

**Encuesta a públicos de museos
2008-2009
Informe de resultados**

**Eliud Silva, Ulises Vázquez y Fernando Hernández
Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional
Julio 2009**

CONTENIDO

I. Introducción	7
II. Conocimiento, Características y opinión sobre el museo	9
II.1 Asistencia previa al museo	9
II.2 ¿Cómo se enteró de la existencia del museo?	10
II.3 Razón principal de su visita hoy	11
II.4 Museos visitados en los últimos doce meses	12
II.5 Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar museos?	13
II.6 ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos?	14
II.7 Motivo de no visita	15
II.8 Escala de expectativas	16
II.9 Otras actividades	17
II.10 Actividades interactivas	18
II.11 Servicios	19
II.11.1 Personal	19
II.11.2 Vigilancia	20
II.11.3 Iluminación	22
II.11.4 Fichas técnicas	23
II.11.5 Señalamientos	25
II.11.6 Baños	26
II.11.7 Tienda y cafetería	28
II.12 Medio de transporte	29
III. Asistencia a otros recintos culturales	30
III.1 Frecuencia de visita a espacios culturales	30
III.2 Tiempo de traslado a espacios culturales	31
IV. Hábitos e importancia del uso de medios de comunicación	31
IV.1 Tiempo invertido	31
IV.2 Importancia	33
V. Perfil sociodemográfico de los visitantes	33
V.1 Tamaño de grupo	33
V.2 Tipo de grupo	34
V.3 Procedencia	35
V.3.1 Distrito Federal	36
V.3.2 Puebla	37
V.3.3 Jalisco	38
V.4 Pirámides de población visitantes <i>versus</i> residentes (Sexo y Edad)	39
V.4.1 Distrito Federal	39
V.4.2 Puebla	40
V.4.3 Jalisco	41

V.5 Pirámides de población de visitantes de los museos (Sexo y Edad)	42
V.5.1 Distrito Federal	42
V.5.2 Puebla	43
V.5.3 Jalisco	44
V.6 Escolaridad	45
V.7 Ocupación	47
V.8 Número de focos	49
V.9 Otra manera de ver la procedencia	50
V.10 Contraste descriptivo de perfil de públicos	53
 Anexos	 55
I. Metodología	55
II. Número de focos vs Nivel de ingresos	56
III. Cuestionario	57

Introducción

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, a través del Sistema de Información Cultural SIC, de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional, desarrolla constantemente una serie de proyectos orientados a ofrecer mayor información sobre diferentes aspectos de la cultura en México, los cuales permitan orientar la toma de decisiones, formular y evaluar las políticas culturales y rendir cuentas sobre los resultados de la gestión pública.

Con ese propósito se opera el Sistema de Información Cultural (<http://sic.gob.mx>) y se han realizado y publicado el *Atlas de infraestructura cultural de México*, la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Cultural* y la *Encuesta Nacional de Lectura*¹. Como parte de este esfuerzo, en 2007 se inició un programa de encuestas orientadas a conocer el perfil de los públicos de diferentes recintos y espacios culturales: museos, bibliotecas, teatros, librerías, ferias del libro y festivales de la Ciudad de México.

En el caso de los museos, que nos ocupa en el presente documento, se contó con el apoyo y colaboración de distintas instituciones responsables de su operación: el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y varias instituciones privadas.

Este documento constituye un informe de los resultados obtenidos tanto en 2008 como parte de 2009, a partir de las preguntas orientadas a conocer si estos públicos son visitantes habituales del museo, cómo se enteraron de su existencia, la razón de su visita, la opinión sobre las exposiciones, personal y servicios que se ofrecen, la percepción e inquietudes sobre las actividades y expectativas. Asimismo, ofrece información sobre el lugar de residencia de los visitantes, algunos de sus hábitos de asistencia a recintos culturales y algunas características más sobre consumo cultural. A su vez se complementa con un breve análisis del perfil sociodemográfico de los visitantes: sexo, edad, escolaridad, ocupación y número de focos.

En 2009 se ha continuado con el proyecto en otros espacios y museos de la Ciudad de México y también de algunos museos en los estados Jalisco y Puebla. Actualmente estamos en conversaciones con los organismos de cultura de todos los estados para incluir más entidades federativas. En esta encuesta participan museos del Distrito Federal, Puebla y Jalisco: cinco museos del INAH (Museo Nacional de Historia Castillo de Chapultepec, Museo del Templo Mayor, Museo Nacional de Antropología, Museo Nacional de las Culturas, Museo Regional de Puebla), cuatro del INBA (Museo del Palacio de Bellas Artes, Museo Nacional de Arte, Museo de Arte Moderno, Museo Tamayo Arte Contemporáneo), uno del CONACULTA (Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos), cuatro privados (Papalote Museo del Niño, Museo del Estanquillo, Museo Palacio Cultural Banamex - Antiguo Palacio de Iturbide, Museo Interactivo de Economía) y uno apoyado por el gobierno del Estado de Jalisco (Trompo Mágico Museo Interactivo).

En total se obtuvieron, 5 900 encuestas. En cada recinto se tomó una muestra aleatoria de tamaño 400 (300 en el Museo Regional de Puebla) para garantizar un error de muestreo de 5% y un nivel de confianza de 95%. Cada entrevista consistió en 21 preguntas (que fueron abiertas, de opción múltiple y compuestas). Las preguntas sobre asistencia a otros recintos culturales se formularon de tal manera que fueran comparables con algunas de la *Encuesta Nacional de Lectura* (2006) y a la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales* (2005).

¹ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, *Atlas de infraestructura cultural de México*, México, 2003; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Universidad Nacional Autónoma de México, *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales*, México, 2004; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, *Encuesta Nacional de Lectura*, México, 2006.

Es importante subrayar que el objeto de la encuesta es describir las características de los visitantes de los museos seleccionados y no hacer una caracterización o inferencia respecto a los hábitos de asistencia a museos por parte de los habitantes del Distrito Federal o más aún de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, los estados incluidos o el propio país, que desde luego requeriría otra metodología estadística más compleja.

A continuación se presentan resultados que se obtienen en un primer análisis de las respuestas obtenidas. Se espera que sean de interés y utilidad para los responsables de la operación de los museos y otros lectores interesados en el tema para conocer mejor el perfil de los visitantes y definir programas orientados tanto a captar mayores públicos como para hacer más satisfactoria la experiencia de quienes asisten.

La forma en la cual se presentan dichos resultados es con distintos tipos de gráficos (pasteles, poligonales, de barras y pirámides de población) y de tablas cruzadas donde, salvo que se indique lo contrario, los totales se refieren a toda la muestra obtenida.

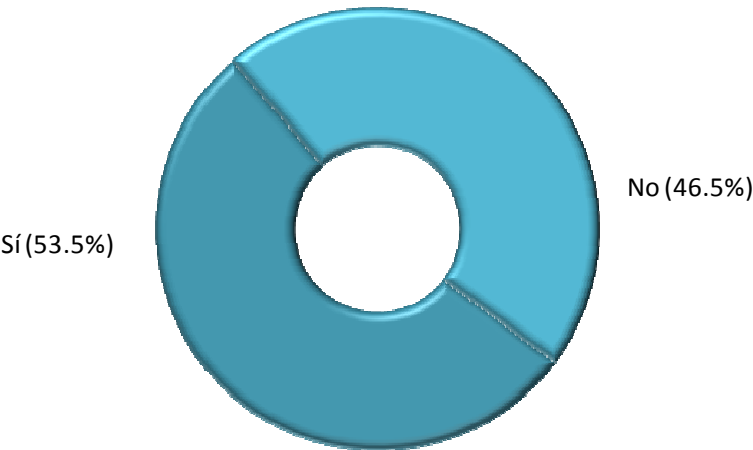
Finalmente, se presenta un anexo metodológico en el que se justifica la validez estadística de la encuesta y se señalan detalles técnicos relacionados con la misma. Asimismo, se incluye el cuestionario aplicado en el levantamiento de la encuesta. En el portal del SIC (www.sic.gob.mx) hay un enlace a la base de datos de la encuesta, con el fin de que quienes así lo deseen puedan realizar un análisis a mayor detalle.

La Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional, a través del Sistema de Información Cultural SIC, agradece profundamente al Maestro en geografía Harvey Spencer su espléndido apoyo y disponibilidad en la elaboración de los mapas de afluencia de las distintas unidades geográficas utilizadas respecto a los museos encuestados.

II. Conocimiento, características y opinión sobre el museo

II.1 Asistencia previa al museo

Al cuestionar a los públicos asistentes sobre si esa era su primera visita al museo un porcentaje de más de la mitad del total aseguró que *Sí*, este dato revela que 53.5 % de los encuestados no son visitantes habituales de los espacios. Se debe destacar que el restante 46.5 % de la muestra declaró no ser la primera vez que visitaban el museo en cuestión, por lo que se observa también un amplio público asiduo a los lugares.

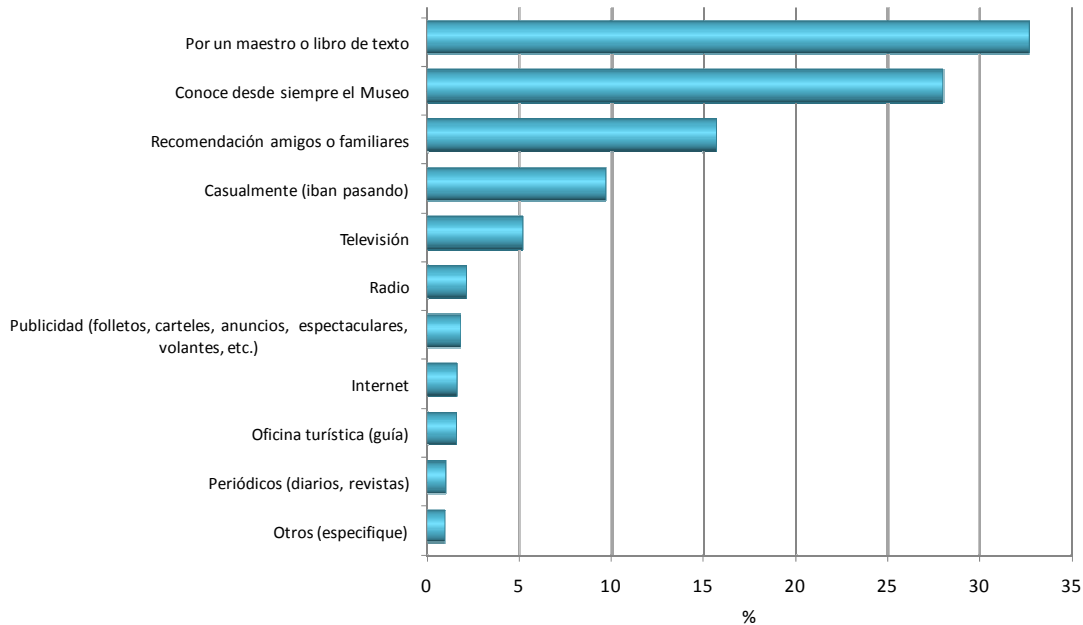


Si bien se nota que en varios museos las respuestas son similares en otros cambian totalmente, tales son los casos del Museo Nacional de Antropología, el Papalote Museo del Niño y el Museo Nacional de Historia de Chapultepec donde el 74%, 69.3% y 64.8 % respectivamente aseguraron haber visitado los museos con anterioridad. En el caso contrario destacan el Museo Interactivo de Economía, Museo del Estanquillo, Museo Palacio Cultural Banamex, Museo Regional de Puebla y el Museo Nacional de las Culturas donde sus encuestados declararon visitar el lugar por primera vez en un 84.3, 80.8, 67.8, 66.7 y 66.3% respectivamente. Los datos captados exponen una gran cantidad de público “virgen” y potencial para próximas visitas, dependientes de la calidad tanto de los servicios como de las exposiciones y actividades en cada uno de los recintos, motivos suficientes para la mejora o perfeccionamiento de los espacios.

Espacios	No		Total
	Sí	No contesta	
Museo de Arte Moderno	55.5	44.5	100.0
Museo del Estanquillo	80.8	19.3	100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	45.0	55.0	100.0
Museo del Templo Mayor	54.3	45.8	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	46.5	53.0	0.5 100.0
Museo Interactivo de Economía	84.3	15.8	100.0
Museo Nacional de Antropología	26.0	74.0	100.0
Museo Nacional de Arte	55.0	45.0	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	35.3	64.8	100.0
Museo Nacional de las Culturas	66.3	33.8	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	48.5	51.5	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	67.8	32.3	100.0
Museo Regional de Puebla	66.7	33.3	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	43.0	57.0	100.0
Papalote Museo del Niño	30.8	69.3	100.0
Total	53.5	46.5	0.0 100.0

II.2 ¿Cómo se enteró de la existencia del museo?

Dentro de los objetivos del estudio se encuentra el conocer cómo los visitantes se enteraron de la existencia de los museos, en un aspecto global más del 30 % de los encuestados aseveraron conocer los lugares *Por un maestro o libro de texto*, 28 % dijo conocer el espacio de siempre y lamentablemente un porcentaje muy bajo afirmó enterarse de la existencia de los museos gracias a los medios de comunicación.

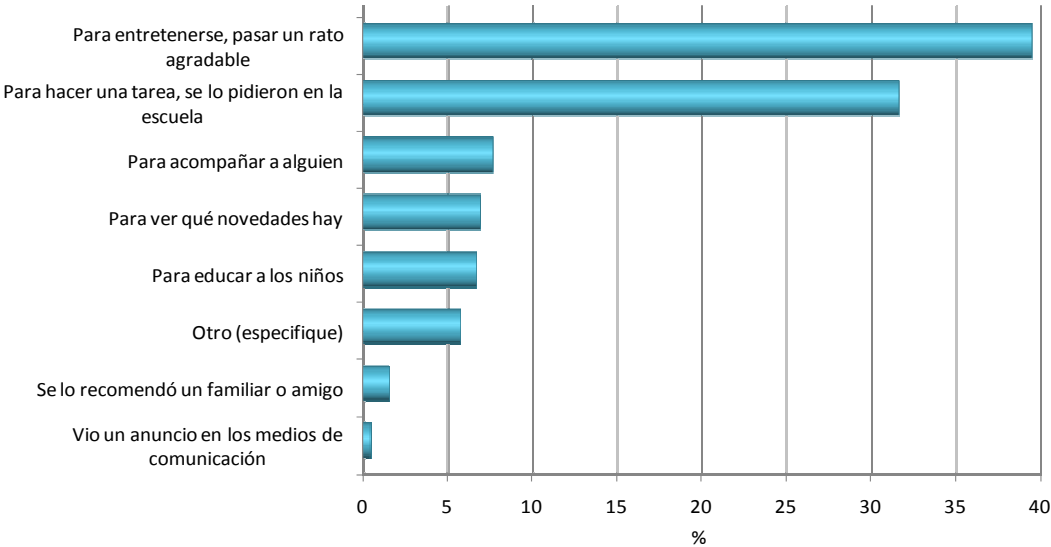


La forma en que se enteraron de la existencia de los museos resultó ser bastante heterogénea, si bien en la mayor parte de los museos las respuestas más recurrentes fueron haberse enterado *Por un maestro o libro de texto* y *Conocer de siempre* el museo, destacan casos como el del Trompo Mágico Museo Interactivo donde un 34 % aseguró enterarse de la existencia del museo por una Recomendación de amigos o familiares y un 31.3 % lo conoció por medio de la *Televisión*. En el mismo marco el Museo Nacional de los Ferrocarriles y el Museo Regional de Puebla deben también una gran parte de sus asistentes a la *Recomendación de amigos o familiares* (22.8 y 24.3 % respectivamente) al igual que el Papalote Museo del Niño donde la recomendación le valió un 13.5 % de sus visitantes y donde la *Televisión* contribuyó para su conocimiento con más de la cuarta parte (26 %) de sus visitantes encuestados.

Espacios	Oficina turística (guía)	Recomendación amigos o familiares	Periódicos (diarios, revistas)	Radio	Televisión	Conoce desde siempre el Museo	Internet	Por un maestro o libro de texto	Casualmente (iban pasando)	Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes, etc.)	Otros (especifique)	Total
Museo de Arte Moderno	1.3	18.0	0.5	1.8	0.3	25.8	2.5	43.8	6.0		0.3	100.0
Museo del Estanquillo	0.8	12.0	7.0	5.5	3.8	4.8	2.0	28.5	9.5	24.3	2.0	100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	0.5	12.5	0.5	2.3	3.8	50.0	0.3	28.0	2.0	0.3		100.0
Museo del Templo Mayor	1.3	8.3		0.5	0.3	39.5	0.8	43.3	6.3			100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	1.5	34.0	1.3	8.5	31.3	8.8	6.0	6.3	1.0	0.3	1.3	100.0
Museo Interactivo de Economía	0.8	15.8	0.5	1.0	1.8	1.8	1.5	74.8	2.3			100.0
Museo Nacional de Antropología	3.3	16.8			1.0	31.3	1.3	46.3	0.3			100.0
Museo Nacional de Arte	0.5	12.0	1.0	1.8	0.3	21.8	0.5	53.3	8.3	0.3	0.5	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	1.0	7.0		0.5	0.5	60.8	0.3	29.3	0.3	0.3	0.3	100.0
Museo Nacional de las Culturas	2.3	10.5	0.3	2.3	2.3	10.8	0.8	59.5	9.8	0.5	1.3	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	1.5	22.8	0.8	1.8	0.3	42.0	2.0	8.5	17.8		2.8	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	0.8	12.3		1.0	2.0	16.3		4.0	63.5		0.3	100.0
Museo Regional de Puebla	8.7	24.3	0.7	0.7	2.7	28.0	0.3	14.3	16.7		3.7	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	1.3	17.8	1.0	1.3	1.0	37.8	3.3	34.0	1.5	0.3	1.0	100.0
Papalote Museo del Niño		13.5	1.0	2.0	26.0	40.5	2.3	11.5	1.5	0.5	1.3	100.0
Total	1.6	15.7	1.0	2.1	5.2	28.0	1.6	32.6	9.6	1.8	0.9	100.0

II.3 Razón principal de su visita hoy

Abarcando los datos totales de todos los museos en relación a la razón principal de su visita se identificó que el 39.5 % respondió acudir al lugar *Para entretenerse, pasar un rato agradable*, en tanto que otro amplio 31.6 % afirmó asistir al museo *Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela*; en contraste resalta por su casi ausencia la opción de *Vio un anuncio en los medios de comunicación* por su mínimo 0.4 % de mención.



Los argumentos arrojados por el sondeo señalan que las dos respuestas con mayor elección fueron *Para hacer una tarea o se lo pidieron en la escuela* y *Para entretenerse o pasar un rato agradable*, consiguiendo en el Museo Interactivo de Economía 71.5 y 18.3 %, Museo Nacional de Antropología 48 y 29.3 %, Museo del Templo Mayor 47.5 y 28.8 %, Museo Nacional de las Culturas 46.5 y 31.5 %, Museo de Arte Moderno 44 y 29.8 % y Museo Nacional de Historia de Chapultepec 40.8 y 33 % respectivamente.

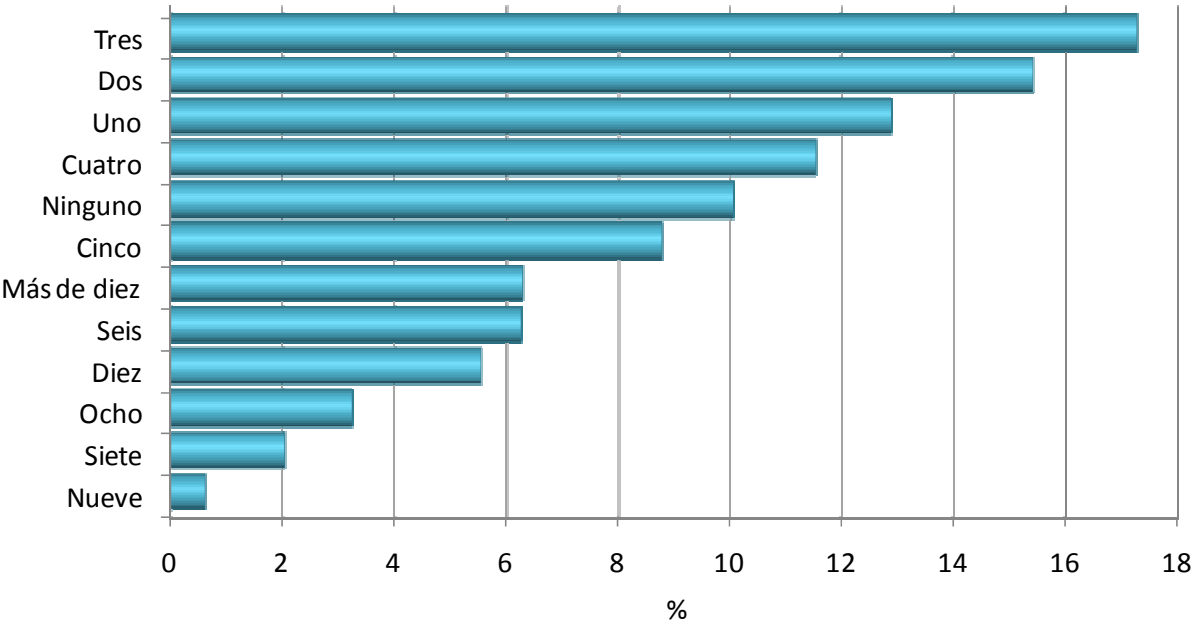
Sobresale la respuesta *Para entretenerse o pasar un rato agradable* en el Trompo Mágico Museo Interactivo con un 58.8 %, en el Museo Regional de Puebla con 43.3 %, en el Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos con 42.5 % y en el Papalote Museo del Niño con 32.8 % donde también la opción *Para educar a los niños* obtuvo un alto 31.3 %.

Resaltan en contraste las opciones de *Vio un anuncio en los medios de comunicación* y *Se lo recomendó un familiar o amigo* por sus bajos o nulos porcentajes en casi todos los espacios conformados en la muestra.

Espacios	Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela	Para entretenerse, pasar un rato agradable	Vio un anuncio en los medios de comunicación	Para educar a los niños	Se lo recomendó un familiar o amigo	Para ver qué novedades hay	Para acompañar a alguien	Otro (especifique)	Total
Museo de Arte Moderno	44.0	29.8		0.8	1.0	11.3	9.8	3.5	100.0
Museo del Estanquillo	24.3	49.5	2.3	2.0	3.0	3.3	5.5	10.3	100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	25.3	51.8		5.0	1.3	5.0	8.3	3.5	100.0
Museo del Templo Mayor	47.5	28.8		2.5	0.3	1.5	16.5	3.0	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	3.8	58.8	2.5	10.8	4.8	6.3	4.5	8.8	100.0
Museo Interactivo de Economía	71.5	18.3		2.0	0.5	0.3	5.3	2.3	100.0
Museo Nacional de Antropología	48.0	29.3		2.5	0.3	6.0	9.5	4.5	100.0
Museo Nacional de Arte	37.5	37.8		1.0		7.3	14.0	2.5	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	40.8	33.0		10.3	0.3	0.8	9.8	5.3	100.0
Museo Nacional de las Culturas	46.5	31.5		4.0	0.3	4.3	11.8	1.8	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	12.3	42.5	1.0	16.0	3.3	11.5	1.5	12.0	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	3.3	73.8		1.0	1.5	16.5	1.0	3.0	100.0
Museo Regional de Puebla	20.0	43.3	1.0	8.3	5.0	11.7	3.3	7.3	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	33.8	32.3		2.3	2.5	16.8	5.8	6.8	100.0
Papalote Museo del Niño	13.0	32.8		31.3	0.8	3.0	7.8	11.5	100.0
Total	31.6	39.5	0.4	6.6	1.6	6.9	7.7	5.7	100.0

II.4 Museos visitados en los últimos doce meses

La recurrencia de visita a museos no se muestra muy alentadora pues del total de encuestados sólo el 17.3 % señalaron haber visitado Tres museos en los últimos doce meses, mientras que el 10.1 % declaró no haber visitado Ninguno. Es importante señalar también que el 5.6 y el 6.3 % dijeron haber visitado Diez y Más de diez museos respectivamente en el mismo lapso de tiempo.

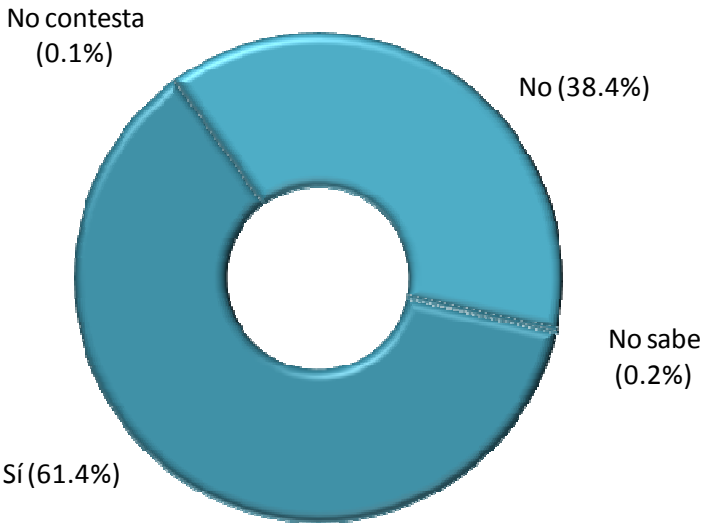


Cada espacio es distinto por naturaleza al igual que sus visitantes, los casos del Museo de Arte Moderno, Museo Nacional de Arte, Museo Palacio Cultural Banamex y Museo Tamayo Arte Contemporáneo destacan en relación a que más del 10% de sus visitantes individualmente declararon haber visitado Más de diez museos en los últimos doce meses; en contraposición resalta el 35.3 % de encuestados del Trompo Mágico Museo Interactivo que declararon no haber visitado ningún museo en los doce meses anticipados a su visita.

Espacios	Ninguno	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Siete	Ocho	Nueve	Diez	Más de diez	Total
Museo de Arte Moderno	3.3	9.0	11.5	9.5	11.3	14.5	10.0	1.0	5.0	1.3	11.8	12.0	100.0
Museo del Estanquillo	7.3	8.8	12.8	21.8	13.0	10.8	6.5	1.5	3.5	0.3	8.3	5.8	100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	7.5	10.3	14.8	18.0	10.8	11.0	4.5	2.5	3.5	1.5	6.0	9.8	100.0
Museo del Templo Mayor	10.5	14.3	17.3	21.5	14.0	6.3	5.3	3.3	1.5		3.5	2.8	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	35.3	8.5	17.0	15.8	7.8	6.0	2.5	0.3			1.3	5.8	100.0
Museo Interactivo de Economía	8.8	10.8	19.3	20.0	13.8	9.3	6.8	1.8	3.8	0.3	4.0	1.8	100.0
Museo Nacional de Antropología	13.5	12.5	16.3	17.5	12.8	5.3	8.3	1.5	3.0	0.8	6.3	2.5	100.0
Museo Nacional de Arte	4.5	7.3	8.8	16.5	13.0	10.3	8.8	4.5	4.3	1.0	8.8	12.5	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	10.3	17.0	20.0	16.3	12.5	7.5	5.8	2.3	2.8		3.8	2.0	100.0
Museo Nacional de las Culturas	5.0	16.8	17.8	15.5	11.5	10.8	5.0	3.0	4.5	1.0	4.3	5.0	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	7.3	26.0	19.3	20.3	9.8	6.3	3.8	0.3	1.3	0.3	1.3	4.5	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	10.5	8.5	11.3	17.0	11.3	9.3	6.8	2.8	5.0	1.0	6.5	10.3	100.0
Museo Regional de Puebla	3.7	20.7	22.7	13.0	16.0	7.3	3.7	0.7	3.7		4.0	4.7	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	3.8	10.0	10.5	13.8	8.8	11.3	9.3	4.0	5.5	0.8	10.3	12.3	100.0
Papalote Museo del Niño	18.5	15.3	14.0	21.8	8.0	5.8	7.0	1.0	1.5	1.3	3.3	2.8	100.0
Total	10.1	12.9	15.4	17.3	11.5	8.8	6.3	2.0	3.2	0.6	5.6	6.3	100.0

II.5 Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar museos?

Aunque no es determinante, el hecho de que los padres lleven a sus hijos a visitar museos en la niñez si representa un factor influyente para sus acciones futuras, de aquí la inquietud de saber en que medida los actuales visitantes fueron instruidos en estas visitas por sus padres. Los datos son duros y resaltan notablemente pues el 61.4 % del total de la muestra declaró si haber sido llevado por sus padres a visitar museos, aunque también un alto 38.4 % señaló no haber disfrutado de esta actividad en su niñez.

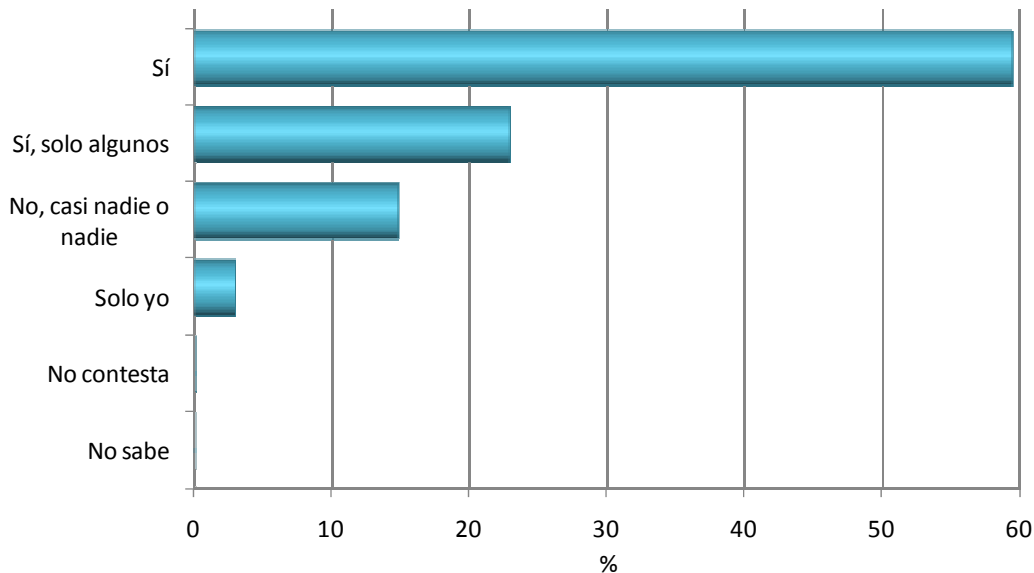


Si bien los porcentajes totales son semejantes a los de casi todos los museos es prudente señalar las diferencias en varios espacios, resalta en gran medida el Museo del Templo Mayor donde la respuesta afirmativa y negativa a haber visitado museos con sus padres en la niñez se divide en un 50% para cada una; similarmente en los casos del Museo del Palacio de Bellas Artes, Trompo Mágico Museo Interactivo, Museo Nacional de Arte, Museo Nacional de las Culturas y Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos la respuesta afirmativa rebasa el 50% pero en ninguno de estos espacios se alcanza el 60% lo que muestra más del 40 % de respuestas negativas.

Espacios	Sí	No	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	71.3	28.8			100.0
Museo del Estanquillo	64.8	35.3			100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	59.3	40.8			100.0
Museo del Templo Mayor	50.0	50.0			100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	57.8	40.5	1.8		100.0
Museo Interactivo de Economía	63.5	36.5			100.0
Museo Nacional de Antropología	68.0	31.5		0.5	100.0
Museo Nacional de Arte	55.5	44.5			100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	68.5	31.5			100.0
Museo Nacional de las Culturas	52.0	48.0			100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	53.0	46.0	1.0		100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	68.0	32.0			100.0
Museo Regional de Puebla	60.7	39.0		0.3	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	67.5	32.5			100.0
Papalote Museo del Niño	61.3	38.8			100.0
Total	61.4	38.4	0.2	0.1	100.0

II.6 ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos?

Resulta un tanto contradictorio aunque estimulante el hecho de que más de la mitad de la muestra (59.4 %) haya declarado que todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos, a la par de esto aparece el reto del 14.8 % que señaló que en su casa nadie o casi nadie suele visitar museos.

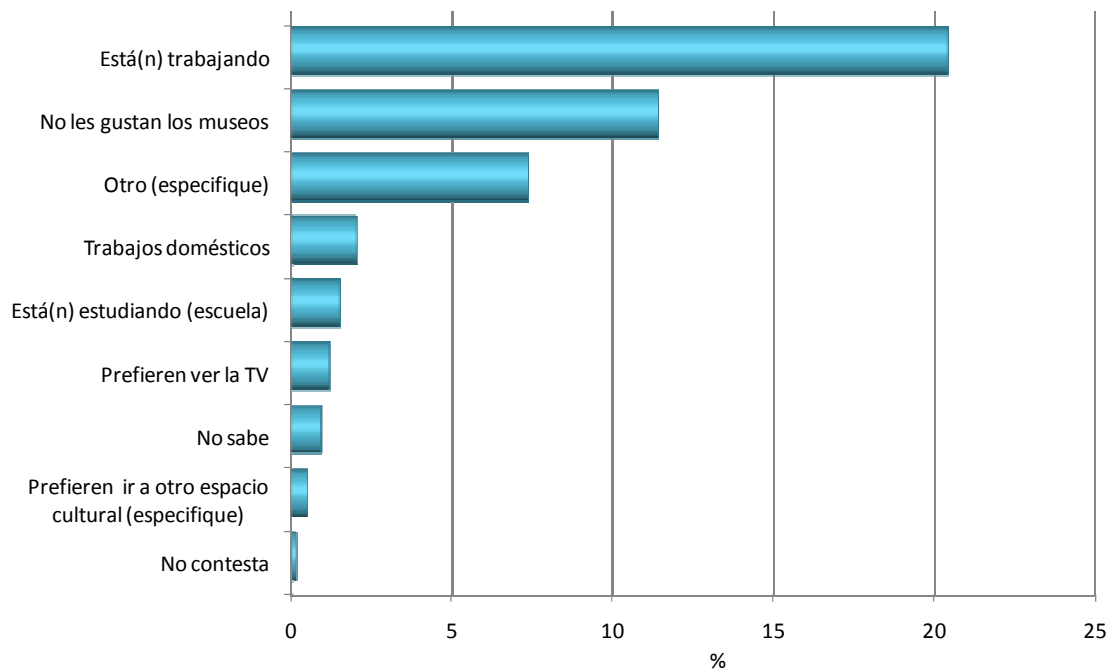


Afortunada y favorablemente en todos los museos que forman parte del estudio se encontró que cerca o más del 50 % de los visitantes afirmaron que todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos, aunque también existen datos no tan alentadores como los de el Trompo Mágico Museo Interactivo, el Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos y el Museo Nacional de Antropología donde más del 20 % de los visitantes de cada espacio declararon que de las personas que viven en su casa nadie o casi nadie suele visitar museos.

Espacios	No, casi						Total
	Sí	Sí, solo algunos	nadie o nadie	Solo yo	No sabe	No contesta	
Museo de Arte Moderno	65.0	23.0	5.0	7.0			100.0
Museo del Estanquillo	62.3	25.0	9.3	3.5			100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	66.0	19.3	12.5	2.3			100.0
Museo del Templo Mayor	49.5	33.5	15.8	1.3			100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	64.3	13.5	21.3	0.5		0.5	100.0
Museo Interactivo de Economía	56.3	22.5	17.5	3.8			100.0
Museo Nacional de Antropología	60.8	18.3	20.5	0.5			100.0
Museo Nacional de Arte	59.0	21.0	15.5	4.5			100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	57.0	25.5	14.5	3.0			100.0
Museo Nacional de las Culturas	62.8	19.8	13.3	4.3			100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	46.8	29.8	20.8	1.8	0.5	0.5	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	68.8	16.8	10.3	4.3			100.0
Museo Regional de Puebla	55.7	27.7	16.7				100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	57.8	21.0	16.8	4.5			100.0
Papalote Museo del Niño	58.0	27.5	13.0	1.5			100.0
Total	59.4	22.8	14.8	2.9	0.0	0.1	100.0

II.7 Motivo de no visita

A aquellos visitantes que no expresaron una respuesta afirmativa a la pregunta de ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar museos? (40.6 %) se les cuestiono sobre el motivo por el cual no visitaron en esa ocasión el museo, a esto se obtuvo que más de la mitad se encontraba Trabajando mientras que más de la cuarta parte aseguró que *No les gustan los museos*.

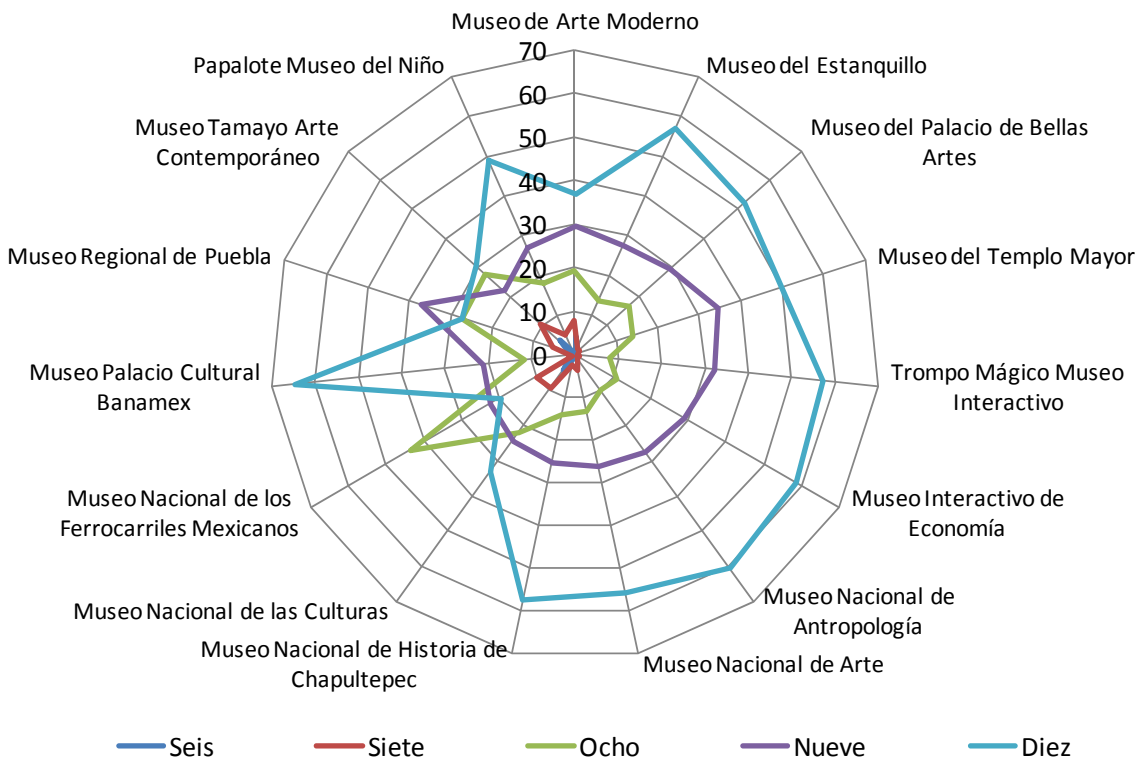
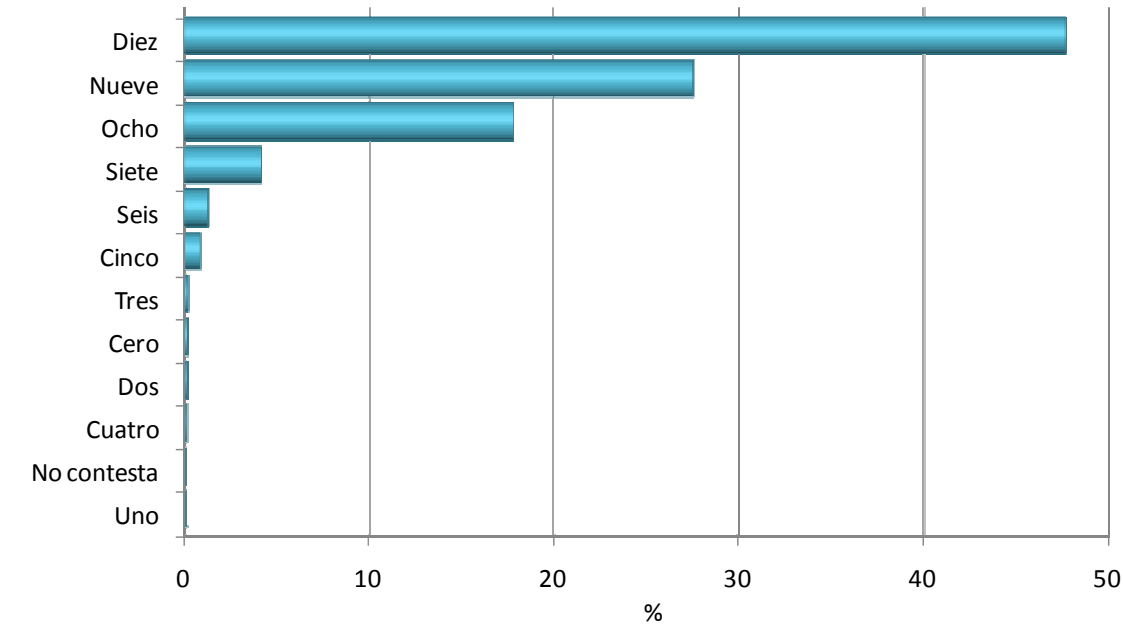


En general en la mayoría de los museos se repite la situación de no asistencia por los motivos de que *Está (n) trabajando* y *No les gustan los museos*, sin embargo en varios casos como en el Museo del Estanquillo, Trompo Mágico Museo Interactivo y Museo Nacional de Historia de Chapultepec es recurrente en casi o más del 10 % la respuesta de *Otro* en las que se especifica la no asistencia por motivos de distancia, falta de dinero y falta de tiempo.

Espacios	Prefieren ir a otro espacio cultural (especifique)		Está(n) trabajando	Trabajos domésticos	Está(n) estudiando (escuela)	No les gustan los museos	Otro (especifique)	No sabe	No contesta
	Prefieren ver la TV								
Museo de Arte Moderno	3.5	1.0	14.5	1.3	2.0	11.0	7.0	0.8	
Museo del Estanquillo	0.3		14.8	1.5	1.3	10.8	12.0	1.3	
Museo del Palacio de Bellas Artes	0.5	1.0	19.5	1.0	1.3	8.8	4.3	2.3	
Museo del Templo Mayor	0.5	0.3	26.0	0.5	1.0	16.8	6.5	0.3	
Trompo Mágico Museo Interactivo	0.5	0.5	11.3	1.3	0.8	8.3	10.3	1.5	1.8
Museo Interactivo de Economía			25.0	1.0	0.3	11.8	6.3	2.0	
Museo Nacional de Antropología	0.3	0.8	24.3	5.3	1.5	9.3	6.5	0.5	
Museo Nacional de Arte	0.8	0.8	24.3	2.8	0.5	14.5	2.3	0.8	
Museo Nacional de Historia de Chapultepec		0.5	17.3	2.8	1.0	16.5	9.5	1.0	
Museo Nacional de las Culturas	1.0	0.3	21.8	0.5	0.3	9.8	6.0	1.0	
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	8.0	0.5	28.8	5.0	3.5	4.3	8.5	0.3	
Museo Palacio Cultural Banamex	0.3	0.3	15.3		0.5	10.3	5.8	1.0	
Museo Regional de Puebla	1.0	0.3	17.3	2.7	4.0	12.3	8.7	0.3	0.3
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	0.3	0.3	20.3	3.0	2.5	17.8	8.8	1.3	
Papalote Museo del Niño	1.0	1.0	25.3	2.0	2.8	9.3	8.8		
Total (Promedio)	1.2	0.5	20.4	2.0	1.5	11.4	7.4	0.9	0.1

II.8 Escala de expectativas

En términos generales se puede expresar que las expectativas de los visitantes a los museos fueron cubiertas satisfactoriamente ya que dentro de la escala del 1 al 10 un 47.7 % eligió el 10, el 27.5 % sostuvo el 9 y un 17.8 % optó por el 8, no obstante resulta substancial indicar que hubo quienes mencionaron (en pequeños porcentajes) los números más bajos de la escala y en algunos casos incluso fue citado el cero.

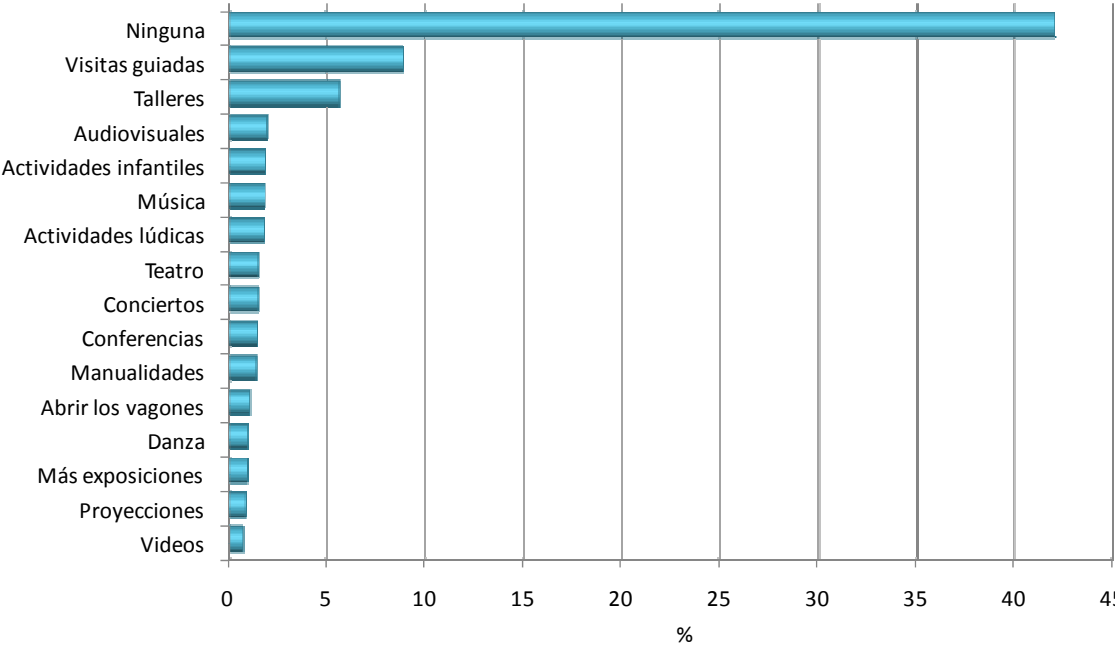


Afortunadamente se refleja que en todos los museos las expectativas fueron cubiertas favorablemente pues los porcentajes más amplios se dividen entre los tres números más altos de la escala propuesta del 1 al 10, sin embargo deben detallarse aquellos porcentajes reprobatorios como lo son los casos del Museo Nacional de las Culturas y el Museo Tamayo Arte Contemporáneo donde el 5 obtuvo un 4.3 y un 3.3 % respectivamente. Conviene señalar también que en varios casos fueron mencionadas apreciaciones menores de 5 y llegando hasta el 0 como lo muestran las gráficas.

Espacios	Cero	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Siete	Ocho	Nueve	Diez	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	1.3	4.0	8.0	19.3	29.5	36.8		100.0
Museo del Estanquillo							0.8	1.5	13.5	27.3	57.0		100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes							0.3	1.5	16.8	29.3	52.3		100.0
Museo del Templo Mayor						0.3	0.5	0.8	14.0	34.5	50.0		100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo					0.3	0.3	0.3	1.0	8.0	32.0	57.3	1.0	100.0
Museo Interactivo de Economía	0.3					0.3		0.8	11.0	29.0	58.8		100.0
Museo Nacional de Antropología	0.3	0.3		0.3			0.3	1.3	10.0	27.3	60.5		100.0
Museo Nacional de Arte		0.3	0.3		0.3		0.3	3.8	13.3	26.0	56.0		100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	0.5						0.8	2.3	13.8	25.3	57.5		100.0
Museo Nacional de las Culturas			1.0	1.5		4.3	4.5	9.5	21.8	24.5	33.0		100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos				0.3	0.3	1.3	1.8	10.3	43.5	22.8	19.8	0.3	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	0.3	0.3	0.3				0.5	0.8	11.8	21.5	64.8		100.0
Museo Regional de Puebla					0.7	0.3	1.7	5.3	27.3	37.3	27.3		100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	0.5		0.3	0.5		3.3	4.5	10.8	27.5	22.0	30.8		100.0
Papalote Museo del Niño	0.3	0.3				1.0		5.0	17.8	27.0	48.8		100.0
Total	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.8	1.3	4.1	17.8	27.5	47.7	0.1	100.0

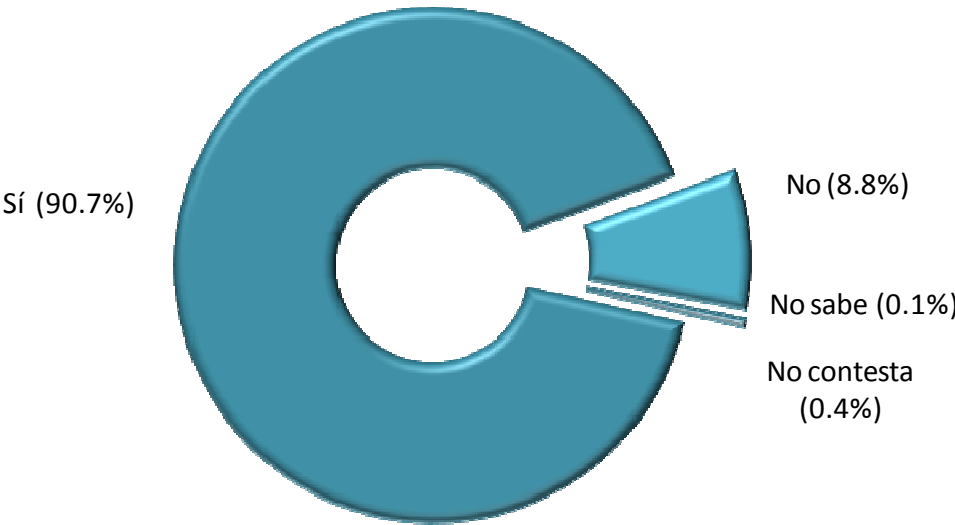
II.9 Otras actividades

Resulta bastante destacable la situación de que el 42 % de el total de los encuestados refirieron no estar interesados en que existan otras actividades distintas a las ya integradas en los museos, sin duda esta negativa puede obedecer a la falta de ofertas o propuestas que de alguna manera disponen al asistente a conformarse o a no tener más expectativas sobre los espacios, sin embargo las *visitas guiadas* y *los talleres* tuvieron una pequeña pero importante mención seguidas en menor porcentaje por *audiovisuales*, *actividades infantiles*, *música*, entre otras.



II.10 Actividades interactivas

Indiscutiblemente el empleo de actividades interactivas no sólo se torna atractivo sino quizá necesario en todos los museos pues un 90.7 % afirmó que le gustaría disfrutar de estas actividades, sin embargo se abre la posibilidad de una exploración a fondo para saber el por qué un 8.8 % de los encuestados refirieron que no les gustaría que hubiese este tipo de actividades en los museos.



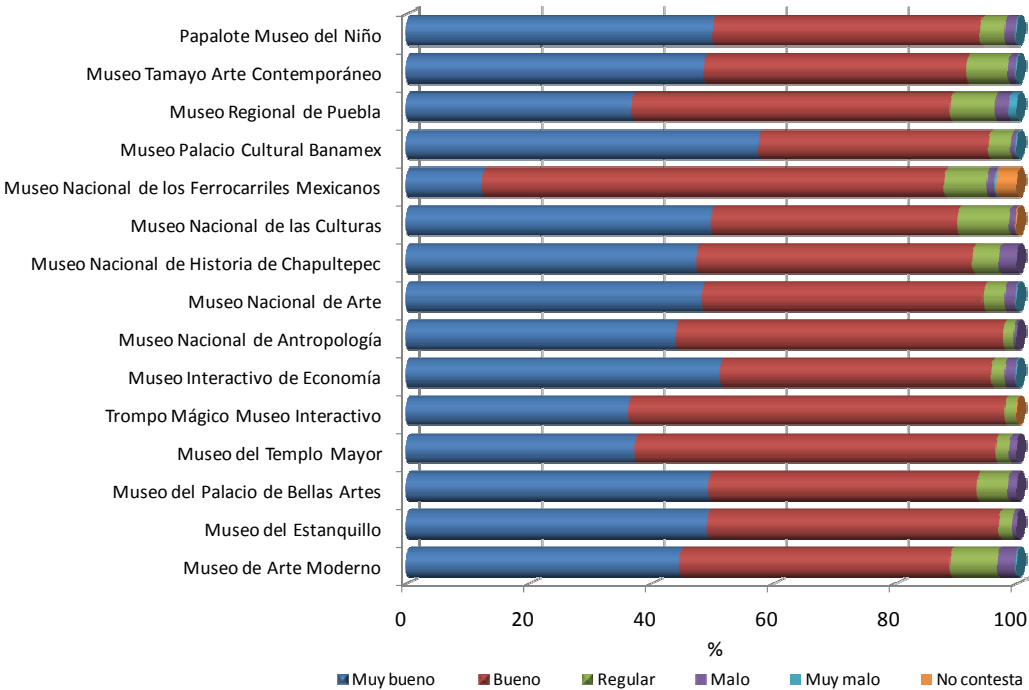
Sí, fue la respuesta dominante al empleo de actividades interactivas en todos los museos aunque también existen escenarios como lo son el Museo Nacional de Antropología, el Museo Tamayo Arte Contemporáneo, el Museo del Palacio de Bellas Artes y el Museo del Estanquillo donde un destacable porcentaje de sus visitantes refirieron que no les gustaría que hubiese este tipo de actividades. De cualquier manera sería prudente la innovación en cuanto a estas actividades se refiere para poder captar en su desarrollo la aceptación o el rechazo de dichas actividades las cuales seguramente y en todo momento contribuirían al disfrute y aprovechamiento de los espacios.

Espacios	Sí	No	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	91.8	8.3			100.0
Museo del Estanquillo	88.8	11.3			100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	87.8	12.3			100.0
Museo del Templo Mayor	95.8	4.3			100.0
Museo Nacional de Antropología	81.5	18.5			100.0
Museo Nacional de Arte	91.8	8.3			100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	91.0	9.0			100.0
Museo Nacional de las Culturas	97.5	2.5			100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	93.5	5.3	0.5	0.8	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	96.3	3.8			100.0
Museo Regional de Puebla	88.0	9.0	1.3	1.7	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	84.3	13.0		2.8	100.0
Total	90.7	8.8	0.1	0.4	100.0

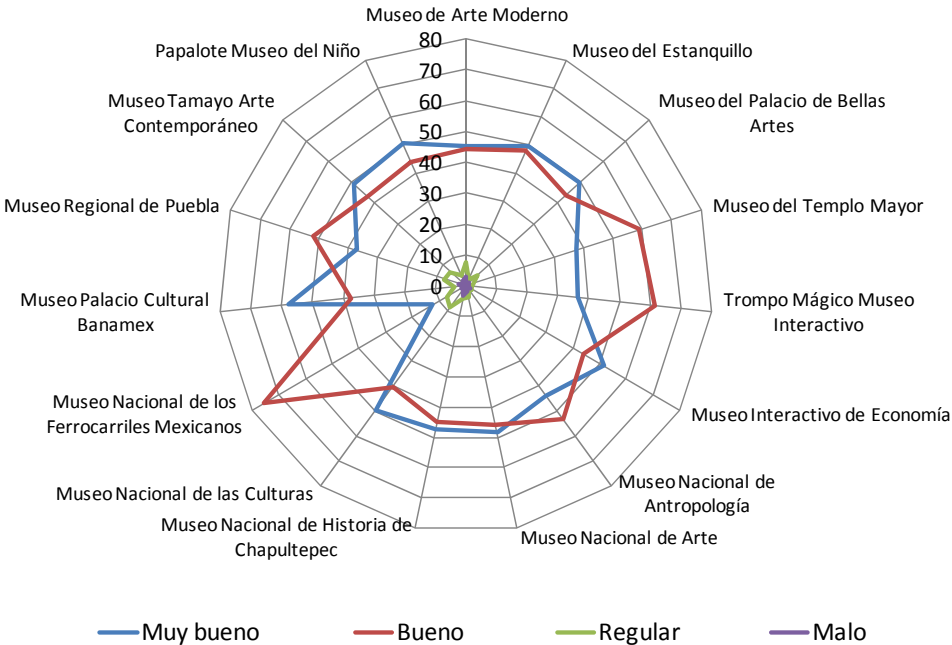
II.11 Servicios

II.11.1 Personal

En general la percepción del personal en el total de los museos fue considerado *Bueno* en casi 50 % y *Muy bueno* en poco menos del 45 %, sin embargo aparece un 1.4 % que lo evaluó como *Malo*.



Individualmente el mayor porcentaje de las apreciaciones sobre el personal oscila favorablemente entre *Bueno* y *Muy bueno*, aparece también en distintos casos la opción *Regular* con no muy grandes pero si importantes porcentajes, *Malo* repite en el Museo de Arte Moderno y en el Museo Nacional de Historia de Chapultepec con 3 % a la vez que en el Museo Regional de Puebla se establece con 2.3 % y con 1.3 % de encuestados que calificaron al personal como *Muy malo*.

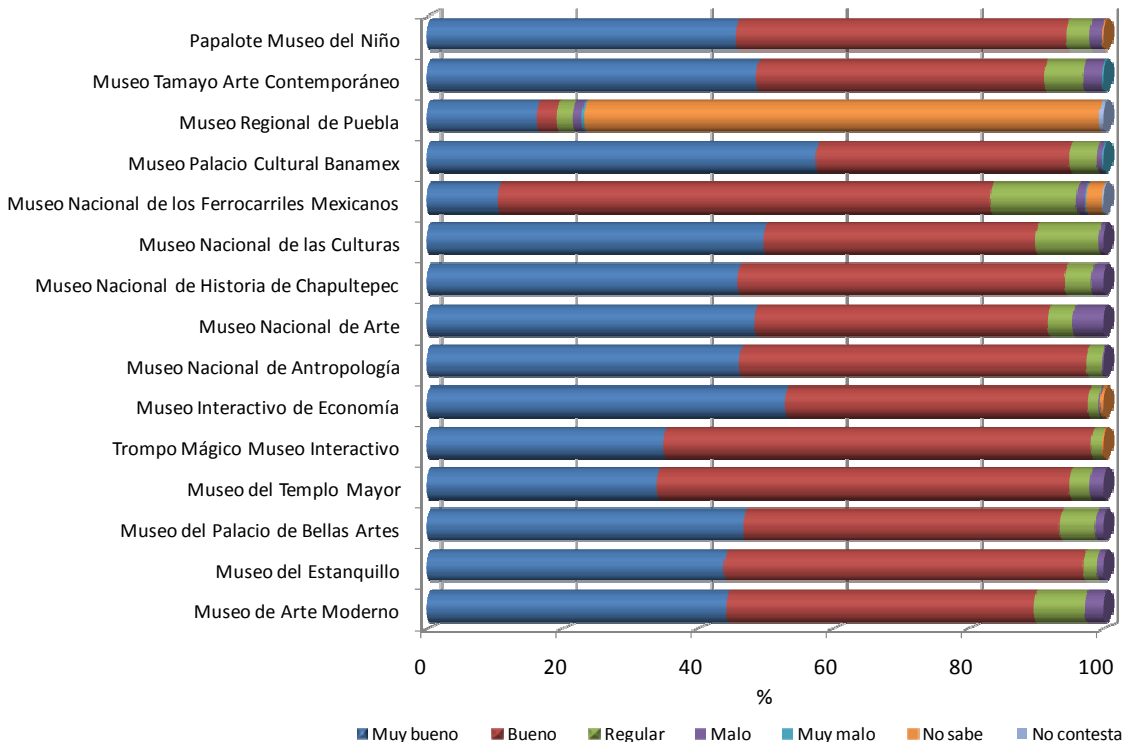


El Trompo Mágico Museo Interactivo luce como el único con calificaciones de *Muy bueno*, *Bueno* y *Regular* sin tener una sola mención de *Malo* o *Muy malo*.

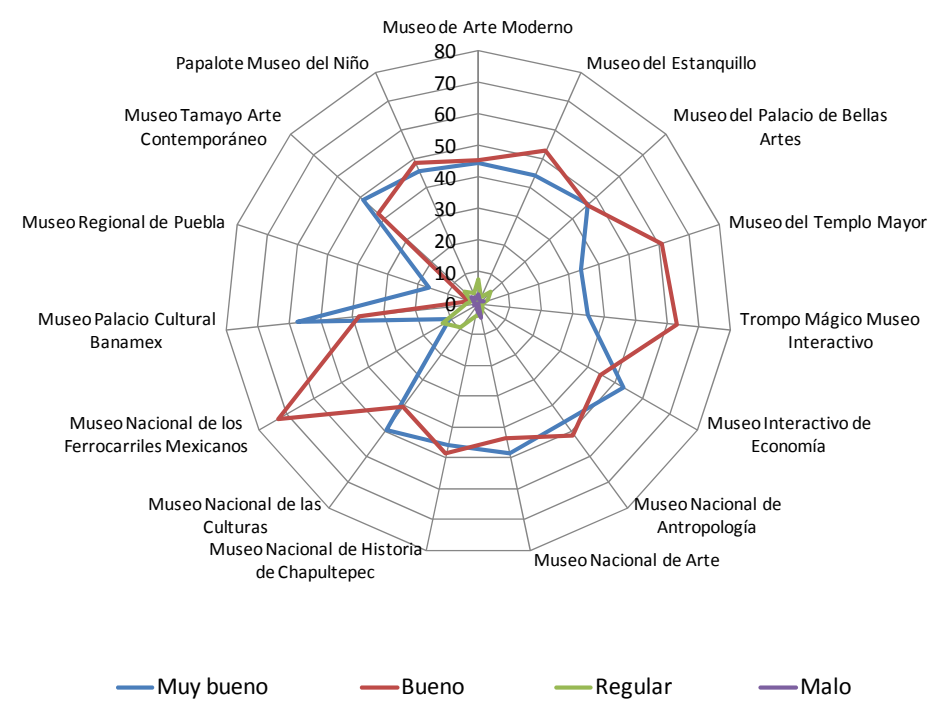
Espacios	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	44.8	44.3	7.8	3.0	0.3		100.0
Museo del Estanquillo	49.3	47.8	2.3	0.8			100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	49.5	44.0	5.0	1.5			100.0
Museo del Templo Mayor	37.5	59.0	2.3	1.3			100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	36.5	61.5	1.8			0.3	100.0
Museo Interactivo de Economía	51.5	44.3	2.3	1.8	0.3		100.0
Museo Nacional de Antropología	44.3	53.5	1.8	0.5			100.0
Museo Nacional de Arte	48.5	46.0	3.5	1.8	0.3		100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	47.5	45.3	4.3	3.0			100.0
Museo Nacional de las Culturas	50.0	40.3	8.5	1.0		0.3	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	12.5	75.5	7.0	1.3	0.3	3.5	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	57.8	37.5	3.8	0.8	0.3		100.0
Museo Regional de Puebla	37.0	52.0	7.3	2.3	1.3		100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	48.8	43.0	6.8	1.3	0.3		100.0
Papalote Museo del Niño	50.3	43.8	4.0	1.8	0.3		100.0
Total	44.5	49.1	4.5	1.4	0.2	0.3	100.0

II.11.2 Vigilancia

Los asistentes a los diversos museos coincidieron en calificar conjuntamente al servicio de vigilancia de manera muy optimista pues el 47.5 % lo notó *Bueno* y el 42.2 % *Muy bueno*, *Malo* sigue obteniendo porcentajes pequeños (1.5 %) pero importantes para su observación futura.



Dentro de los aspectos particulares destaca el 12.8 % de encuestados del Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos que juzgaron la vigilancia como *Regular*, otro aspecto que se acentúa es el pequeño 3% que obtuvo la opción *Bueno* en el Museo Regional de Puebla en contraste con el 76 % de sus visitantes que optaron por elegir *No sabe* en respuesta a su opinión sobre la vigilancia.

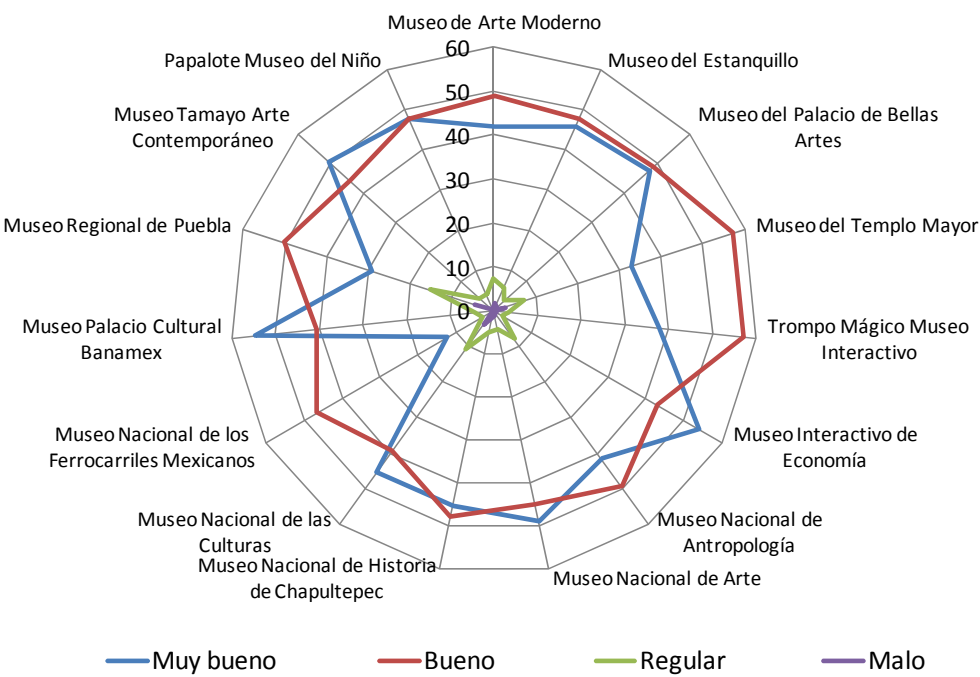
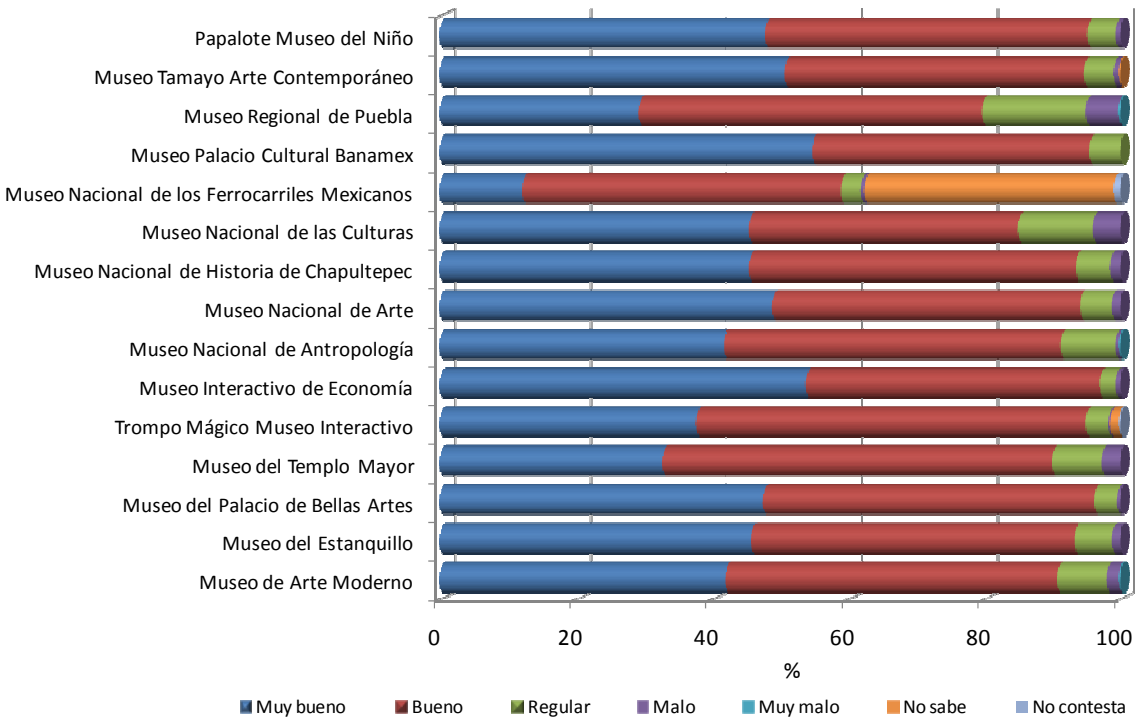


Malo despunta en el Museo Nacional de Arte con 4.5 %, en el Museo de Arte Moderno y Museo Tamayo Arte Contemporáneo con 2.8 % en ambos casos y en Museo del Templo Mayor con 2%, en contraste el Trompo Mágico Museo Interactivo nuevamente se exhibe con nulas apreciaciones de *Malo* y *Muy malo* en relación a su vigilancia.

Espacios	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	44.3	45.5	7.5	2.8				100.0
Museo del Estanquillo	44.0	53.0	2.0	1.0				100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	46.8	46.8	5.3	1.3				100.0
Museo del Templo Mayor	34.0	61.0	3.0	2.0				100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	35.0	63.3	1.5			0.3		100.0
Museo Interactivo de Economía	53.0	44.8	1.5	0.3		0.5		100.0
Museo Nacional de Antropología	46.3	51.3	2.3	0.3				100.0
Museo Nacional de Arte	48.5	43.3	3.8	4.5				100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	46.0	48.3	4.0	1.8				100.0
Museo Nacional de las Culturas	49.8	40.3	9.3	0.8				100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	10.5	72.8	12.8	1.3	0.3	2.3	0.3	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	57.5	37.5	4.0	0.8	0.3			100.0
Museo Regional de Puebla	16.3	3.0	2.3	1.3	0.3	76.0	0.7	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	48.8	42.5	5.8	2.8	0.3			100.0
Papalote Museo del Niño	45.8	48.8	3.5	1.8		0.3		100.0
Total	42.2	47.5	4.6	1.5	0.1	4.1	0.1	100.0

II.11.3 Iluminación

La iluminación, tanto importante como necesaria, es otro de los servicios o características a evaluar dentro de este estudio, estimada globalmente como *Buena* en 47.6 % y como *Muy buena* en un 42.6 % parece contar con una conformidad casi total de parte de los asistentes, no obstante el 1.4 % de los encuestados refirió esta utilidad como *Mala*.

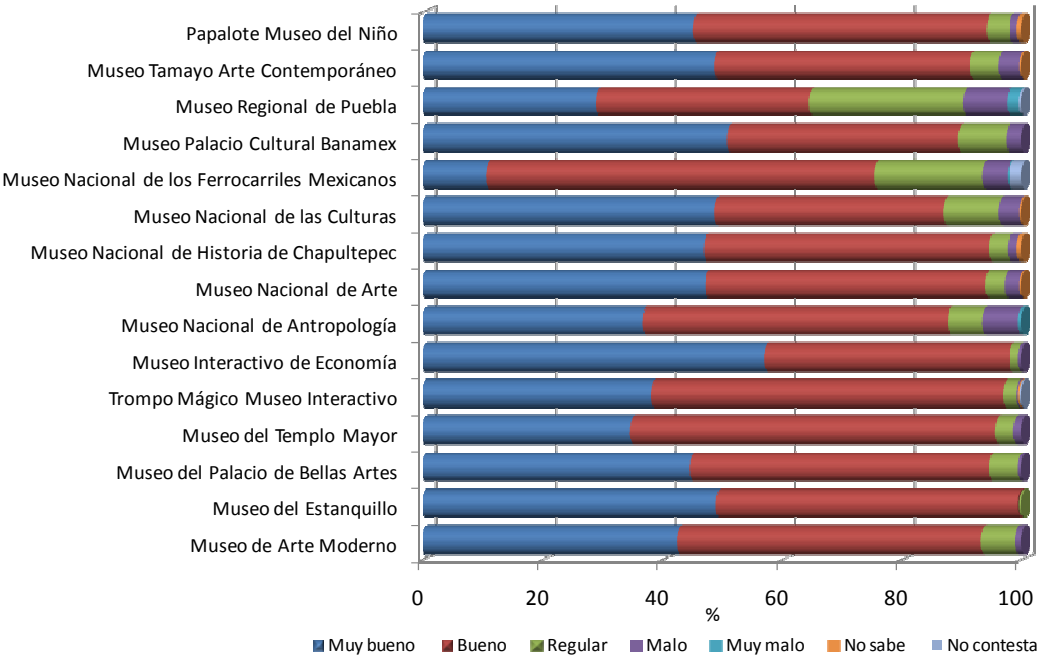


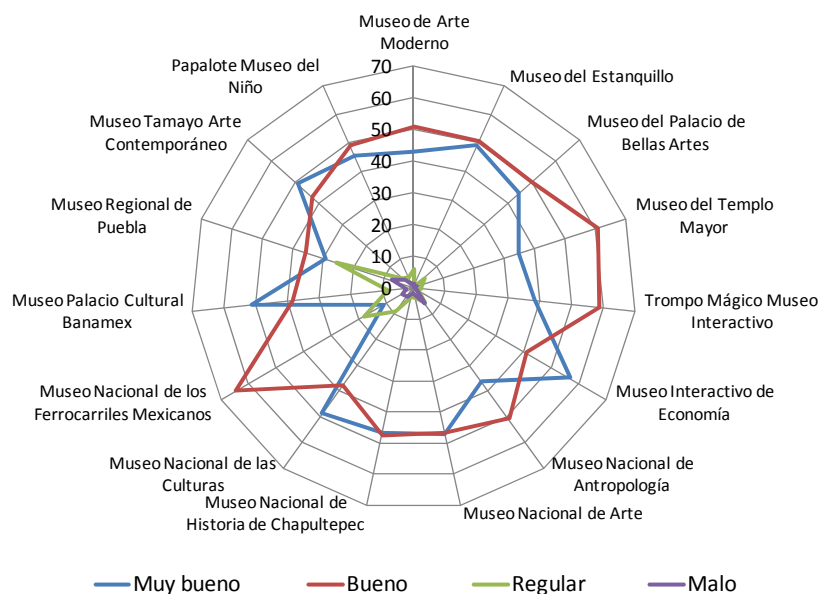
Son notables tres casos específicos de la muestra, el Museo Regional de Puebla donde un 15.3 % nombró la iluminación como *Regular* y un 4.7 % al que le pareció *Malo*, el Museo Nacional de las Culturas donde *Regular* se percibe con 11 % y *Malo* con 4 % y el Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos en el que resalta y es digno de futuro escudriño un 36.5 % que refirió la opción *No sabe* en correspondencia a su opinión sobre la iluminación del lugar.

Espacios	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	42.0	48.8	7.3	1.8	0.3			100.0
Museo del Estanquillo	45.8	47.5	5.5	1.3				100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	47.5	48.8	3.3	0.5				100.0
Museo del Templo Mayor	32.8	57.3	7.3	2.8				100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	37.8	57.3	3.3	0.3		1.3	0.3	100.0
Museo Interactivo de Economía	53.8	43.3	2.3	0.8				100.0
Museo Nacional de Antropología	41.8	49.5	8.0	0.5	0.3			100.0
Museo Nacional de Arte	49.0	45.3	4.5	1.3				100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	45.5	48.0	5.0	1.5				100.0
Museo Nacional de las Culturas	45.5	39.5	11.0	4.0				100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	12.3	46.8	3.0	0.5		36.5	1.0	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	54.8	40.8	4.5					100.0
Museo Regional de Puebla	29.3	50.3	15.3	4.7	0.3			100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	50.8	44.0	4.3	0.8		0.3		100.0
Papalote Museo del Niño	47.8	47.5	4.0	0.8				100.0
Total	42.6	47.6	5.7	1.4	0.1	2.6	0.1	100.0

II.11.4 Fichas técnicas

Otro aspecto de valoración importante dentro de las características de los museos son las fichas técnicas, aquí debe destacarse que la dirección de las opiniones dependen de su tamaño, ubicación, existencia y claridad, en este sentido los resultados en conjunto fueron los siguientes: *Bueno* 48.6 %, *Muy bueno* 42.3 % y un tenue pero notable 2.3 % *Malo*.



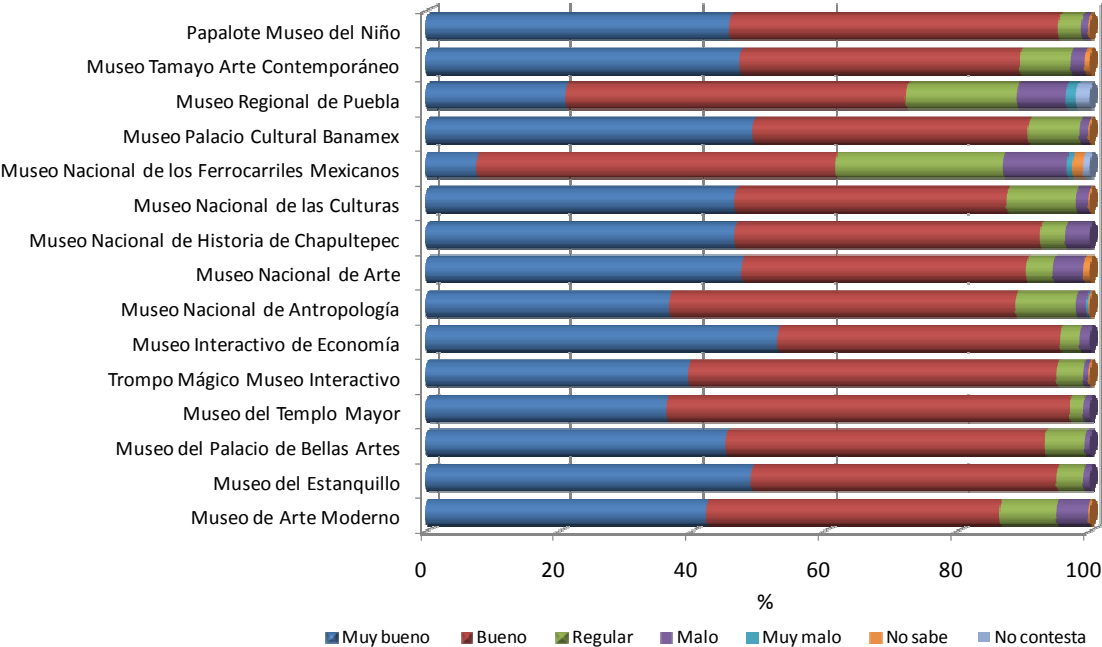


De manera unitaria destaca el Museo Regional de Puebla donde el 25.7% consideró *Regular* las fichas técnicas y en el cual 7.3% y un 2% las registró como *Malo* y *Muy malo* respectivamente, otro caso similar fue el del Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos en el que *Regular* obtuvo 18 % de mención y *Malo* alcanzó un 4.3 %, en menor medida pero no con menos importancia se encontró el Museo Nacional de las Culturas en donde el 9.3 % de sus asistentes calificaron las fichas técnicas como *Regular* y un 3.5 % como *Malo*, resalta también el 6 y el 5.8 % que obtuvieron las opciones *Malo* y *Regular* en el Museo Nacional de Antropología.

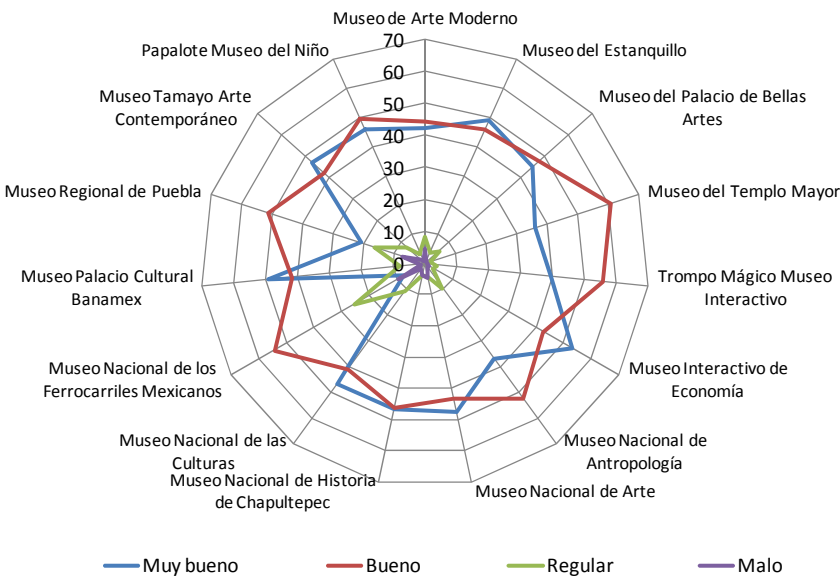
Espacios	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	42.5	50.8	5.8	1.0				100.0
Museo del Estanquillo	49.0	50.5	0.5					100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	44.8	50.0	4.8	0.5				100.0
Museo del Templo Mayor	34.8	61.0	3.0	1.3				100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	38.3	58.8	2.3	0.3		0.3	0.3	100.0
Museo Interactivo de Economía	57.0	41.0	1.5	0.5				100.0
Museo Nacional de Antropología	36.8	51.0	5.8	6.0	0.5			100.0
Museo Nacional de Arte	47.3	46.8	3.3	2.5		0.3		100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	47.0	47.8	3.0	1.5		0.8		100.0
Museo Nacional de las Culturas	48.8	38.3	9.3	3.5		0.3		100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	10.8	64.8	18.0	4.3	0.3		2.0	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	51.0	38.5	8.0	2.5				100.0
Museo Regional de Puebla	29.0	35.7	25.7	7.3	2.0		0.3	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	48.8	42.8	4.8	3.5		0.3		100.0
Papalote Museo del Niño	45.3	49.0	3.8	1.3		0.8		100.0
Total	42.3	48.6	6.3	2.3	0.2	0.2	0.2	100.0

II.11.5 Señalamientos

Indiscutiblemente los señalamientos son parte fundamental de cualquier espacio público, no sólo por razones informativas y de control sino también por motivos de seguridad, a favor encontramos que el 47.8 % del total de encuestados afirmaron considerarlos como *Bueno*, al tiempo que el 41.2 % optó por *Muy bueno*, no obstante 7.6 % los consideró *Regular* y 2.7 % los manifestó como *Malo*.



Nuevamente aspectos individuales sobresalen, tal es el caso del 25.3 % de los asistentes al Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos que calificó como *Regular* el tema de los señalamientos y otros 9.5 y 1 % de su publico que eligió *Malo* y *Muy malo* respectivos. El Museo Regional de Puebla es un ejemplo similar pues sus resultados fueron para *Regular* 16.7 %, para *Malo* 7.3 % y para *Muy Malo* 1.7 %. El Museo Nacional de las Culturas obtuvo en este mismo panorama un 10.5 % de mención para *Regular* y un 1.8 % para *Malo*.

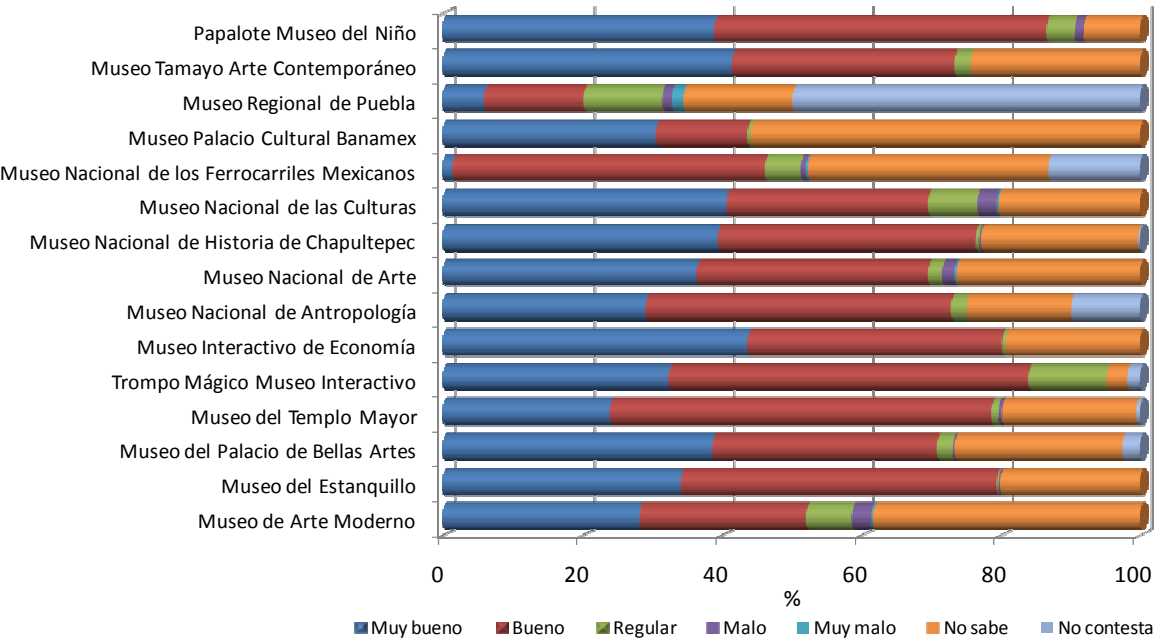


Resulta importante señalar también que casi 5% de los visitantes tanto en el Museo de Arte Moderno (4.8%) como en el Museo Nacional de Arte (4.5%) calificaron los señalamientos como *Malo* al igual que en el Museo Nacional de Historia de Chapultepec donde *Regular* y *Malo* se mostraron con un 3.8 % de elección en ambos casos.

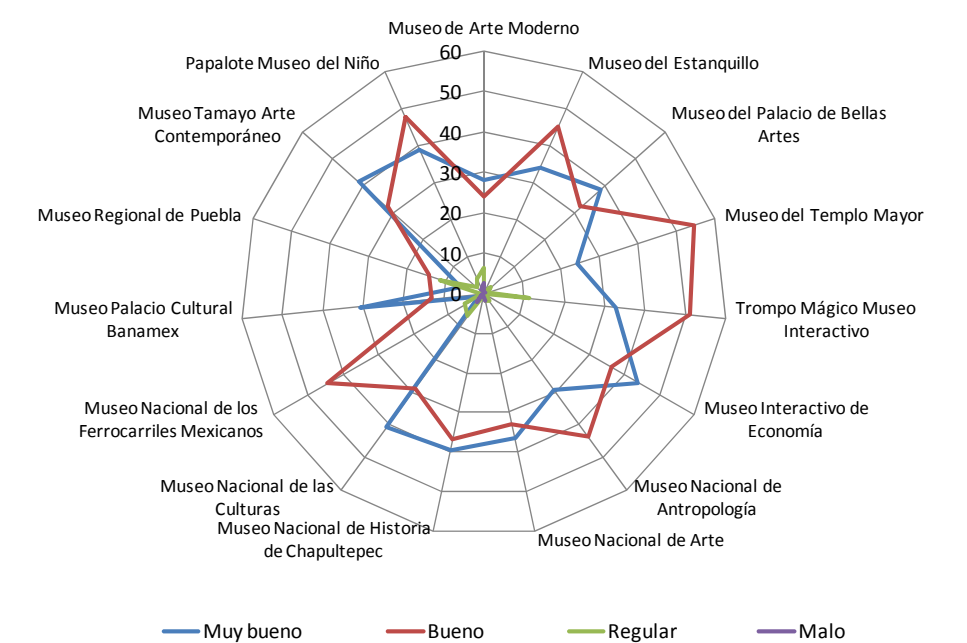
Espacios	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	42.3	44.3	8.5	4.8		0.3		100.0
Museo del Estanquillo	49.0	46.0	4.0	1.0				100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	45.3	48.0	6.0	0.8				100.0
Museo del Templo Mayor	36.3	60.8	2.0	1.0				100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	39.5	55.5	4.0	0.8		0.3		100.0
Museo Interactivo de Economía	53.0	42.5	3.0	1.5				100.0
Museo Nacional de Antropología	36.8	52.0	9.3	1.5	0.3	0.3		100.0
Museo Nacional de Arte	47.5	43.0	4.0	4.5		1.0		100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	46.5	46.0	3.8	3.8				100.0
Museo Nacional de las Culturas	46.5	41.0	10.5	1.8		0.3		100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	7.8	54.0	25.3	9.5	1.0	1.5	1.0	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	49.3	41.5	7.8	1.3		0.3		100.0
Museo Regional de Puebla	21.0	51.3	16.7	7.3	1.7		2.0	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	47.3	42.3	7.8	2.0		0.8		100.0
Papalote Museo del Niño	45.8	49.5	3.5	1.0		0.3		100.0
Total	41.2	47.8	7.6	2.7	0.2	0.3	0.2	100.0

II.11.6 Baños

La información recabada referente al servicio de baños incurrió, tanto en el caso global como en diversos casos individuales, en una inusual equivalencia, en el plano general las respuestas *Bueno* y *Muy bueno* obtuvieron el 36.3 y el 31.5 % de menciones respectivamente, al tiempo que la opción *No sabe* alcanzó el 23.2 %, si bien resulta extraña la situación lo más probable es que se deba sencillamente a la no utilización del servicio, circunstancia que dificulta de alguna manera su entera evaluación.



Tomando en cuenta el acontecimiento de la respuesta No sabe nos centraremos en las evaluaciones distintas como lo son el caso del Trompo Mágico Museo Interactivo donde el servicio de baños fue calificado por sus visitantes como *Regular* por un 11.3 % al igual que en el Museo Regional de Puebla y donde también un 1.3 y 1.7 % mencionaron el servicio como *Malo* y *Muy malo* respectivamente, cabe destacar que en este museo cerca del 50 % de sus asistentes optaron por la opción *No contesta*.

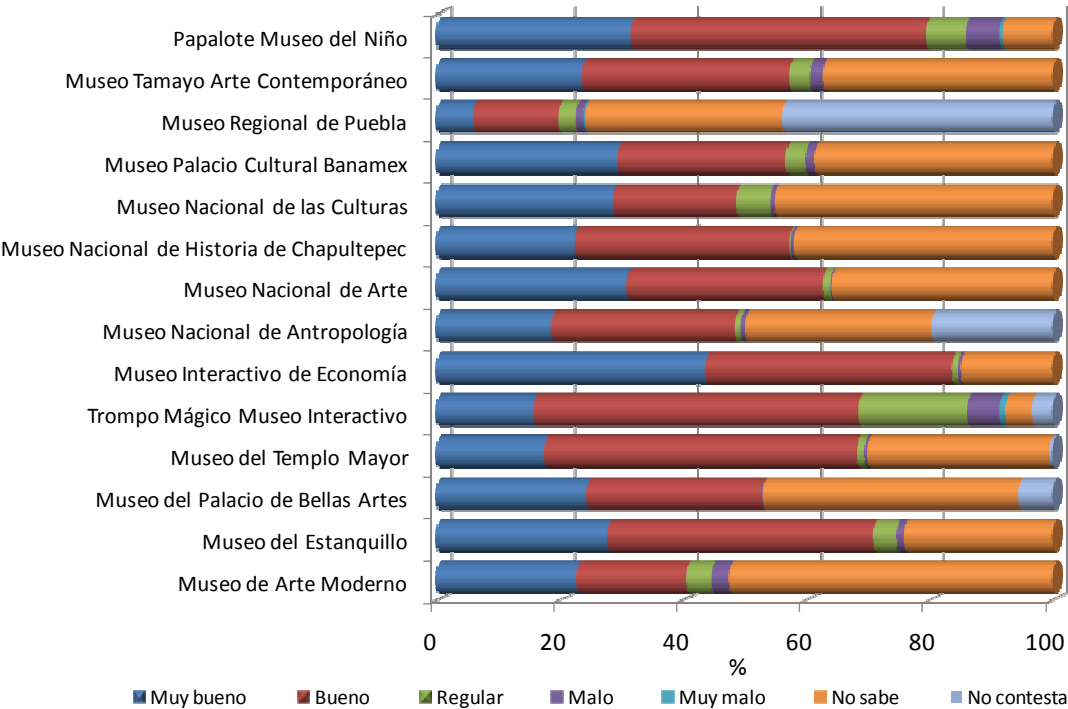


El Museo Nacional de las Culturas y el Museo de Arte Moderno comparten varios datos también, el 2.8 y el 0.3 % de sus asistentes estimaron como *Malo* y *Muy malo* el servicio de baños en ambos casos, *Regular* obtuvo 7 y 6.5 % respectivamente.

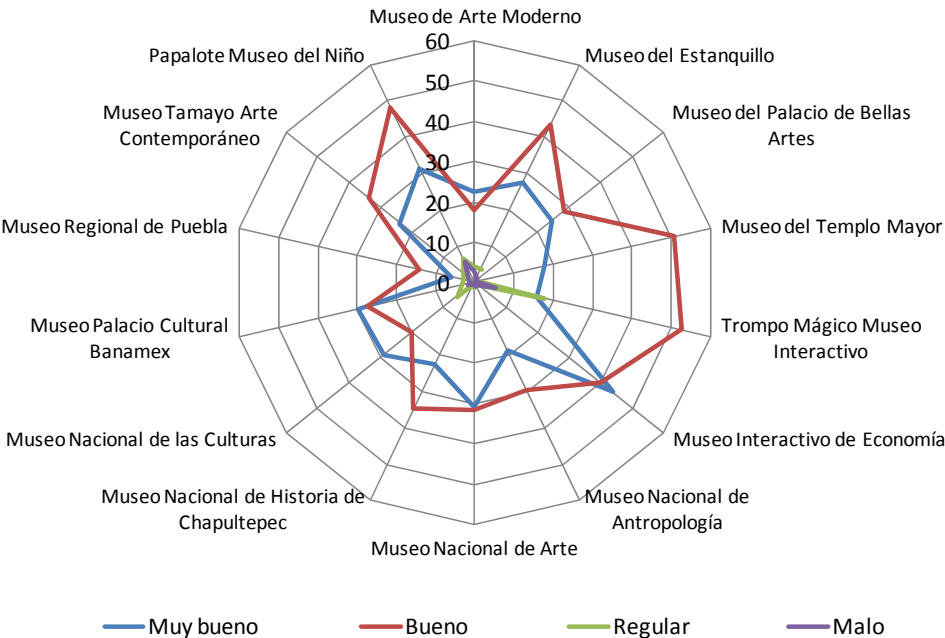
Espacios	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	28.3	24.0	6.5	2.8	0.3	38.3		100.0
Museo del Estanquillo	34.3	45.3	0.3	0.3		20.0		100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	38.8	32.3	2.3	0.3		24.0	2.5	100.0
Museo del Templo Mayor	24.0	54.8	1.0	0.5		19.3	0.5	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	32.5	51.5	11.3			3.0	1.8	100.0
Museo Interactivo de Economía	43.8	36.5	0.5			19.3		100.0
Museo Nacional de Antropología	29.3	43.8	2.3			15.0	9.8	100.0
Museo Nacional de Arte	36.5	33.3	2.0	1.8	0.3	26.3		100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	39.5	37.0	0.5	0.3		22.5	0.3	100.0
Museo Nacional de las Culturas	40.8	29.0	7.0	2.8	0.3	20.3		100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	1.5	44.8	5.3	0.8	0.3	34.5	13.0	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	30.8	13.0	0.5			55.8		100.0
Museo Regional de Puebla	6.0	14.3	11.3	1.3	1.7	15.7	49.7	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	41.5	32.0	2.3			24.3		100.0
Papalote Museo del Niño	39.0	47.8	4.0	1.3		8.0		100.0
Total	31.5	36.3	3.7	0.8	0.2	23.2	4.4	100.0

II.11.7 Tienda y cafetería

La tienda y cafetería observan una situación similar a la dada en la evaluación del servicio de baños. Mientras *Bueno* obtiene 33.7 % y *Muy bueno* 24.6 %, la opción *No sabe* se perfila con 31.1 %, con gran diferencia *Regular* con 3.7 % y *Malo* con 1.6 %.



En el ámbito particular sobresale el Trompo Mágico Museo Interactivo en el que 17.8 % de su público calificó estos servicios como *Regular*, 5.3 % como *Malo* y 1 % como *Muy malo*. En el Papalote Museo del Niño 6.5 % sugirió *Regular* la tienda y cafetería a la vez que 5.5 % lo denominó *Malo* y 0.5 % *Muy malo*.

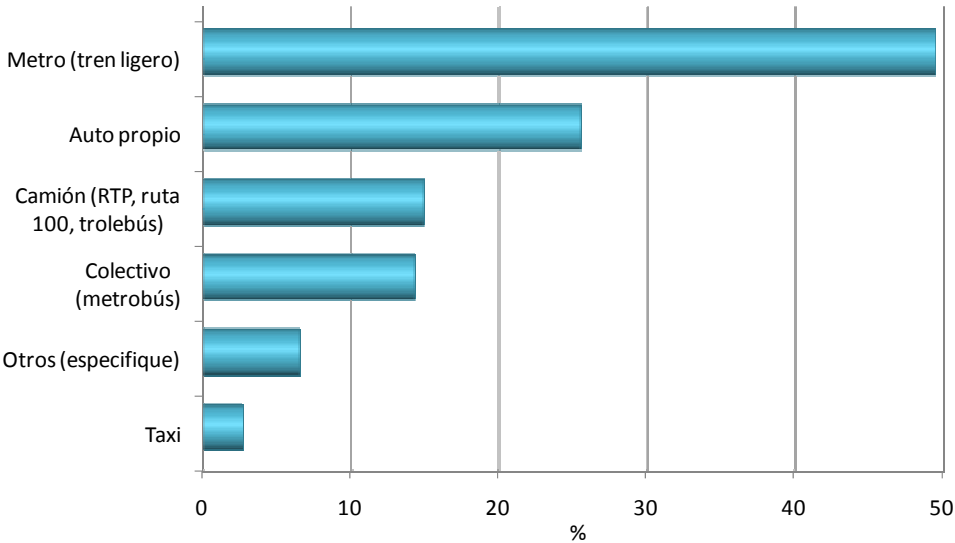


De nueva cuenta el Museo Regional de Puebla surge con un amplio 43.7% de sus encuestados que ante la cuestión sobre su experiencia en la tienda y cafetería prefirieron la opción *No contesta*, un 2.7% optó por *Regular*, 1.3% por *Malo* y 0.3 % lo observó *Muy malo*.

Espacios	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No sabe	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	22.8	18.0	4.0	2.8		52.5		100.0
Museo del Estanquillo	27.8	43.3	3.8	1.3		24.0		100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	24.5	28.3		0.3		41.5	5.5	100.0
Museo del Templo Mayor	17.5	50.8	1.3	0.5		29.5	0.5	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	15.8	52.8	17.8	5.3	1.0	4.3	3.3	100.0
Museo Interactivo de Economía	43.7	40.0	1.0	0.5		14.8		100.0
Museo Nacional de Antropología	18.8	29.8	1.0	0.8		30.3	19.5	100.0
Museo Nacional de Arte	31.0	31.8	1.3	0.3		35.8		100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	22.5	34.8	0.3	0.5		42.0		100.0
Museo Nacional de las Culturas	28.8	20.0	5.5	0.8		45.0		100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	29.5	27.3	3.3	1.5		38.5		100.0
Museo Regional de Puebla	6.0	14.0	2.7	1.3	0.3	32.0	43.7	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	23.8	33.5	3.5	2.0		37.3		100.0
Papalote Museo del Niño	31.5	48.0	6.5	5.5	0.5	8.0		100.0
Total	24.6	33.7	3.7	1.6	0.1	31.1	5.2	100.0

II.12 Medio de transporte

Definitivamente el *Metro (tren ligero)* sobresalió como el medio de transporte preferido, más utilizado o más accesible para llegar a los museos pues cerca de la mitad de los visitantes lo mencionaron como respuesta, seguido a esta opción se encontró el uso del *Auto propio* con poco más de la cuarta parte de la muestra (25.4 %) y con menor porcentaje (14.9 y 14.3) se halló el uso de *Camión (RTP, ruta 100, trolebús)* y *Colectivo (metrobús)*.



Sin lugar a dudas la ubicación de los espacios es un factor importante para elegir o utilizar un determinado medio de transporte, así, resaltan los casos de los museos ubicados en el centro de la Ciudad de México (Museo del Estanquillo, Museo del Palacio de Bellas Artes, Museo del Templo Mayor, Museo Interactivo de Economía, Museo Nacional de Arte, Museo Nacional de las Culturas y

Museo Palacio Cultural Banamex) que se encuentran muy cerca de estaciones del *Metro (tren ligero)* y en los cuales la mención de su uso rebasó el 70 % de su público.

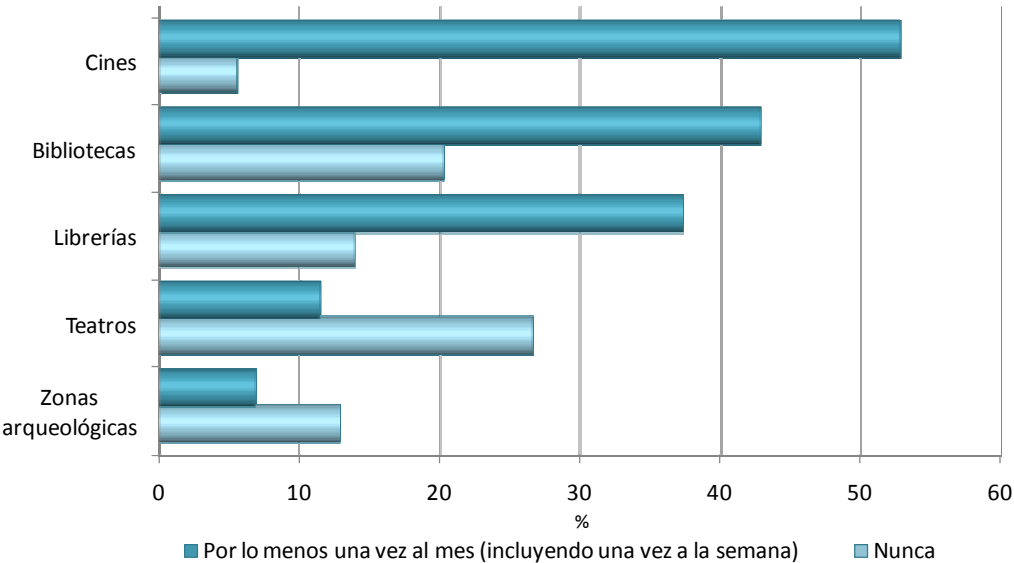
Sin embargo en el Trompo Mágico Museo Interactivo se reflejó un alto 75.8 % de asistentes que utilizaron el *Auto propio* para llegar al lugar al igual que en el Museo Regional de Puebla donde su uso alcanzó el 59 %, destaca también el 48 % de visitantes que afirmaron haber utilizado *Camión (RTP, ruta 100, trolebús)* para llegar al Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos.

Espacios	Camión (RTP, ruta 100, trolebús)					
	Metro (tren ligero)	Colectivo (metrobus)	Taxi	Auto propio	Otros (especifique)	
Museo de Arte Moderno	49.5	22.8	9.3	2.3	30.0	3.5
Museo del Estanquillo	73.3	17.3	10.0	0.8	11.0	3.8
Museo del Palacio de Bellas Artes	70.0	13.3	10.8	2.0	15.5	4.8
Museo del Templo Mayor	77.0	14.5	9.3	1.8	7.8	3.8
Trompo Mágico Museo Interactivo			19.5	3.0	75.8	1.8
Museo Interactivo de Economía	77.3	9.3	11.0	0.8	15.5	1.8
Museo Nacional de Antropología	53.0	27.8	13.8	6.5	19.8	6.3
Museo Nacional de Arte	74.3	11.0	11.0	0.8	11.0	4.8
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	51.0	16.0	17.3	1.0	28.0	1.8
Museo Nacional de las Culturas	78.0	12.0	6.0	1.0	8.3	4.8
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos		6.3	48.0	3.8	22.0	20.8
Museo Palacio Cultural Banamex	67.8	18.5	9.5	3.5	12.5	8.0
Museo Regional de Puebla		6.7	28.7	4.3	59.0	11.3
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	36.8	19.0	12.3	1.8	33.8	7.5
Papalote Museo del Niño	21.5	18.3	10.5	7.3	40.3	15.3
Total (Promedio)	49.4	14.3	14.9	2.7	25.4	6.6

III. Asistencia a otros recintos culturales

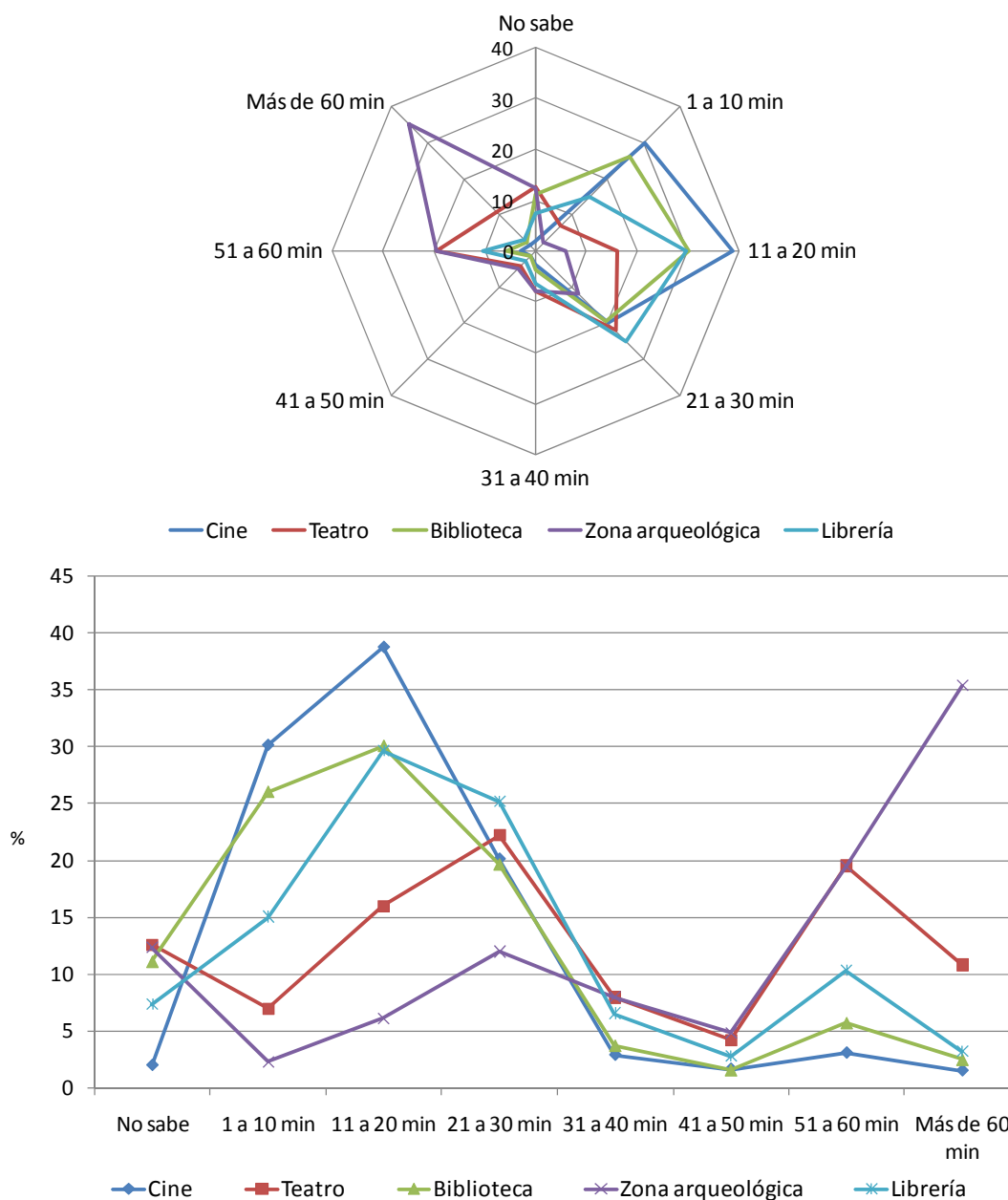
III.1 Frecuencia de visita a espacios culturales

En un aspecto global de asistencia a otros espacios culturales distintos a museos resalta que más de la mitad de la muestra (52.8 %) suele ir por lo menos una vez al mes (incluye a los que asisten por lo menos una vez a la semana) al *Cine*, 42.9 y 37.3 % a *Bibliotecas* y *Librerías* respectivamente y en menor medida a *Teatros* (11.5 %) y *Zonas arqueológicas* (6.9 %). Sin embargo resaltan grandes porcentajes que expresaron no visitar Nunca tanto *Teatros* (26.7%) como *Bibliotecas* (20.2 %), sin dejar de observarse las *Librerías* (13.9 %) y las *Zonas arqueológicas* (12.9 %).



III.2 Tiempo de traslado a espacios culturales

Dentro del tiempo de recorrido que los encuestados refirieron tardar en llegar a los diversos espacios culturales distintos a museos sobresale un 88.9% y un 86.7% que sostuvo llegar al *Cine* y a la *Biblioteca* respectivamente en un rango de 1 a 30 minutos, en ese mismo rango un 77.2 % exclamó llegar a la *Librería* y en menor porcentaje (57.6) al *Teatro*. Al parecer la no asistencia a algunos espacios culturales no obedece en todos los casos a la ubicación o distancia del lugar sino a aspectos de preferencia, costos, necesidades y conocimiento tanto de los espacios como de sus actividades y ofrecimientos.

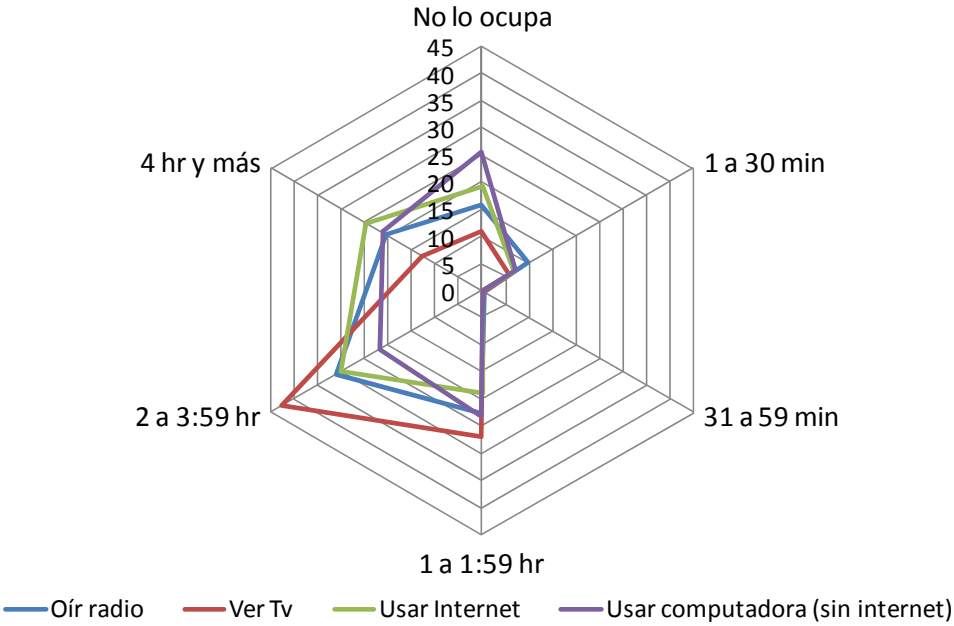


IV. Hábitos e importancia de uso de medios de comunicación

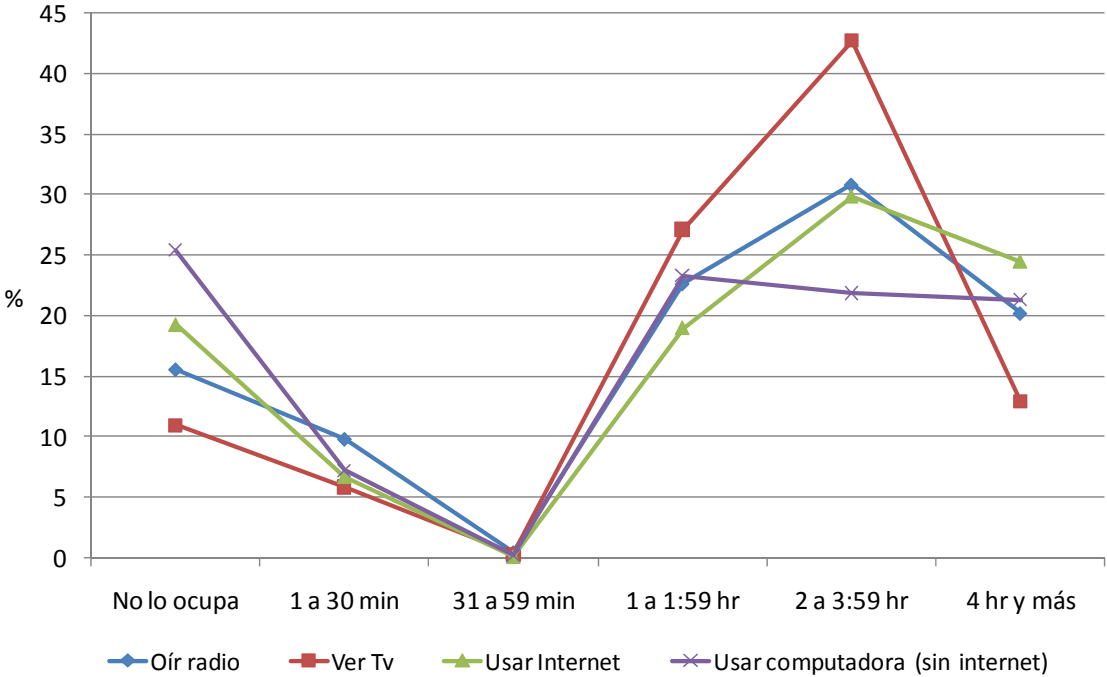
IV.1 Tiempo invertido

Otras de las cuestiones planteadas para el conocimiento de los encuestados fueron las dirigidas a sus hábitos o frecuencia de uso tanto de *Oír radio*, *Ver Tv*, *Usar internet* y *Usar computadora (sin internet)*, en este sentido se observa que más de la mitad de la muestra señaló *Oír radio* de entre 2 a más de 4

horas al día, mientras que el mismo tiempo pero utilizado para *Ver Tv* obtuvo un 55.6 % del total, no obstante el 15.6 y el 10.9 % afirmaron no *Oír radio* ni *Ver Tv* respectivamente.

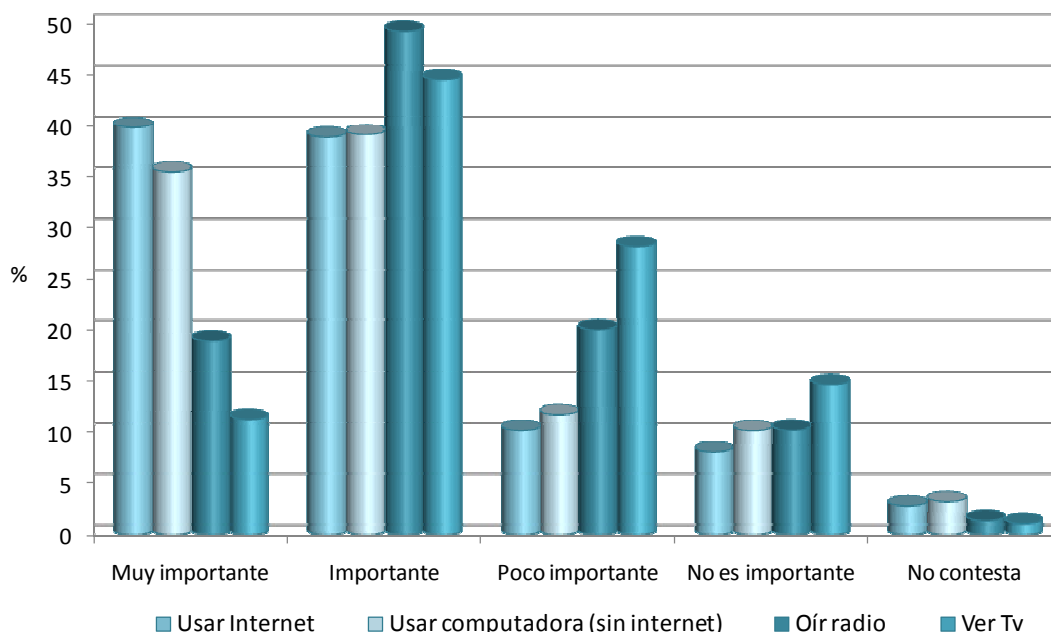


El caso de *Usar internet* también de entre 2 a más de 4 horas refleja un 54.3 % a la vez que en el mismo rango de tiempo el *Usar computadora (sin internet)* alcanzó el 43.1 % de la muestra, se encuentra destacable y notorio el que un 19.3 % declaró no *Usar internet* al igual que más de una cuarta parte de los encuestados afirmaron no *Usar computadora (sin internet)*. Es importante señalar que el uso o no de los mencionados medios puede obedecer en gran medida a cuestiones de tiempo y acceso aunque en gran medida también es determinado por razones de gusto, costumbres o rutina.



IV.2 Importancia

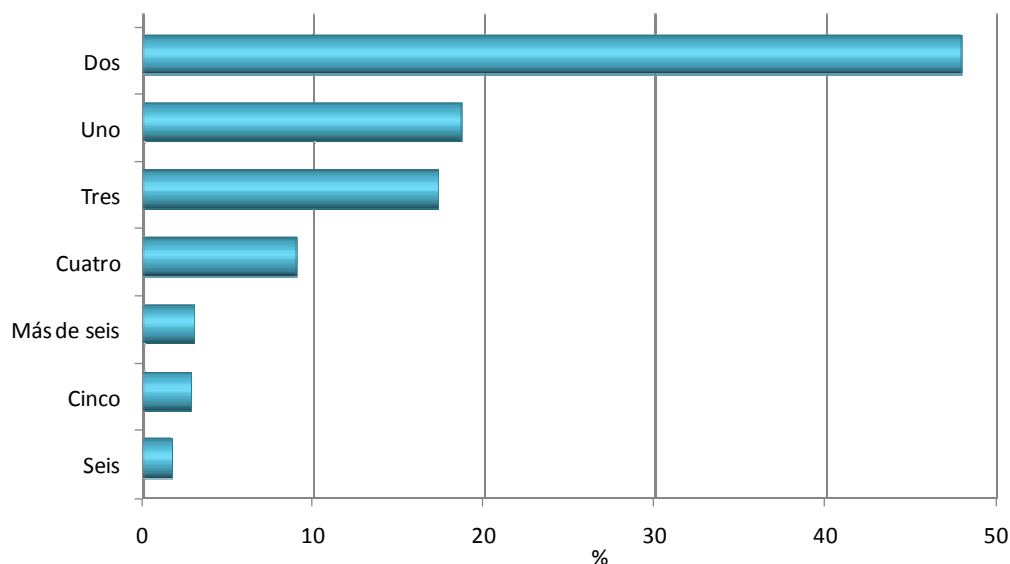
Los datos de tiempo invertido al día se encuentran innegablemente tomados de la mano con la importancia que representan para los encuestados; en este sentido destaca una oscilación de entre más y menos del 10 % en todos los casos que consideran que para ellos *No es importante* el uso de dichos medios, aunque también resaltan los altos porcentajes (en todos los casos) de respuestas que consideran el uso *Importante* y en el caso de Usar internet y Usar computadora (sin internet) el porcentaje que lo considera Muy importante alcanza un 39.9 y 35.5 % respectivamente.



V. Perfil sociodemográfico de los visitantes

V.1 Tamaño de grupo

De acuerdo a las observaciones y según los datos conseguidos a través de los encuestados el tamaño de los grupos con mayor recurrencia en los museos es de Dos personas con casi la mitad del total de la muestra (47.8 %), enseguida continúa asistir sin acompañantes o en grupo de Uno con 18.6 % y en grupo de Tres con 17.2 %. Destacan los grupos grandes por sus bajos porcentajes, entre ellos se encuentran los grupos de Cinco, Seis y Más de seis con 2.8, 1.6 y 2.9 % respectivamente.



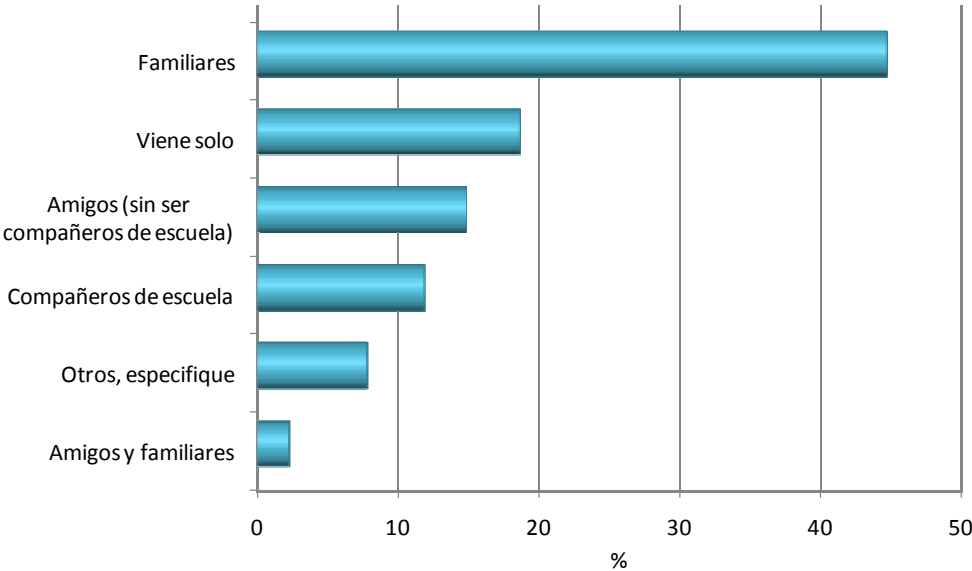
Si bien en la mayoría de los museos que forman parte del estudio se encuentra una actividad de visita homogénea cabe destacar algunos casos sobresalientes. El Trompo Mágico Museo Interactivo registró

un bajo porcentaje de público sin acompañantes (4.3%), mientras que sus visitantes en grupos de Dos, Tres y Cuatro alcanzaron gran parte de porcentaje de su público como lo muestra el cuadro. El Papalote Museo del Niño mostró un caso similar a diferencia de su alto 15% de grupos de visitantes de Más de seis personas. Es necesario mencionar que en recurrentes casos los grupos nutridos (más de seis personas) de escolares u otros difícilmente aceptaban responder la encuesta o definitivamente se negaban ya sea por razones de control o itinerario grupal.

Espacios	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Más de seis	Total
Museo de Arte Moderno	20.0	55.0	14.0	6.5	1.8	1.8	1.0	100.0
Museo del Estanquillo	23.5	53.5	14.3	6.8	1.3	0.8		100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	18.5	53.3	20.8	5.0	1.0	1.0	0.5	100.0
Museo del Templo Mayor	15.8	53.0	19.8	6.3	2.3	0.8	2.3	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	4.3	26.3	27.8	22.3	9.5	5.8	4.3	100.0
Museo Interactivo de Economía	20.8	56.0	9.5	6.5	2.3	0.8	4.3	100.0
Museo Nacional de Antropología	19.5	52.3	16.3	6.8	1.5	0.3	3.5	100.0
Museo Nacional de Arte	24.5	58.5	11.5	2.0	0.3	1.0	2.3	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	12.3	45.8	24.3	11.3	2.8	1.8	2.0	100.0
Museo Nacional de las Culturas	24.0	46.0	16.5	8.0	2.0	0.3	3.3	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	27.8	38.5	18.3	9.8	3.5	1.5	0.8	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	22.0	55.5	13.8	5.0	2.3	1.0	0.5	100.0
Museo Regional de Puebla	16.3	52.0	10.3	12.0	4.7	3.3	1.3	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	29.0	45.5	12.8	6.3	2.8	0.8	3.0	100.0
Papalote Museo del Niño	1.0	27.8	27.0	20.5	4.8	4.0	15.0	100.0
Total	18.6	47.8	17.2	8.9	2.8	1.6	2.9	100.0

V.2 Tipo de grupo

Asistir en compañía de *Familiares* resulto ser la forma más notable de visita a los museos con casi 50% del total de encuestados, llegar *Solo* también se mostró relevante con un 18.5 % mientras que acudir con *Amigos y familiares* obtuvo apenas un 2.2 de porcentaje.



Si bien en la mayoría de los museos se observa una gran cantidad de asistentes *Solos* o con *Familiares*, también se perciben porcentajes altos de asistencia con *Compañeros de escuela* y con *Amigos (sin ser compañeros de escuela)*, aunque en algunos casos como en el Trompo Mágico Museo

Interactivo resalta con un 13.3 % la visita acompañado de *Amigos y familiares* en conjunto. La composición de los grupos asistentes a los diversos museos puede obedecer (aunque no necesariamente) a públicos específicos, espacios históricos como el Museo Nacional de Antropología y el Museo Nacional de Historia de Chapultepec que pueden atraer o ser necesarios para estudiantes de todos los niveles y turistas tanto nacionales como internacionales, mientras que zonas lúdicas como el Papalote Museo del Niño y el Trompo Mágico Museo Interactivo pueden ser más atractivos para familias o grupos escolares primarios; de igual manera la ubicación, difusión y calidad de los espacios serán siempre características de las que dependerá en gran medida su aceptación.

Espacios	Amigos (sin ser compañeros de escuela)	Compañeros de escuela	Familiares	Amigos y familiares	Viene solo	Otros, especifique	Total
Museo de Arte Moderno	13.8	23.0	28.3	1.0	20.0	14.0	100.0
Museo del Estanquillo	19.8	7.3	41.5	0.8	23.5	7.3	100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	21.8	8.5	44.0	1.3	18.5	6.0	100.0
Museo del Templo Mayor	21.5	12.5	45.5	1.5	15.8	3.3	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	1.8	3.3	76.5	13.3	4.3	1.0	100.0
Museo Interactivo de Economía	23.8	19.5	26.5	0.5	20.8	9.0	100.0
Museo Nacional de Antropología	11.8	22.0	40.5	1.0	19.5	5.3	100.0
Museo Nacional de Arte	23.5	11.5	30.8	1.3	24.5	8.5	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	11.0	13.5	53.8	0.8	12.3	8.8	100.0
Museo Nacional de las Culturas	15.8	7.5	46.8	0.8	24.0	5.3	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	8.8	2.5	48.5	5.8	27.8	6.8	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	17.3	2.5	43.5	0.8	22.0	14.0	100.0
Museo Regional de Puebla	8.3	10.3	62.3	0.3	16.0	2.7	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	14.5	17.0	23.0	1.0	29.0	15.5	100.0
Papalote Museo del Niño	7.3	16.5	64.5	2.5	1.0	8.3	100.0
Total	14.8	11.8	44.8	2.2	18.6	7.8	100.0

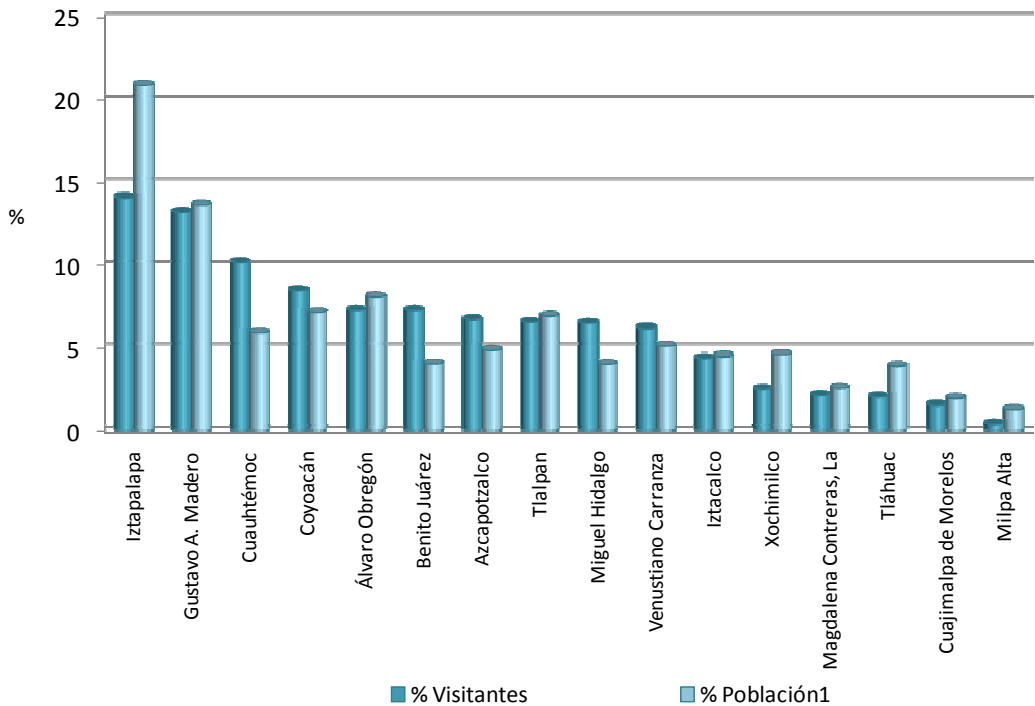
V.3 Procedencia

Con la intención y el objetivo de conocer el impacto y la zona de influencia de los museos se realizó una pregunta sobre el lugar de procedencia de los visitantes. En este sentido el Distrito Federal captó el 52.3% de los visitantes, en seguida se encuentran las entidades de México con 23.4%, Puebla con 10.4% y Jalisco con 7.1%. Los estados restantes muestran porcentajes del 0.6 (Morelos) hasta el 0 (Durango) como se muestra en el siguiente cuadro. Es importante tomar en cuenta la ubicación de los museos (en su mayoría ubicados en el Distrito Federal) pues en muchos casos puede constituir un factor decisivo para la frecuente, inusual o nula visita de los espacios.

Lugar de procedencia	%	Lugar de procedencia	%
Distrito Federal	52.3	Tamaulipas	0.2
México	23.4	Sinaloa	0.2
Puebla	10.4	Chihuahua	0.2
Jalisco	7.1	Zacatecas	0.2
Morelos	0.6	Aguascalientes	0.2
Tlaxcala	0.5	San Luis Potosí	0.2
Veracruz	0.5	Baja California Sur	0.1
Baja California	0.4	Chiapas	0.1
Guanajuato	0.4	Coahuila de Zaragoza	0.1
Michoacán de Ocampo	0.4	Nayarit	0.1
Querétaro de Arteaga	0.4	Colima	0.1
Nuevo León	0.4	Yucatán	0.1
Hidalgo	0.4	Campeche	0.1
Oaxaca	0.3	Tabasco	0.1
Guerrero	0.3	Sonora	0.1
Quintana Roo	0.2	Durango	0.0
Total	97.9	Total	2.1

V.3.1 Distrito Federal

Al desglosar el porcentaje de encuestados procedentes del Distrito Federal encontramos que las delegaciones con mayor asistencia fueron Iztapalapa (14.1%), Gustavo A. Madero (13.2%) y Cuauhtémoc (10.2%), aquellas con menor incidencia resultaron ser Cuajimalpa de Morelos (1.6%) y Milpa Alta (0.4%).



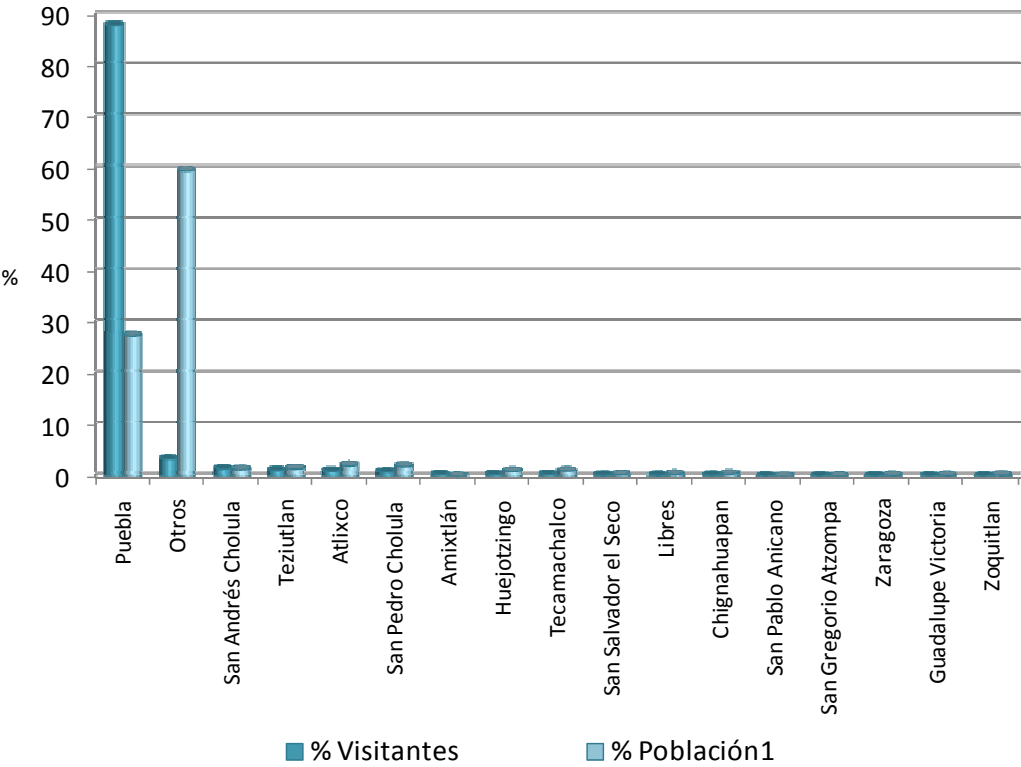
Por otra parte, se estableció un índice que consiste en el cociente [(1) / (2)] entre el porcentaje de visitantes [(1)] de las delegaciones o municipios respecto al porcentaje de la población [(2)] del Distrito Federal o (en consecuentes casos) los estados de Puebla y Jalisco. De acuerdo a este índice las delegaciones con mayor aportación fueron Benito Juárez (1.8), Cuauhtémoc (1.7), Miguel Hidalgo (1.6) y Azcapotzalco (1.4). Del mismo modo las de menor tasa en correspondencia a su población resultaron ser Tláhuac (0.5) y Milpa Alta (0.3).

Delegaciones	(1) % Visitantes	(2) % Población ¹	(1) / (2) Cociente
Iztapalapa	14.1	20.9	0.7
Gustavo A. Madero	13.2	13.7	1.0
Cuauhtémoc	10.2	6.0	1.7
Coyoacán	8.5	7.2	1.2
Álvaro Obregón	7.3	8.1	0.9
Benito Juárez	7.3	4.1	1.8
Azcapotzalco	6.7	4.9	1.4
Tlalpan	6.6	7.0	0.9
Miguel Hidalgo	6.5	4.1	1.6
Venustiano Carranza	6.2	5.1	1.2
Iztacalco	4.4	4.5	1.0
Xochimilco	2.6	4.6	0.6
Magdalena Contreras, La	2.2	2.6	0.8
Tláhuac	2.1	3.9	0.5
Cuajimalpa de Morelos	1.6	2.0	0.8
Milpa Alta	0.4	1.3	0.3
Total	100.0	100.0	1.0

¹ Cálculos propios con base al II Censo de Población y Vivienda 2005

V.3.2 Puebla

En este escenario, Puebla despegó al tener la mayor procedencia de sus encuestados en un 88.1% a la vez que San Andrés Cholula alcanzó el 1.3%. Los municipios de menor mención fueron San Salvador el Seco (0.3%), Chignahuapan (0.3%), San Gregorio Atzompa (0.2%) y Zaragoza (0.2%) entre otros como lo muestra la siguiente gráfica.



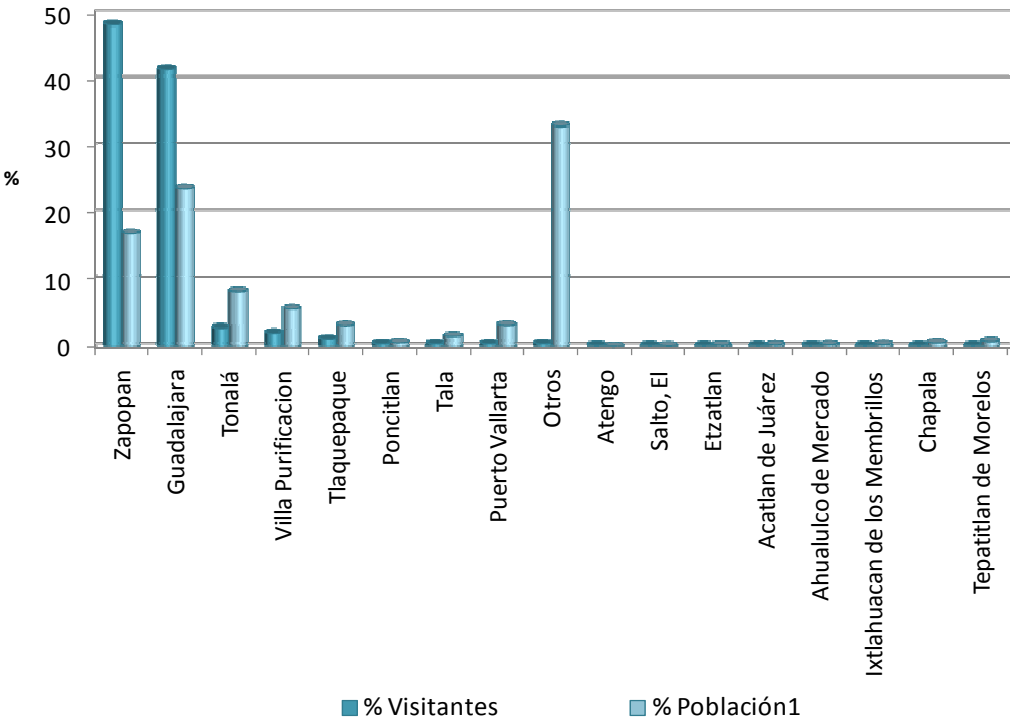
Si confrontamos el porcentaje de visitantes de cada municipio en relación a su población se puede notar que Amixtlán (5.2), Puebla (3.2) y San Pablo Anicano (2.7) son los de mayor aportación, de forma antagónica Huejotzingo (0.4) y Tecamachalco son los que observaron una menor participación.

Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población ¹	(1) / (2) Cociente
Puebla	88.1	27.6	3.2
Otros	3.6	59.9	0.1
San Andrés Cholula	1.6	1.5	1.1
Teziutlan	1.3	1.7	0.8
Atlixco	1.1	2.3	0.5
San Pedro Cholula	1.0	2.1	0.5
Amixtlán	0.5	0.1	5.2
Huejotzingo	0.5	1.1	0.4
Tecamachalco	0.5	1.2	0.4
San Salvador el Seco	0.3	0.5	0.7
Libres	0.3	0.5	0.6
Chignahuapan	0.3	0.6	0.6
San Pablo Anicano	0.2	0.1	2.7
San Gregorio Atzompa	0.2	0.1	1.2
Zaragoza	0.2	0.3	0.6
Guadalupe Victoria	0.2	0.3	0.6
Zoquitlan	0.2	0.3	0.5
Total	100.0	100.0	1.0

¹ Cálculos propios con base al II Censo de Población y Vivienda 2005

V.3.3 Jalisco

Dentro del contexto del estado de Jalisco se reveló que la mayor cantidad de asistentes provenían tanto de Zapopan (48.3%) como de Guadalajara (41.7%). Los municipios de Atengo, Etzatlan, Ahualulco de Mercado y Chapala fueron entre otros algunos de los lugares de procedencia de menor mención con 0.2 % cada uno.



Los municipios con la tasa más alta en relación a su población resultaron ser Atengo (3.3), Zapopan (2.8) y Guadalajara (1.8). En contraposición las tasas de asistencia más bajas correspondieron a Tonalá (0.3), Tala (0.3), Tepatitlan de Morelos (0.3) y Puerto Vallarta (0.1).

Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población ¹	(1) / (2) Cociente
Zapopan	48.3	17.1	2.8
Guadalajara	41.7	23.8	1.8
Tonalá	2.9	8.3	0.3
Villa Purificacion	2.1	5.8	0.4
Tlaquepaque	1.2	3.2	0.4
Poncitan	0.5	0.7	0.7
Tala	0.5	1.6	0.3
Puerto Vallarta	0.5	3.3	0.1
Otros	0.5	33.2	0.0
Atengo	0.2	0.1	3.3
Salto, El	0.2	0.2	1.5
Etzatlan	0.2	0.3	0.9
Acatlan de Juárez	0.2	0.3	0.8
Ahualulco de Mercado	0.2	0.3	0.7
Ixtlahuacan de los Membrillos	0.2	0.4	0.7
Chapala	0.2	0.6	0.4
Tepatitlan de Morelos	0.2	0.8	0.3
Total	100.0	100.0	1.0

¹ Cálculos propios con base al II Censo de Población y Vivienda 2005

Nota: para todos los casos solo se considera la procedencia del encuestado líder y no de cada uno de los visitantes incluidos en los grupos.

V.4 Pirámides de población visitantes *versus* residentes (Sexo y Edad)

Dentro de las características sondeadas entre los visitantes se encuentran la edad y el sexo, la forma aquí utilizada para describir simultáneamente ambos datos es por medio de las denominadas pirámides de población, dicha herramienta permite representar tanto datos estadísticos básicos como realizar comparaciones entre distintas muestras.

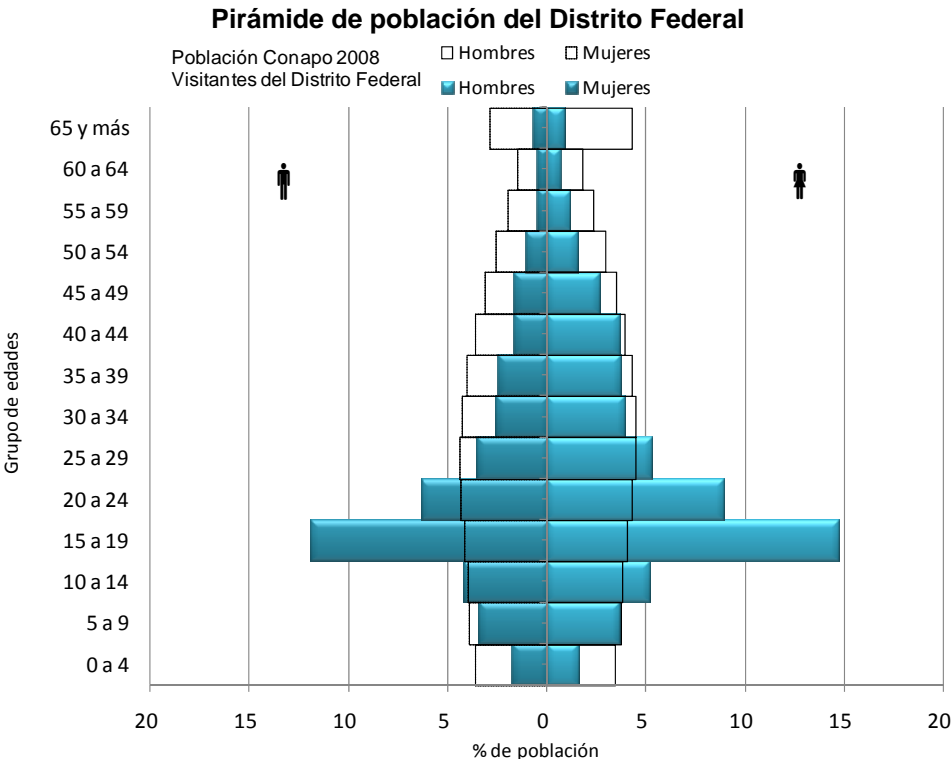
Se pueden observar dos gráficas, la que está de tono trasparente representa en porcentajes relativos a la población del Distrito Federal (Puebla y Guadalajara en casos posteriores), mientras que la que está de color se refiere a los visitantes encuestados en los museos. Las diferencias existentes entre ambas estructuras indican al público que no se está captando en los espacios o que de otra forma tiene una sobre demanda de asistencia. Al mismo tiempo, describen el equilibrio o desequilibrio entre sexos para los diferentes grupos de edad.

Los grupos de edad se encuentran determinados de manera quinquenal (a excepción de el último de 65 y más años de edad) y se representan en forma de barras horizontales que parten de un eje común (a la izquierda se ubican los visitantes masculinos y a la derecha los femeninos).

V.4.1 Distrito Federal

La pirámide muestra la aprobación de públicos de 10 a 14 años y el gran beneplácito de visitantes de 15 a 24, mientras que las edades de 25 a 29 observan un decaimiento en el caso de los hombres el cual no se da con las mujeres. Si bien a partir de la edad de 30 años se percibe de un ligero a un enorme adelgazamiento de la gráfica, esta situación es más notoria en el caso de los hombres. Por supuesto e indiscutiblemente se asoma la oportunidad de atraer a estos públicos poniendo especial énfasis (sin descuidar a los demás) en los públicos de 50 años y edades consecuentes.

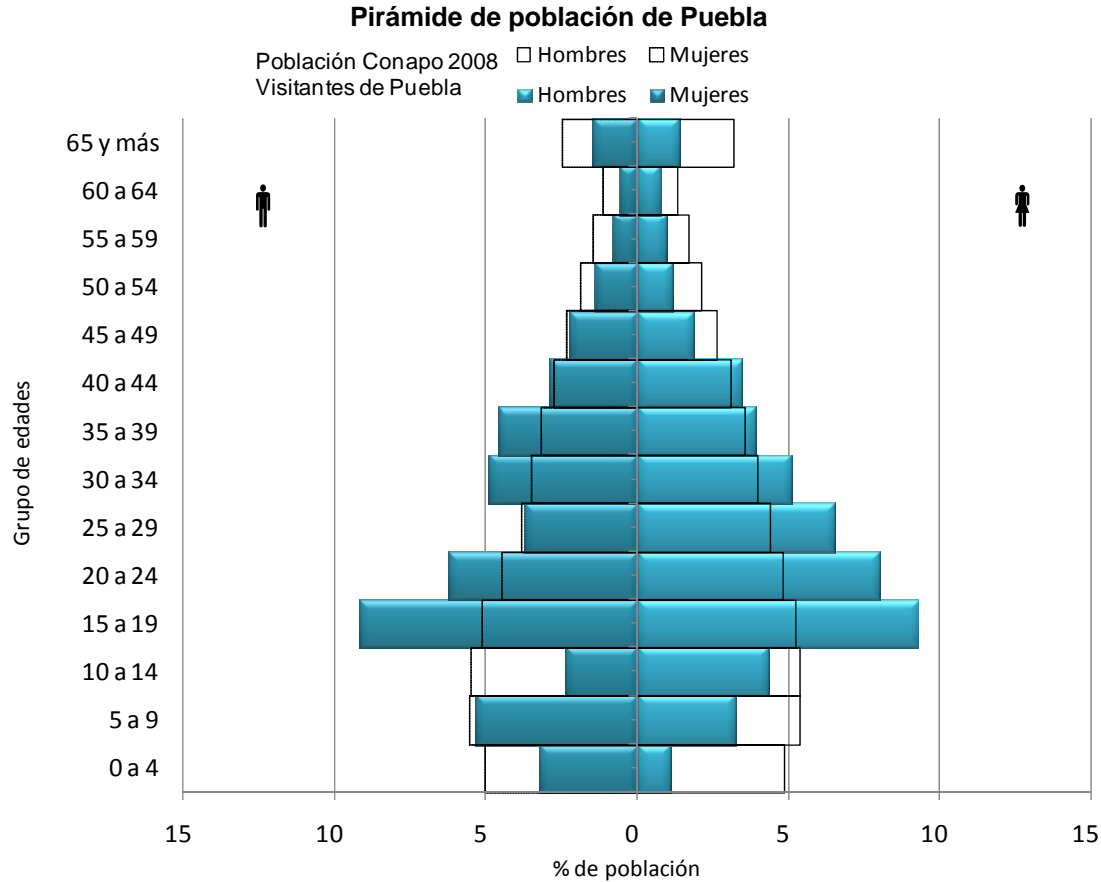
Difusión, exposiciones nuevas y recurrentes, actividades atractivas, remodelaciones, nuevas tecnologías, programas de mejora y accesibilidad, en fin acciones atrayentes y seductoras son las que podrían ayudar y favorecer a la afinidad tanto de los alejados como de los ya logrados públicos.



V.4.2 Puebla

Puebla manifestó casos significativos. El público masculino de 5 a 9 años es muy aceptable pero no así el femenino, dato que se invierte en los visitantes de 10 a 14. Los públicos de 15 a 44 años muestran una gran asistencia tanto en hombres como mujeres dato que sigue de 45 a 49 en los hombres pero que refleja un ligero decaimiento en el aspecto femenino, comportamiento que se repite en las edades siguientes y en ambos géneros.

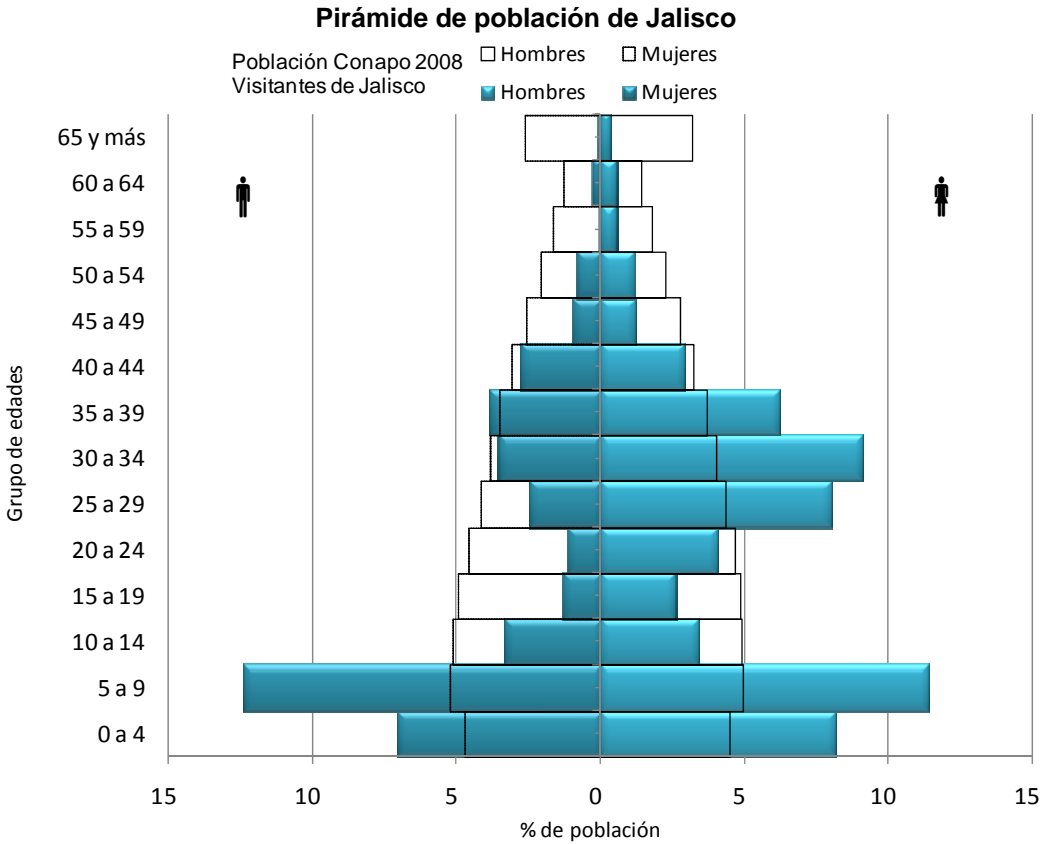
Definitivamente emerge el reto de atraer al público infantil, mantener al adolescente, joven y adulto y subrayar la atención en los grupos de edades a partir de 45 años enfatizando en especial en el público femenino.



V.4.3 Jalisco

Jalisco mostró un excelente patrón desde 0 a 9 años, sin embargo de 10 a 24 muestra bajas significativas en ambos sexos. El rango de 25 a 29 años refleja una baja en el aspecto masculino en relación al femenino que observa un excedente mayúsculo el cual se repite de 30 a 39 y en el que el público masculino se equipara a su población. De 40 a 44 años se nota una pequeña baja que en adelante se convierte en enorme con base en su población como lo muestra la gráfica.

De esta forma se establece que los públicos de 10 a 24 son un terreno fértil para posibles y potenciales visitantes al igual que las personas de 45 años en adelante que si bien no se sienten atraídos o interesados en demasía, si representan un campo de acción muy importante.



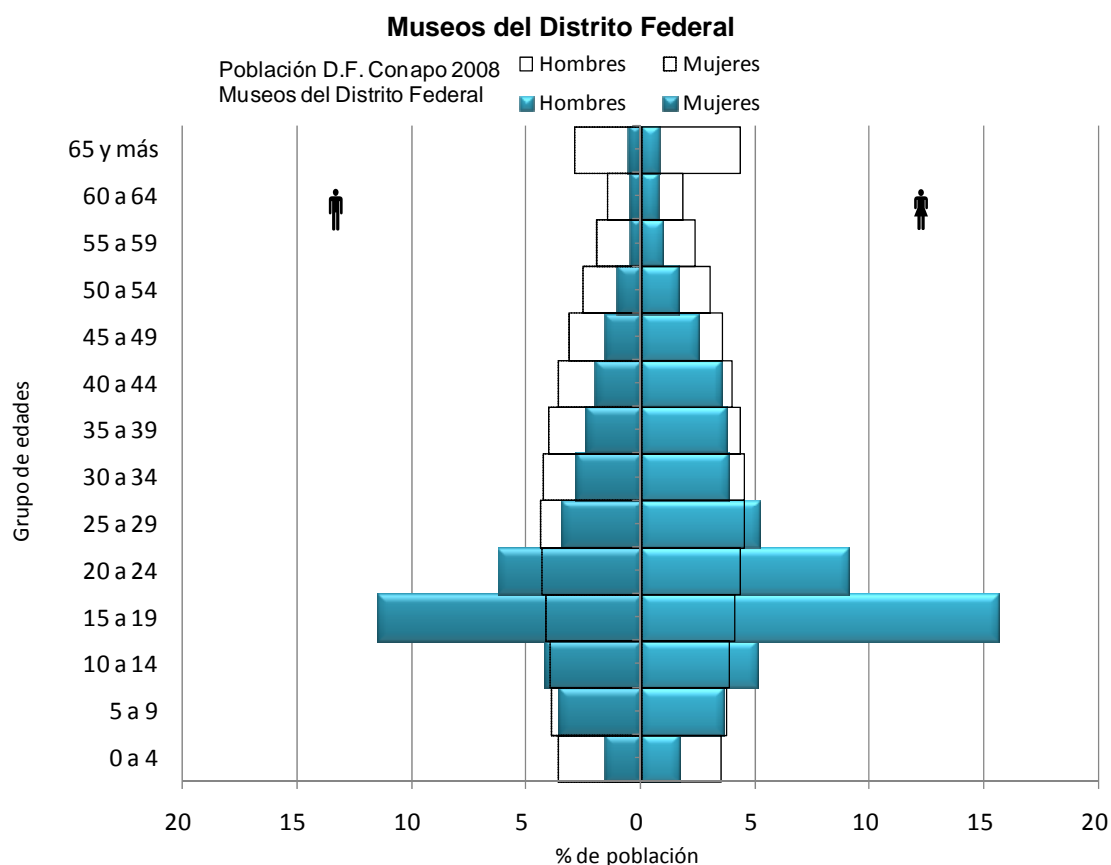
Nota: Se muestran visitantes residentes *versus* total de residentes de las unidades geográficas respectivamente.

V.5 Pirámides de población de visitantes de los museos (Sexo y Edad)

V.5.1 Distrito Federal

Dentro de este apartado encontramos que la asistencia a museos del Distrito Federal en relación a su población es bastante generosa entre los públicos de 10 a 24 años tanto en el caso femenino como masculino, hecho que se repite en mujeres de 25 a 29 pero que observa una ligera baja en los hombres. A partir de la edad de 30 años ambos sectores (masculino y femenino) muestran bajas crecientes conforme avanzan los lapsos de edades aunque de 30 a 54 años es más notable la menor asistencia de visitantes masculinos.

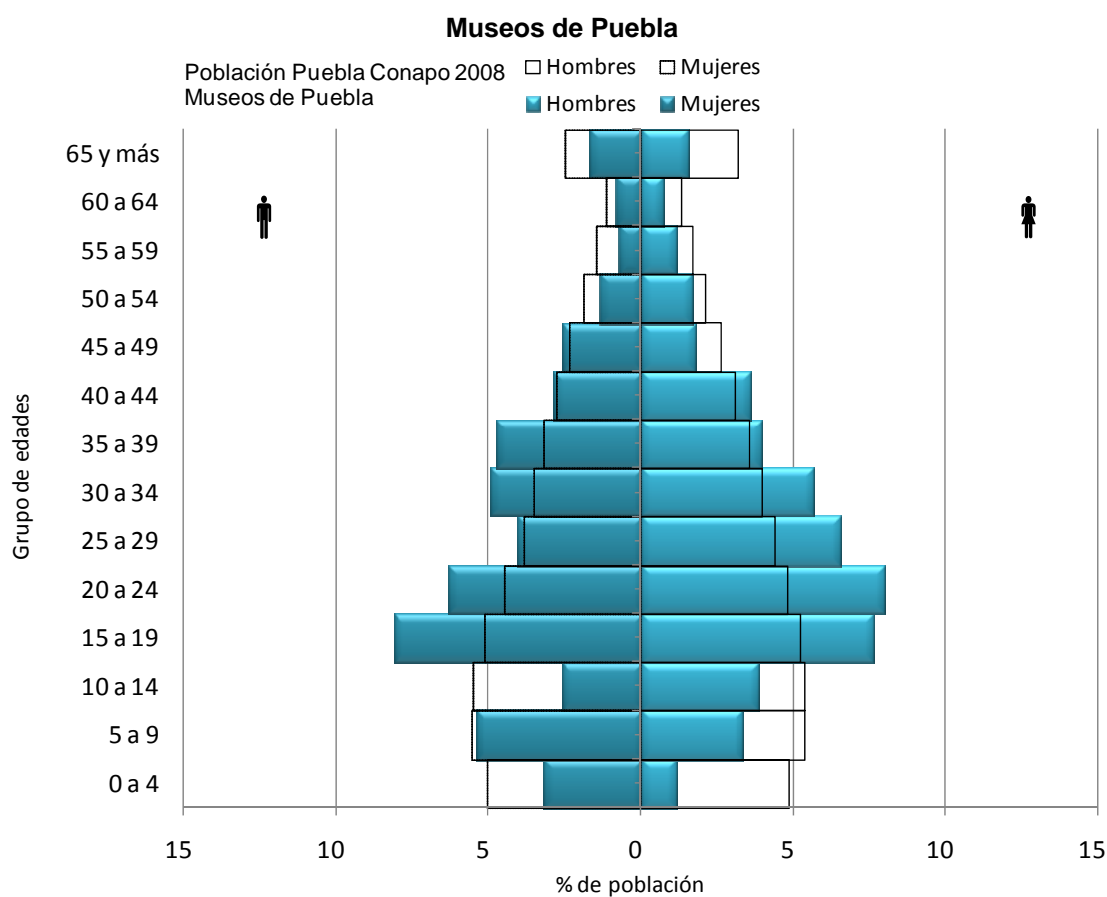
Definitivamente se debe atender y buscar la aceptación de adultos y adultos mayores de ambos géneros pues es bastante notoria su baja asistencia a los museos en proporción a su población contenida en el Distrito Federal.



V.5.2 Puebla

En los museos de Puebla el público masculino de 5 a 9 años mostró una buena asistencia la cual no se reflejó de igual manera en el aspecto femenino, en el caso de 10 a 14 los datos se invierten aunque no llegan a ser tan aceptables en relación a la población conocida. Los asistentes de 15 a 44 años reflejan una gran asistencia la cual en varios rangos de edades genera notables excedentes.

De esta forma es necesario indagar en las causas de la baja asistencia del público infantil tanto masculino como femenino al igual que de los grupos de adultos de 45 a 49 años en el caso femenino y a partir de los 50 en ambos géneros.

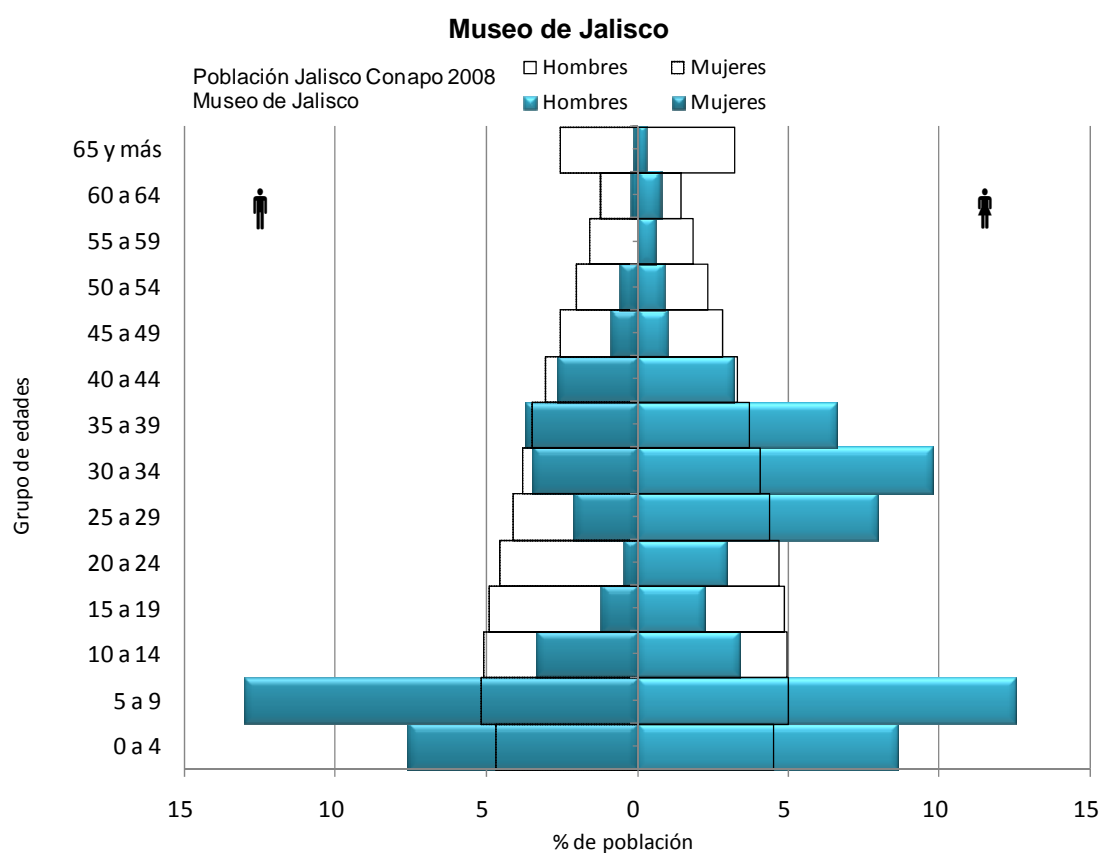


V.5.3 Jalisco

En el museo que forma parte de la muestra perteneciente al estado de Jalisco encontramos una extensa asistencia en los visitantes de 0 a 9 años, desafortunadamente se observa una baja considerable en los públicos de 10 a 24 años en ambos sexos aunque mayormente en el caso masculino en el que el rango de 20 a 24 es difícilmente perceptible.

En el rango de 25 a 29 la asistencia de hombres sólo abarca a la mitad de su población mientras que la visita femenina mostró excedentes al igual que de 30 a 39 años, en el aspecto masculino la asistencia se observa aceptable. Aquí, los públicos de 45 años en adelante de ambos géneros muestran bajas considerables de asistencia en relación a su población en la que los hombres de 60 años y más observan una participación muy baja y en la que el rango de 55 a 59 es prácticamente nulo.

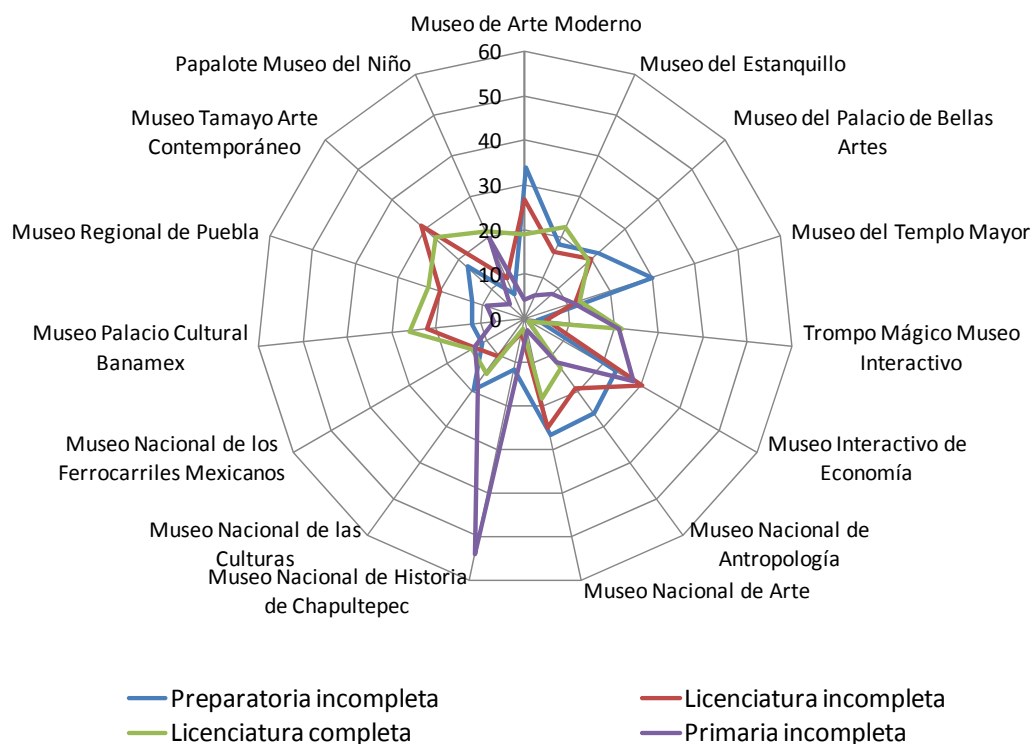
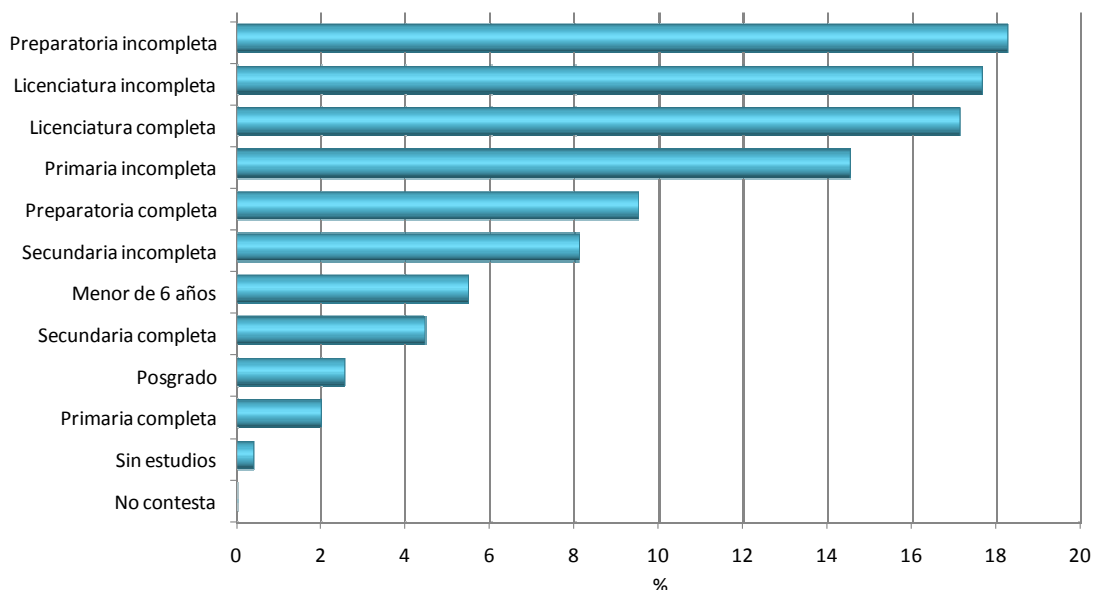
De esta manera surge el reto de atraer tanto a públicos de 10 a 24 años de ambos sexos, adultos masculinos de 25 a 29 y adultos de 45 años en adelante tanto masculinos como femeninos.



Nota: En los casos anteriores se tomó en cuenta los datos de los encuestados dándole peso a la ubicación de los museos y no a la procedencia de sus visitantes.

V.6 Escolaridad

La escolaridad de los visitantes es otra característica y elemento incluido en la investigación. Según la información levantada en el total de museos la *Preparatoria incompleta* fue el grado de estudios con mayor incidencia con 18.3 % seguido muy de cerca por *Licenciatura incompleta* y *Licenciatura completa* con 17.7 y 17.1 %, *Primaria incompleta* también obtuvo un marcado 14.5 %. Los grados de estudio con menor mención fueron *Primaria completa* y *Posgrado* con 2 y 2.5 %, *Sin estudios* se presentó con 0.4 %.



En los aspectos individuales sobresale el Museo Nacional de Historia de Chapultepec donde 53.8 % declaró tener como grado máximo de estudios la *Primaria incompleta* a la vez que sólo el 0.3 % manifestó contar con *Posgrado*. Trompo Mágico Museo Interactivo de Guadalajara y el Papalote Museo del Niño se asimilan en sus porcentajes más altos con 21.9 y 21.4 en *Licenciatura completa*, 22.3% y 19.7% con Menores de 6 años y con 21.1% y 19.5% con *Primaria incompleta* respectivamente.

El Museo Tamayo Arte Contemporáneo resultó ser el espacio con mayor cantidad de visitantes de los grados de estudios más altos con 31.3 % de *Licenciatura incompleta*, 27.2 % de *Licenciatura completa* y 4 % de *Posgrado*, seguido por el Museo Palacio Cultural Banamex, el Museo de Arte Moderno y el Museo Nacional de Arte.

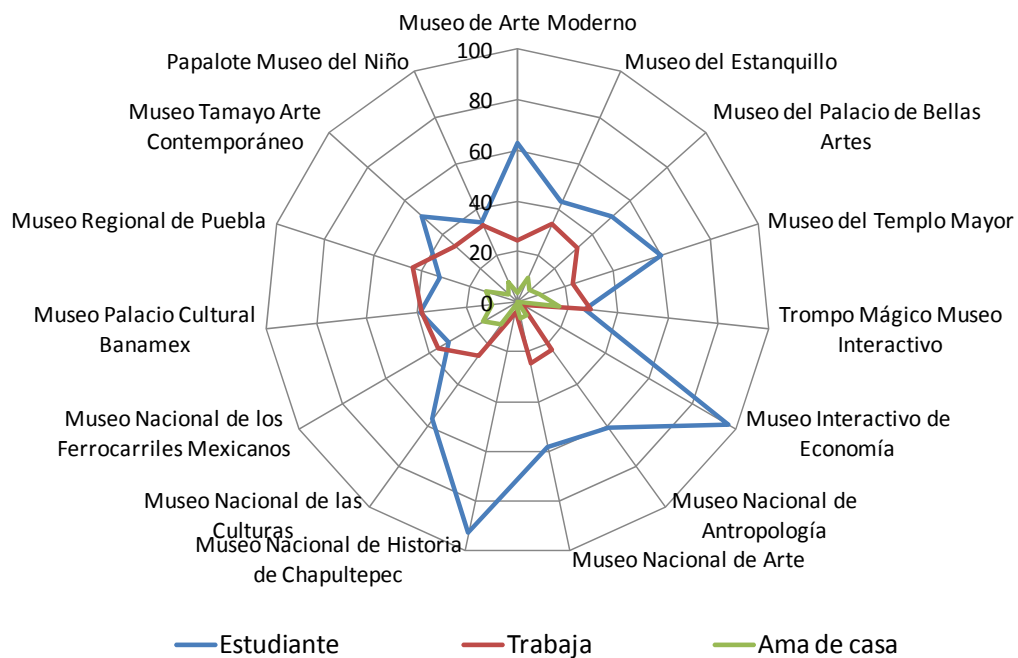
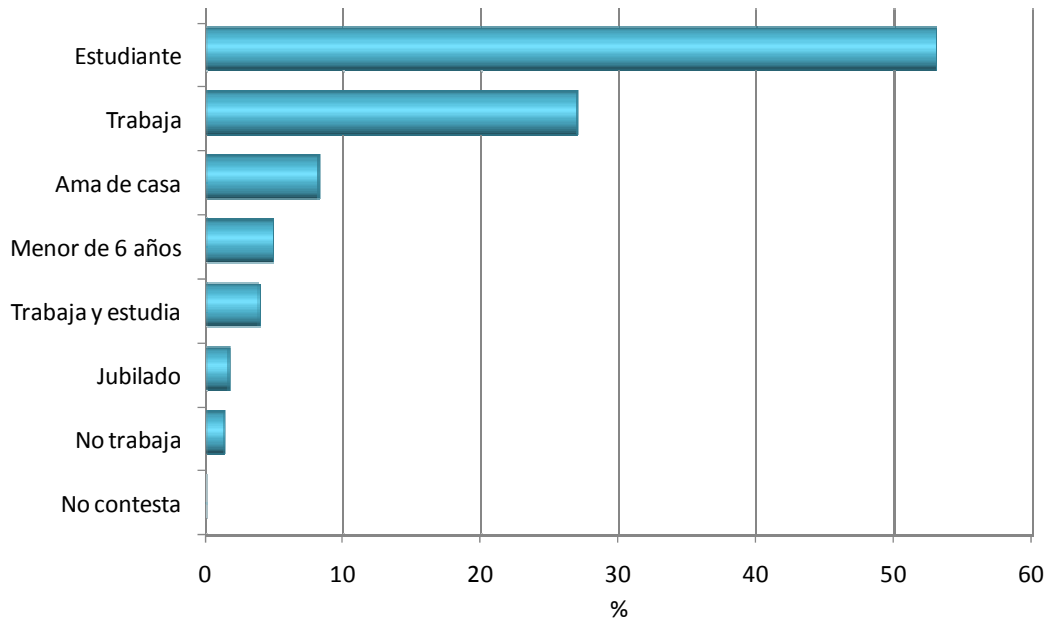
Conviene acentuar que en gran medida la asistencia a diversos museos depende de su temática y del público determinado o específico al que se encuentra dirigido.

Espacios	Sin estudios	Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Preparatoria incompleta	Preparatoria completa	Licenciatura incompleta	Licenciatura completa	Posgrado	Menor de 6 años	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	0.0	4.3	0.3	4.6	1.5	33.9	4.8	26.8	18.7	4.8	0.3	0.0	100.0
Museo del Estanquillo	0.0	5.7	3.4	7.8	7.7	18.2	13.5	16.2	22.4	3.7	1.3	0.0	100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	0.1	8.0	2.0	10.3	1.8	22.1	9.0	20.0	19.2	3.8	3.5	0.0	100.0
Museo del Templo Mayor	0.2	11.3	2.4	13.2	4.8	29.9	9.8	11.9	13.0	0.7	2.9	0.0	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	2.8	21.1	1.9	3.3	4.2	2.8	12.5	4.7	21.9	2.5	22.3	0.0	100.0
Museo Interactivo de Economía	0.0	28.1	0.0	16.0	0.1	23.2	0.5	30.4	1.1	0.2	0.4	0.0	100.0
Museo Nacional de Antropología	0.2	12.1	1.5	7.5	4.7	26.3	9.0	19.4	13.6	3.4	2.3	0.0	100.0
Museo Nacional de Arte	0.4	2.8	1.1	10.6	2.9	26.6	7.4	25.2	18.2	3.1	1.7	0.0	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	0.1	53.8	0.2	15.7	0.9	11.6	1.6	3.5	2.3	0.3	9.9	0.0	100.0
Museo Nacional de las Culturas	0.0	17.7	1.9	13.6	5.6	19.8	13.2	10.4	15.0	1.0	1.9	0.0	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	0.9	12.7	7.8	4.8	12.5	11.2	12.4	13.1	13.6	2.1	8.8	0.0	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	0.1	7.1	1.5	4.0	5.5	11.9	16.3	21.9	26.1	3.0	2.5	0.0	100.0
Museo Regional de Puebla	0.4	9.2	3.1	4.1	8.8	12.6	13.4	19.9	23.0	2.7	2.8	0.1	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	0.1	4.7	0.8	3.1	2.3	17.4	7.4	31.3	27.2	4.0	1.7	0.0	100.0
Papalote Museo del Niño	0.5	19.5	1.7	3.0	3.4	6.0	11.8	10.1	21.4	2.9	19.7	0.0	100.0
Total	0.4	14.5	2.0	8.1	4.4	18.3	9.5	17.7	17.1	2.5	5.5	0.0	100.0

Nota: En el Museo Interactivo de Economía y Museo Nacional de Historia de Chapultepec donde se captaron grupos escolares se pudo observar que la entidad que obtuvo más visitantes de dichos grupos fue, el Distrito Federal con un 41% y 45%, seguido de México con un 38.3% y 42.5% respectivamente. Otras entidades que tuvieron en común fueron; Hidalgo (4.8% y 1.7%), Morelos (4.3% y 1.7%), Puebla (4.2% y 3.4%), San Luis Potosí (2.1% y 0.1%), Oaxaca (0.9% y 0.6%) y Tlaxcala (0.5% y 0.6%).

V.7 Ocupación

Correspondiente a los informes registrados se observó que el 53 % de los visitantes encuestados declararon ser *Estudiantes*, dato seguido por un 27 % que aseguró *Trabaja*. Las opciones con porcentajes menos recurrentes fueron *Jubilado* y *No trabaja* con 1.7 y 1.4 respectivos. Resulta quizá lógico el hecho de que los estudiantes sean los asistentes más asiduos a los museos por razones naturales a su ocupación por lo que se considera necesaria una difusión más amplia en dirección de la búsqueda y formación de otros públicos y a la reafirmación de los ya logrados.



De la misma manera encontramos que las ocupaciones de *Estudiante* y *Trabaja* son las de mayor mención por parte de los visitantes en todos los museos aunque destaca la ocupación de *Estudiante* en el Museo Interactivo de Economía y en el Museo Nacional de Historia de Chapultepec con un 96.3 y 92.8 % respectivamente.

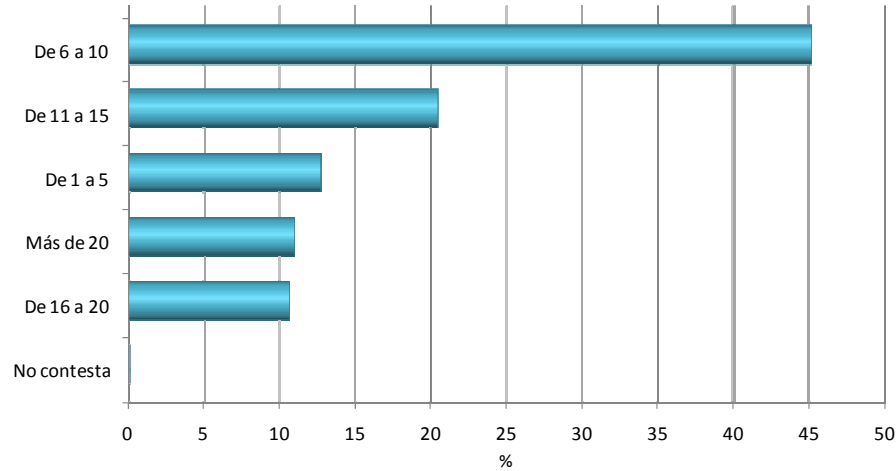
En este sentido las *Amas de casa* resultaron ser un público importante en el Trompo Mágico Museo Interactivo (16.6 %), en el Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos (15.3 %), en el Museo Regional de Puebla (12.5 %), en el Museo Nacional de las Culturas (10.9 %) y en el Museo del estanquillo (10.3 %). También, como era de esperarse, los Menores de 6 años son asistentes significativos para el Trompo Mágico Museo Interactivo con 22.3 % y para el Papalote Museo del Niño con 19.7 %.

En el caso de los *Jubilados* en el Museo del Estanquillo fueron un 4.6 % de sus visitantes (mismo porcentaje para su público que Trabaja y estudia), en el Museo Palacio Cultural Banamex y el Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos los porcentajes obtenidos fueron de 3.9 y 3.5 respectivamente mientras que en el Museo Nacional de Arte alcanzó un 2.3 %.

Espacios	Trabaja	Trabaja y estudia	No trabaja	Amas de casa	Estudiante	Jubilado	Menor de 6 años	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	24.1	6.5	1.8	3.6	62.7	1.0	0.3	0.0	100.0
Museo del Estanquillo	33.6	4.6	2.3	10.3	43.2	4.6	1.3	0.0	100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	31.5	5.0	1.4	6.7	50.1	1.9	3.5	0.0	100.0
Museo del Templo Mayor	23.2	3.3	0.7	9.2	59.8	0.9	2.9	0.0	100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	29.1	0.9	3.4	16.6	27.1	0.4	22.3	0.1	100.0
Museo Interactivo de Economía	1.9	1.0	0.0	0.5	96.3	0.0	0.2	0.0	100.0
Museo Nacional de Antropología	23.4	4.4	0.9	6.3	61.5	1.3	2.3	0.0	100.0
Museo Nacional de Arte	24.5	4.6	1.5	6.8	58.5	2.3	1.7	0.0	100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	4.1	0.7	0.1	1.4	92.8	0.1	0.8	0.0	100.0
Museo Nacional de las Culturas	25.9	2.5	0.5	10.9	56.7	1.5	1.9	0.0	100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	36.4	2.8	1.9	15.3	31.3	3.5	8.8	0.1	100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	37.7	5.5	2.5	9.8	38.3	3.9	2.5	0.0	100.0
Museo Regional de Puebla	43.4	6.6	0.9	12.5	31.9	1.9	2.8	0.0	100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	33.1	6.4	2.4	4.2	50.8	1.4	1.7	0.0	100.0
Papalote Museo del Niño	33.1	2.9	0.7	8.5	34.4	0.8	19.7	0.0	100.0
Total	27.0	3.9	1.4	8.2	53.0	1.7	4.8	0.0	100.0

V.8 Número de focos

El nivel socioeconómico de los visitantes es otro de los factores requeridos en este estudio, para este fin y con el propósito de no incomodar o perturbar al encuestado con preguntas directas sobre sus ingresos se utilizó como medidor indirecto el número de focos existentes en su lugar de residencia. De esta forma se encontró que la mayor incidencia en cuanto a la posesión de focos en los hogares de los públicos se ubicó en el rango de 6 a 10 con el 45.2 % seguido por la categoría de 11 a 15 con 20.5 %, 1 a 5, 16 a 20 y Más de 20 alcanzaron porcentajes similares de 12.7, 10.6 y 11 respectivamente.



Los datos arrojados por cada museo demuestran que en la mayoría de ellos los asistentes refirieron tener de 6 a 10 focos en su hogar, sin embargo se puede observar frecuencia de altos porcentajes en los casos de 11 a 15 y de 16 a 20 focos como lo muestra el cuadro. En cuanto a la mención de Más de 20 focos sobresale el Trompo Mágico Museo Interactivo (23.3 %), el Museo de Arte Moderno (21 %) y en menor medida el Museo Nacional de Arte (15 %), el Museo Tamayo Arte Contemporáneo (14 %) y el Papalote Museo del Niño (13.5 %).

El Museo del Templo Mayor y el Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos se distinguen por tener como la segunda opción más mencionada por su público la de 1 a 5 focos con 20 % en ambos casos al igual que las menores menciones de Más de 20 focos con 4.3 y 4.5 % respectivamente.

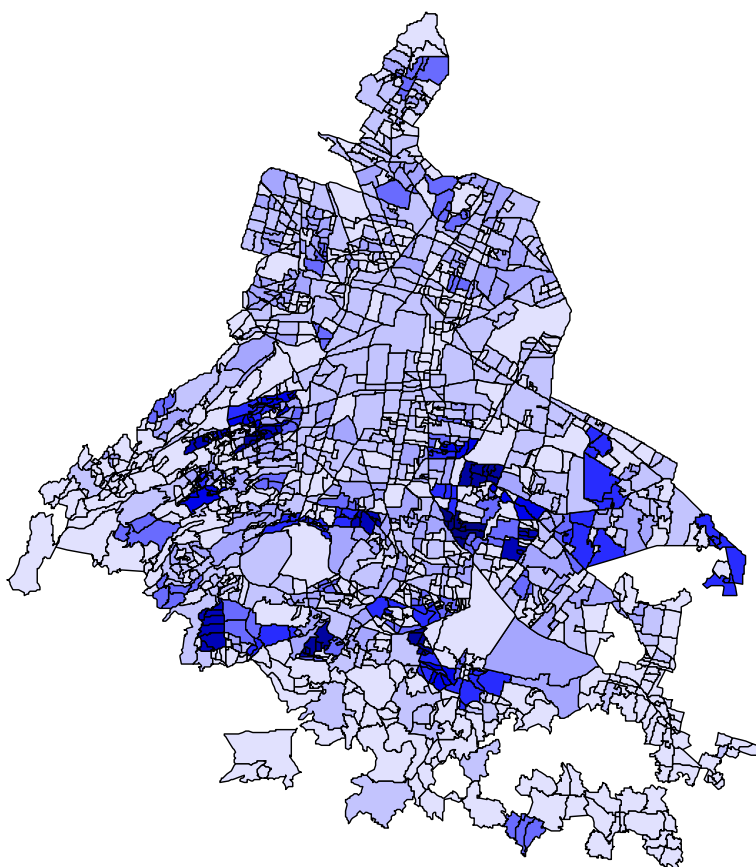
Espacios	De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	Más de 20	No contesta	Total
Museo de Arte Moderno	6.3	40.3	18.8	13.8	21.0		100.0
Museo del Estanquillo	13.0	48.5	22.8	8.5	7.3		100.0
Museo del Palacio de Bellas Artes	10.8	49.5	22.8	9.5	7.5		100.0
Museo del Templo Mayor	20.0	49.0	18.5	8.3	4.3		100.0
Trompo Mágico Museo Interactivo	4.5	29.5	22.5	19.8	23.3	0.5	100.0
Museo Interactivo de Economía	11.5	45.0	20.3	12.0	11.3		100.0
Museo Nacional de Antropología	14.3	44.8	21.3	9.0	10.5	0.3	100.0
Museo Nacional de Arte	11.3	42.5	18.8	12.5	15.0		100.0
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	16.0	43.5	20.8	12.3	7.5		100.0
Museo Nacional de las Culturas	17.0	48.3	18.0	10.0	6.8		100.0
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	20.0	52.0	17.3	6.3	4.5		100.0
Museo Palacio Cultural Banamex	10.3	51.5	19.0	8.0	11.3		100.0
Museo Regional de Puebla	15.3	44.3	24.3	9.7	6.3		100.0
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	9.0	42.8	23.3	11.0	14.0		100.0
Papalote Museo del Niño	12.5	45.8	19.8	8.5	13.5		100.0
Total	12.7	45.2	20.5	10.6	11.0	0.1	100.0

V.9 Otra manera de ver la procedencia

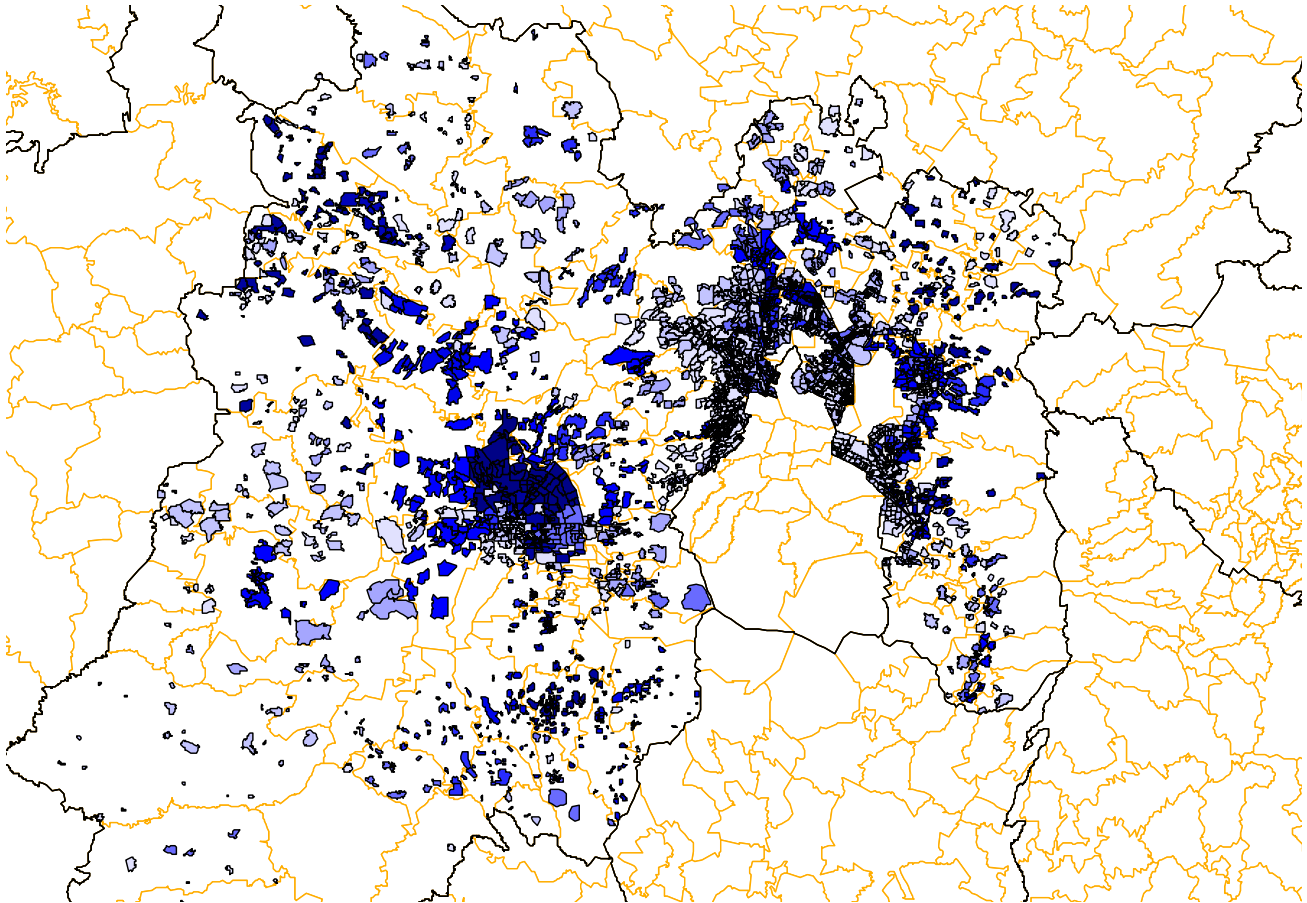
Desde un punto de vista geográfico es importante conocer con mayor profundidad la procedencia de los visitantes de los museos encuestados. Esta descripción se podría realizar desde distintas unidades: localidades, colonias, barrios, distritos, ayuntamientos, etcétera. Sin embargo, esto es susceptible a generar errores derivados por el desconocimiento por parte de los encuestados o porque los mismos no deseen proporcionar datos que les impliquen desde su perspectiva, cierta *vulnerabilidad*. Sin duda, la más precisa es la dirección del domicilio de los visitantes, pero esa información es sumamente difícil de obtener de manera fácil y confiable en la actualidad. Ante ello, en la encuesta se optó por indagar el código postal de residencia y verificar su consistencia con base en la información pública de SEPOMEX.

Los mapas que a continuación se muestran se utilizan por primera vez para una encuesta que considere simultáneamente a museos del INAH, INBA y privados. Así pues, se presentan mapas de intensidad de los visitantes a los museos encuestados que son residentes en el Distrito Federal, Estado de México, Puebla y Jalisco respectivamente. La intención principal de los mapas es ilustrar en términos cualitativos la procedencia de los visitantes y en general, la mayor intensidad de color representa una mayor afluencia de visitantes encuestados provenientes de tal unidad geográfica. En términos cuantitativos se puede consultar la base de datos anexa.

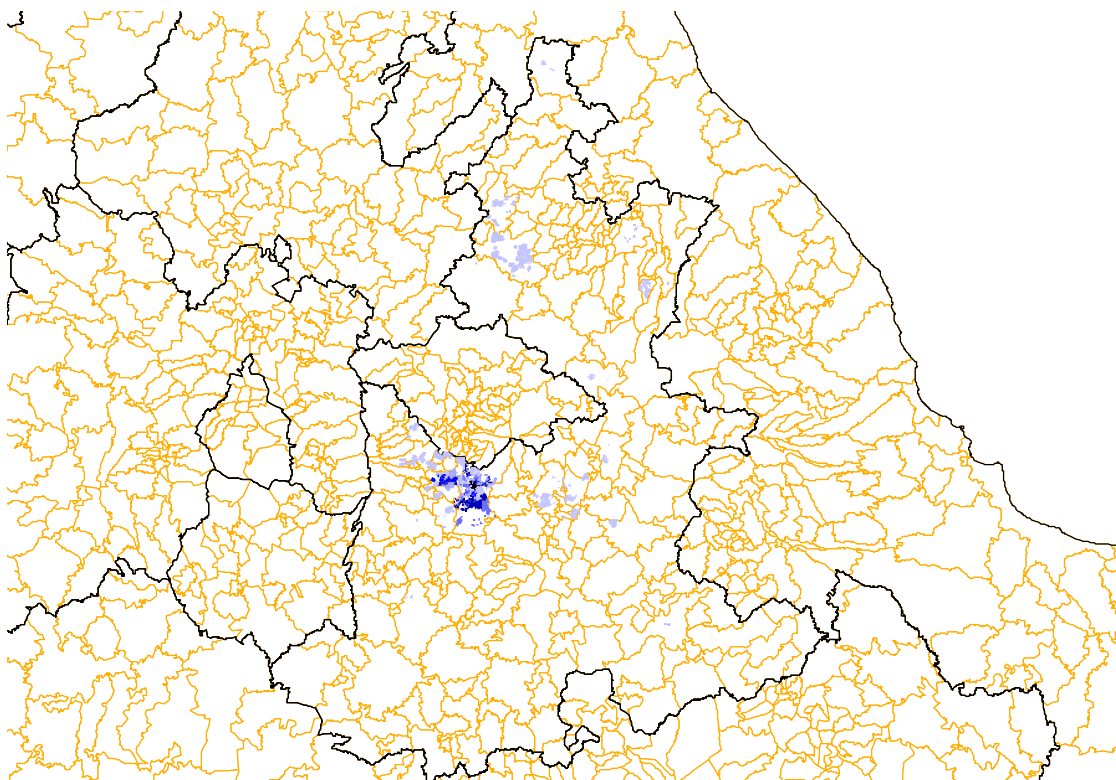
Para el caso del Distrito Federal destacan los códigos postales ubicados en las delegaciones Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Álvaro Obregón, Benito Juárez y Coyoacán. Se puede apreciar del gráfico unas regiones de mayor aporte de afluencia que rodean a las delegaciones que tienen en su interior a los museos encuestados. Esto pone de manifiesto que la distancia no es una causa-efecto directa de la afluencia a los museos.



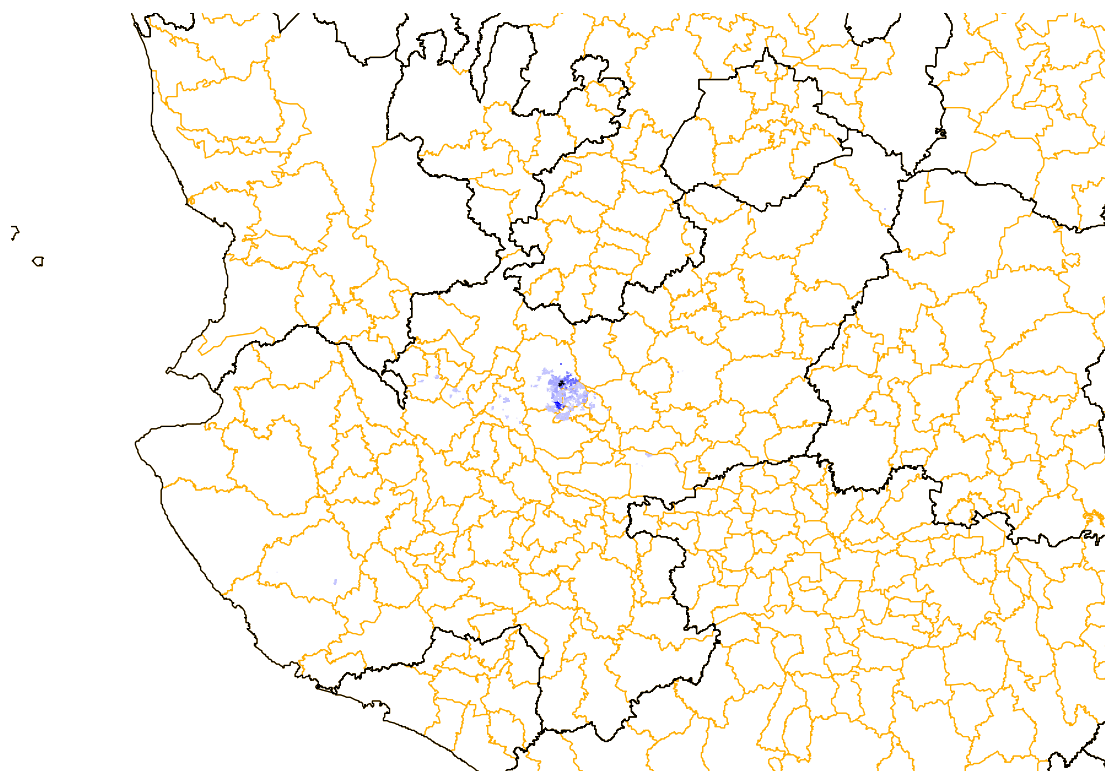
Para el caso del Estado de México se tiene un efecto que llama la atención. Por un lado los códigos postales de los municipios conurbados de la zona metropolitana (que rodean al Distrito Federal) y por otro a los que guardan relativa cercanía con la capital Toluca. En términos generales hay gran atracción de públicos ubicados a lo largo y ancho de todo el Estado de México.



Tanto para el estado de Puebla como para Jalisco hubo una cantidad mínima de museos a diferencia del Distrito Federal (y su impacto en el Estado de México). Para el caso de Puebla hay una muy alta concentración en la zona metropolitana de la capital del estado (considerando Cholula, Teziutlan y Atlixco), así como algunos contingentes del norte, este y noroeste. Aunque solo se realizó la encuesta en dos museos del estado parece una excelente oportunidad para extender su impacto en el resto del mismo.



Para el estado de Jalisco, al igual que para el estado de Puebla, la concentración se da básicamente en Zapopan y Guadalajara. Similarmente a Puebla, existe la oportunidad de buscar generar otros públicos en el interior del estado y promover así la afluencia de habitantes de al menos los municipios más cercanos. .



V.10 Contraste descriptivo de perfil de públicos

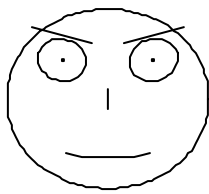
Por medio de diversas estadísticas de los hábitos culturales y características sociodemográficas de los visitantes encuestados, se obtiene la siguiente tabla cuya lectura no necesariamente resulta fácil para entender de manera integral la identificación del perfil de públicos de los museos. En el siguiente cuadro se excluyen a los grupos escolares.

Espacios	Oír radio	Ver TV	Internet	PC	% de mujeres	Edad media	% de visitantes con escolaridad mayor a secundaria	% de estudiantes
Museo de Arte Moderno	119	100	184	156	55.1	24.2	89.0	62.7
Museo del Estanquillo	144	112	131	116	59.6	30.5	74.1	43.2
Museo del Palacio de Bellas Artes	119	106	140	145	57.5	25.6	74.2	50.1
Museo del Templo Mayor	134	122	110	88	57.1	22.8	65.2	59.8
Trompo Mágico Museo Interactivo	104	137	144	152	60.6	20.4	44.3	27.1
Museo Interactivo de Economía	123	112	168	129	53.8	22.0	87.6	70.4
Museo Nacional de Antropología	142	112	140	131	60.1	22.8	71.7	61.5
Museo Nacional de Arte	111	112	140	107	61.2	25.8	80.5	58.5
Museo Nacional de Historia de Chapultepec	127	116	138	122	57.2	23.4	63.3	49.2
Museo Nacional de las Culturas	139	126	120	102	58.2	24.0	59.4	56.7
Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos	190	158	109	116	49.1	27.2	52.4	31.3
Museo Palacio Cultural Banamex	142	105	150	153	63.2	29.3	79.3	38.3
Museo Regional de Puebla	112	117	128	96	52.9	27.7	71.6	31.9
Museo Tamayo Arte Contemporáneo	115	96	183	158	55.4	26.4	87.4	50.8
Papalote Museo del Niño	139	111	125	161	57.0	20.9	52.3	34.4
Promedio	131	116	141	129	57.2	24.9	70.2	48.4

Las denominadas *Caras de Chernoff* son gráficas que permiten describir datos donde se miden diversas variables al mismo tiempo (véase Chernoff, H. (1973) *The use of faces to represent statistiscal association*, JASA, 68, pp 361–368.). En estas gráficas las variables se transforman en características faciales. Dicha transformación permite hacer rápidamente asociaciones o detectar diferencias, así como realizar clasificaciones de manera visual entre las distintas unidades de observación -en este caso visitantes encuestados en los museos-. En el cuadro siguiente se señalan las ocho variables, que son indicativas del perfil de los visitantes encuestados y a su vez a qué rasgos faciales se les transforma.

Variables	Características faciales
Oír radio	Altura de la cara
Ver TV	Longitud de la nariz
Internet	Ángulo de los ojos/cejas
PC	Curvatura de la boca
% de mujeres	Altura de los ojos
Edad media	Tamaño de los ojos
% de visitantes con escolaridad mayor a secundaria	Anchura de las cejas
% de estudiantes	Altura de las cejas

Con base en la gráfica siguiente, se puede esquematizar de un solo vistazo las similitudes y disimilitudes captadas en los perfiles de públicos de cada uno de los museos. Para tener una clara interpretación es indispensable no olvidar a lo que se refiere cada característica facial.



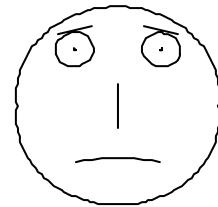
Arte Moderno



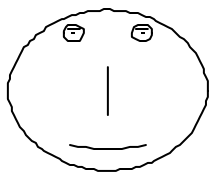
Estanquillo



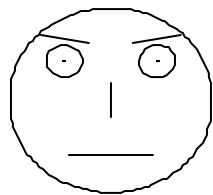
Bellas Artes



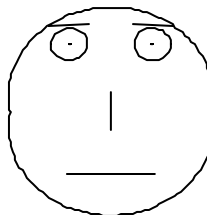
Templo Mayor



Trompo



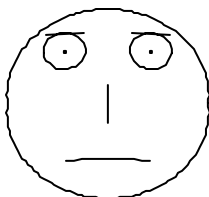
MIDE



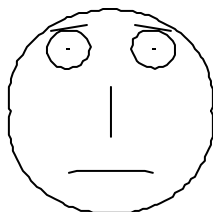
Antropología



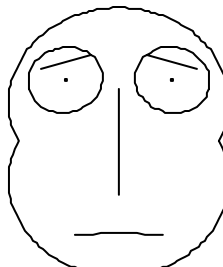
MUNAL



Chapultepec



De las Culturas



Ferrocarriles



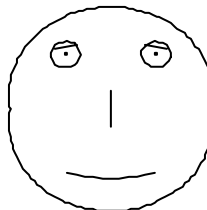
Iturbide



Regional Puebla



Tamayo



Papalote

Anexos

I. Metodología

La metodología aplicada para la realización de esta encuesta tomó como referencia la realizada en el Museo de la Civilización de la ciudad de Québec, Canadá¹. Antes de su levantamiento formal, hubo una etapa piloto en los distintos museos encuestados y, con ello, se pudieron detectar oportunidades de mejora en el cuestionario que permitieron avanzar en la dirección deseada.

Población objetivo

En el contexto de la presente encuesta, la población objetivo se definió como las personas mayores de 15 años que realizaron la visita al museo. En caso de haber seleccionado a un visitante menor de 15 años, de acuerdo con el criterio de selección abajo expuesto, se dirigía al tutor o acompañante de edad mayor (si fuere el caso). Cabe citar que menores de 15 años fueron captados en género y número a través de la información del entrevistado principal.

El periodo de levantamiento de la encuesta fue del 21 de agosto de 2008 al 24 de mayo de 2009. En particular en los museos del Distrito Federal, dicha actividad se realizó de manera escalonada.

Marco muestral

Con el objetivo de obtener resultados válidos, cada visitante formó parte de la población objetivo tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado para responder la encuesta. Con ello se aseguró el control de los siguientes parámetros: días de apertura al público, horario de servicio y vías de circulación de los visitantes.

Unidad de muestreo

La encuesta realizada comprendió preguntas personales referidas al motivo de la visita, al grado de satisfacción, hábitos de prácticas y consumo cultural, etcétera. Así pues, la unidad de muestreo de esta encuesta fue el individuo en algunas preguntas y el grupo en otras. De hecho, la persona que respondió a las preguntas de la encuesta lo hizo a título personal y no en nombre de un grupo. Se emplearon preguntas dirigidas a recabar información sobre el grupo que acompañaba al encuestado, como lo fueron su edad, sexo, ocupación y nivel de estudios. Con ello se considera que se tiene un panorama más amplio de la composición sociodemográfica de los visitantes. Esta fue la única pregunta que respondió el informante a nombre de terceros.

Método de muestreo

Se subdividió en tres tiempos el muestreo. En primer lugar, se seleccionaron dos distintos tipos de días para la recolección de los datos que representaban distintos niveles de afluencia: entre semana y fines de semana.

En segundo lugar, la selección de las horas para la aplicación de la encuesta fue con base en los horarios de apertura y cierre de servicio de los museos seleccionados. Como se trató de una encuesta de salida, se previó iniciar las encuestas al menos una hora después de la apertura de los museos respectivos.

¹ Véase *Musée de la Civilisation (2001), Conozca a sus visitantes, guía de encuesta por sondeo, Sociedad de Museos Québécois*.

La selección del entrevistado se hizo con la denominada estrategia de punto de referencia. Ésta consiste en fijar un punto dentro del espacio de circulación (por ejemplo un elemento arquitectónico, una escultura, una pintura, un diseño en el suelo o una línea imaginaria) e interceptar a toda persona que se atravesara, tocara o hubiera rebasado dicho punto. Esto garantizó que la selección de la muestra fuese aleatoria. Sin faltar a la estrategia, pero adecuándose a las situaciones, en algunos casos la selección obedeció a las características de los espacios o a el flujo de asistentes.

Tamaño muestral

Para lograr un grado de precisión aceptable de los resultados, se estableció un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%. Esto conlleva a un total de 400 encuestas por museo (300 en el caso del Museo Regional de Puebla). Para una población infinita o desconocida los márgenes de error asociados a diferentes tamaños de muestra y niveles de confianza se tiene la siguiente relación

Tamaño muestral	Nivel de confianza		
	90%	95%	99%
	Margen de error		
100	8.2	9.8	12.9
150	6.7	8.0	10.5
200	5.8	6.9	9.1
250	5.2	6.2	8.1
300	4.7	5.7	7.4
400	4.1	4.9	6.4
500	3.7	4.4	5.7
1000	2.6	3.1	4.1

II. Número de focos vs Nivel de ingresos

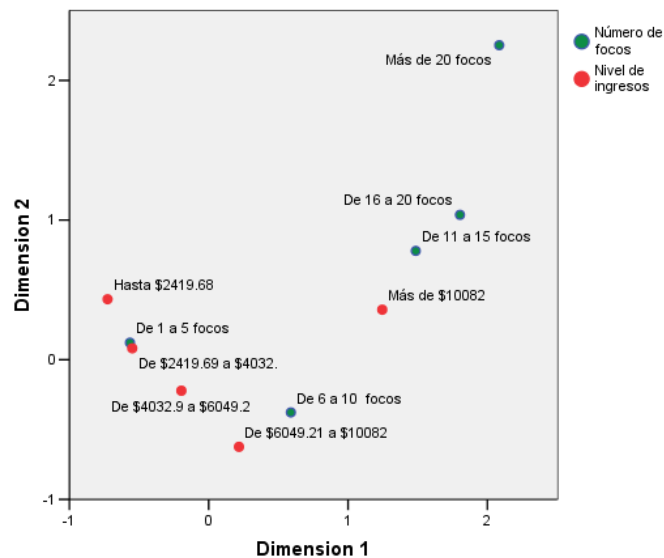
Para deducir el nivel de ingresos de los visitantes encuestados, se incluyó dentro del cuestionario una pregunta respecto a la cantidad de focos existentes en la vivienda. Es franco aceptar que de haber preguntado directamente el nivel de ingresos de los encuestados, se hubiese expuesto al estudio a gran cantidad de *no respuestas*. Por otra parte, en la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH, 2006) del INEGI, además de captar los ingresos, se hace la misma pregunta en su sección de Características de vivienda. Al considerarse en la ENIGH estas cuestiones, es decir ingreso y número de focos, es posible describir la dependencia existente entre ambas variables y posteriormente, dada la representatividad de ese instrumento estadístico, extrapolar los resultados para el contingente de visitantes captados en la presente encuesta.

Con base en los resultados y estructura de la ENIGH se utilizaron sus módulos de Hogares y de Ingresos. De la sección de Hogares se extrajo el factor de expansión que permitió que los datos de la muestra representaran al contexto nacional; posteriormente se seleccionaron exclusivamente viviendas utilizando el último dígito indicador de este atributo de la clave de folio de la ENIGH (pues la pregunta de focos es claramente dirigida a las viviendas en nuestra encuesta); asimismo se consideró los estratos donde hubiesen 100,000 habitantes y más (definido en la ENIGH como estrato 1). De la sección de Ingresos, se agregaron aquellos correspondientes a los distintos miembros de los hogares y el ingreso trimestral, que luego se dividió entre 3 para obtener un promedio mensual de ingreso (pesos corrientes).

Una vez aplicados los criterios referidos, se generan cinco niveles tanto en la variable de ingreso como en la variable del número de focos, donde en esta última se toma la misma categorización que la empleada en nuestro cuestionario. Con ello, cada uno de los niveles de ingreso cuenta con aproximadamente un 20% del total de las observaciones (técnicamente, se formaron quintiles). La Tabla siguiente muestra, en porcentajes, la concentración de las viviendas respecto al número de focos y los niveles de ingreso.

Número de focos	Hasta 2419.68	De \$2419.69 a \$4032.8	De \$4032.9 a 6049.2	De \$6049.21 a \$10082	Más de 10082
De 1 a 5	83.3	75.2	61.7	45.6	19.3
De 6 a 10	15.0	23.7	35.5	50.0	58.7
De 11 a 15	0.9	0.9	2.2	3.2	12.2
De 16 de 20	0.3	0.1	0.5	1.2	5.3
Más de 20	0.5	0.1	0.1	0.0	4.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

A través de la técnica estadística denominada Análisis de Correspondencias, se puede traducir la tabla anterior en un mapa de asociaciones (Gráfica A 1). La idea básica de la técnica, es ubicar proximidades entre puntos correspondientes a los distintos niveles definidos para ambas variables. En dicha gráfica los puntos verdes denotan las distintas categorías del número de focos y los rojos los niveles de ingreso. Se puede interpretar, de acuerdo a esta evidencia empírica, que tener hasta cinco focos se asocia fuertemente con un ingreso promedio mensual de entre \$2419.69 hasta \$4032.8; tener de 6 hasta 10 focos con un ingreso promedio mensual de entre \$6049.21 hasta \$10082; por último tener más de 10 focos se asocia con tener por lo menos un ingreso promedio mensual de \$10082.



III. Cuestionario

A continuación se presenta el cuestionario utilizado en la realización de la encuesta.

SEGUNDA ENCUESTA A VISITANTES DE MUSEOS

¡Buenos días/tardes! Mi nombre es (nombre del encuestador). En el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes y algunos Museos privados estamos realizando una encuesta con el objeto de brindar un mejor servicio. Su participación es muy importante.

Datos generales					
Folio: <input type="text"/>		Encuestador: <input type="text"/>		Museo: <input type="text"/>	
Fecha: <input type="text"/>		Horario: <input type="text"/>		hrs. Tamaño de Grupo: <input type="text"/>	
D	M	A	H	H	M
Datos del entrevistado (solo para visitantes mexicanos de 15 años o más): Entidad federativa de residencia: <input type="text"/> (clave INEGI) Municipio/Delegación de residencia: <input type="text"/> (clave INEGI) Código Postal: <input type="text"/>					

P.1 Tipo de grupo	
<input type="checkbox"/>	
Amigos (sin ser compañeros de escuela)	1
Compañeros de escuela	2
Familiares	3
Amigos y familiares	4
Viene solo	5
Otros, especifique _____	6

Perfil sociodemográfico de los visitantes						
P.2 Sexo	V.1	V.2	V.3	V.4	V.5	V.6
P.3 Edad						
P.4 Escolaridad						
P.5 Ocupación						

Códigos		
Escolaridad		Ocupación
No estudió nada	1	Trabaja
Primaria incompleta	2	Trabaja y estudia
Primaria completa	3	No trabaja
Secundaria incompleta	4	Ama de casa
Secundaria completa	5	Estudiante
Preparatoria incompleta	6	Jubilado
Preparatoria completa	7	Menor de 6 años
Licenciatura incompleta	8	No contesta
Licenciatura completa	9	
Posgrado	10	Sexo
Menor de 6 años	11	Hombre
No contesta	99	Mujer

P.6 ¿Fue ésta su primera visita a este Museo?	
<input type="checkbox"/>	
Si	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

P.7 ¿Cuántos museos visitó en los últimos doce meses?	
<input type="checkbox"/>	
No sabe	98
No contesta	99

P.8 ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar Museos? ☐

Si 1
Si, solo algunos 2
No, casi nadie o nadie 3
Solo yo 4
No contesta 99

(Encuestador: si la respuesta fue Sí, pasa a la pregunta P. 10)

P. 9 ¿Cuál sería el motivo por el cual hoy no visitaron el Museo?

Prefieren ver la TV 1 ☐
Prefieren ir a otro espacio cultural (especifique) 2 ☐
Está(n) trabajando 3 ☐
Trabajos domésticos 4 ☐
Está(n) estudiando (escuela) 5 ☐
No les gustan los museos 6 ☐
Otro (especifique) 7 ☐
No sabe 98 ☐
No contesta 99 ☐

P.10 ¿De los siguientes espacios culturales que le voy a mencionar, me puede decir...?

	Frecuencia	Horas (o minutos) en llegar*
Cines		
Teatros		
Biblioteca		
Zonas arqueológicas		
Librerías		

Códigos		
Frecuencia		Horas (o minutos)
Por lo menos una vez a la semana	1	No sabe 00:00
Por lo menos una vez al mes	2	
Por lo menos una vez cada tres meses	3	
Por lo menos una vez al año	4	
Con menor frecuencia de una vez al año	5	
Nunca	6	
No contesta	99	

* Horas (o minutos) que tarda en llegar a los espacios culturales más cercanos a su hogar, por cualquier medio de transporte

P.11 ¿Cuánto tiempo por día invierte en...?

	Horas (o minutos) invertidas	Importancia
Oír radio		
Ver TV		
Usar Internet		
Usar computadora (sin internet)		

Códigos de importancia	
Muy importante	1
Importante	2
Poco importante	3
No es importante	4
No contesta	99

P.12 ¿Qué medio(s) de transporte(s) utilizó para llegar a este Museo? (desde su casa o desde donde está hospedado)

Metro (tren ligero) 1 ☐
Colectivo (metrobús) 2 ☐
Camión 3 ☐
(RTP, ruta 100, trolebús)
Taxi 4 ☐
Auto propio 5 ☐
Otros (especifique) 6 ☐

P.13 Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar Museos?

☐

Si	1	No	2
No sabe	98	No contesta	99

P. 14 ¿Cómo se enteró de la existencia del Museo? ☐

Oficina turística (guía)	1
Recomendación amigos o familiares	2
Periódicos (diarios, revistas)	3
Radio	4
Televisión	5
Conoce desde siempre el Museo	6
Internet	7
Por un maestro o libro de texto	8
Casualmente (iban pasando)	9
Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes, etc.)	10
Otros (especifique) _____	11
No contesta	99

P. 15 ¿Cuál fue la razón principal de su visita de hoy? ☐

Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela	1
Para entretenerse, pasar un rato agradable	2
Vio un anuncio en los medios de comunicación	3
Para educar a los niños	4
Se lo recomendó un familiar o amigo	5
Para ver qué novedades hay	6
Para acompañar a alguien	7
Otro (especifique) _____	8
No sabe	98
No contesta	99

P.16 De una escala del 1 al 10 ¿En qué medida cubrió sus expectativas el Museo? ☐

No tenía expectativa	0
No contesta	99

P.17 ¿Qué otras actividades le gustaría que hubiera? (artísticas o culturales)

*En caso de que no haya propuesta anota NINGUNA

P.18 (Distintos a MIDE, Papalote o Trompo Mágico) ¿Le gustaría que hubiese actividades interactivas? ☐

Si	1	No	2
No sabe	98	No contesta	99

P. 19 ¿Qué le parecieron los siguientes servicios?

Personal	<input type="checkbox"/>
Vigilancia	<input type="checkbox"/>
Iluminación	<input type="checkbox"/>
Fichas técnicas	<input type="checkbox"/>
Señalamientos	<input type="checkbox"/>
Baños	<input type="checkbox"/>
Tienda y cafetería	<input type="checkbox"/>

Muy bueno 1, Bueno 2, Regular 3, Malo 4, Muy malo 5, No aplica 98, No contesta 99

Si se declaró Malo o Muy malo especificar ¿Por qué?

P. 20 ¿Le gustaría recibir en su correo electrónico el boletín cultural del CONACULTA? ☐

Si 1
e-mail: _____

No tengo 2

No me interesa, muchas gracias 3

No contesta 99

P. 21 ¿Cuántos focos hay en su vivienda?

☐
No contesta 99

(La encuesta ha concluido).

**¡MUCHAS GRACIAS
POR SU COLABORACION!**