



**GOBIERNO DE
MÉXICO**

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA





ANTECEDENTES

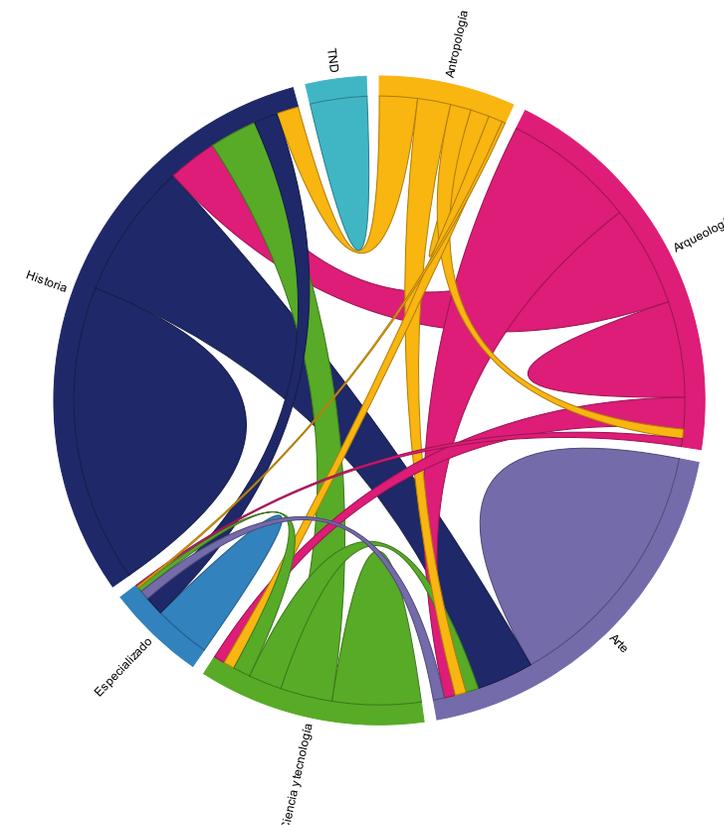
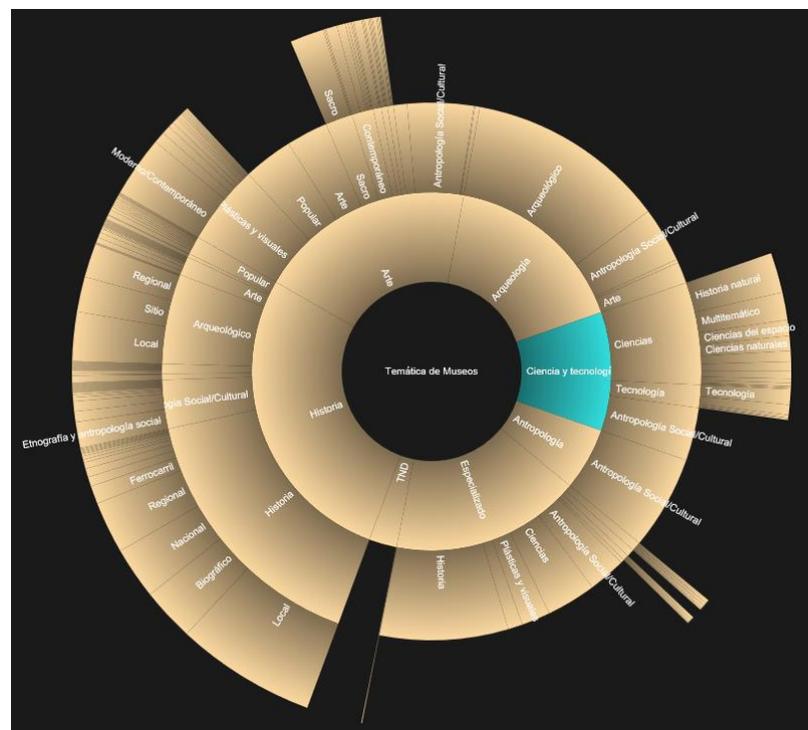
La infraestructura cultural ocupa un papel relevante dentro del espacio público. Representa un punto nodal para detonar dinámicas en beneficio de la sociedad, gestar comunidades e impulsar su desarrollo.

Entre los espacios que conforman el entramado cultural, los museos son un vértice a partir del cual se articulan diferentes actores y aspectos sociales; desde las escuelas, incluyendo tanto alumnos y maestros, hasta el campo turístico. Los museos son atractivos nacionales y generadores de derrama económica, además de ser foro para variadas actividades artísticas y culturales.

A partir de 2015, la Secretaría de Cultura, en estrecha coordinación con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), puso en marcha el proyecto Estadística de museos, dentro del cual tienen una participación destacada el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

La realidad en la que se desarrollan los museos, así como la caracterización de los mismos, presenta una complejidad que requiere de mayor información para su análisis. Como ejemplo, está el caso de clasificar los museos con base en las temáticas que abordan o las colecciones que custodian. Una rápida mirada nos hace ver que existen museos de historia que desarrollan aspectos de artes, y museos de ciencias que muestran también temáticas de historia y arte, es decir, las clasificaciones unívocas se desdibujan.

¿Qué acciones se deberían de llevar a cabo para fortalecer a los museos?, esta pregunta se complica si añadimos el contexto sociourbano en el que se encuentran.



Determinar qué información es significativa y cuáles son los mecanismos para su generación, es el inicio de una mejor comprensión sobre la acción de los museos. Con este fin, por primera vez las dos columnas vertebrales de museos federales de México (INBA e INAH), sumaron esfuerzos para el diseño conceptual de instrumentos para la captación de información.

Se desarrollaron dos cuestionarios para recabar información sustantiva en el ámbito museológico, uno orientado a obtener información de las características del museo y el otro dirigido a captar información de los visitantes, considerando que el ámbito museístico confiere importancia al conocimiento de sus públicos como un constructo activo y participativo.

Este esfuerzo, impulsa y hace partícipe al Sector Cultural en la generación de información y estadísticas culturales, con el propósito de construir instrumentos, conceptos y formas de medición homologadas.



METAS A MEDIANO Y LARGO PLAZO

El objetivo de este ejercicio es la consolidación de una estadística de museos a nivel nacional que permita conocer con mayor precisión cuántos museos hay en el país y cuáles son sus características, así como dar inicio al conocimiento de los perfiles y las opiniones de sus visitantes.

Reforzar el Directorio Nacional de Museos del Sistema de Información Cultural (SIC), de la Secretaría de Cultura, posicionado en el Registro Iberoamericano que actualmente contiene cédulas de 1,263 museos del país.

Fortalecer y redefinir las tipologías de los museos como una acción permanente.

Consolidar el trabajo y las redes institucionales en el ámbito museístico y museológico.

METODOLOGÍA

Este ejercicio estadístico inició en 2016, partiendo del listado de museos con el que contaba el SIC, el cual se entregó a INEGI para que convalidara la información.

El INEGI participa de manera fundamental en el desarrollo de este proyecto, ya que cuenta con una cobertura nacional para alcanzar a las instituciones museísticas e invitarlas a participar.

Cada año se revisa y actualiza el Directorio Nacional de Museos con la información que se obtiene en el operativo de campo por parte de INEGI, así como con la información que se capta a través del propio SIC. Si bien el esfuerzo de este ejercicio se orienta a que todos los museos identificados participen, algunos de ellos, los menos, no cuentan con personal disponible para el levantamiento de información.

METODOLOGÍA

DE LA INSTITUCIÓN MUSEÍSTICA

- Año de creación de la institución
- Año de apertura
- Total de visitantes
- Superficie del museo
- Características del inmueble
- Capacidad de recepción y atención
- Temática principal
- Tipo de colección permanente
- Gestión administrativa
- Titularidad
- Origen recursos financieros
- Grupos de apoyo
- Cuota de ingreso
- Servicios disponibles
- Personal de la institución
- Número de exposiciones temporales
- Número de actividades

Cuestionario anual

El cuestionario anual capta información respecto a las características del museo, en tanto infraestructura, servicios y personal operativo.

El cuestionario se entrega a las fuentes informantes durante el mes de enero de cada año y se solicita el cuestionario del año anterior con la información correspondiente.

Si bien muchas variables se mantienen sin grandes cambios, aquellas con información mensual como: afluencia a exposiciones y eventos, número de exposiciones dentro y fuera del recinto y las diferentes actividades artísticas y culturales, permiten analizar más de cerca los cambios en la afluencia de visitantes a través del tiempo.

METODOLOGÍA

DE LOS VISITANTES

- Sexo
- Edad
- Lugar de origen (residencia habitual)
- Nacionalidad
- Escolaridad
- Ocupación
- Lenguas indígenas e idiomas
- Estímulo familiar en la infancia
- Vista de primera vez
- Frecuencia de visita
- Medio para enterarse del recinto
- Motivo de la visita
- Persona(s) que le acompaña(n)
- Tamaño del grupo
- Servicios utilizados
- Opinión de las exposiciones
- Nivel de aprendizaje
- Duración de la visita

Cuestionario de visitantes

Al principio del ejercicio, analizando la información con la que se contaba respecto a la asistencia anual de los museos, se establecieron diferentes niveles de cuotas de entrevistas: 52, 100, 150, 200, 250, 300 y 400 casos. Con la información captada cada año respecto a la asistencia anual se reajusta la cuota de entrevistas que debe de realizar cada museo.

Considerando por una parte la dificultad que representa para los museos, en cuanto a recursos humanos, el levantamiento de esta información y, por otra parte, los efectos de estacionalidad de la asistencia, se decidió aplicar las entrevistas durante los meses de julio y octubre. De esta manera la cuota asignada a cada espacio se divide entre estos dos meses y se distribuye 30% para visitantes entre semana y 70% visitantes en fin de semana.

Cada año, previo al mes de levantamiento, el INEGI capacita al personal de los museos participantes en cuanto a la aplicación de la entrevista y el llenado de los cuestionarios. En la capacitación se hace hincapié en la importancia de la selección aleatoria de los informantes, para lo cual se aplica el criterio de línea imaginaria, el cual consiste en trazar una línea imaginaria en el área de salida del museo y seleccionar a la primera persona que la cruce; en cuanto se termina la entrevista o se tiene un rechazo, se repite dicha operación.

Cuestionario de visitantes

El cuestionario a visitantes se aplica cara a cara a la salida del museo, y si bien hasta ahora la población objetivo ha sido de 13 años y más, a partir del levantamiento 2019, se alineará con el OIM, modificando su criterio para entrevistar a población de 12 años en adelante.

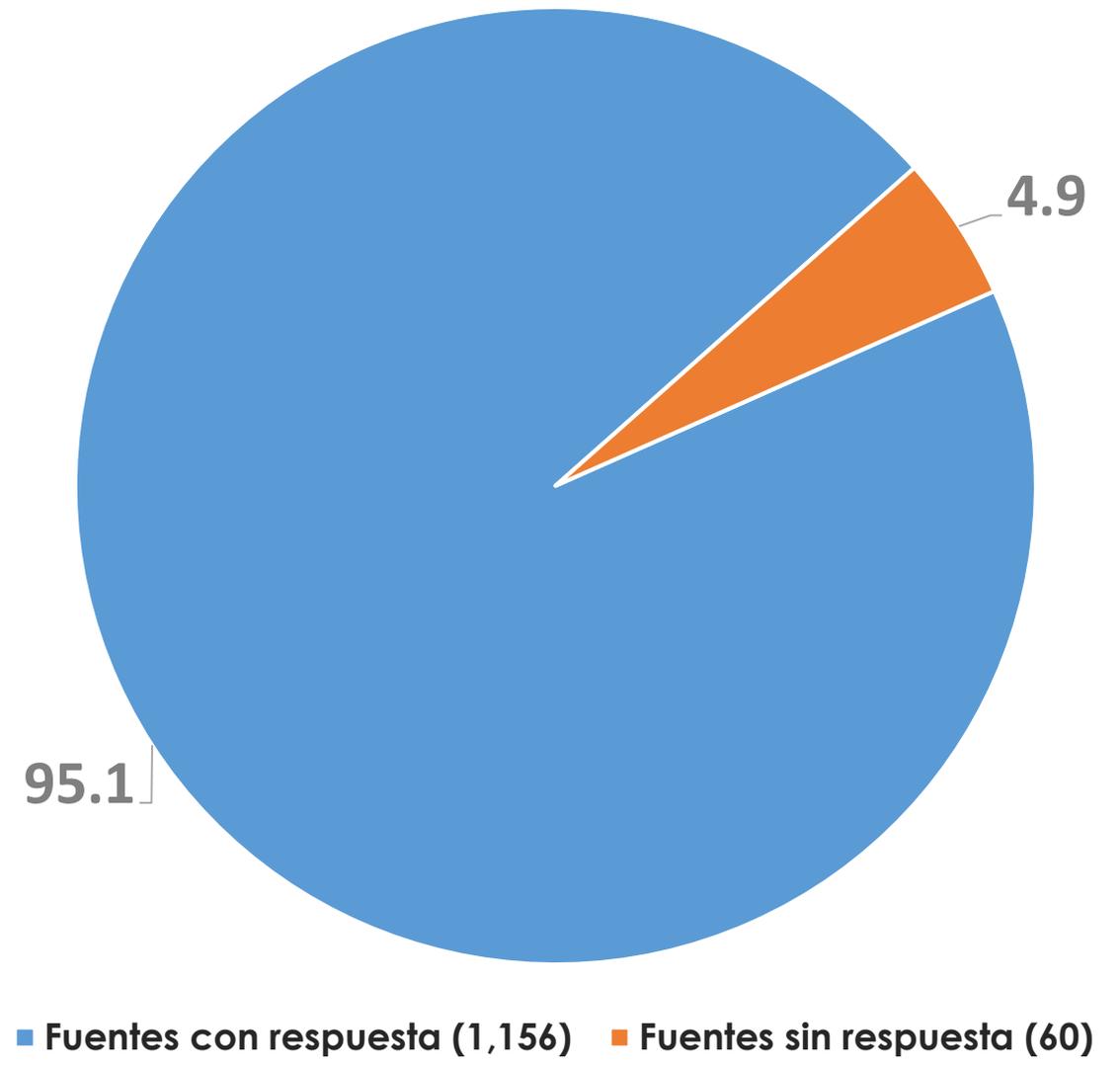
Cabe destacar que el cuestionario tiene consideraciones y cuidados particulares en algunas preguntas, tales como categorías precodificadas en las respuestas espontáneas, no se menciona la categoría intermedia en escalas de Muy bueno a Muy malo, y en la siguiente versión se registrará el orden de mención en algunas respuestas múltiples.

Finalmente, el INEGI conjunta los cuestionarios, los captura y procesa para que, a través de un servidor web, los museos puedan descargar su información y analizarla.



PRINCIPALES RESULTADOS 2017

RESPUESTA AL CUESTIONARIO DE INFORMACIÓN ANUAL



ESTADÍSTICA DE MUSEOS 2017

COMPARATIVO ENTREVISTAS A VISITANTES AÑOS 2016 Y 2017

	Año 2016	Año 2017
Entrevistas aplicadas en el primer periodo	88 265	91 940
Entrevistas aplicadas en el segundo periodo	79 248	79 687
Total	167 513	171 627
Fuentes informantes	921	991

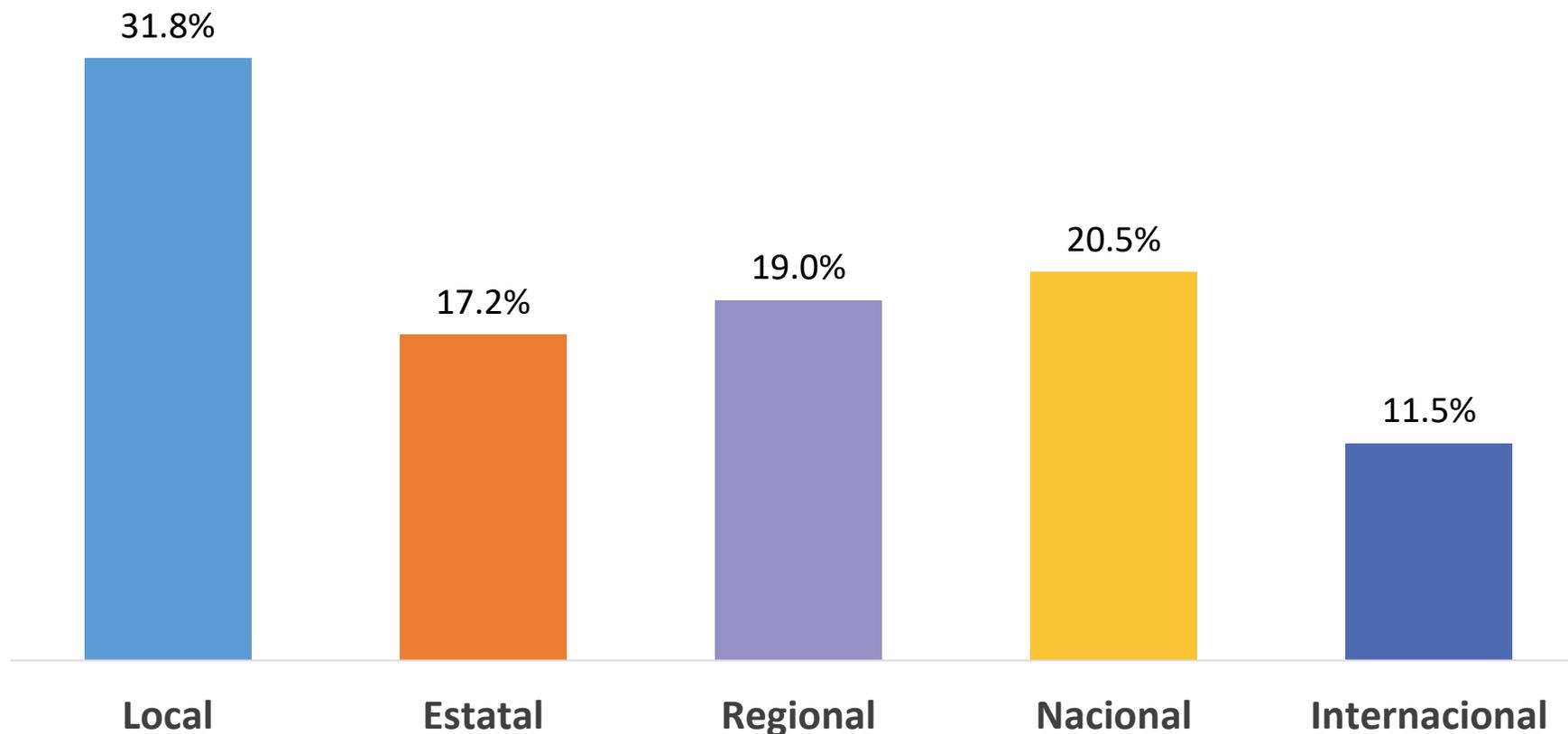
AFLUENCIA REPORTADA POR LOS MUSEOS

A nivel nacional, durante 2017, los museos reportaron una afluencia de **75.1 millones** de visitantes, destacando la **Ciudad de México** con **30.9 millones** en **159 museos**, seguida por **Nuevo León** con **11.3 millones** en **42 museos**.

Entidad	Museos por entidad	Visitantes por entidad	Porcentaje de afluencia de visitantes relativo al total nacional
Ciudad de México	159	30 894 440	41.1
Nuevo León	42	11 348 213	15.1
Puebla	71	4 380 077	5.8
Yucatán	25	3 458 714	4.6
Guanajuato	43	2 850 021	3.8
Baja California	20	2 826 608	3.8
Jalisco	74	2 362 231	3.1
Estado de México	67	2 134 078	2.8
Coahuila de Zaragoza	48	1 342 163	1.8
Chiapas	33	1 225 397	1.6
Total	1 156	75 119 836	100.0

REPRESENTATIVIDAD DE LA COLECCIÓN PERMANENTE

El **31.8%** de los museos cuentan con colecciones de representatividad local, **17.2%** estatal, **19.0%** regional, **20.5%** nacional y **11.5%** internacional.



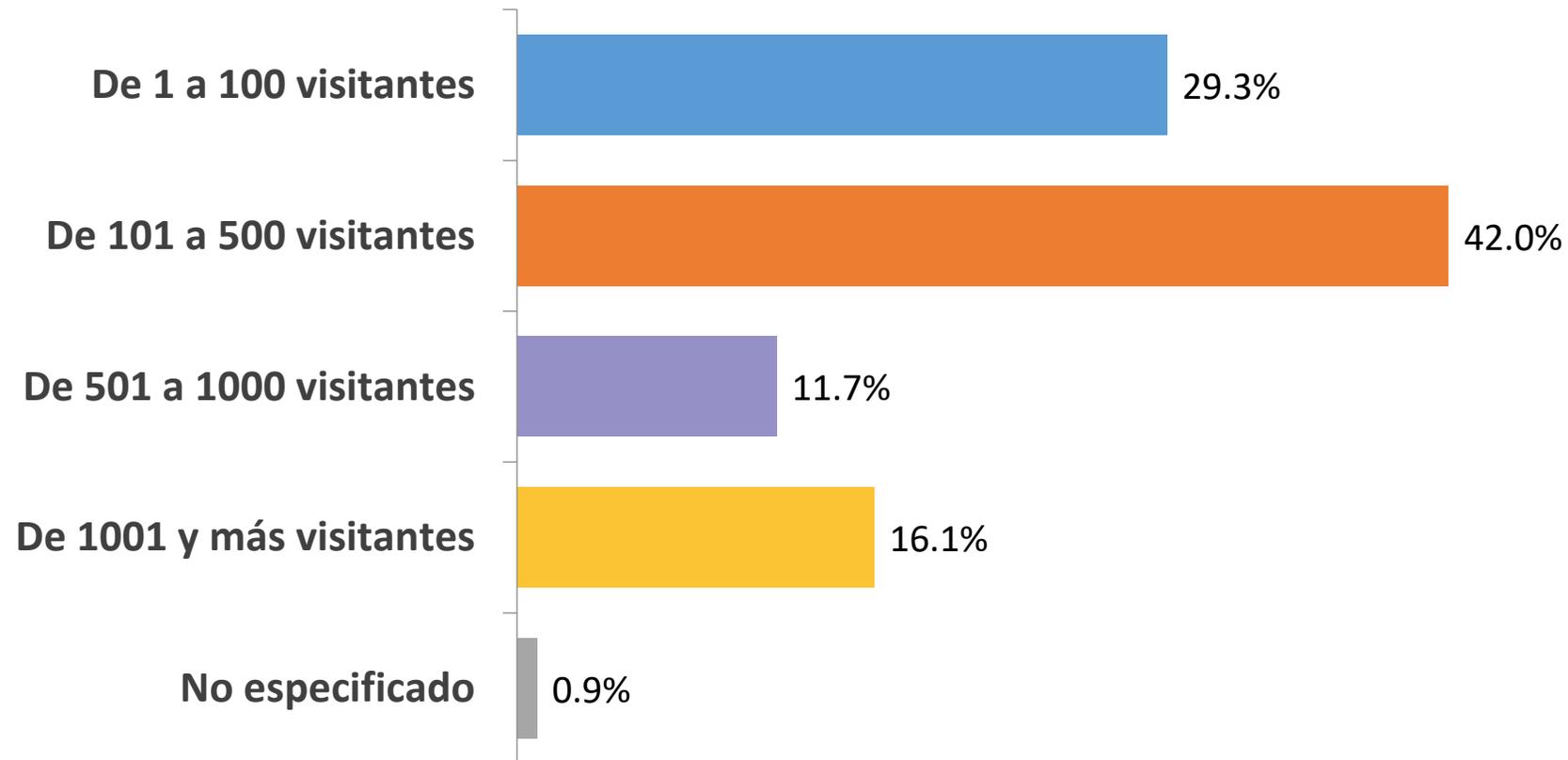
COSTO DE ENTRADA

El **56.9%** de los museos son **gratuitos**, mientras que el **22.4%** cobran una **cuota de ingreso** y el **20.7%** restante aplican la gratuidad solo algunos días de la semana.



CAPACIDAD DE ATENCIÓN POR DÍA

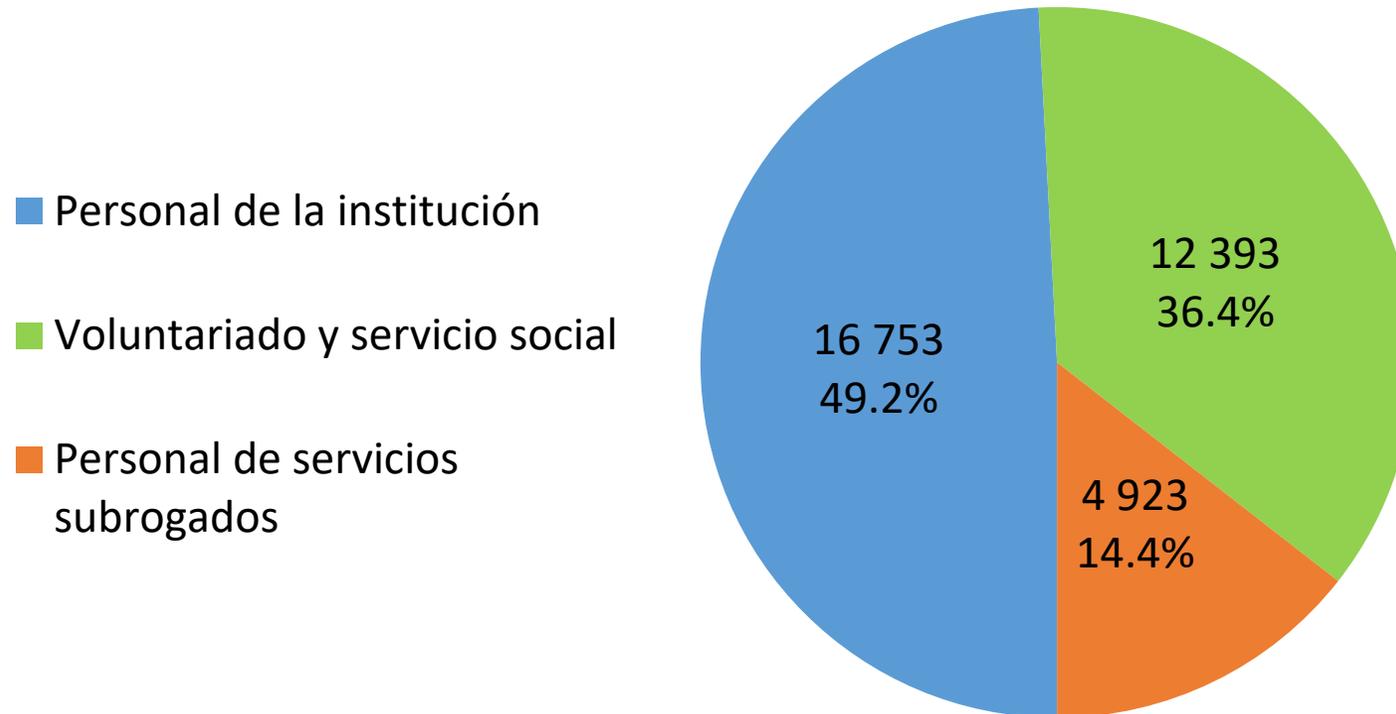
El **16.1%** de los museos reportó que su capacidad de atención es **superior a 1,000 visitantes diarios**.



PERSONAL QUE PARTICIPA EN LA OPERACIÓN DE LOS MUSEOS

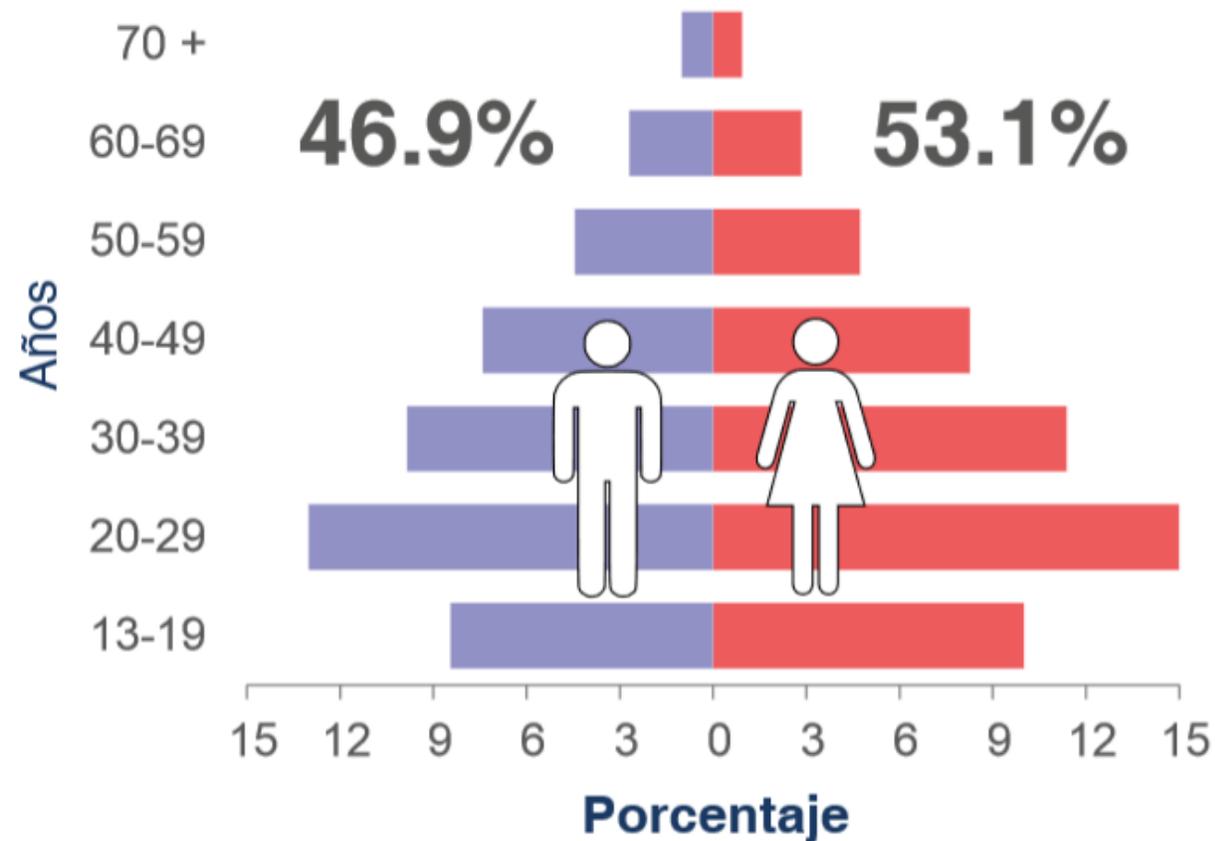
Respecto del personal que opera los museos, **36.4%** corresponde a **voluntariado y servicio social**. En promedio los museos operan con **29 personas**.

La proporción que existe entre el total de personal de los museos y la afluencia anual de visitantes, fue de **1 por cada 2 205 visitantes** para el año 2017.



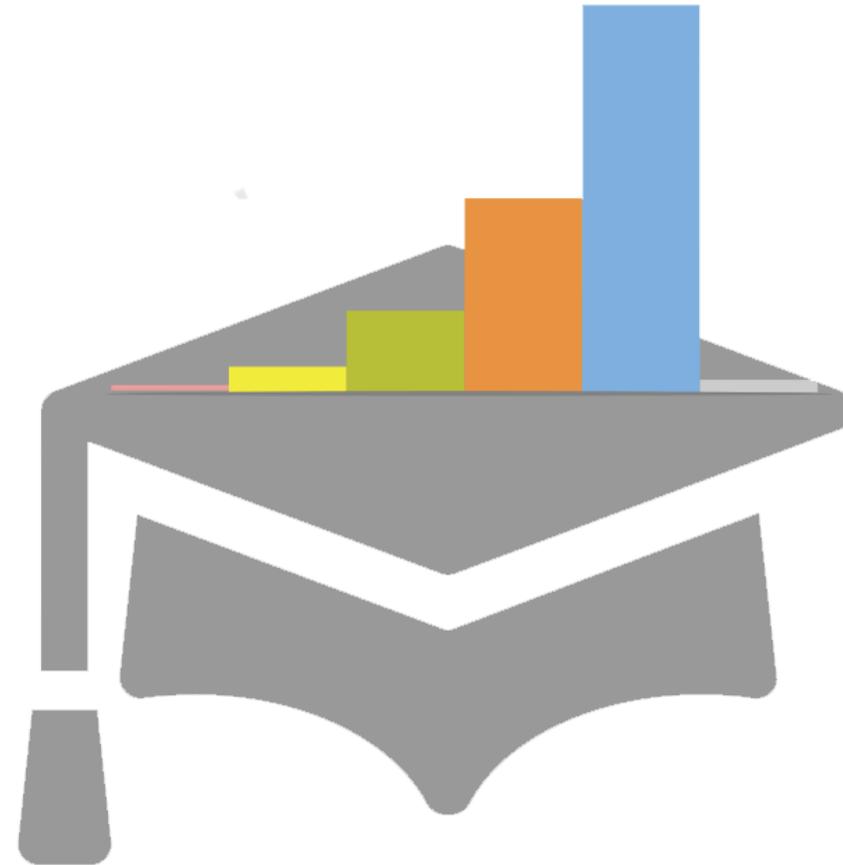
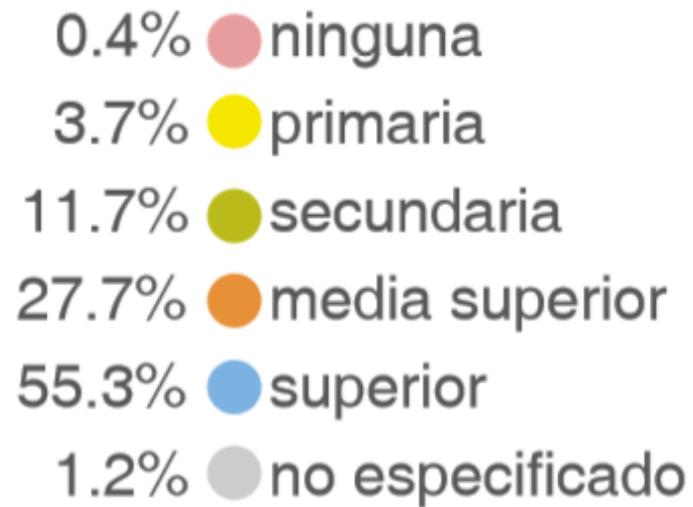
EDAD Y SEXO DE LOS VISITANTES ENTREVISTADOS

En 2017, se aplicaron **171 627** entrevistas a visitantes, de las cuales 91 137 (**53.1%**) fueron respondidas por mujeres y 80 490 (**46.9%**) por hombres.



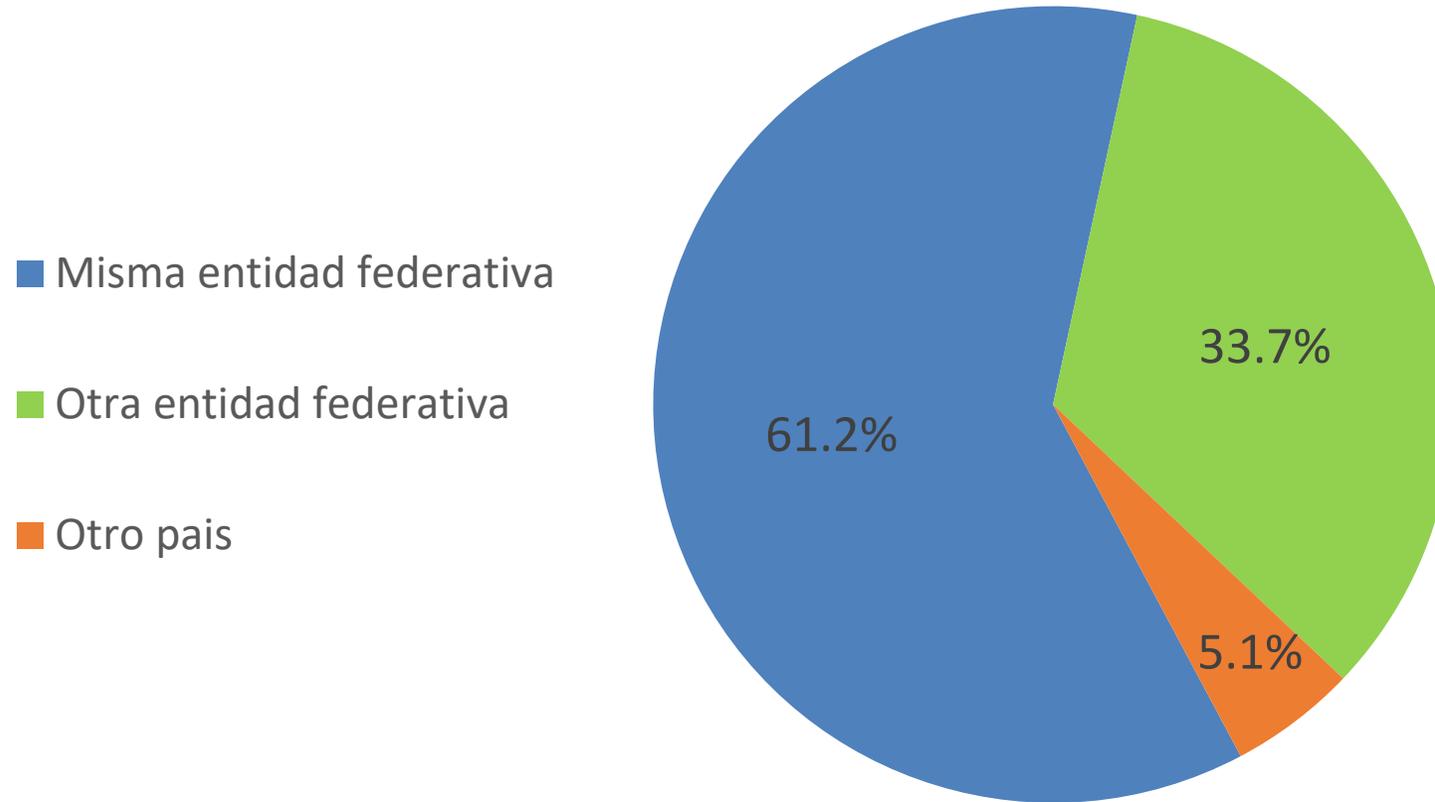
ESCOLARIDAD

En la escolaridad de los visitantes entrevistados, domina el nivel superior pues representa el **55.3%** del total.



PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES

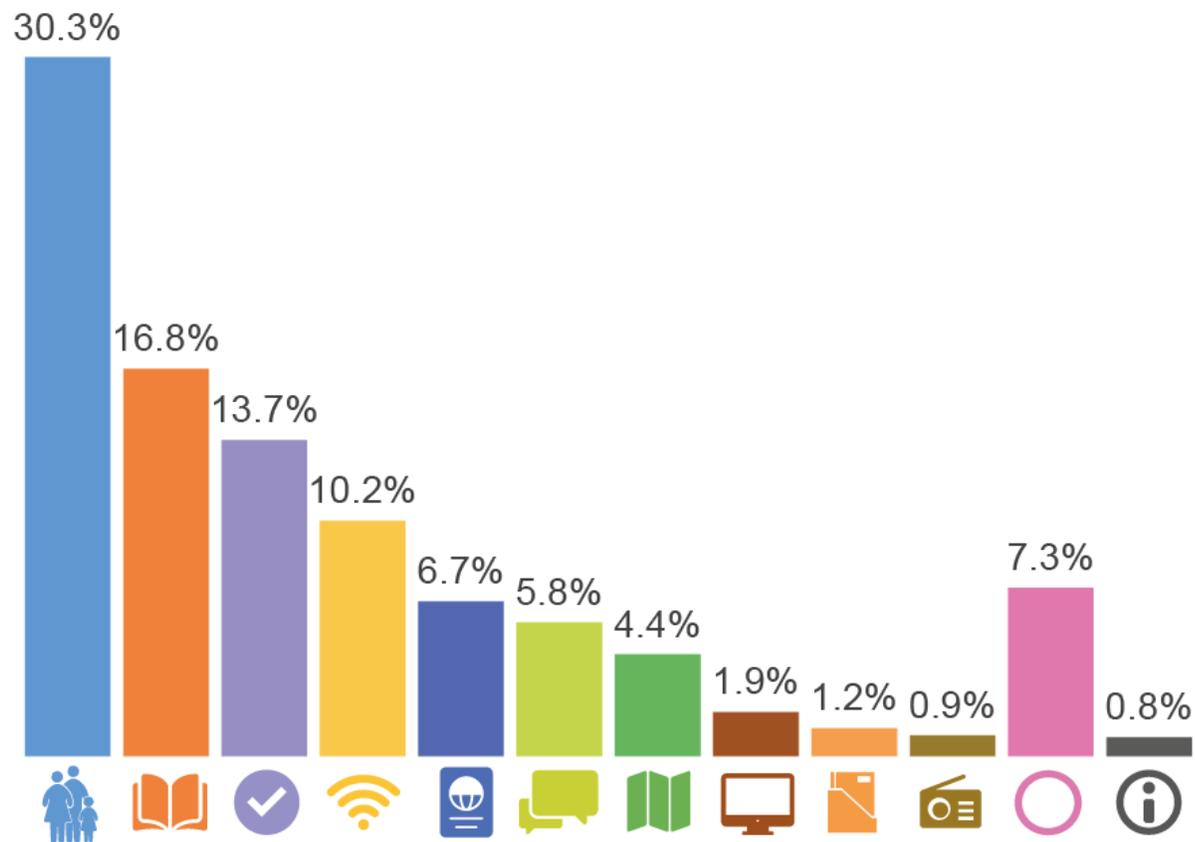
El **61.2%** de los visitantes, indicó vivir en la entidad federativa donde se encuentra el museo, **33.7%** radica en otra entidad federativa y **5.1%** en otro país.



MEDIO POR EL QUE LOS VISITANTES SE ENTERARON DEL MUSEO

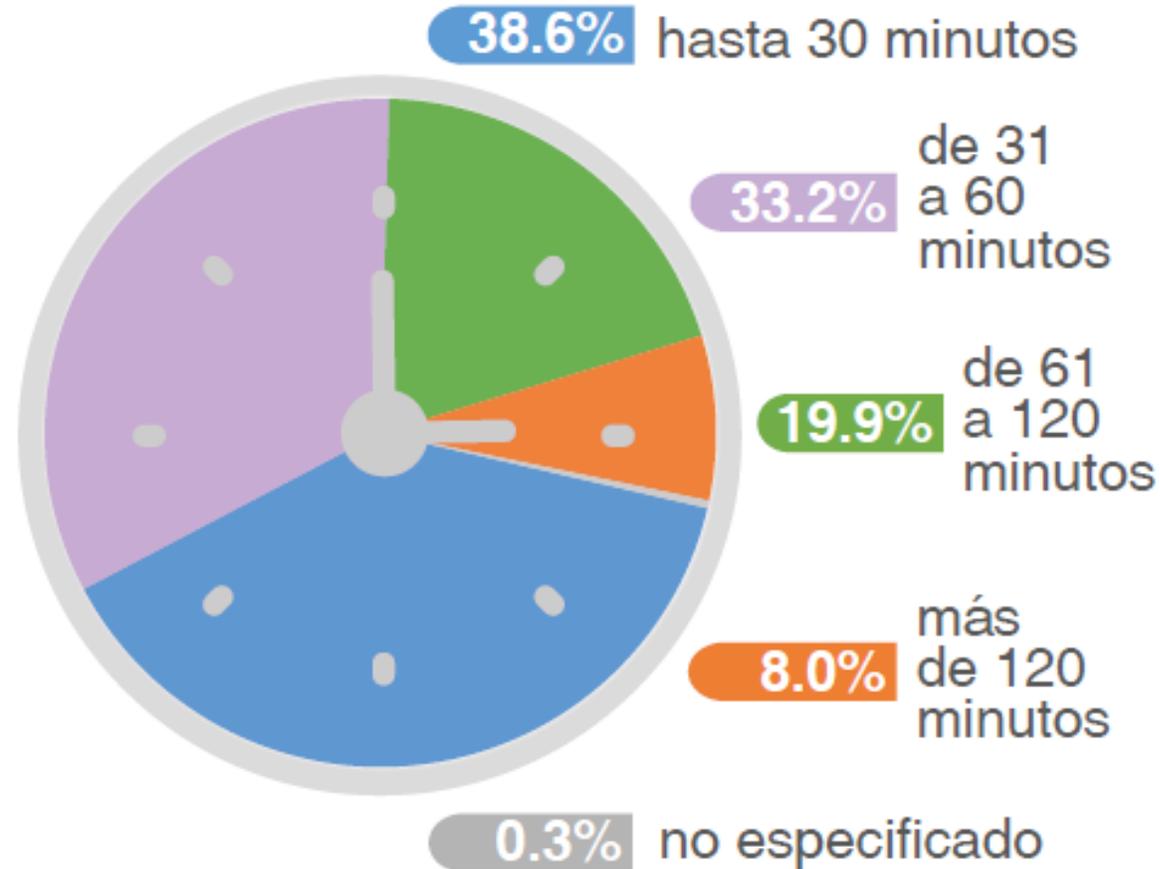
Los medios más frecuentes por los cuales los visitantes se enteraron de la existencia del museo, fueron: por amigos o familiares **30.3%** y por maestros, compañeros de estudio o libros de texto **16.8%**.

- Amigos y familiares
- Maestros, compañeros de estudio o libros de texto
- Conoce desde siempre este lugar
- Internet
- Oficina turística
- Redes sociales
- Folleto/espectacular
- Por la televisión
- Periódico/revista
- Por la radio
- Otro medio
- No especificado



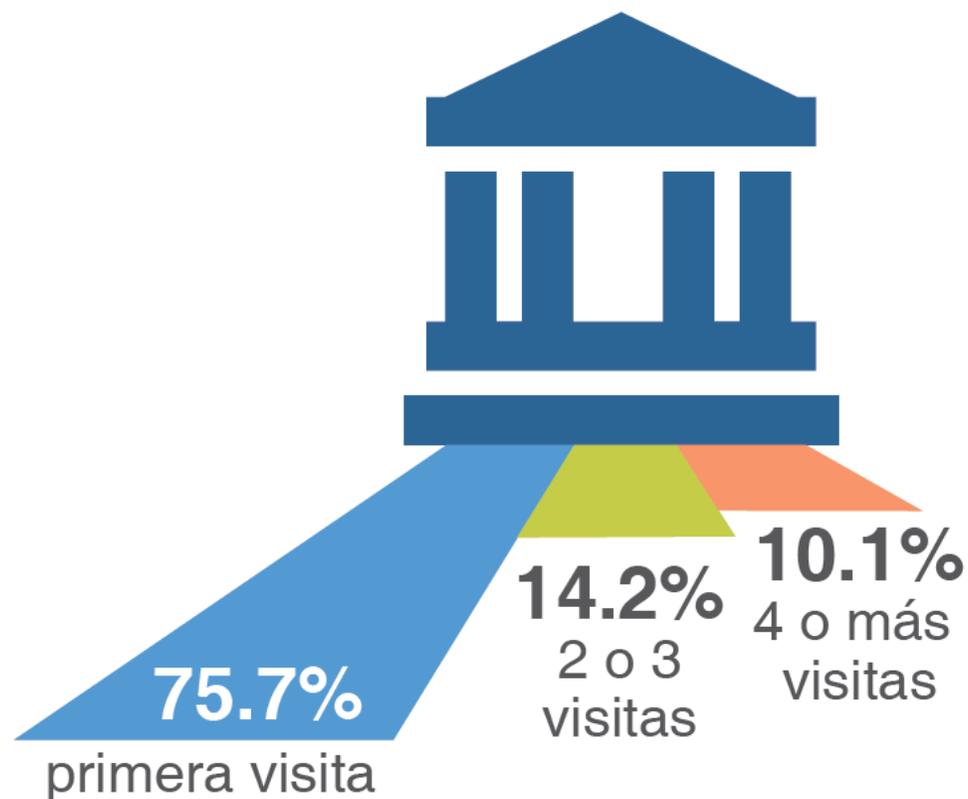
PERMANENCIA EN EL MUSEO

El **38.6%** de los visitantes permaneció en el museo un máximo de 30 minutos.



VISITANTES SEGÚN FRECUENCIA DE VISITA AL MUSEO

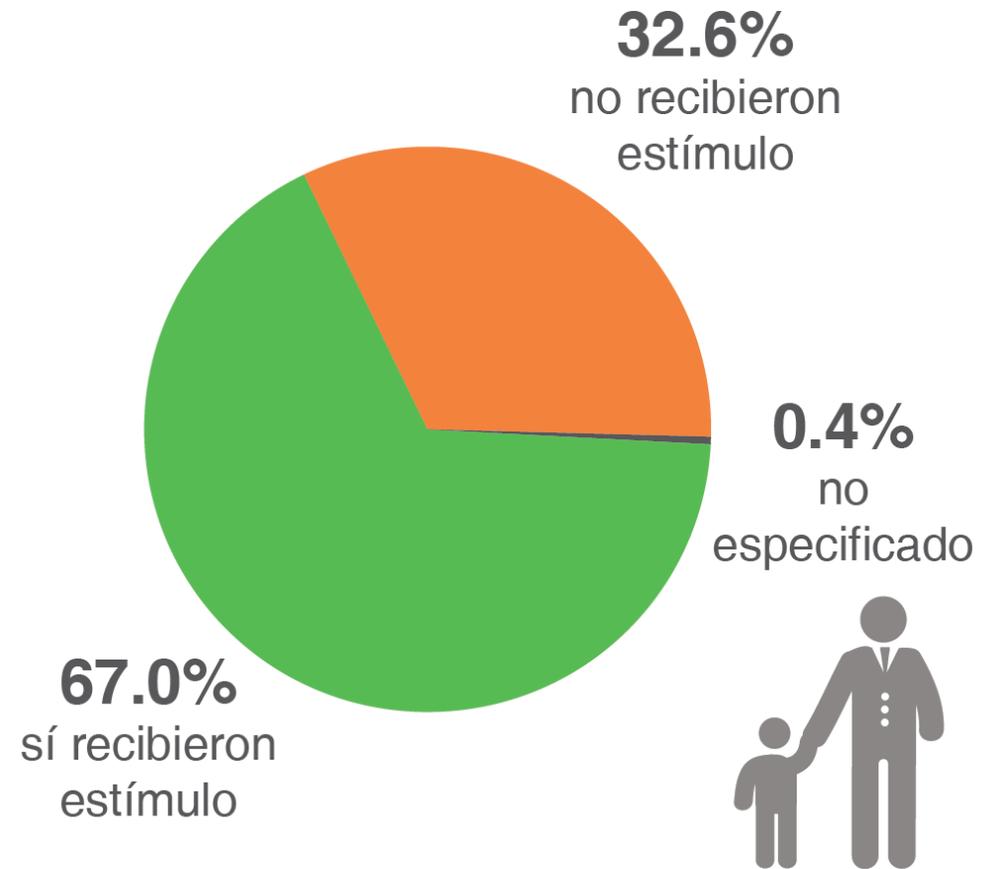
El **75.7%** de los visitantes asistieron por primera vez al museo en los últimos 12 meses



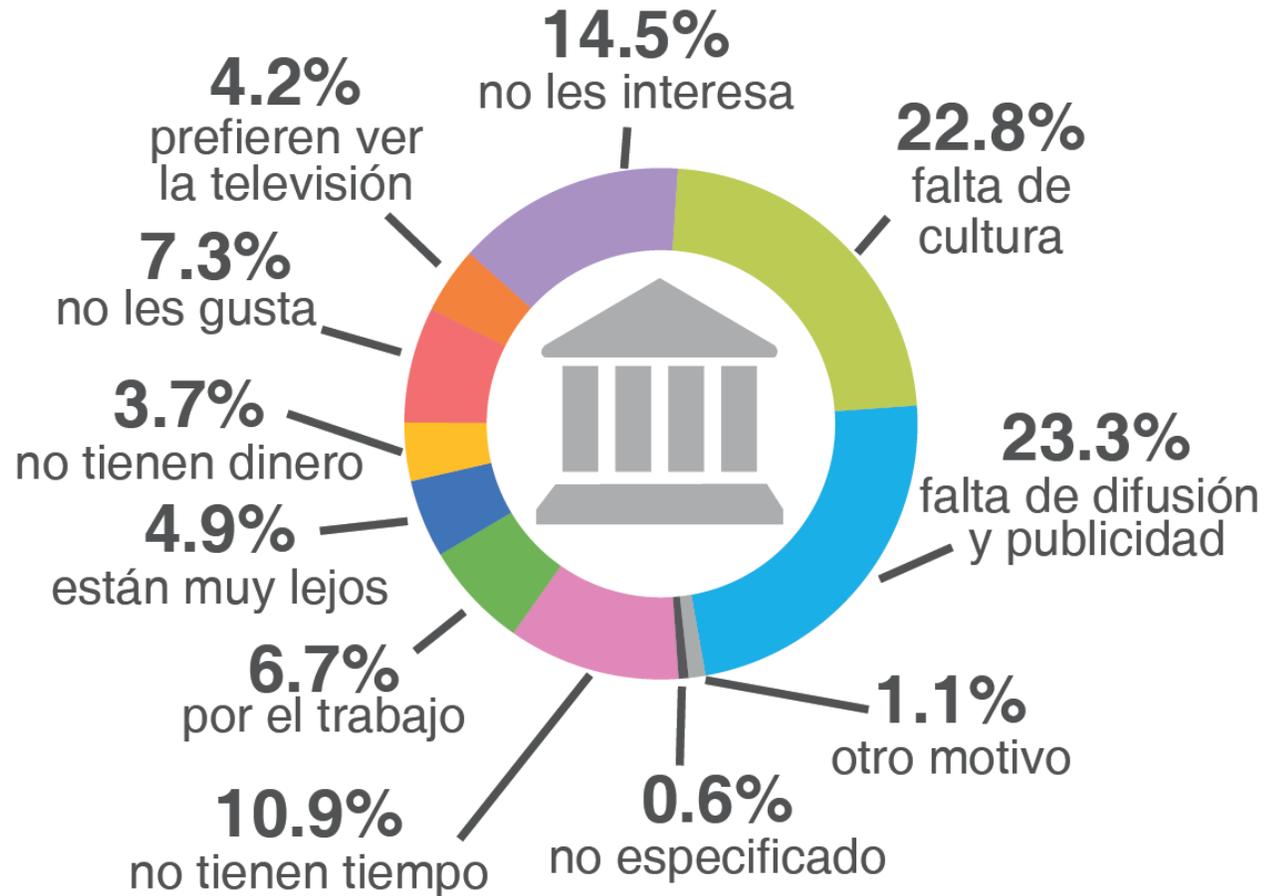
Nota: se consideran las visitas realizadas en los últimos 12 meses.

ESTÍMULO FAMILIAR EN LA INFANCIA

Al **67%** de los visitantes lo llevaron a algún espacio expositivo en su infancia.



PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE LAS PERSONAS NO VISITAN LOS MUSEOS



PERMANENCIA EN EL MUSEO

El **38.6%** de los visitantes permaneció en el museo un máximo de 30 minutos.

Servicios que ofrecen las instituciones museísticas	
Tipo de servicio	% de museos
Visita guiada	83.7
Actividades artísticas y culturales	44.0
Infraestructura para personas con discapacidad	33.2
Sala de usos múltiples	30.9
Actividades académicas	29.3
Tienda	27.0
Wifi	25.4
Biblioteca	24.3
Área de exhibición visual	22.5
Auditorio	20.4

TEMÁTICA PRINCIPAL



486
historia
42.0%



255
arqueología
22.0%



283
arte
24.5%



61
ciencia
5.3%



22
paleontología
1.9%



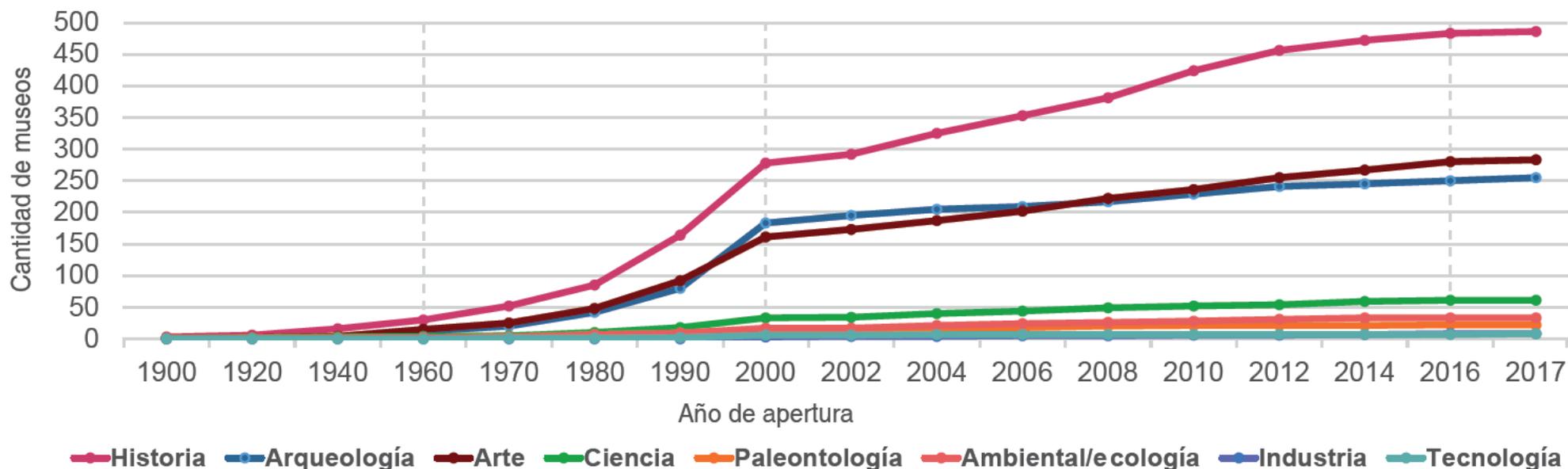
33
ambiental/
ecología
2.9%



8
industria
0.7%



8
tecnología
0.7%



MUSEO DE ARTE MODERNO



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA

