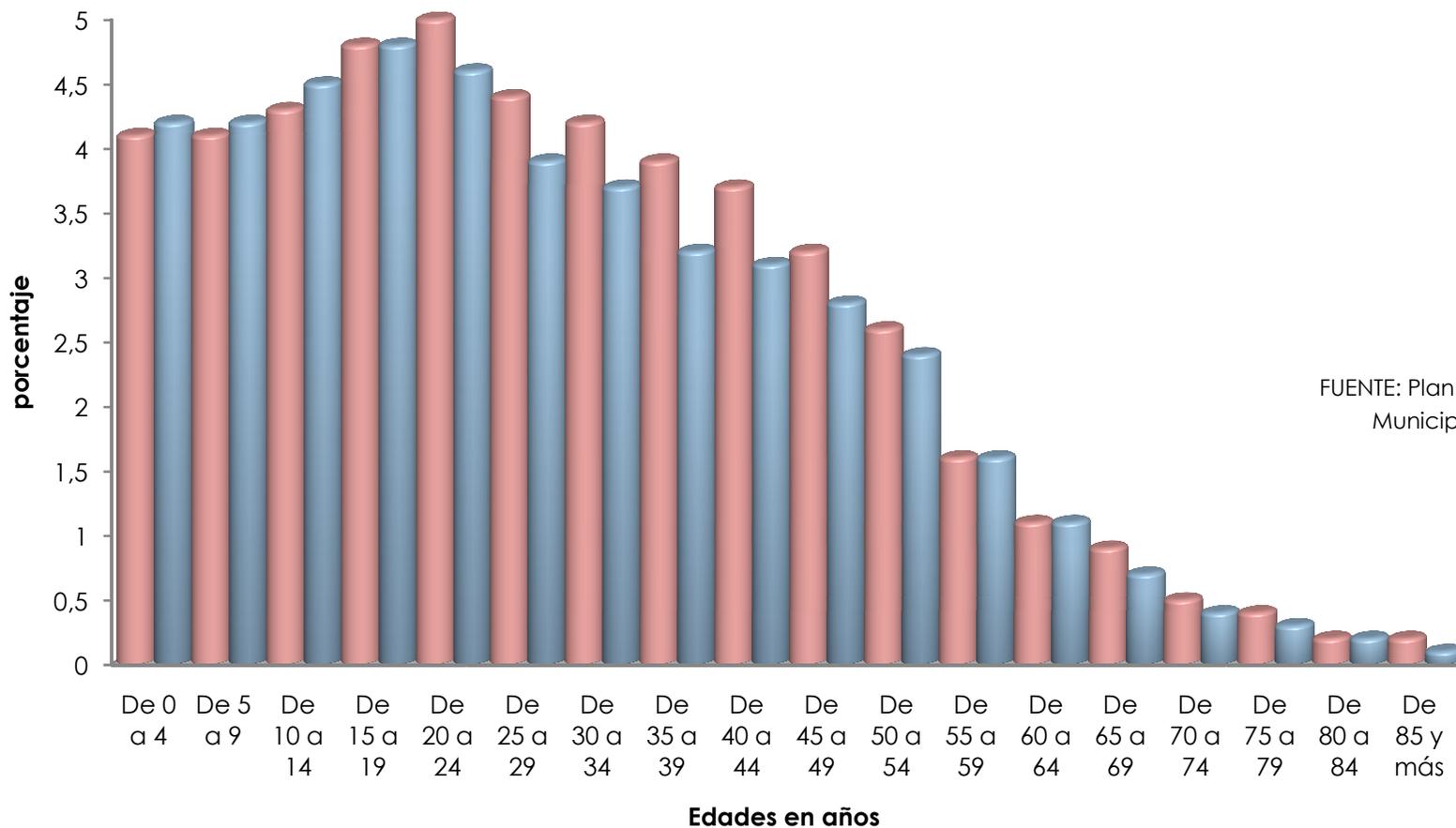
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4			
	1er Trim.	2do Trim.	3er Trim.	4to Trim.	1er Trim.	2do Trim.	3er Trim.	4to Trim.	1er Trim.	2do Trim.	3er Trim.	4to Trim.	1er Trim.	2do Trim.	3er Trim.	4to Trim.
Acuerdo de Creación por el Municipio																
Redacción de Proyecto Museológico																
Convocatoria para concurso arquitectónico																
Diseño de Proyecto Arquitectónico																
Diseño de Plan Museográfico																
Desarrollo de Proyecto de Organización Jurídica																
Construcción o rehabilitación del inmueble																
Documentación																
Implementación de elementos museográficos en inmueble																
Publicidad y Promoción																
Apertura																

## 12. ANEXOS

---

Gráfica 5.

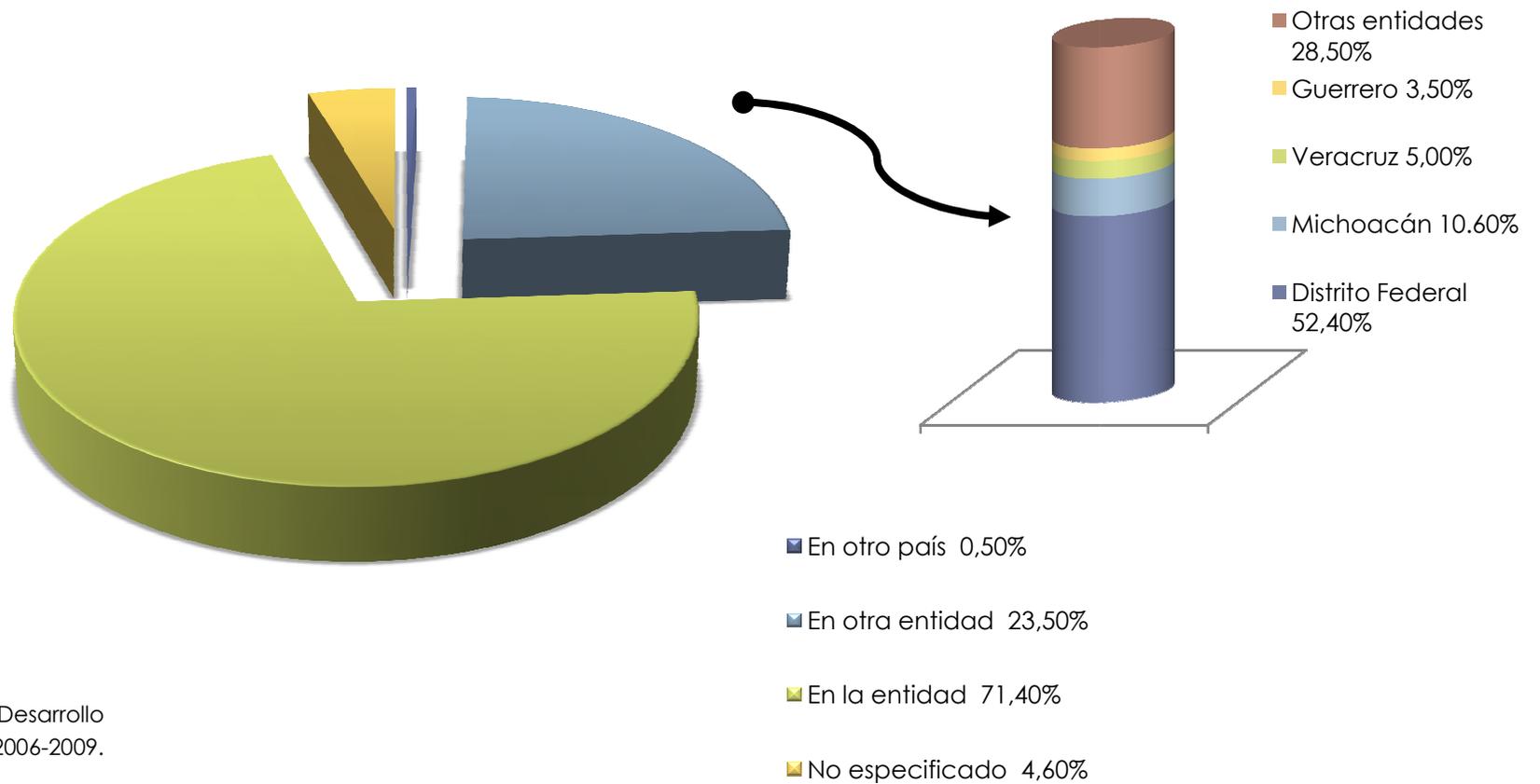
### Distribución de la población según edad y sexo



FUENTE: Plan de Desarrollo Municipal, 2006-2009.

Gráfica 6.

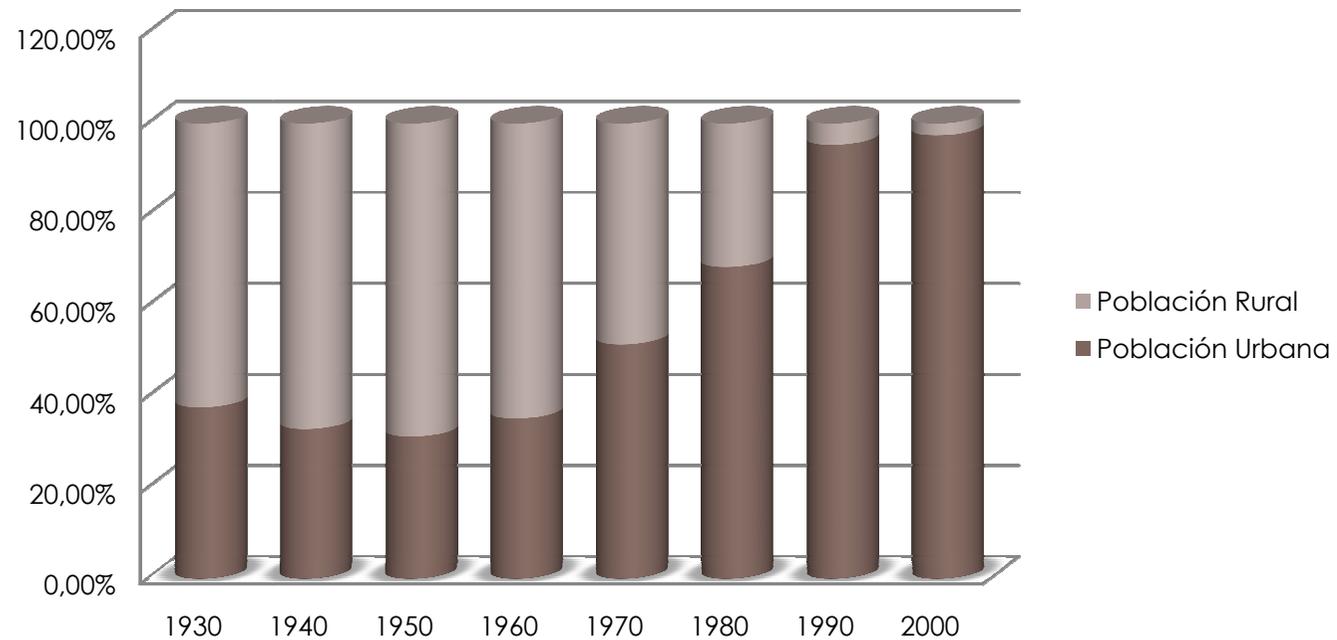
### Distribución de la población según lugar de nacimiento



FUENTE: Plan de Desarrollo Municipal, 2006-2009.

Gráfica 7.

### Movimiento de la población del campo a la ciudad



FUENTE: Información para la Planeación. Municipio de Metepec. Gobierno del Estado de México en Huitrón, Antonio. Metepec. miseria y grandeza del barro. UAEM, México, 1999

Tabla 5.

### Principales destinos turísticos del Estado de México según número de visitantes

Posición en 2005	Destino
1	Valle de Bravo
2	Ocuilan (Chalma)
3	Naucalpan
4	Toluca
5	Tlanepantla
6	Ixtapan de la Sal
7	Teotihuacán
8	Ocoyoacac (La Marquesa)
9	Texcoco
10	Tenancingo
11	Calimaya (Zoológico)
12	Santiago Tianguistenco
13	San Mateo Atenco
14	Tepotzotlán
15	Metepec
16	Cuautitlán Izcalli

FUENTE: Plan de Desarrollo Municipal, 2006-2009.

## 13. BIBLIOGRAFÍA

---

### 13.1 Referencia de documentos

1. Alba Calzado, M., Calero, J., & González, R. (2005). El Museo de Alfarería de Salvatierra de los Barros. *Revista de Museología* , 146-152.
2. Alonso Fernández, L., & García Fernández, I. (2005). *Diseño de Exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. . España: Alianza.
3. Cabrera Jara, R. (s.f.). *El museo al encuentro con la Comunidad*. Recuperado el Mayo de 2008, de [http://www.cidap.org.ec/links/art\\_cabrera.html](http://www.cidap.org.ec/links/art_cabrera.html)
4. Coll Conesa, J. (2006). Los Museos de Cerámica en España. *Revista de Museología* , 60-79.
5. De la Peña Virchez, R. G. (2004). *Museo Universitario Dr. Luis Mario Schneider: una experiencia de la descentralización del patrimonio cultural arqueológico*. Recuperado el Mayo de 2008, de Estudio de Casos. Tesis, Universidad Iberoamericana.: <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014509/014509.pdf>
6. Espejel, C. (1975). *Cerámica Popular Mexicana*. España: Blume.
7. Folk Pottery Museum. (2006-2007). *Pottery Tells the Story of Mountain Heritage and Folk Traditions of Southern Appalachia*. Recuperado el Mayo de 2008, de Folk Pottery Museum.
8. Fontal Merillas, O. (2003). *La Educación Patrimonial. Teoría y práctica en el aula, el museo e internet*. España: Trea.
9. Huitrón, A. (1999). *Metepc, miseria y grandeza del barro*. México: UAEM.
10. IMC. (s.f.). *Instituto Mexiquense de Cultura*. Recuperado el Abril de 2008, de <http://www.edomexico.gob.mx/imc/principal.html>

11. INEGI. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática*. Recuperado el Marzo de 2008, de Censo 2005: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)
12. Lord, B., & Lord, G. D. (2005). *Manual de Gestión de Museos*. España: Ariel.
13. *Los Museos de Andorra*. (2001-2005). Recuperado el Abril de 2008, de El Museo Casa Rull: <http://www.hola-andorra.com/arinsal/castellano/museumcast.html#rull>
14. Marín, G. (s.f.). *Museo Estatal de Arte Popular de Oaxaca*. Recuperado el Mayo de 2008, de [http://www.aquioxaxaca.com/museos/artepopular\\_museo.htm](http://www.aquioxaxaca.com/museos/artepopular_museo.htm)
15. Metepec, A. d. (15 de Diciembre de 2006). *Plan de Desarrollo Municipal, 2006-2009*. Recuperado el Abril de 2008, de <http://metepec.gob.mx/transparencianew/PDM/Plan%20de%20Desarrollo%2006%20-%2009%20Metepec%20Def.pdf>
16. México, G. d. (s.f.). *Gobierno del Estado de México*. Recuperado el Marzo de 2008, de Plan de Desarrollo Urbano: [http://www.cft.gob.mx/cofetel/servicio\\_local/Informacion%20ASLs/Solicitud%20del%20Gobierno%20del%20Estado%20de%20Mexico/Anexos/Huehuetoca%20Plan%20Mod%20Parci/Plan%20de%20Desarrollo%20Urbano%20Edo%20de%20Me x/4.pdf](http://www.cft.gob.mx/cofetel/servicio_local/Informacion%20ASLs/Solicitud%20del%20Gobierno%20del%20Estado%20de%20Mexico/Anexos/Huehuetoca%20Plan%20Mod%20Parci/Plan%20de%20Desarrollo%20Urbano%20Edo%20de%20Me x/4.pdf)
17. *Museé de Cox*. (s.f.). Recuperado el Mayo de 2008, de <http://museecox.com/>
18. *Museo de Alfarería Vasca*. (s.f.). Recuperado el Mayo de 2008, de <http://www.euskalzeramika.com/esp/museo/index.html>
19. *Museo Regional de la Cerámica*. (s.f.). Recuperado el Mayo de 2008, de <http://artesanias.jalisco.gob.mx/museoregional.html>
20. *Museu de Granollers*. (s.f.). Recuperado el Abril de 2008, de <http://www.museugranollers.org/index.php>
21. Pérez, O. (27 de Mayo de 2007). *Nación.com. Aldea Global*. Recuperado el Mayo de 2008, de San Vicente abre un museo para impulsar su tradición artesanal: [http://nacion.com/In\\_ee/2007/mayo/27/aldea1110911.html](http://nacion.com/In_ee/2007/mayo/27/aldea1110911.html)

22. Prats, L. (27-28 de Septiembre de 2007). *Museus Locals Per a Què? XX Jornades de Museus i Administració Local: Repensar els Museus Locals*. Barcelona, España.
23. Schneider, L. M. (1995-1996). *Hacia una historia de San Juan Bautista Metepec. Artes de México. Metepec y su arte en barro.*, 7-13.
24. Schneider, L. M. (1995-1996). *Tradición y fantasía del barro. Artes de México. Metepec y su arte en Barro*, 30-45.

## 13.2 Referencia de Imágenes

1. Centro de Metepec con el Cerro de los Magueyes de fondo. Ana Laura Santillana Arbesú
2. Plaza en el Cerro de los Magueyes. Ana Laura Santillana Arbesú
3. República Mexicana. [http://www.encyclopedia-gratuita.com/e/es/estado\\_de\\_mexico.html](http://www.encyclopedia-gratuita.com/e/es/estado_de_mexico.html)
4. Ubicación dentro del Estado de México. [http://i.esmas.com/image/0/000/005/502/NT\\_metepec1.jpg](http://i.esmas.com/image/0/000/005/502/NT_metepec1.jpg)
5. Ubicación de Metepec respecto a ciudades capitales. Google Maps
6. Atrio y fachada del Ex convento franciscano. Ana Laura Santillana Arbesú
7. Iglesia del Calvario. Ana Laura Santillana Arbesú
8. Árbol de la Vida. Ana Laura Santillana Arbesú
9. Sala del Museo de Culturas Populares, IMC. <http://www.edomexico.gob.mx/imc/mculturasPop.html>
10. Museo de la Minería, IMC. <http://www.edomexico.gob.mx/imc/mminerieloro.html>
11. Museo Universitario "Dr. Luis Mario Schneider". Dirección de Museos. UAEM

12. Fachada de Casa de Cultura de Metepec. <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/mexico/mpios/15054a.htm>
13. Entrada a Museo de Granollers. <http://www.artbarcelona.es/directorio.php?cat=9>
14. Museo Casa Rull. <http://www.hola-andorra.com/arinsal/castellano/museumcast.html#rull>
15. Sala del Museo de la Cerámica en Tlaquepaque. <http://artesanias.jalisco.gob.mx/museoregional.html>
16. Museo de Arte Popular de Oaxaca. [http://www.aquioxaca.com/museos/artepopular\\_museo.htm](http://www.aquioxaca.com/museos/artepopular_museo.htm)
17. Salas de Exposición. Museo de Alfarería Vasca. <http://www.euskalzeramika.com/esp/museo/index.html>
18. Salas de Exposición. Museo de Alfarería Vasca. <http://www.euskalzeramika.com/esp/museo/index.html>
19. Exterior Musée Cox. <http://www.museecox.com/index.php?page=musee>
20. Pieza de Museo Artesanal en Gualaceo. [http://www.cidap.org.ec/links/mus\\_gualaceo.html](http://www.cidap.org.ec/links/mus_gualaceo.html)
21. Exhibición de piezas por pobladores. [http://nacion.com/ln\\_ee/2007/mayo/27/aldea1110911.html](http://nacion.com/ln_ee/2007/mayo/27/aldea1110911.html)
22. Piezas del Folk Pottery Museum. <http://www.folkpotterymuseum.com/>
23. Sala de Exposición. Museo de Alfarería de Salvatierra de los Barros. <http://salvatierra.dip-badajoz.es/index.php/mod.pags/mem.detalle/idpag.53/idmenu.1019/chk.73aee8c0f1f2eb0b0c1e892b5cc4778b.html#>
24. Plano de Zona central de Metepec. Google Maps
25. Propuesta de distribución en Planta Baja. Ana Laura Santillana
26. Propuesta de distribución en Planta Alta. Ana Laura Santillana