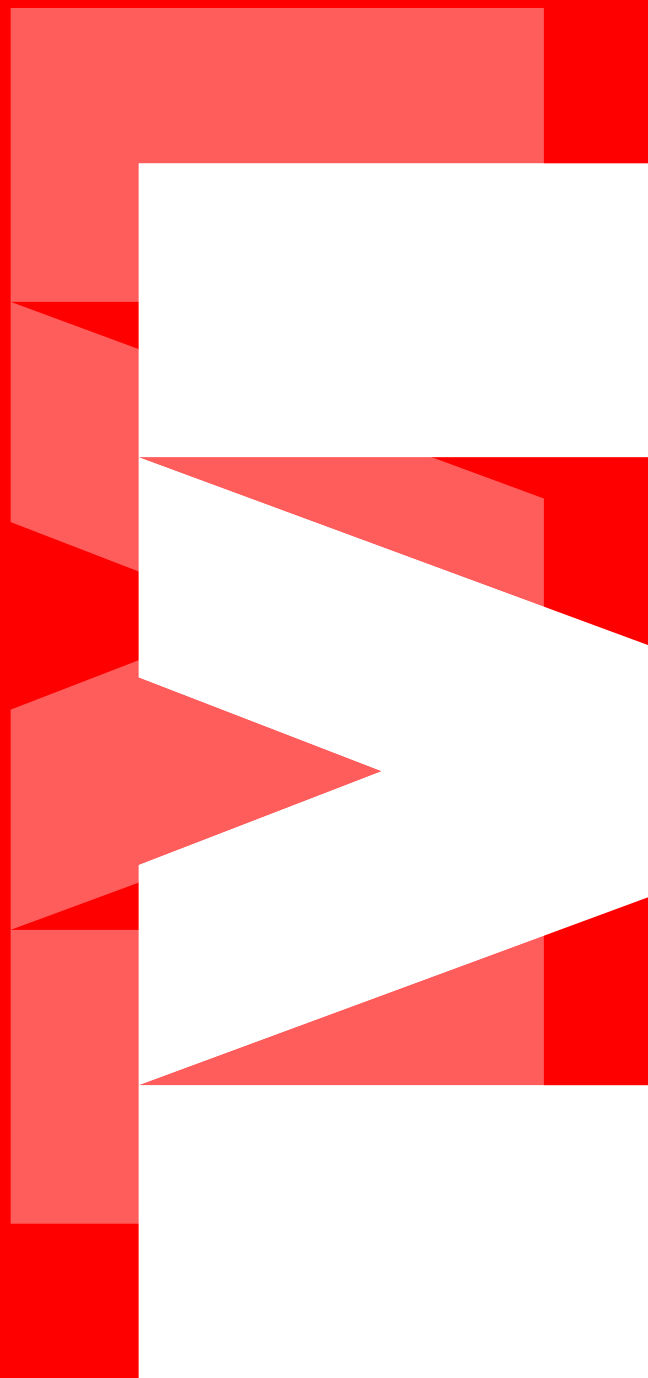


Diciembre 2023

# ENCUESTA SOBRE EL ESTADO ACTUAL DE MUSEOS EN EL PERÚ

Informe de  
Resultados 2022

ASOCIACIÓN  
MUSEOS  
PERÚ



**Créditos:**

**Diseño de la Herramienta de investigación y análisis de resultados:**

José-Carlos Mariátegui

María del Pilar Riofrío

**Texto:**

María del Pilar Riofrío

**Sistematización de resultados:**

Rosalyn Chavarry

**Diseño gráfico:**

Yeslie Conde

**Editor:**

Asociación de Museos del Perú

Calle Santiago Acuña 140, Lima 15048

Primera edición digital: diciembre 2023

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional de Perú 2023-12758

**Agradecimientos:**

Pedro Pablo Alayza

Elizabeth Alvarado

Mauricio Delfín

Max Hernández Calvo

Gustavo Zapata

# CONTENIDO

# INTRODUCCIÓN

## 1

### CONTEXTO

## 2

### METODOLOGÍA Y CONSIDERACIONES

## 3

### RESULTADOS

- 3.1 Características de los museos participantes
- 3.2 Panorama de reactivación posterior a la pandemia de COVID-19
  - 3.2.1 Estado de reactivación
  - 3.2.2 Accesibilidad y conexión con los públicos
  - 3.3.3 El ámbito digital
- 3.3 Retos y oportunidades

# 4

## CONCLUSIONES

# 5

## RUTAS DE ACCIÓN SUGERIDAS

## REFERENCIAS

## ANEXOS

- Objetivo Prioritario IV de la Política Nacional de Cultural al 2030
- Listado de indicadores de gestión de museos evaluados
- Encuesta sobre el estado actual de museos en el Perú
- Lista de museos participantes
- Recursos digitales de museos

# INTRODUCCIÓN

La **Asociación de Museos del Perú (AMP)** busca ser proactiva en establecer e impulsar una agenda ciudadana y de políticas públicas vinculada a los museos y espacios de exhibición, que esté articulada con diversos sectores. En ese sentido, uno de sus objetivos es recopilar, interpretar, presentar y compartir datos y evidencia acerca de la actividad de los museos a nivel nacional. De esta manera, la AMP se constituye como una plataforma para sistematizar información e incidir en el conocimiento y mejoras requeridas para este sector. Por ello, con el fin de **tener un panorama de la situación actual de los museos en el Perú durante el periodo de transición posterior a la pandemia de la COVID-19**, en diciembre de 2022, se llevó a cabo una encuesta para ser llenada por profesionales de museos con la finalidad de representar tanto a museos públicos como privados y de gestión mixta, así como de promover la transparencia en información de utilidad que permita entender las problemáticas institucionales actuales.

Esta encuesta se realizó con los siguientes objetivos específicos:

- a. detectar los problemas y limitaciones que enfrentan los museos para operar adecuadamente;
- b. identificar aspectos logísticos, administrativos y de programación que han cambiado luego de la pandemia de la COVID-19;
- c. conocer el estado del vínculo entre los museos y la ciudadanía en esta etapa de reactivación.

Tanto la encuesta como el presente informe de resultados están estructurados en tres etapas. La primera está dedicada al perfil y tipología de los museos participantes; la segunda muestra información sobre el estado de apertura, reactivación de servicios, dinamismo de cada museo y capacidad de innovación del sector posterior a la pandemia de la COVID-19; y, en la tercera, se realiza un análisis de los retos y oportunidades que enfrentan.

Como resultado, se ha encontrado que la reactivación fue bastante lenta y generó un sector paralizado que se mantuvo por dos años, con cerca del 50 % de los museos cerrados. Apenas para 2022 se concretaría un 90 % de apertura. Esto significó una

**fuerte desconexión de sus públicos**, que en el Perú estuvo parcialmente cubierta por la difusión de contenidos en medios digitales (sobre todo, en redes sociales). Los principales afectados fueron los museos de pequeño formato, que disponían de reducidos recursos para innovar e incluso mantener sus colecciones. Hacia fines de 2022, se encontró que **la reactivación de museos en el Perú ha sido parcial**, ya que sus servicios no se hallaban operativos al 100 % y que, entre las instituciones abiertas, **la accesibilidad era aún limitada**.

Si bien los datos obtenidos no representan a la totalidad de museos del país, son de alta relevancia en la medida que nos acercan a comprender la situación que atraviesan y las problemáticas que se requiere resolver para fortalecerlos. Este análisis ha permitido **identificar posibles rutas** para que el sector de **museos sea más sostenible, más dinámico, más innovador y cercano a sus comunidades**.

Finalmente, el presente trabajo contribuirá también a fortalecer el sector en la medida que sea un punto de partida para posteriormente estandarizar **un sistema de registro de información e indicadores comunes sobre museos**, que puedan ser validados y utilizados entre los diversos agentes públicos y privados que lo componen. Solo de esta manera se podrá tener información útil y veraz en futuros estudios. En ese sentido, algunas preguntas generales de esta encuesta deben servir para elaborar datos que permitan, progresivamente, tener una estadística histórica sobre la evolución de ciertos indicadores de operatividad, accesibilidad, dinamismo y transformación digital de museos.

# CONTEXTO

# 01

Tres años después de la pandemia de la COVID-19 que obligó al cierre temporal de muchos museos en el Perú, se tenía una percepción acerca de su estado de reactivación, mas no información ni datos concretos que permitan comprender la complejidad de la situación por la que atraviesan estas instituciones y el impacto que ha causado en el sector.

Considerando que los espacios culturales no fueron priorizados en un esquema de reactivación nacional y que, hacia fines de 2022, era aún difícil visitar algunos museos, pues se encontraban cerrados o con atenciones limitadas; era necesario recabar información concreta acerca de qué retos enfrentan los museos peruanos luego de la pandemia de la COVID-19. Ello resulta especialmente significativo en un contexto en el cual el sector museal en el país por lo general no ha estudiado sus resultados y alcances de manera sistemática, ni existe una dinámica organizada para compartir esta información y ponerla a disposición pública.

## **Información estadística y la Política Nacional de Cultura**

Si bien el Ministerio de Cultura (Mincul) cuenta con varias plataformas y sistemas de información cultural, esta información no está sistematizada ni es completa. Por ejemplo, en la Plataforma de Información Estadística del Sector Cultura, InfoCultura<sup>1</sup> del Ministerio de Cultura, en el acápite dedicado a los indicadores del Sistema Nacional de Museos

---

<sup>1</sup> <https://infocultura.cultura.pe/infocultura/>



del Estado, se presenta información limitada referente a los museos —datos sobre el número de visitantes, tipo de público (niños/escolares, estudiantes, adultos, adultos mayores, militares)— y categorizada por departamento. Se trata de información muy general que, además, cuenta tan solo con algunos de los museos y salas de exposición públicas que son parte del Sistema Nacional de Museos del Estado. No se cuenta con otros datos relevantes, como el número de trabajadores, tipos de servicios, accesibilidad, horarios y periodicidad de las exposiciones. Asimismo, existe nula información sobre sus colecciones y activos digitales. Si bien se cuenta con datos recientes de 2021, 2022 y 2023, no hay información de años previos. En conclusión, esta información no permite realizar un análisis a profundidad, ni fundamentar el diseño de políticas públicas pertinentes y sostenibles.

Esta carencia es alarmante en la medida que la data existente no permite medir el avance de los objetivos establecidos a través de las políticas públicas existentes. Por ejemplo, en 2020, el Ministerio de Cultura publicó la **Política Nacional de Cultura (PNC) al 2030**, en la cual se plantean seis Objetivos Prioritarios (OP) por alcanzar. Si bien varios de estos son transversales a la gestión de museos, el **OP4**, dedicado a **“fortalecer la valoración del patrimonio cultural”**, está trazado en relación directa con el sector museal. Su diseño parte de la pregunta ¿cuál es el nivel de acceso y valoración de la población al patrimonio cultural?, y los indicadores que proponen para su evaluación son los siguientes: 1) porcentaje de la población que visitó algún patrimonio cultural con la finalidad de apreciarlo y 2) tasa de variación anual de visitantes que acceden anualmente a las instituciones museales, salas de exposición y monumentos arqueológicos prehispánicos administrados por el Ministerio de Cultura (2020, pp.190-191).

Sin embargo, el Mincul carece de información pública representativa del sector a nivel nacional que permita dar seguimiento anual y sistemático a los indicadores mencionados. Por lo tanto, actualmente no se cuenta con datos representativos para medir el logro de este objetivo, ni de sus lineamientos específicos (**ver detalle del OP4 en anexo N.º 1**). Sin ánimo de entrar en detalle, el Ministerio de Cultura cuenta también con otros Objetivos Prioritarios que también tienen aspectos transversales necesarios para el entendimiento contemporáneo de las instituciones museales, tales como **“fortalecer el desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales” (OP3)** e **“incrementar la participación de la población en las expresiones artístico-culturales” (OP2)**.

En este sentido, los resultados del presente informe contribuyen a generar datos relevantes para actualizar los avances del sector, así como de las políticas trazadas en la PNC en varios de sus Objetivos Prioritarios. De la misma manera, se busca que este primer trabajo sirva como aliciente para que el sector museal genere información pertinente que visibilice la dimensión real de su impacto en la población. Para ello, se incluye el **listado de indicadores de gestión de museos empleados en esta encuesta (ver anexo N.º 2)**. Además, se propone utilizar estos indicadores en futuros estudios de museos con el fin de estandarizar la información, realizar comparaciones, así como mostrar la evolución del sector a lo largo del tiempo.

### **Estudios previos de museos durante la COVID-19**

En el contexto de la pandemia de la COVID-19, a nivel nacional se realizaron algunos estudios acerca del estado del sector cultural frente a esta situación<sup>2</sup>; sin embargo, estos se desarrollaron principalmente a inicios de esta crisis mundial y dieron cuenta de algunos indicadores referentes a las artes visuales y a los trabajadores del sector. En el ámbito específico de los museos, destaca la encuesta realizada por el British Council a trabajadores de estas instituciones en octubre de 2020<sup>3</sup>. No obstante, no se cuenta con datos acerca de la problemática enfrentada por los museos en los distintos años de la crisis sanitaria a nivel nacional ni acerca de su estado de reactivación tres años después, los cuales permitirían mostrar una visión del escenario actual.

---

<sup>2</sup> Véanse los siguientes textos, consignados en la lista de referencias al final del presente estudio:

- I. Hernández, M. y Zevallos, C. (2020). *Impacto económico del estado de emergencia por la pandemia de COVID-19 en los trabajadores y trabajadoras de las artes visuales en el Perú*.
- II. Ministerio de Cultura y Municipalidad de Lima. (2020). *Informe sobre el impacto del estado de emergencia por el COVID-19 en el sector de las artes, museos e industrias culturales y creativas – Resultados generales*.
- III. Dirección General de Industrias Culturales y Artes. (2022). *Encuesta sobre el impacto de la pandemia de COVID-19 en los trabajadores y organizaciones de las industrias culturales y las artes en el Perú, al 2021*.

<sup>3</sup> Para más información, véase la encuesta de British Council (2020) en el listado de referencias.

A nivel internacional, se contó con estudios específicos para el sector de museos<sup>4</sup> que, a pesar de no presentar data específica para el caso peruano, dan cuenta de problemáticas compartidas entre países de Iberoamérica y del mundo, las cuales sirven para mostrar una visión panorámica de los retos enfrentados por estas instituciones, así como para estandarizar criterios, categorías e indicadores.

---

<sup>4</sup> Véanse los siguientes informes en la lista final de referencias:

- I. Ibermuseos. (17 de junio de 2020a). *Informes de impacto del COVID-19 en el ecosistema del museo.*
- II. Ibermuseos. (17 de junio de 2020b). *Organismos internacionales: impacto del COVID-19 en los museos.*

# METODOLOGÍA Y CONSIDERACIONES

## 02

La *Encuesta sobre el estado actual de museos en el Perú* estuvo disponible desde el 19 de diciembre de 2022 hasta el 9 de enero de 2023 (**ver cuestionario en el anexo N.º 3**). La convocatoria se realizó de forma abierta tanto en redes sociales y por envíos a los correos electrónicos utilizando la base de datos de museos de la AMP, que incluye alrededor de 400 instituciones. Cabe destacar que, debido a la inexistencia de una base de datos pública que esté actualizada con las cuentas de correos oficiales de todos los museos a nivel nacional, se optó por difundir la encuesta de forma abierta, dirigida a trabajadores de museos y no solo a los responsables formales de las instituciones. Con la información recabada, el equipo de trabajo se encargó de filtrar las respuestas dobles o incluso aquellas que no correspondían al objeto de dicha encuesta. Asimismo, se filtraron participantes de galerías, museos de otros países y de centros culturales. De esta forma, las respuestas analizadas en el presente informe corresponden a organizaciones que se reconocen a sí mismas como museos. Como resultado, se contó con el registro efectivo o válido de 79 museos a nivel nacional, de los cuales 13 son integrantes de la AMP. Es importante tener en cuenta que, según levantamientos previos realizados por el Sistema Nacional de Museos del Estado del Ministerio de Cultura, se reporta la existencia de 372 museos (Guía de museos de 79 museos a nivel nacional, de los cuales 13 son integrantes de la AMP. Es importante tener en cuenta que, según levantamientos previos

realizados por el Sistema Nacional de Museos del Estado del Ministerio de Cultura, se reporta la existencia de 372 museos (Guía de museos del Perú, 2012). Por lo tanto, el total de museos participantes representa el 21 % de los museos a nivel nacional. Por otro lado, es necesario precisar que 43 museos participantes fueron de provincias y 36 fueron de Lima, lo cual se acerca a una muestra representativa de la proporción de museos existentes entre Lima y provincias.

Para el diseño del cuestionario se consideró la necesidad de medir indicadores de gestión, operatividad, accesibilidad y de transformación digital, que permitieran dar cuenta del panorama de los museos participantes tanto durante la pandemia como en su situación actual. **(Ver listado de indicadores de gestión de museos en anexo N.º 2).**



# RESULTADOS

# 03

## 3.1. Características de los museos participantes

Con la finalidad de estandarizar este informe con sistemas de información internacionales, se ha utilizado la categorización de museos establecida por Ibermuseos para el Registro de Museos Iberoamericanos<sup>5</sup>, con el fin de determinar los museos tanto por tipo de colección como por titularidad (**ver lista de museos participantes en el anexo N.º 4**).

### 3.1.1. Museos por tipo de colecciones

Si bien diversos museos peruanos tienen más de un tipo de colecciones, de acuerdo con la tipología establecida por Ibermuseos, participaron los siguientes tipos de museos:

- Los museos de **arqueología, antropología o etnología** representan el **42 %** de los participantes. En esta tipología se han agrupado los museos de arqueología con aquellos que indicaron contar con colecciones netamente arqueológicas o mixtas (arqueología - etnografía o arqueología - antropología).
- El **30 %** de los museos encuestados cuenta con **colecciones históricas**, segmento que incluye a los que indicaron tener colecciones de historia o bien histórico-artísticas e histórico-militares.

<sup>5</sup> <http://www.rmiberoamericanos.org/>

■ En menor medida se contó con **museos de arte (9 %)** y museos **de ciencias naturales o de historia natural (8 %)**.

■ El rubro de **otros tipos de colecciones**, representado por el **11 %** de los museos, está conformado por museos de memoria y derechos humanos, de literatura, eclesiásticos, del juguete, de numismática y de colecciones vinculadas al deporte.

### MUSEOS POR TIPO DE COLECCIÓN

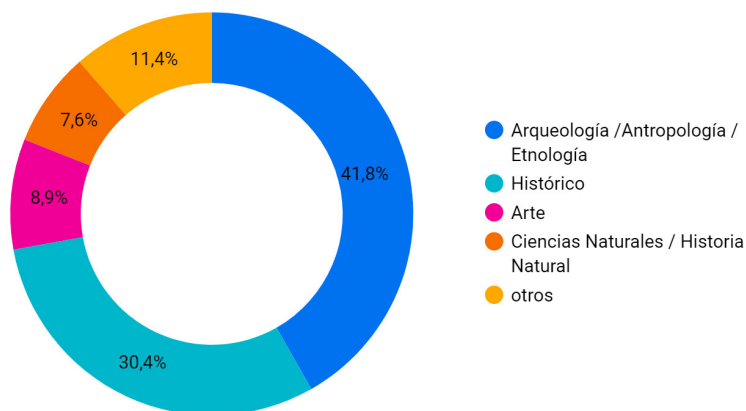


Gráfico 1. Museos por tipo de colección.

### 3.1.2. Museos por titularidad

Si bien en el país se cuenta con una amplia mayoría de museos públicos, esta encuesta de convocatoria abierta contó con la participación de organizaciones públicas y privadas casi en similar cantidad. De esta manera, se obtuvo respuestas de

■ Un **48 % de los museos de titularidad privada**, conformados por organizaciones administradas por fundaciones privadas, asociaciones civiles sin fines de lucro, universidades privadas o por la Iglesia católica.

■ Un **49 % de los museos de titularidad pública**, administrados por el gobierno central, como aquellos del Ministerio de Cultura o del Ministerio de Educación, o por entidades autónomas, como el Reniec y el Banco Central de Reserva del Perú, así como por gobiernos municipales. También se consideran museos públicos los pertenecientes a universidades nacionales.

■ También participaron museos con **titularidad mixta (3 %)**, es decir, que cuentan con una administración público-privada, como es el caso del Museo del Complejo El Brujo.

### MUSEOS POR TITULARIDAD

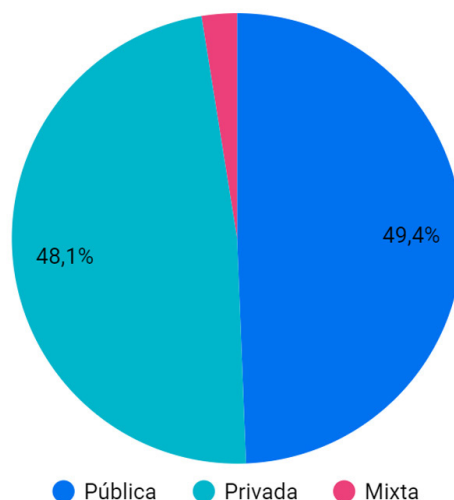


Gráfico 2. Museos por titularidad.

#### 3.1.3. Formato de las instituciones

El sector de museos en el Perú administra un importante y vasto patrimonio cultural mueble; sin embargo, las instituciones que tienen a su cargo dicho acervo son mayoritariamente de pequeño o mediano formato, es decir, cuentan con equipos de trabajo relativamente reducidos.

- Al 2022, el **46 %** de los museos son de **formato pequeño**, es decir, que cuentan con 5 o menos trabajadores. A ello le sigue un **41 % de museos medianos**, que cuentan con un equipo de entre 6 y 29 trabajadores; y tan solo un **14 % de los museos grandes** cuenta con un equipo de 30 trabajadores a más<sup>6</sup>.
- El comparativo entre la cantidad de personal de museos entre 2019 y 2022 muestra que ha disminuido la cantidad de museos grandes, mientras que han aumentado los museos de pequeño formato. Así, en dicho periodo, 3 museos pasaron de ser de formato grande a mediano y 3 museos pasaron de tener un formato mediano a uno pequeño, **reduciendo su capacidad operativa**.
- Por ello, si bien en el siguiente gráfico se observa que se han mantenido rangos similares en la cantidad de trabajadores, cabe destacar que, durante el 2020 y mediados de 2021, muchos museos redujeron sus equipos de trabajo al mínimo indispensable, al encontrarse cerrados.

<sup>6</sup> Clasificación de museos utilizada en el estudio de Franco, I. y Riofrío, M. (2018). Diagnóstico de la oferta y situación actual de los museos y centros expositivos de Lima. Para más información, véase la lista de referencias.



■ Ello coincide con un 21 % de los museos encuestados, que indicó que la **reducción del personal** es una de sus principales barreras para la reactivación (ver sección N.º 4). Esto es relevante para conocer que la capacidad operativa de las organizaciones encargadas de administrar los museos en el país se ha limitado aún más luego de la pandemia por la COVID-19, lo que impacta directamente en los servicios a los públicos como el trabajo a nivel interno.

**TAMAÑO DE LA INSTITUCIÓN CULTURAL SEGÚN CANTIDAD DE PERSONAL  
(CONSIDERAR TRABAJADORES EN PLANILLA, PRACTICANTES Y SERVICES  
A TIEMPO COMPLETO)**

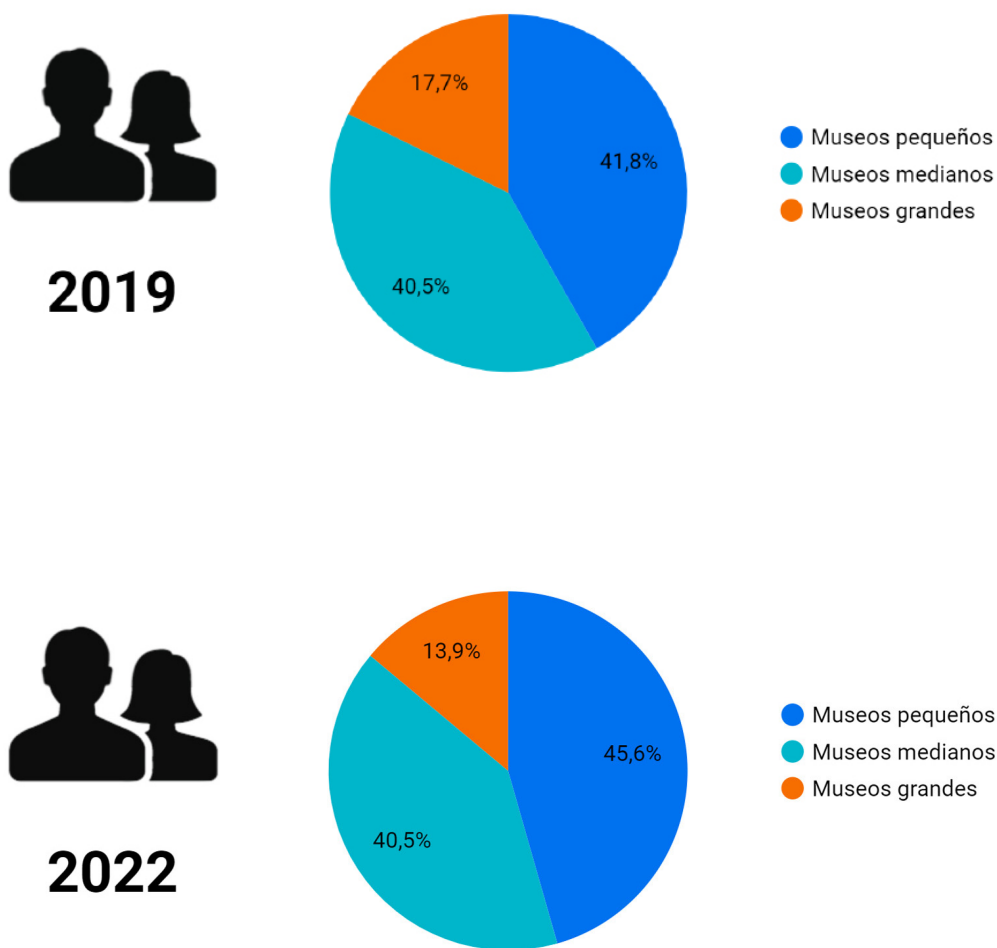


Gráfico 3. Formato de la institución en 2019 y 2022.

## 3.2. Panorama de reactivación posterior a la pandemia de la COVID-19

### 3.2.1. Estado de reactivación

Para determinar el estado de reactivación de los museos, se consideró analizar tanto el comparativo en la estadística de recepción de visitantes entre 2019 y 2022, así como las fechas de apertura, requerimientos de registro para realizar una visita y la cantidad de servicios que cada institución ha reanudado.

#### a. Visitantes

En un contexto en que los museos del país no reciben cantidades masivas de visitantes, el efecto de la pandemia de la COVID-19 significó un claro distanciamiento entre los museos y sus públicos, especialmente durante 2020 y 2021. A nivel internacional, la situación fue similar. Sin embargo, de acuerdo con la encuesta *Visitor figures 2022*, realizada por *The Art Newspaper*<sup>7</sup>, el contexto político, económico y las medidas adoptadas para enfrentar la COVID-19 en cada país, incidieron en la rápida o lenta recuperación de sus instituciones museales. A ello habría que sumar las estrategias específicas implementadas por cada institución para evitar una caída drástica en la recepción de visitantes, así como para lograr una reactivación efectiva.

Cifras previas a la pandemia de COVID-19:

Cabe destacar que, para el caso peruano, el panorama prepandemia no presenta altos rangos de visitas. Por ejemplo, en 2019, el **24 %** de los museos en el país no superaba los **3000 visitantes al año**, seguidos de un **35 % que recibía hasta 30 000 visitantes** anualmente.

En contraste, los museos más visitados representan **menos del 4 % del total**, que recibe un rango entre 200 000 y 300 000 visitantes al año. Esta cifra es muy baja en comparación con la lista de los 10 de museos más visitados del mundo, ubicados en Europa, Norteamérica y Asia. Para 2022, recibieron rangos entre 2 y 8 millones de visitantes.

<sup>7</sup> Para más información, véase Cheshire, L. y Da Silva, J. (27 de marzo de 2023). *The 100 most popular art museums in the world—who has recovered and who is still struggling?* en la lista de referencias.

Cifras durante pandemia:

- En 2020 y 2021, menos del 40 % de los museos se encontraban abiertos en el Perú, por lo que las cifras de visitantes presentaron una drástica caída. Así, por ejemplo, algunos museos que solían recibir entre 70 000 a 100 000 visitantes en un año prepandemia recibieron menos de 3000 visitantes en 2020, cifra que incrementaría solo a 5 000 visitantes para 2021.
- En 2020, el 25 % de los museos recibió rangos de visitantes inferiores a los 3000 y un 23 % alcanzó rangos entre 3000 y 30 000 visitantes, mientras que el 57 % de las instituciones no presenta información para ese año.
- En 2021, se obtuvieron ligeros avances en la recepción de visitantes, pero aún se mantuvo un 50 % de instituciones sin información para ese año.
- El distanciamiento generado como efecto de la pandemia de la COVID-19 impactó inclusive en las visitas realizadas en 2022, año en que solo el **30% de los museos logró recuperar** el rango de visitas que recibía prepandemia, mientras que el **48% no lo ha recuperado**. En dicho escenario, sorprende observar que un **3%** de los museos logró **superar su rango de visitantes** con respecto al 2019.

Si bien las cifras de visitantes no son en sí mismas un indicador de éxito, manifiestan el grado de contacto que una organización mantiene con sus públicos, algo especialmente relevante en el contexto de la pandemia de la COVID-19.

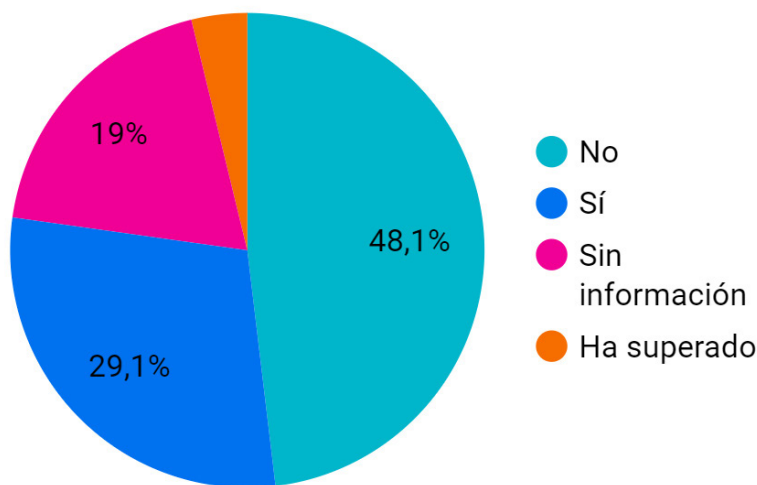


Gráfico 4. Museos que han recuperado su rango de visitantes prepandemia.

## b. Reactivación y cierre de museos

La apertura de museos en el Perú ha sido lenta y progresiva. Esto responde en parte a las medidas adoptadas por el Gobierno, que incluyeron dos periodos de distanciamiento social obligatorio en los que los museos no fueron considerados espacios de primera necesidad y, por ende, debieron cerrar sus puertas al público. Como resultado,

- Durante 2020, 14 museos (el 18 %) abrieron sus puertas por primera vez después de la primera cuarentena obligatoria establecida por el contexto de la COVID-19.
- Para 2021, se sumó un 29 % de museos que reanudaron su atención al público.
- En 2022, un 29 % adicional de museos reabrió sus puertas, de manera que para dicho año se contó con un alto porcentaje de museos abiertos al público (90 %).
- Sin embargo, hasta enero de 2023, casi tres años después del inicio de la pandemia de la COVID-19, aún el 10 % de los museos se encuentran cerrados.

**Indicar en qué fecha se reanudó el servicio al público. En caso haya abierto y cerrado en más de una oportunidad.**

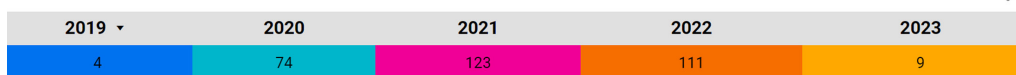


Gráfico 5. Año de apertura inicial del museo, posterior a la pandemia de COVID-19.

### ¿Se encuentra abierto actualmente?

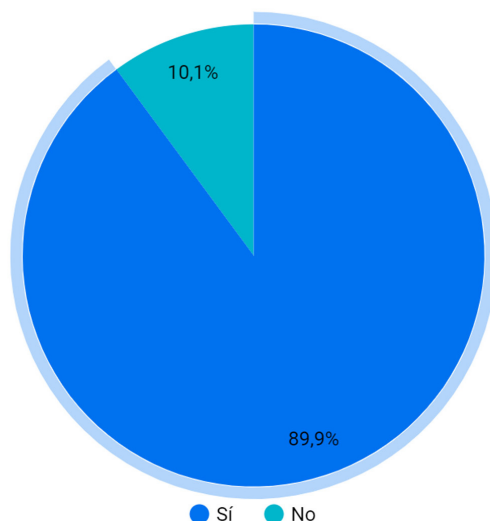


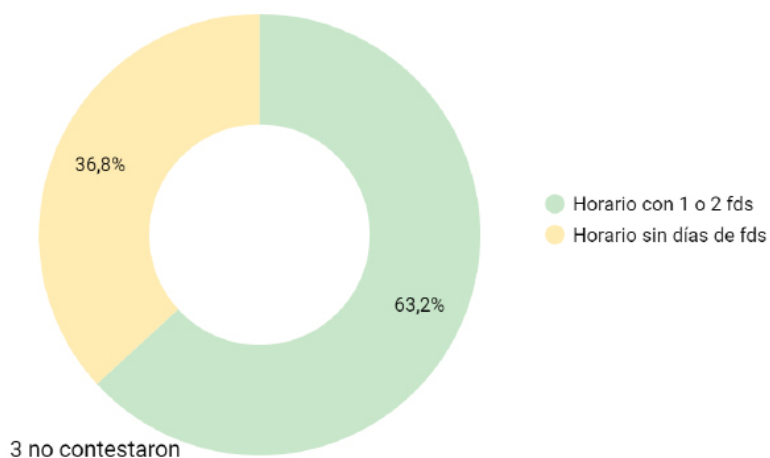
Gráfico 6. Estado de apertura del museo en diciembre de 2022.

Los resultados de esta encuesta demuestran que, en el escenario posterior a la pandemia de la COVID-19, la accesibilidad a los museos es limitada en diversos casos. Por ejemplo, del 90 % de los museos abiertos, el **37 % tiene horarios de atención de lunes a viernes**; es decir, no atiende durante fines de semana, lo cual es preocupante considerando que se trata habitualmente de los días de mayor número de visitantes, sobre todo de familias. Asimismo, el **28 % de los museos atiende con horario partido**, lo cual también dificulta su accesibilidad.

Además, **el 14,7 % de los museos requiere una inscripción previa** o, de lo contrario, no podrá admitir a los visitantes. Se infiere que esta medida se tomó como parte de los protocolos ante la pandemia de la COVID-19; sin embargo, no han sido actualizados. De cualquier forma, la inscripción previa no solo limita la visita al museo por el llenado de un formato (muchas veces excesivo en la cantidad de campos que completar) o la asignación de horas, sino que, dependiendo de la plataforma del museo, en muchos casos el formulario puede ser no muy amigable o no estar preparado para ser utilizado en dispositivos móviles (principal medio para acceder al Internet en el Perú, según un informe del INEI (2022)).

Según se señala en reportajes recientes a nivel internacional<sup>8</sup>, a muchos visitantes les resulta incómodo planificar su día para llegar a un museo en una franja horaria concreta; además, el acceso a Internet es necesario. Considerando que, pese a su alta penetración —el 68,7% de los hogares cuenta con acceso a Internet (Osiptel, 2022)—, en el Perú el Internet aún no llega a más de un 30% de la población, solicitar una inscripción previa constituye una barrera para facilitar el ingreso a una parte importante de la población.

### Indicar los días que atiende a la semana



### Formato de horario

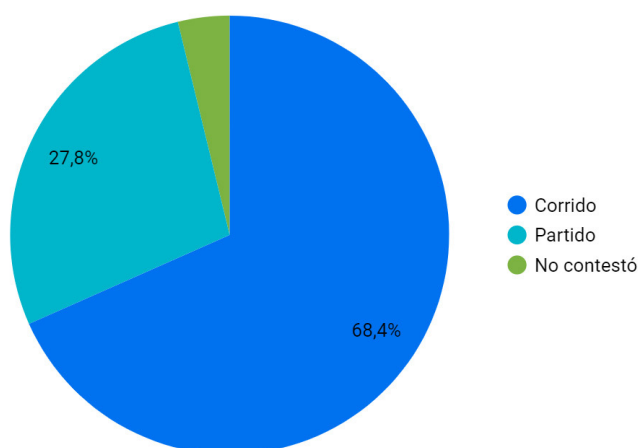


Gráfico 7. Días y formato de horario de atención.

<sup>8</sup> Al respecto, véase Bailey, M. (27 de marzo de 2023). *Covid-era booking systems may be putting off visitors to UK museums* en la lista de referencias.

**Actualmente, para visitar el museo o sitio, el visitante o grupo:**

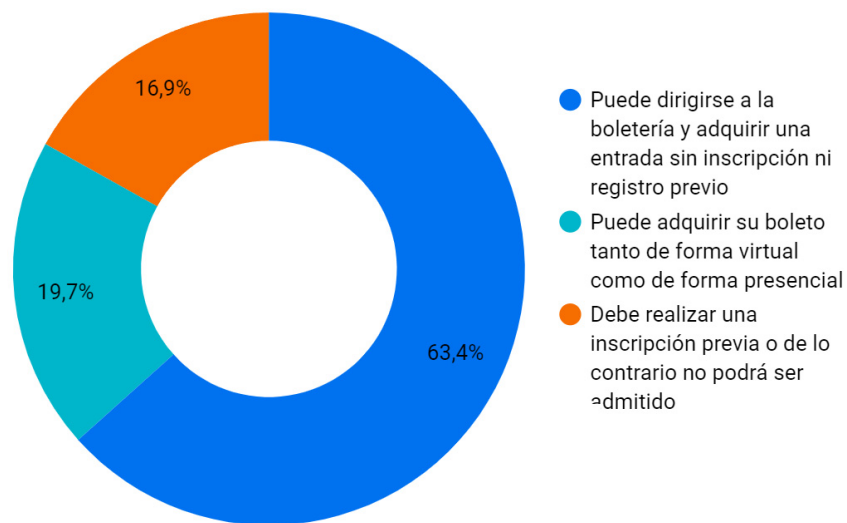


Gráfico 8. Mecanismos para adquisición de entradas.

### c. Reanudación de servicios y programación pública

Además de las estadísticas de visitantes, otro indicador del nivel de conexión de un museo con sus públicos está vinculado a la cantidad de servicios y a la programación de actividades educativas, culturales y exposiciones que ofrece. Por ello, para el presente análisis es imprescindible identificar en qué medida se ha reactivado dicha oferta.

En ese sentido, los resultados demuestran que, si bien se han “reactivado” grandes porcentajes de servicios, no alcanzan el 100 % de implementación. Además, se debe considerar que el panorama previo a la pandemia de la COVID-19 muestra que son pocos los museos que ofrecen un abanico completo de servicios, ya que la mayoría ofrece principalmente servicios básicos.

- De esta manera, entre los servicios básicos se encuentra que
  - El 90 % de los museos cuenta con una exposición permanente.
  - Cincuenta y siete museos (72 %) indican que, antes de la pandemia de la COVID-19, ofrecían el servicio de **recorridos mediados y/o programas educativos**; no obstante, este servicio no ha logrado reactivarse por completo, ya que solo 46 de los 57 museos lo ofrecen actualmente. A la fecha, **el 42 % de los museos no ofrece recorridos mediados, y se ha eliminado el servicio en 11 museos**. Ello lo convierte en el servicio que más ha costado reactivar.
  
- En cuanto a los servicios más especializados:
  - Los servicios que se han reactivado en menor medida son, con respecto al 2019, el **alquiler de espacios**, la **cafetería del museo** y **la tienda del museo**.
  - El único servicio que **se ha incrementado**, respecto del periodo prepandemia, es el de **programas educativos digitales**. Para 2019, había sido implementado por el 24 % de los museos y, al 2022, alcanzó a 37 % de las organizaciones.



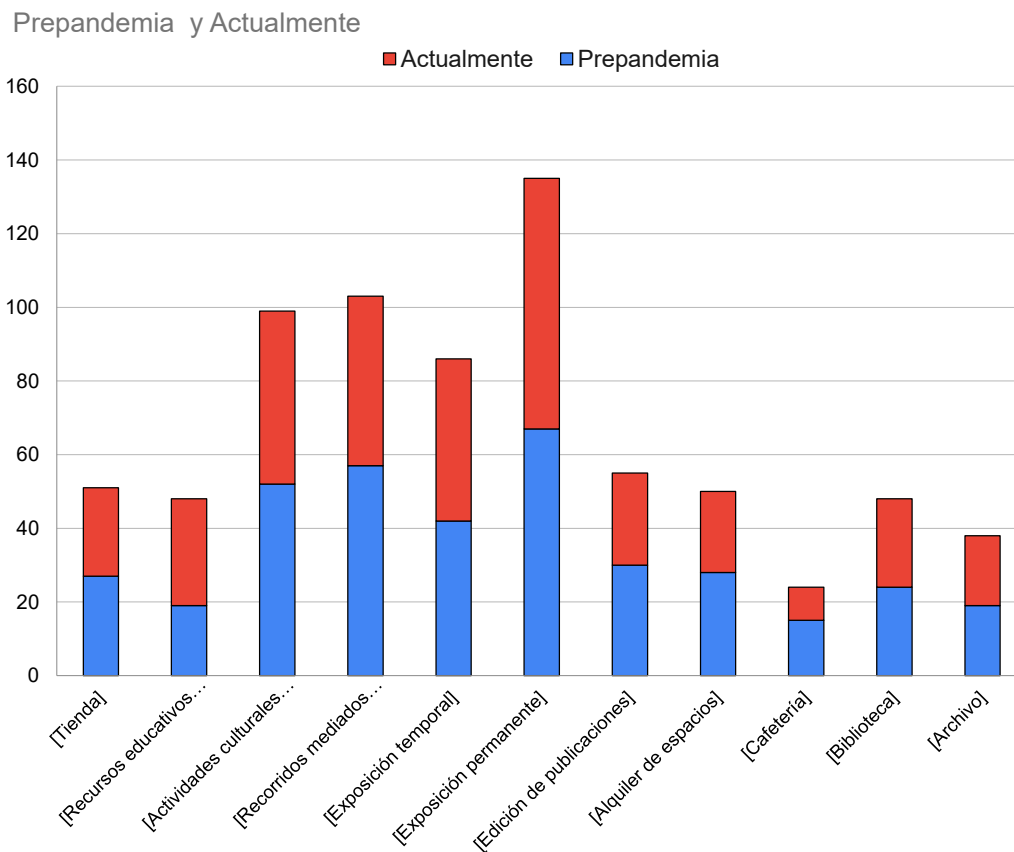


Gráfico 9. Servicios ofrecidos por museos antes y después del periodo de pandemia de la COVID-19.

### 3.2.2. Accesibilidad y conexión con públicos

#### a. Programación pública y educativa

Contar con un **área educativa o de mediación cultural** permite a los museos realizar programas educativos con metodologías diseñadas sobre la base del diálogo y la interactividad para lograr aprendizajes significativos y experiencias memorables para públicos diversos. Sin embargo, a pesar de que el 48 % de los museos indicó ofrecer el servicio de recorridos mediados, el **57 % de los museos** encuestados reportó que **no cuenta con un equipo de mediación**.

A propósito, se puede decir que, si bien la mediación cultural se ha ido incorporando en el quehacer de los museos del país gradualmente<sup>9</sup>, aún constituye un campo en proceso de fortalecimiento. Más de la mitad de las instituciones a nivel nacional requieren contar con personal especializado en este campo –junto con una visión pedagógica– para adoptar un enfoque de trabajo más centrado en los diversos visitantes y en sus comunidades.

### ¿Cuenta con un equipo permanente de mediación cultural/ educadores?

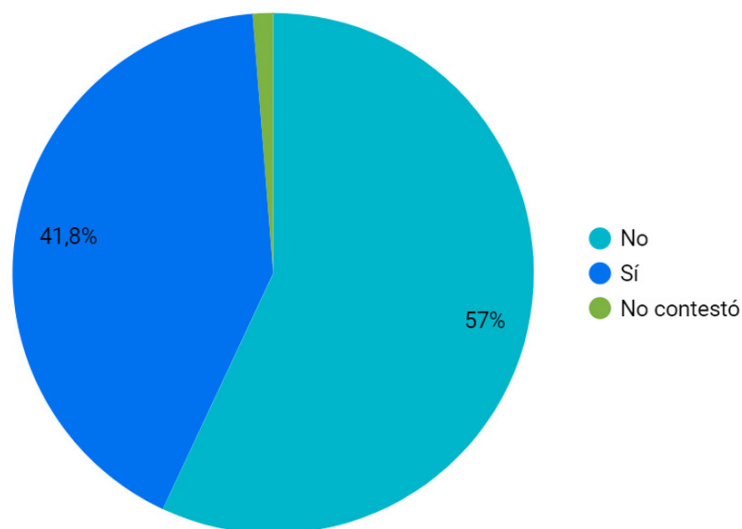


Gráfico 10. Equipo permanente de mediación cultural.

**Las exposiciones temporales** permiten investigar y dar a conocer las colecciones; sin embargo, requieren de logística, planificación, presupuesto y de un equipo especializado dedicado a su investigación, producción y ejecución.

Durante la pandemia de la COVID-19, en un escenario de limitada actividad presencial, el 2020 y 2021 significaron el desarrollo de menos exposiciones temporales presenciales y un incremento en la implementación de actividades, eventos y recursos digitales.

- En cuanto a las exposiciones temporales, en 2020 se realizaron solo el 13 % de las exposiciones que se llevaron a cabo en el 2019 y el 79 % de los museos no realizó ninguna exposición. De acuerdo a lo reportado en esta encuesta, las exposiciones se incrementaron gradualmente en el 2021 (39 % de los museos participantes realizó al menos una) y considerablemente para el 2022 (59 % de los museos participantes realizó al menos una).

<sup>9</sup> Como referencia, en 2017, solo el 30 % de los museos de Lima contaba con programas educativos (Franco y Riofrío, 2018).

- Aproximadamente un 30 % de los museos indica que, en 2023, realizará más exposiciones que las realizadas en el 2019.
- Cabe destacar que el 27% de los museos no realiza exposiciones temporales anualmente ni las realizaba antes de la pandemia.

En cuanto al desarrollo de **actividades culturales**, se encuentra que la cantidad de eventos realizados varía mucho entre los museos encuestados:

- El sector no presenta gran dinamismo en su oferta cultural, considerando que el 28 % de los museos indica haber realizado menos de 5 actividades al año, mientras que un 6 % no responde la pregunta.
- En este escenario, los museos más dinámicos están representados por el 14 %, que realiza más de 30 actividades al año, seguidos por el 15 %, que desarrolla entre 20 y 30 actividades al año.

### Cantidad de actividades culturales ejecutadas en 2022

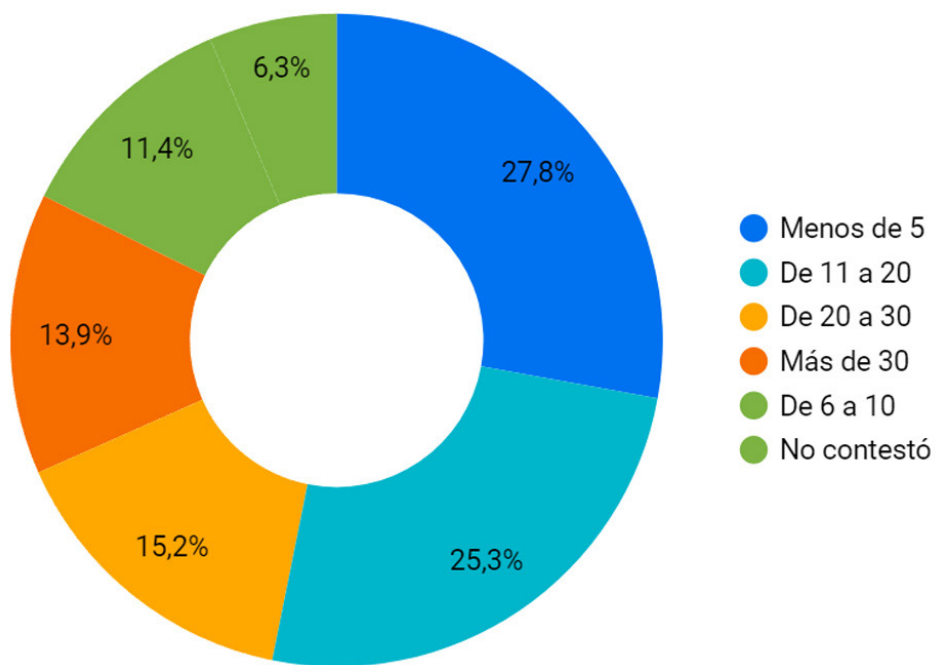


Gráfico 11. Cantidad de actividades culturales ejecutadas en 2022.

### 3.2.3. El ámbito digital

#### a. Formato de actividades culturales

La vuelta a la presencialidad para los museos del Perú tomó mayor fuerza en 2022; no obstante, ello no significó un abandono significativo del ámbito digital:

- Si bien en 2022 el **58 % de las actividades fueron presenciales**, se mantuvo un **24 % de actividades virtuales**, un formato que se empezó a utilizar casi de forma exclusiva a raíz de la pandemia de la COVID-19, pero que ha perdido fuerza conforme se reactivaba la oferta en los mismos museos.
- El 18% de las actividades se realizaron en formato híbrido (presencial con transmisión *online* en vivo). Esto demuestra que, si bien hubo una clara preferencia por el regreso a la presencialidad, poco menos de la mitad de las actividades desarrolladas (42 %) tuvieron un componente virtual.

Esto puede responder a que, por un lado, se había ampliado el alcance de los eventos virtuales a públicos ubicados en otras ciudades o países que mostraban interés en seguir accediendo a los contenidos de los museos, y, por otro lado, a los beneficios que ofrecen las actividades virtuales, como dejar un registro al que se puede acceder posteriormente, contar con invitados de distintas ubicaciones geográficas y requerimiento de menores costos de producción. El hecho es que la virtualidad permitió a los museos un entendimiento más certero (tanto cualitativo como cuantitativo) de los visitantes y los métodos para generar su interés en las actividades organizadas.

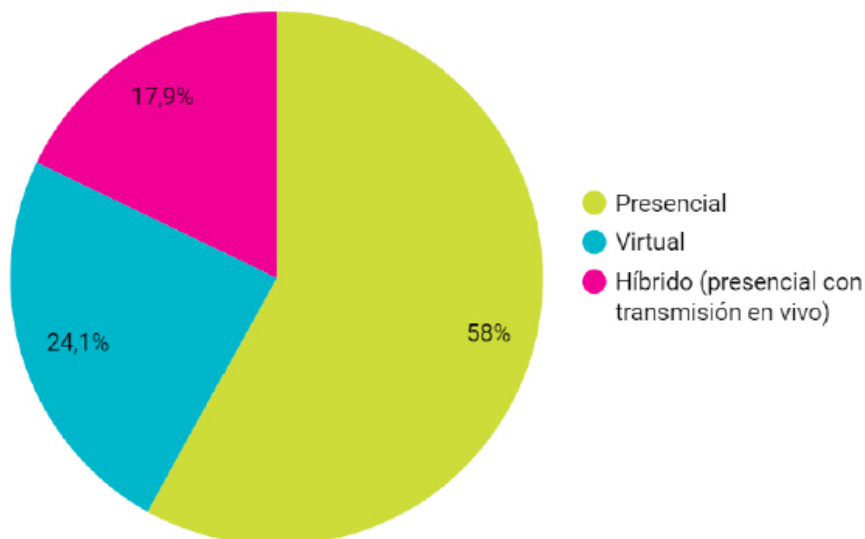


Gráfico 12. Formato de las actividades desarrolladas en 2022.

### b. Recursos digitales e innovación

Para muchas industrias, el periodo de la pandemia de la COVID-19 significó un acelerado proceso de transformación digital. Esto no fue ajeno al sector cultural. Sin embargo, si bien se desarrollaron diversos proyectos de creación de contenido y de innovación a nivel internacional, encontramos que el **52 % de los museos peruanos no realizó ninguna.**

En cuanto a los que sí presentaron **recursos o productos digitales** durante el contexto de la pandemia de la COVID-19 (**ver listado en el anexo N.º 5**), destaca la siguiente tipología:

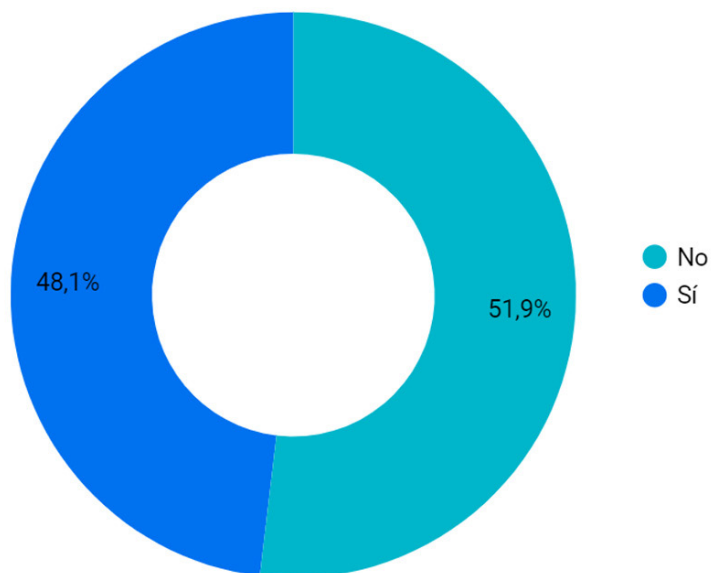
- Del 47 % de los museos que indicaron haber desarrollado algún tipo de innovación, el 26 % corresponde al uso o creación de plataformas tradicionales como una página web (13,3 %) o redes sociales (12,4 %), que, al ser de libre acceso, permiten mantener contacto permanente con el público, pero cuyo alcance responde —en última instancia— a la frecuencia de uso y actualización de los contenidos difundidos<sup>10</sup>, además de su amplificación, ya sea mediante medios propios o pagados (publicidad).
- En segundo lugar, se encuentra el desarrollo de **recursos audiovisuales**, entre los que destaca la **producción de videos (7 %)** y, en menor medida, la **creación de podcasts (3 %)**.

<sup>10</sup> El caso de las plataformas web requeriría un estudio especial para analizar el grado de innovación de acuerdo con su tipología, complejidad de diseño, programación y desarrollo de contenidos.

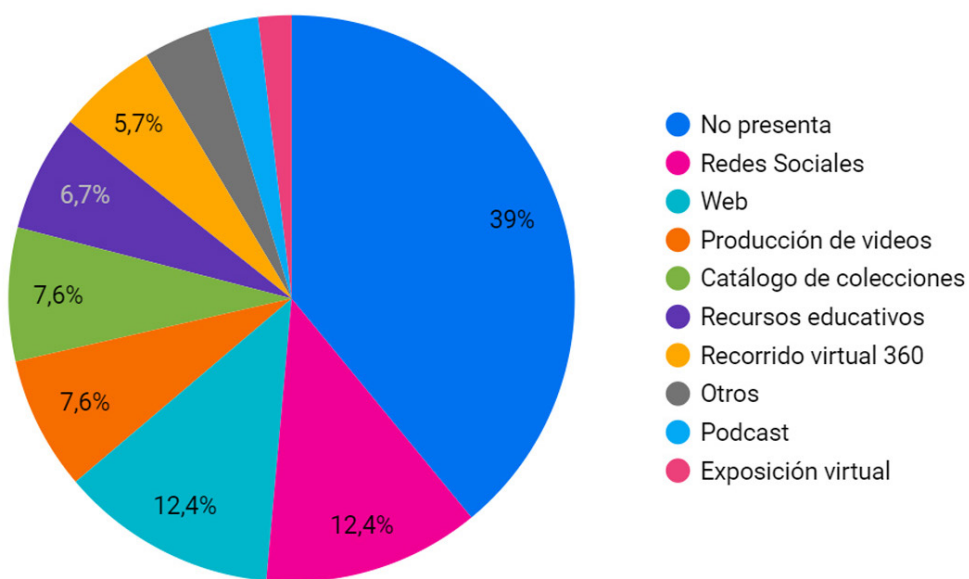
- El **8 %** de los museos implementó **catálogos de colecciones**, para los cuales se requieren procesos continuos de digitalización de los bienes culturales y de desarrollo de *software* para la gestión y consulta de dicha información.
- Destaca también la creación de **recursos educativos (7 %)**, los cuales pueden tener niveles de complejidad variados y suelen incluir productos ya mencionados, como videos, *podcasts* y adicionalmente, materiales escritos como guías para docentes o fichas para estudiantes. Esto también puede haberse incrementado para complementarse con los recursos y materiales educativos de Aprendo en Casa, la plataforma educativa del Gobierno peruano durante la época de pandemia de la COVID-19.
- En menor medida se encuentra la creación de **recorridos virtuales en 360° (6 %) y exposiciones virtuales (2 %)**, que se diferencian entre sí en cuanto a que, en el primer caso, se registra a partir de imágenes fotográficas panorámicas una exposición museográfica creada con el fin de emular un recorrido de forma presencial, mientras que, en el segundo, el contenido es creado en formato multimedia para ser explorado desde medios digitales.
- En **otros recursos (3 %)**, se han agrupado el desarrollo de *software* para **reserva de entradas o tienda virtual**, así como el uso de plataformas como Tripadvisor o Issuu (publicación de documentos digitales).

**Innovación digital desarrollada por su institución en el periodo 2020 - 2023.  
Indicar el URL de los tres recursos principales, en orden de prioridad.**

### **PORCENTAJE DE MUSEOS QUE PRESENTAN INNOVACIÓN**



### **TIPO DE INNOVACIÓN DIGITAL**



Gráficos 13 y 14: Museos que presentan una innovación / Tipo de proyecto desarrollado.

## 3.3. Retos y oportunidades

### 3.3.1. Barreras para la reapertura

El 89 % de museos encuestados indican que las principales barreras que enfrentan para la reactivación total de sus programas y servicios a nivel prepandemia están constituidas por

- **Barreras de equipo humano**, indicadas por el **47 % de los museos**, que incluyen principalmente la **reducción de personal (21 %)**, así como la falta de capacidades técnicas para la mediación cultural y formación de audiencias (10 %), para el levantamiento de fondos y generación de ingresos (10 %) y para la planificación estratégica (6 %).
- **Barreras de recursos económicos**, señaladas por el **42 % de los museos**, que incluyen la reducción del presupuesto institucional (25 %), así como la escasa generación de ingresos (17 %) por boletería, cursos, talleres u otros. Esta última se encuentra directamente relacionada con una drástica caída en la recepción de visitantes.
- Solo el **11 % de los museos indicó que sus servicios se encuentran completamente reactivados**, de manera que, en caso de haberse enfrentado a algunas barreras, estas ya han sido superadas.

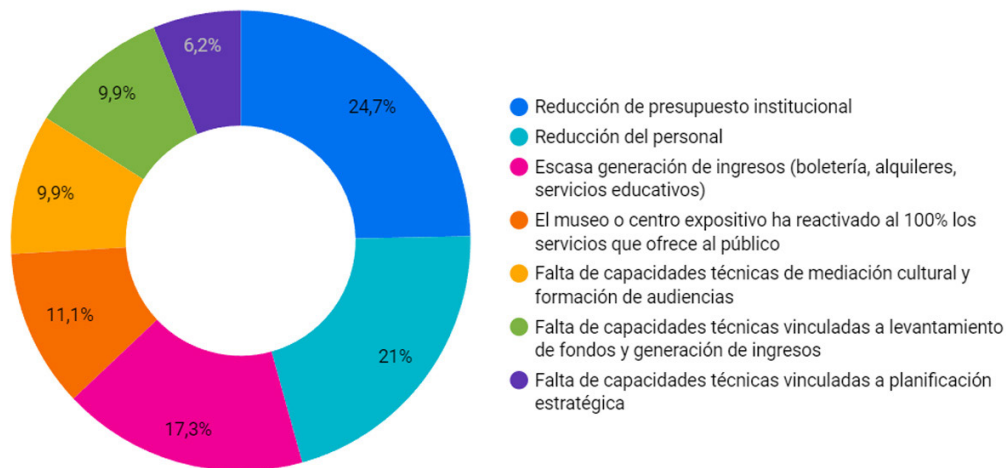


Gráfico 15. Principales barreras para la apertura y reactivación de museos.



Cabe destacar que las barreras no son las mismas para los diversos tipos de museos.

- El 53 % de los **museos grandes** ya se encuentran totalmente reactivados, mientras que un 47 % de estos requiere de capacidades técnicas para el levantamiento de fondos y generación de ingresos.
- Para el 58 % de los **museos medianos**, la principal barrera es económica, debido a la reducción de su presupuesto institucional (34 %), así como a la escasa generación de ingresos (24 %).
- Para los **museos pequeños**, la principal barrera es la reducción del presupuesto institucional (23 %), seguida de la reducción de personal (21 %).

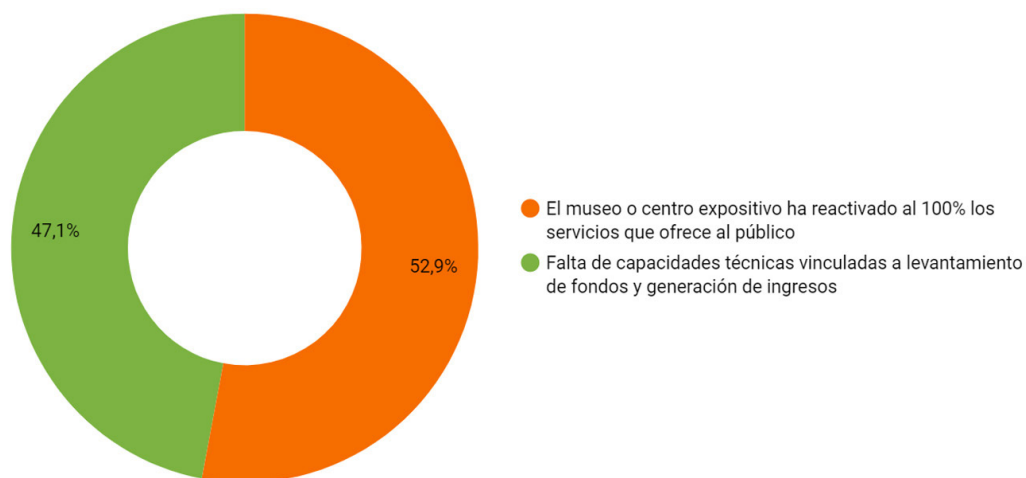


Gráfico 16. Principales barreras para reactivación de museos grandes.

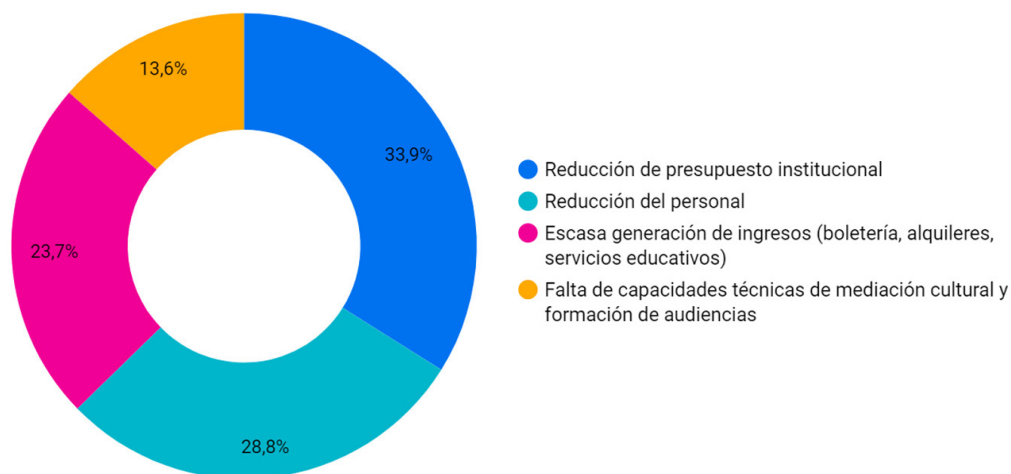


Gráfico 17. Principales barreras para reactivación de museos medianos.

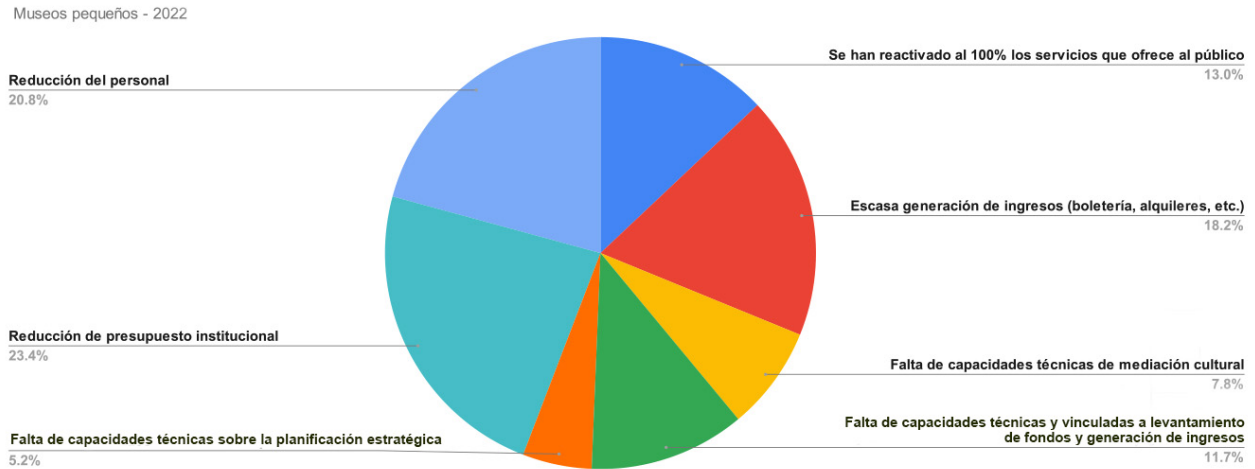


Gráfico 18. Barreras para museos pequeños.

### 3.3.2. Presupuesto anual

Cabe destacar que, en 2022, solo el 19 % de los museos contó con un presupuesto igual al obtenido antes de la pandemia de la COVID-19, mientras que el **70 % de los museos contó con un presupuesto reducido** con respecto al 2019. Esto demuestra que una gran mayoría de los museos se han visto afectados económicamente, lo que ha generado una incidencia directa en su menor capacidad operativa, como ofrecer programas y actividades culturales, así como una menor capacidad de innovación.

#### ¿El Presupuesto anual 2022 ha vuelto a su cifra prepandemia?

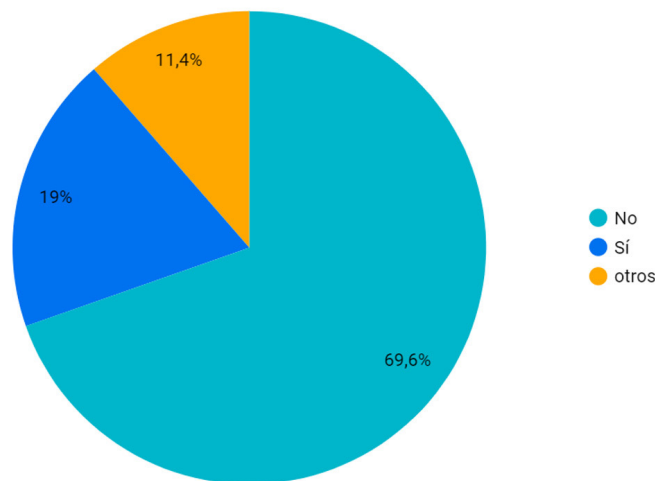


Gráfico 19. Recuperación de presupuesto prepandemia.

### 3.3.3. Necesidades y retos actuales que enfrentan los museos

En un escenario posterior a tres años de pandemia de la COVID-19 y a una lenta reactivación, los retos que enfrentan actualmente los museos encuestados son diversos<sup>11</sup>.

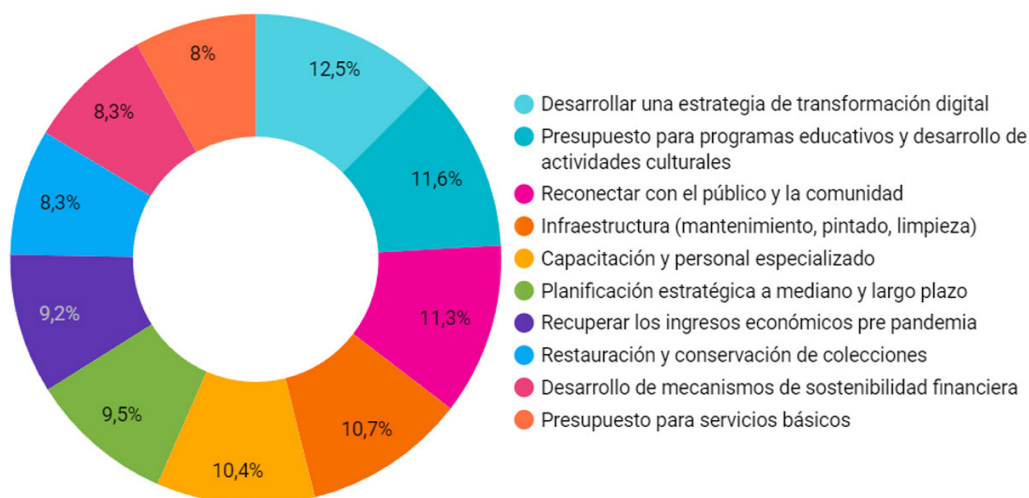


Gráfico 20. Retos actuales que enfrentan los museos.

■ **Retos económicos.** La necesidad de presupuesto es transversal a diversos retos y es identificada por el 37 % de los museos participantes como el principal reto.

- Contar con presupuesto para programas educativos y actividades culturales (12 %)
- Recuperar ingresos económicos pre pandemia (9 %)
- Presupuestar servicios básicos (8 %)
- Dentro de este grupo, cabe destacar a los museos que indican que requieren desarrollar mecanismos de sostenibilidad financiera (8 %), lo que, a su vez, se constituye en una capacidad técnica especializada.

■ **Retos de capacidades técnicas especializadas.** Si bien solo el 10 % de los museos indica que tiene necesidades para capacitaciones y personal especializado, otro grupo importante conformado por el 35 % de los museos señala que requiere contar con profesionales o conocimientos técnicos para

- el desarrollo de una **estrategia de transformación digital (13 %)**;
- **la reconexión con el público y la comunidad (12 %)**;
- planificación estratégica a mediano y largo plazo (10 %).

<sup>11</sup> Cada museo indicó hasta 3 retos que enfrenta; sin embargo, en algunas ocasiones, algunos museos marcaron más opciones de las solicitadas.

■ **Retos de conservación y mantenimiento.** Para el 19 % de los museos, el principal reto corresponde al mantenimiento de su patrimonio mueble e inmueble, es decir, de **su edificio y sus colecciones**. Esto se ve reflejado en la necesidad de realizar **mejoras en su infraestructura (11 %)**, así como en las necesidades de **restauración y conservación de colecciones (8 %)**. Para ambos casos se requiere contar con presupuestos especiales, así como con personal especializado.

Cabe destacar que los retos se pueden clasificar en dos grupos principales, los vinculados a temas económicos y los de profesionalización del equipo de trabajo. Sin embargo, se identifica que las necesidades del sector varían de acuerdo con el tipo de administración y el formato de los museos.

### **Retos de acuerdo con el tipo de administración**

Por un lado, los principales **retos para los museos públicos** se centran en contar con presupuesto para programas educativos y actividades culturales, lo cual puede responder a lineamientos internos de trabajo y visión organizacional. Por otro lado, en **los museos privados** destacan los retos de desarrollo de estrategia digital y reconexión con sus visitantes.

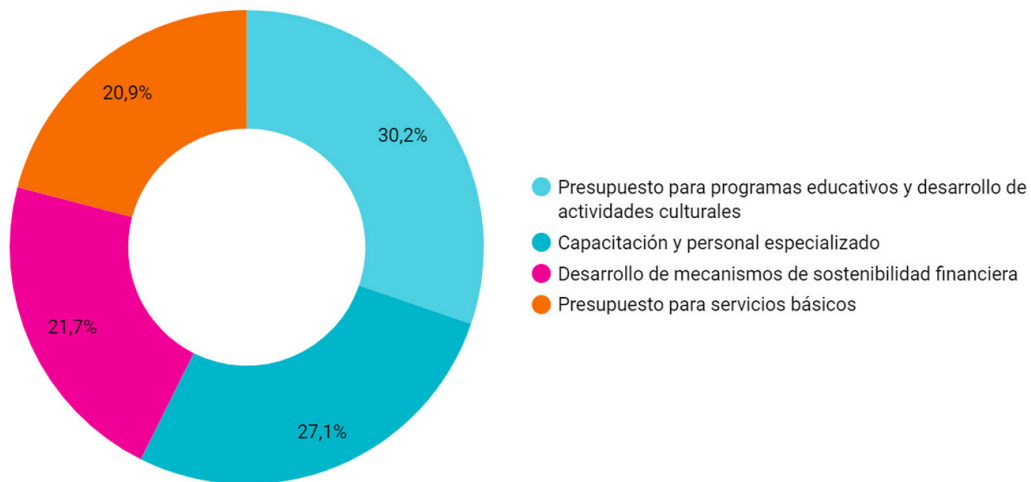


Gráfico 21. Retos actuales que enfrentan los museos públicos.

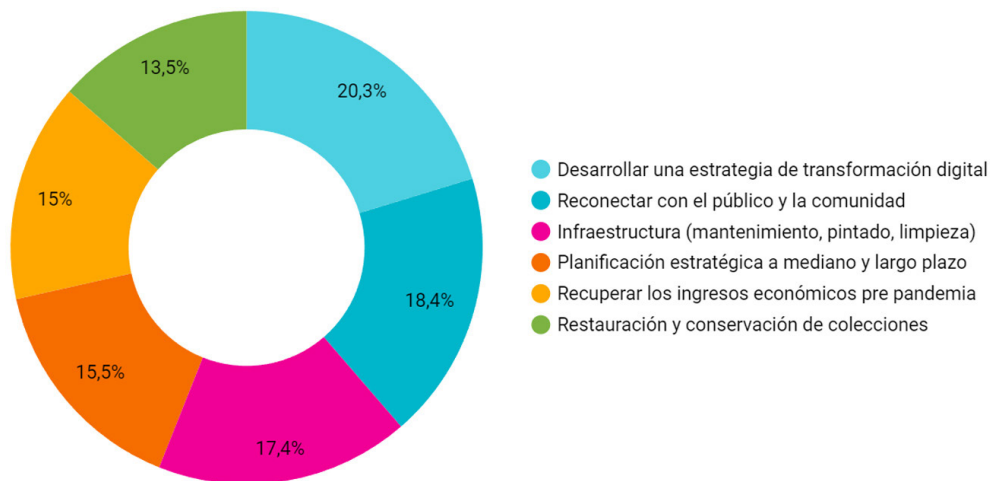


Gráfico 22. Retos actuales que enfrentan los museos privados.

### a. Retos de acuerdo con el tamaño de la organización

Mientras que para los **museos grandes** destaca el interés en desarrollar una estrategia de transformación digital (38 %), los **museos medianos** señalan que requieren generar una mayor conexión con sus públicos (20 %). En este sentido, tanto museos grandes como medianos tienen cubiertas sus necesidades básicas. En contraste, los **museos pequeños** requieren resolver principalmente los problemas para el mantenimiento de su infraestructura y conservación de colecciones (23.6 %), acciones fundamentales dentro de la gestión de museos, pero que, a su vez, constituyen actividades costosas y que requieren de personal especializado y continuo.

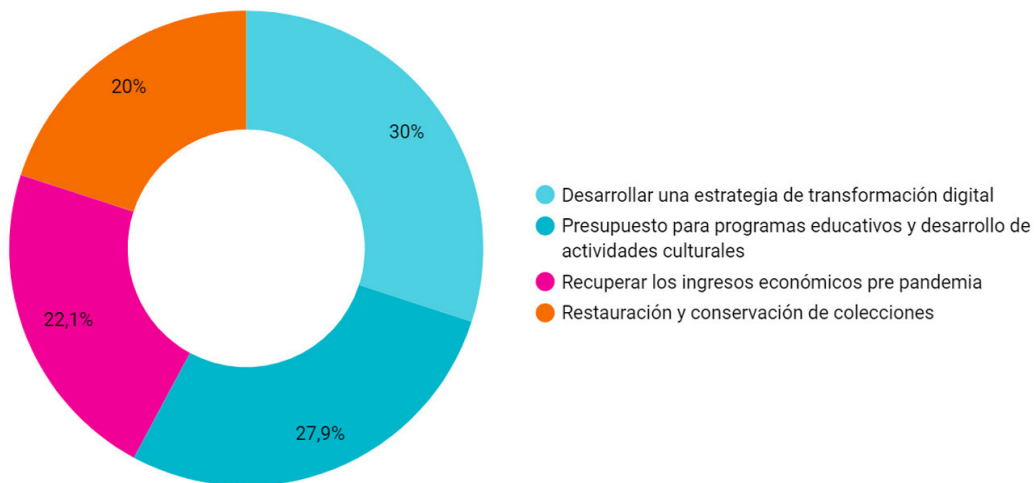


Gráfico 23. Retos actuales que enfrentan los museos grandes.

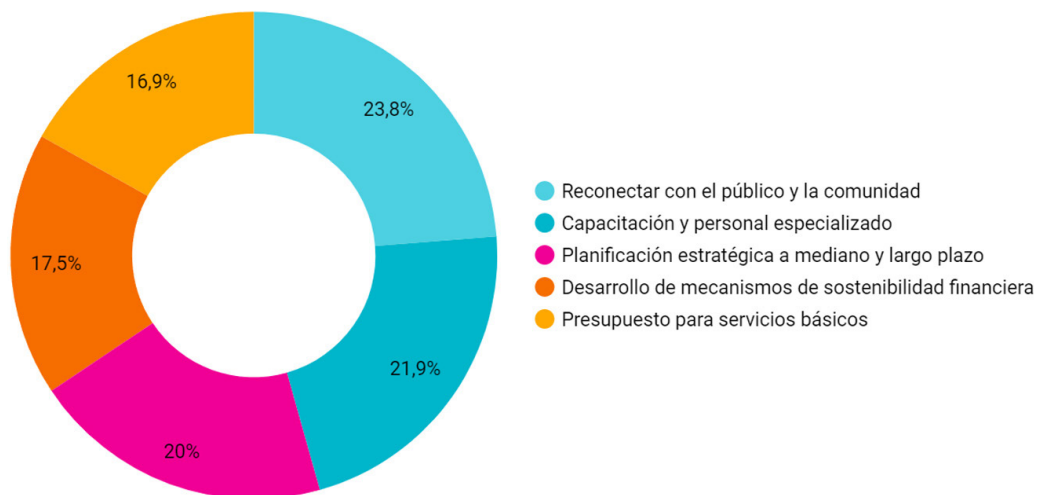


Gráfico 24. Retos actuales que enfrentan los museos medianos.

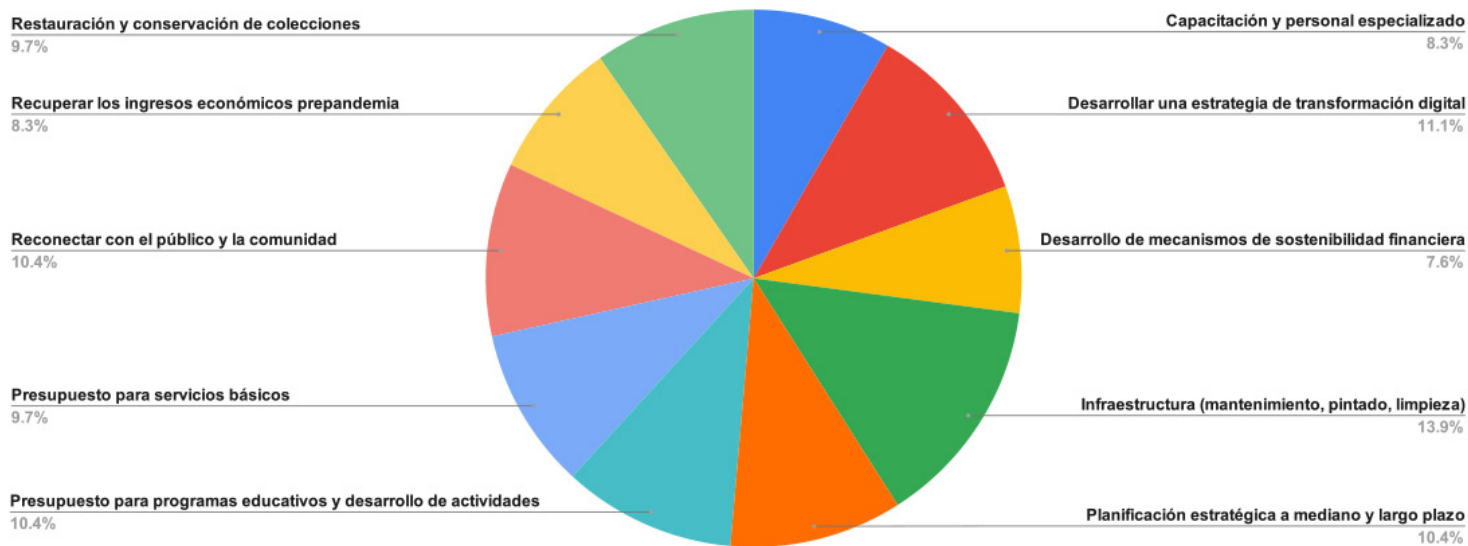


Gráfico 25. Retos actuales que enfrentan los museos pequeños.

# CONCLUSIONES

## 04

Los resultados obtenidos permiten estructurar las siguientes conclusiones, que diferenciamos en los dos momentos estudiados:

### DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19

- **La reactivación fue bastante lenta y desarticulada**, ya que no se contó con iniciativas coordinadas para el sector de museos (como sí lo hizo el Gobierno con los artistas y actividades culturales al destinar 20 millones de soles en incentivos económicos durante la pandemia de la COVID-19<sup>12</sup> de manera que cada institución realizó sus acciones de forma aislada y en la medida de sus posibilidades y decisiones internas, sin instancias de colaboración ni información efectiva (fue justamente a raíz de dicha situación que se articuló un grupo de trabajo para establecer la Asociación de Museos del Perú).
- El distanciamiento social obligatorio establecido afectó gravemente al sector de museos al no encontrarse calificados como instituciones priorizadas para la ciudadanía. Como consecuencia, **se paralizó el sector**, que se mantuvo **por dos años con cerca del 50 % de los museos cerrados**. Apenas en el transcurso de 2022 se concretó un 90 % de apertura.
- Esto tuvo un gran impacto en las visitas recibidas, de manera que los pocos museos abiertos obtuvieron **caídas drásticas de hasta un 80 % en sus estadísticas**, con una lenta recuperación en 2021. Ello ha implicado una **evidente desconexión de sus públicos**, solo parcialmente cubierta por los medios digitales.

<sup>12</sup> <https://apoyoscovid19.cultura.gob.pe/>



- **Se redujo** drásticamente **la producción de exposiciones temporales**, así como también se redujeron **los equipos de trabajo** junto con **los servicios básicos y especializados ofrecidos al público**.

- Si bien el ámbito digital se convirtió en el principal espacio para conectar con los públicos, en un escenario en el que se redujeron los presupuestos y los ingresos económicos, salvo contadas excepciones, **no se logró una verdadera transformación digital del sector**. Esto se debe a que, durante la pandemia de la COVID-19 **solo el 47 % de los museos desarrolló recursos o proyectos de innovación digital**, entre los que destacó el uso de páginas web (13,3 %), de redes sociales (12,4 %), y producción de videos (8 %). Sin embargo, los proyectos más especializados, de mayor coste, como sistemas de archivos, gestores de colecciones y plataformas educativas, y que requieren de personal con conocimiento adecuado para su gestión, fueron implementados solo por el 36 % de las instituciones museales que desarrollaron recursos digitales.

## ESCENARIO ACTUAL

- Hacia fines de 2022, **la reactivación del sector de museos en el Perú es parcial**, ya que estos no se encuentran operativos al 100 %. Para diciembre de 2022, existía un 10 % de museos cerrados y, de los museos abiertos, solo el 11 % manifiesta tener una reactivación completa y ofrecer la totalidad de los servicios que tenían antes de la pandemia.

- A la fecha, **la accesibilidad es aún limitada**. De los museos abiertos, el 14,7 % requiere de una inscripción previa, lo que dificulta aún más el ya limitado acceso a sus instalaciones.

- En parte, **la accesibilidad a los servicios de los museos se encuentra hoy más limitada** en diversos casos debido a una reducción de su formato y número de personal, lo cual ha repercutido en la reducción de sus servicios y capacidades. Tal es el caso de los recorridos mediados, que se han eliminado en el 15 % de los casos.

- Existe una **baja reconexión con los públicos**, que se constituye como la gran tarea pendiente y no priorizada. Solo el 30 % de los museos ha alcanzado el rango de visitantes que recibían antes de la pandemia. **Además, solo el 57 % cuenta con un equipo de mediación cultural** como parte de la institución.

- **Existe una mayor preferencia por la presencialidad**. Las actividades son mayoritariamente presenciales, pero mantienen algunos componentes digitales o híbridos, principalmente en forma de contenidos audiovisuales, transmisión de conversatorios y *podcasts*.

- **La reactivación es muy dispar** y evidencia las brechas existentes entre museos grandes y pequeños, cuyas necesidades difieren mucho entre sí, y requieren de estrategias y políticas diferentes, de acuerdo con la tipología de las instituciones. Mientras que el gran **reto para los museos grandes es realizar una transformación digital, los museos pequeños requieren** una sostenibilidad financiera mínima para brindar correcto **mantenimiento y conservación de sus colecciones.**

# RUTAS DE ACCIÓN SUGERIDAS

# 05

La **Política Nacional de Cultura (PNC)** dedica una sección especial para plantear cuáles son los **futuros deseados** que se busca alcanzar con relación a cada uno de sus objetivos prioritarios (OP). De esta manera, contempla, entre otros, que **al 2030:**

- “Se cuenta con museos y espacios museales sostenibles, equipados, descentralizados y con servicios de interpretación adecuados para la transmisión y valoración del patrimonio cultural”.
- “La participación de la población en las expresiones artístico-culturales incrementa en igualdad de oportunidades y sin discriminación”.
- “Se implementan mecanismos de accesibilidad a las actividades, bienes y servicios culturales, para grupos de especial protección” (Ministerio de Cultura, 2020, p. 94).

Al comparar el futuro planteado en la PNC al 2030 con los resultados de esta encuesta, encontramos que **el sector de museos se encuentra lejos de alcanzar ese escenario de sostenibilidad, participación y accesibilidad deseadas.** Esto solo será posible si se traza un objetivo común y se implementan **nuevas estrategias** para fortalecer el sector.

En ese sentido, y aunque resulte ambicioso realizar propuestas integrales ante un panorama tan complejo, se plantean las siguientes **rutas de**

**acción** como alternativas posibles para contribuir a **reducir las principales problemáticas** identificadas en el presente estudio: la baja accesibilidad, la baja sostenibilidad y la falta de capacidades especializadas.

Cabe enfatizar que **el logro de estos lineamientos** requiere del trabajo de diversos agentes, incluyendo la labor interna de cada organización, la articulación y colaboración entre museos, la implementación de posibles iniciativas gremiales de la AMP, así como también de la colaboración con el Ministerio de Cultura y otros organismos públicos.

## I. Museos más accesibles y dinámicos

### ■ Acciones a nivel organizacional

- Analizar la nueva definición de museos de la Unesco y determinar los elementos que son pertinentes para construir la visión y objetivos de la institución, dando especial atención a incluir un enfoque pedagógico, de accesibilidad e inclusión social.
- Pensar en las necesidades de la comunidad y entender a los públicos para establecer los **mejores horarios y dar servicio a su comunidad**. Programar actividades y **abrir espacios de intercambio con el público y de mediación cultural**, preferiblemente con una periodicidad fija, que permita generar **sentido de pertenencia local**.
- Considerar el **acceso físico y digital** a las colecciones y servicios del museo, incluyendo medidas para contar con infraestructura accesible (libre de barreras).
- Realizar **programas educativos** y diseñar estrategias para la **formación y desarrollo de públicos**, especialmente importante para los museos medianos y pequeños, los cuales, al no haber contado con canales digitales constantes y carecer de equipos de mediación, son los que más se han alejado de sus públicos como consecuencia de la pandemia de la COVID-19.

### ■ Mejoras para implementar a través de políticas públicas

- Establecer plataformas digitales para la gestión interna y externa y la difusión de información actualizada sobre los servicios de los museos.

- Fomentar la inclusión e intercambio de programas de artes e industrias culturales en museos.

## II. Museos sostenibles

### ■ Acciones a nivel organizacional

- Implementar **herramientas de gestión y planificación**, como un **plan estratégico institucional** que permita trazar un horizonte a mediano y largo plazo. Esto permite **fortalecer la sostenibilidad financiera** en la medida que se puede prever necesidades de gasto y de recaudación de fondos para proyectos especiales, lo cual favorece la innovación.
- Considerar **la relación con la comunidad local inmediata como un pilar de sostenibilidad**. Los museos deben enfocarse en construir esas relaciones y desarrollar programas que permitan ser relevantes social y culturalmente en su comunidad.

### ■ Mejoras para implementar a través de políticas públicas

- Establecer políticas para generar **mayor estabilidad financiera**, especialmente dirigidas a museos de pequeño formato, que incidan en mejoras de infraestructura y mantenimiento de colecciones. Esto incluye, por ejemplo, dotar a los museos públicos de una **estructura administrativa** que permita una mejor **capacidad de diversificación de ingresos**, así como la posibilidad de **generación de ingresos propios**.
- Requerir de mecanismos de financiación públicos, similares a las otras líneas de **Estímulos Económicos** que ha establecido el Ministerio de Cultura, pero específicamente orientados para museos. Además de ello, es fundamental establecer **incentivos fiscales para la inversión privada en cultura** e integrarse activamente a los proyectos de mejoramiento de infraestructura de Copesco, así como en los programas culturales, educativos y turísticos de gobiernos regionales y municipales.

## III. La profesionalización del sector

- Enfoque especial en fortalecer capacidades técnicas en tres ámbitos específicos:
  - **Mediación cultural** para fortalecer los programas públicos, educativos y la generación de nuevas audiencias.

- **Habilidades en la transformación digital**, incluyendo capacidades para el desarrollo de recursos de innovación tecnológica para el registro, gestión y difusión de colecciones.
- **Desarrollo de capacidades de análisis de datos** para que las instituciones adopten mecanismos de evaluación de indicadores y sistematización de resultados, y que, a su vez, compartan dicha información a nivel sectorial con el fin de desarrollar estrategias conjuntas.
- **Sostenibilidad financiera** para instituciones culturales, incluyendo mecanismos de diversificación de ingresos y de levantamiento de fondos en el marco de un plan estratégico.

#### IV. Líneas de acción desde la AMP

Para trabajar en torno a un futuro deseado, **se requiere también de mecanismos de medición que evidencien los avances o retrocesos**. Por ello, se busca que, en un futuro, este tipo de informes se enriquezca con información pública para así generar una sola gran base de datos de acceso abierto que permita, como ya se ha mencionado, **verificar y analizar los avances de los objetivos de las políticas públicas que se tienen trazadas en la PNC para el 2030**.

En este contexto, la AMP busca cumplir un rol fundamental en la generación de mecanismos de transferencia de conocimiento y de difusión de experiencias exitosas para fortalecer las capacidades del sector, para lo cual plantea lo siguiente:

- Generar **espacios para sistematizar y compartir casos de éxito** (tanto locales como internacionales) vinculados a la dimensión educativa y comunitaria del museo, al desarrollo de proyectos de innovación digital, así como a la sostenibilidad financiera.
- Partir de los indicadores recogidos en esta encuesta para establecer un determinado número de indicadores colegiados con el sector museal, con el compromiso de recogerlos y sistematizarlos anualmente. Esto permitirá generar información histórica para **medir el impacto de los museos en el país**.

## REFERENCIAS

- British Council. (2020). Los museos y la COVID-19. Estudio compartido de forma interna. <https://museosdelperu.org/2023/12/12/los-museos-y-la-covid-19/>
- Franco, I. y Riofrío, M. (2018). Diagnóstico de la oferta y situación actual de los museos y centros expositivos de Lima. En E. Alvarado (Ed.), *Hacia un museo sostenible: oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima* (pp. 8-74). Museo de Arte de Lima. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/b19194f2-2c74-410d-85a9-6b606e1b1b04>
- Hernández, M. y Zevallos, C. (2020). *Impacto económico del estado de emergencia por la pandemia de COVID-19 en los trabajadores y trabajadoras de las artes visuales en el Perú (Marzo 2020)*. [http://curadoresdelperu.org/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-COVID19\\_Artes-Visuales\\_Peru%CC%81-2.pdf](http://curadoresdelperu.org/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-COVID19_Artes-Visuales_Peru%CC%81-2.pdf)
- Ibermuseos. (17 de junio de 2020a). *Informes de impacto del COVID-19 en el ecosistema del museo*. <http://www.iber museos.org/informes-de-impacto-del-covid-19-en-el-ecosistema-del-museo/>
- Ibermuseos. (17 de junio de 2020b). *Organismos internacionales: impacto del COVID-19 en los museos*. <http://www.iber museos.org/organismos-internacionales-impacto-del-covid-19-en-los-museos/>
- Ibermuseos. (s.f.) *Museos en datos*. <http://www.rmiberoamericanos.org/Home/Recursos>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (27 de junio de 2022). *El 72,5% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a internet en el primer trimestre de 2022*. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-725-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-del-pais-accedio-a-internet-en-el-primer-trimestre-de-2022-13767/>
- Dirección General de Industrias Culturales y Artes. (2022). *Encuesta sobre el impacto de la pandemia de COVID-19 en los trabajadores y organizaciones de las industrias culturales y las artes en el Perú, al 2021* [Diapositiva de Power Point]. Ministerio de Cultura. <https://www.infoartes.pe/encuesta-sobre-el-impacto-de-la-pandemia-del-covid-19-en-los-trabajadores-y-organizaciones-de-las-industrias-culturales-y-las-artes-en-el-peru-al-2021/>

- Ministerio de Cultura. Guía de museos del Perú (2012). <https://repositorio.cultura.gob.pe/bitstream/handle/CULTURA/44/Guia%20de%20Museos%20del%20Per%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Cultura. (s.f.a). *Infocultura*. <https://infocultura.cultura.pe/infocultura/>
- Ministerio de Cultura. (s.f.b). *Museos en línea*. <https://museos.cultura.pe/estad%C3%ADstica-de-visitantes>
- Ministerio de Cultura. (2020). *Política Nacional de Cultura al 2030*. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1025961/PNC\\_VERSI%C3%93N\\_FINAL\\_2.pdf?v=1595329988](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1025961/PNC_VERSI%C3%93N_FINAL_2.pdf?v=1595329988)
- Ministerio de Cultura y Municipalidad de Lima. (2020). *Informe sobre el impacto del estado de emergencia por el COVID-19 en el sector de las artes, museos e industrias culturales y creativas. Resultados generales* [Diapositiva de Power Point]. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/790476/Informe\\_ok\\_05JUN20.pdf?v=1591406590](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/790476/Informe_ok_05JUN20.pdf?v=1591406590)
- Cheshire, L. y Da Silva, J. (27 de marzo de 2023). *The 100 most popular art museums in the world—who has recovered and who is still struggling?* The Art Newspaper. <https://www.theartnewspaper.com/2023/03/27/the-100-most-popular-art-museums-in-the-worldwho-has-recovered-and-who-is-still-struggling>
- Bailey, M. (27 de marzo de 2023). *Covid-era booking systems may be putting off visitors to UK museums*. The Art Newspaper. <https://www.theartnewspaper.com/2023/03/27/covid-era-booking-systems-may-put-off-visitors-to-uk-museums>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2014). *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual metodológico*. [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd\\_manual\\_metodologico\\_1.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf)
- Osiptel. (12 de julio de 2022). *OSIPTEL: más de 8 millones de hogares peruanos tienen acceso a internet*. <https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/osiptel-mas-de-8-millones-de-hogares-peruanos-tienen-acceso-a-internet/>



# ANEXOS

## ANEXO N.º 1. OBJETIVO PRIORITARIO 4 DE LA POLÍTICA NACIONAL DE CULTURAL AL 2030.

Código	Objetivo Priorizado	Indicadores del objetivo	Logro esperado	Lineamientos	Responsable del objetivo
				3.5. Asegurar la sostenibilidad de las organizaciones culturales con incidencia comunitaria	
OP4	Fortalecer la valoración del patrimonio cultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Porcentaje de la población que visitó algún patrimonio cultural con la finalidad de apreciar el patrimonio</li> <li>2. Tasa de variación anual de visitantes que acceden anualmente a las instituciones museales, salas de exposición y Monumentos Arqueológicos Prehispánicos administrados por el Ministerio de Cultura.</li> </ol>	Población valora de manera sostenible el patrimonio cultural material e inmaterial del país	<ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Implementar programas de sensibilización, de información y formativos para el conocimiento y apropiación social del patrimonio cultural</li> <li>4.2. Desarrollar estrategias e incentivos para la investigación científica, difusión y reflexión crítica sobre el patrimonio cultural</li> <li>4.3. Fortalecer los servicios de interpretación cultural de los museos, espacios museales y otros espacios culturales, con criterios de sostenibilidad y accesibilidad, respetando la condición cultural del bien</li> <li>4.4. Generar mecanismos e incentivos para el aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural en beneficio de la comunidad y su desarrollo local, respetando la condición cultural del bien</li> <li>4.5. Generar mecanismos para la gestión participativa en la protección, salvaguardia y preservación del patrimonio cultural</li> </ol>	Ministerio de Cultura

Fuente: Tabla 54. Matriz de objetivos prioritarios, indicadores y lineamientos de la Política Nacional de Cultura (Ministerio de Cultura, 2019, p. 120).

## ANEXO N.º 2. LISTADO DE INDICADORES ANALIZADOS EN LA ENCUESTA SOBRE LA SITUACIÓN DE MUSEOS DEL PERÚ

### 1. Indicadores para la evaluación del sector museal

TIPOS DE INDICADORES PARA MUSEOS	INDICADORES AMP
<b>Indicadores de operatividad</b>	Porcentaje de museos abiertos
	Porcentaje de organizaciones que presentan variación (disminución) del presupuesto con respecto al año anterior
<b>Indicadores de accesibilidad</b>	Porcentaje de museos del país que cuentan con un equipo de mediación cultural
	Cantidad de museos que ofrecen programas educativos
<b>Indicadores de innovación</b>	Porcentaje de museos que presentan una innovación digital

## 2. Indicadores de gestión interna de cada museo

CATEGORÍA	INDICADORES AMP	RELACIÓN CON LOS INDICADORES CULTURALES UNESCO	DESCRIPCIÓN
<b>Indicadores de operatividad</b>	Número de trabajadores de la institución (tamaño)	Empleo cultural	Museo según cantidad de trabajadores: Pequeño (1 a 5) Mediano (6 a 29) Grande (30 a más)
<b>Indicadores de accesibilidad</b>	Rangos de visitantes anuales	Participación cultural	Para futuros estudios se recomienda indicar la cantidad de visitantes anuales
	Número de días de la semana de atención al público	Acceso a la cultura	Horario de atención: - Sin días de fin de semana - Con 1 o 2 días de fin de semana
	Cantidad de servicios ofrecidos al público	Acceso a la cultura	Servicios básicos: - Exposición permanente - Programación de actividades culturales presenciales - Recorridos mediados - Programas educativos o recorridos mediados permanentes Servicios especializados: - Exposiciones temporales - Alquiler de espacios - Tienda - Cafetería - Programas educativos digitales - Edición de publicaciones - Biblioteca
<b>Indicadores de dinamismo</b>	Número de actividades culturales realizadas al año	Participación cultural	
	Número de exposiciones temporales realizadas anualmente	Participación cultural	
<b>Indicadores de transformación digital</b>	Cantidad de actividades culturales realizadas de acuerdo con cada tipo de formato de actividades	Acceso a la cultura	Formato de actividad: - Virtual - Presencial - Híbrida (presencial con transmisión en vivo)
	Cantidad de proyectos de innovación realizados anualmente		Tipología: - Desarrollo web - Producción de videos - Producción de <i>podcast</i> - Catálogo de colecciones - Recursos educativos - Recorrido virtual 360° - Exposición virtual

### ANEXO N.º 3

# Encuesta sobre el estado actual de museos en el Perú

La **Asociación de Museos del Perú** tiene como objetivo recopilar, interpretar, presentar y compartir datos y evidencia de la actividad y públicos de museos a nivel nacional. Además, busca sistematizar información, facilitando y promoviendo la discusión sobre las problemáticas que impactan a los museos peruanos.

Es por ello que con el fin de tener un panorama de la situación actual de los museos en el Perú (tanto públicos como privados) durante el periodo de transición posterior a la pandemia, hemos preparado esta encuesta para ser llenada por profesionales de museos.

La encuesta tiene como objetivo:

- Detectar los problemas y limitaciones que enfrentan los museos en la actualidad para operar adecuadamente.
- Identificar aspectos logísticos, administrativos y de programación que han cambiado posterior a la pandemia.
- Conocer el estado del vínculo entre museos y la ciudadanía en esta etapa de reactivación de museos.

La encuesta estará disponible para ser completada entre los días 19 de diciembre de 2022 **al 9 de enero del 2023**. Una vez que tengamos los datos registrados, haremos un análisis que compartiremos públicamente y con todos los que han participado completando la encuesta.

¡Muchas gracias!

*\* Indicates required question*

---

1. Email \*

---

#### 1. Datos del museo o centro expositivo:

2. Nombre de la Institución: \*

---

3. Ciudad: \*

---

4. Provincia: \*

---

**2. Perfil de la institución:**

5. **2.1. Tipo de colecciones que custodia y exhibe: \***

Mark only one oval.

- Arqueológico
- Arqueológico - Etnográfico
- Arqueológico - Antropológico
- Histórico - Artístico
- Histórico - Militar
- Histórico
- Arte
- Etnográfico
- Antropológico
- Historia y Ciencia Natural
- Centro Cultural
- Sala de Exposiciones
- Casa Memoria
- Memoria y Derechos Humanos
- Geológico
- Paleontológico
- Eclesiástico
- Educativo / Escolar
- Literatura
- Deportivo
- Ciencia y tecnología
- Industrial
- Museo de sitio

**6. 2.2. Tipo de administración: \***

Existen museos que pueden cumplir con más de una definición. Por ejemplo, debido a la naturaleza de su gestión pueden ser privados, pero que a nivel del sector al que perteneces o por su estructura jurídica pueden ser consideradas, por ejemplo, organizaciones educativas, religiosas o fundaciones.

*Tick all that apply.*

- Pública
- Privada
- Mixta
- Religioso
- Universitario
- Escolar
- Fundación
- Asociación sin fines de lucro

**2.3. Tamaño de la institución cultural según cantidad de personal (considerar trabajadores en planilla, practicantes y services a tiempo completo).****7. 2.3.1. En 2019: \***

*Mark only one oval.*

- 1 a 5
- 6 a 15
- de 16 a 30
- de 31 a 49
- 50 a más

8. **2.3.2.** En 2022: \*

*Mark only one oval.*

- 1 a 5
- 6 a 15
- de 16 a 30
- de 31 a 49
- 50 a más

**2.4.** Cantidad de visitantes recibidos al año (indicar rangos por cada año)9. **2.4.1.** En 2019: \*

Si la institución estuvo cerrada, elegir la opción "No aplica"

*Mark only one oval.*

- Menos de 3 000
- Entre 3 000 y 5 000
- Entre 6 000 y 10 000
- Entre 11 000 a 30 000
- Entre 31 000 a 50 000
- Entre 51 000 a 70 000
- Entre 71 000 a 100 000
- Entre 101 a 150 000
- Entre 151 a 200 000
- Entre 201 a 300 000
- Entre 301 a 400 000
- Más de 500 000
- No tengo información
- Prefiero no compartir dicha información
- No aplica

10. **2.4.2. En 2020: \***

Si la institución estuvo cerrada, elegir la opción "No aplica"

*Mark only one oval.*

- Menos de 3 000
- Entre 3 000 y 5 000
- Entre 6 000 y 10 000
- Entre 11 000 a 30 000
- Entre 31 000 a 50 000
- Entre 51 000 a 70 000
- Entre 71 000 a 100 000
- Entre 101 a 150 000
- Entre 151 a 200 000
- Entre 201 a 300 000
- Entre 301 a 400 000
- Más de 500 000
- No tengo información
- Prefiero no compartir dicha información
- No aplica



11. **2.4.3. En 2021: \***

Si la institución estuvo cerrada, elegir la opción "No aplica"

*Mark only one oval.*

- Menos de 3 000
- Entre 3 000 y 5 000
- Entre 6 000 y 10 000
- Entre 11 000 a 30 000
- Entre 31 000 a 50 000
- Entre 51 000 a 70 000
- Entre 71 000 a 100 000
- Entre 101 a 150 000
- Entre 151 a 200 000
- Entre 201 a 300 000
- Entre 301 a 400 000
- Más de 500 000
- No tengo información
- Prefiero no compartir dicha información
- No aplica

12. **2.4.4. En 2022: \***

Si la institución sigue cerrada, elegir la opción "No aplica"

*Mark only one oval.*

- Menos de 3 000
- Entre 3 000 y 5 000
- Entre 6 000 y 10 000
- Entre 11 000 a 30 000
- Entre 31 000 a 50 000
- Entre 51 000 a 70 000
- Entre 71 000 a 100 000
- Entre 101 a 150 000
- Entre 151 a 200 000
- Entre 201 a 300 000
- Entre 301 a 400 000
- Más de 500 000
- No tengo información
- Prefiero no compartir dicha información
- No aplica

**3. Estado de reactivación**13. **3.1. ¿Se encuentra abierto actualmente? \***

\*Si tu respuesta es "No", pasar a la pregunta 3.6.

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

**3.2. Indicar en qué fecha se reanudó el servicio al público. En caso haya abierto y cerrado en más de una oportunidad, indicarlo.**

14. **3.2.1. Fecha de apertura 1**

---

*Example: 7 January 2019*

15. **3.2.2. Fecha de cierre 1**

---

*Example: 7 January 2019*

16. **3.2.3. Fecha de apertura 2**

---

*Example: 7 January 2019*

17. **3.2.4. Fecha de cierre 2**

---

*Example: 7 January 2019*

18. **3.2.5. Fecha de apertura 3**

---

*Example: 7 January 2019*

19. **3.3. Indicar los días que atiende a la semana**

*Tick all that apply.*

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

20. **3.4. Formato de horario**

*Mark only one oval.*

Corrido

Partido

21. **3.5. Actualmente, para visitar el museo o sitio, el visitante o grupo:**

*Tick all that apply.*

Debe realizar una inscripción previa o de lo contrario no podrá ser admitido

Puede adquirir su boleto tanto de forma virtual como de forma presencial

Puede dirigirse a la boletería y adquirir una entrada sin inscripción ni registro previo

Other: \_\_\_\_\_

22. **3.6. Servicios que ofrecía *pre pandemia* de forma regular versus los que ofrece *actualmente*.**

*Tick all that apply.*

	Pre pandemia	Actualmente
<b>Exposición permanente</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Exposición temporal</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Programa Educativo o recorridos mediados presenciales de forma permanente</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Recursos educativos digitales</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Programación de actividades culturales presenciales</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Cesión o alquiler de espacios</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Archivo</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Biblioteca</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Tienda</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Cafetería</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Edición de publicaciones</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**En relación a programas educativos:**

23. **3.7.** *¿Cuenta con un equipo permanente de mediación cultural/ educadores?*

*Mark only one oval.*

Sí

No

**En relación a las actividades culturales dirigidas a públicos diversos (programas Públicos)**

24. **3.8.** *Cantidad de actividades culturales ejecutadas en 2022*

*Mark only one oval.*

Menos de 5

De 6 a 10

De 11 a 20

De 20 a 30

Más de 30

25. **3.9.1.** *Formato utilizado principalmente para el desarrollo de actividades culturales durante 2022.* \*

*Tick all that apply.*

Presencial

Virtual

Híbrido (presencial con transmisión en vivo)

Other: \_\_\_\_\_

26. **3.9.2.** Sobre la pregunta anterior, indicar cantidad ejecutada durante 2022 por cada tipo de formato

*Tick all that apply.*

	Menos de 5	De 6 a 10	De 11 a 20	De 20 a 30	Más de 30
<b>Presenciales</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Virtuales</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Híbridas (presencial con transmisión en vivo)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 3.10.** Cantidad de exposiciones presenciales realizadas anualmente

27. **3.10.1.** Previo a la pandemia:

---

28. **3.10.2.** En 2020:

---

29. **3.10.3.** En 2021:

---

30. **3.10.4.** En 2022:

---

31. **3.10.5.** Cantidad anual proyectada para 2023:

---

32. **3.11. Innovación digital desarrollada por su institución en el periodo 2020 - 2023. Indicar el URL de los tres recursos principales, en orden de prioridad.**

---



---



---



---



---

#### 4. Barreras y retos para la reactivación

33. **4.1. Actualmente, cuáles son las principales barreras para la apertura y reactivación regular de su institución (con programas y servicios a nivel pre pandemia). Indicar las tres principales.**

*Tick all that apply.*

- Reducción del personal
- Reducción de presupuesto institucional
- Escasa generación de ingresos (boletería, alquileres, servicios educativos)
- Falta de capacidades técnicas vinculadas a planificación estratégica
- Falta de capacidades técnicas de mediación cultural y formación de audiencias
- Falta de capacidades técnicas vinculadas a levantamiento de fondos y generación de ingresos
- El museo o centro expositivo ha reactivado al 100% los servicios que ofrece al público
- Other: \_\_\_\_\_

#### En cuanto al presupuesto y planificación estratégica

34. **4.2. ¿El Presupuesto anual 2022 ha vuelto a su cifra pre-pandemia?**

*Mark only one oval.*

- Sí
- No
- Other: \_\_\_\_\_



35. **4.3. Actualmente, cuáles son las principales necesidades y retos que enfrenta su \* institución:**

*Tick all that apply.*

- Infraestructura (mantenimiento, pintado, limpieza)
- Restauración y conservación de colecciones
- Capacitación y personal especializado
- Presupuesto para servicios básicos
- Presupuesto para programas educativos y desarrollo de actividades culturales
- Planificación estratégica a mediano y largo plazo
- Desarrollo de mecanismos de sostenibilidad financiera
- Recuperar los ingresos económicos pre pandemia
- Reconectar con el público y la comunidad
- Desarrollar una estrategia de transformación digital
- Other: \_\_\_\_\_

---

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

**ANEXO N.º 4 . LISTA DE MUSEOS PARTICIPANTES**

Nombre de la Institución:	Ciudad:	Provincia:
Museo Larco	Lima	Lima
Museo Pedro de Osma	Lima	Lima
Museo Nacional Chavín	Chavín de Huántar	Huari
Museo Leymebamba	Leymebamba	Chachapoyas
Catedral de Lima	Lima	Lima
Patronato del Museo Arqueológico de Acari	Acari	Caraveli
Museo Nacional de Sicán	Ferreñafe	Ferreñafe
Museo Central (MUCEN) - BCRP	Lima	Lima
Museo de Arte Contemporáneo	Lima	Lima
Museo de Arte de San Marcos	Lima	Lima
Casa de la Literatura	Lima	Lima
Museo de Artes y Tradiciones Populares "Luis Repetto Málaga" IRA - PUCP	Lima	Lima
Fundación Wiese / Complejo Arqueológico El Brujo	Magdalena de Cao	Ascope
Museo Raimondi	Lima	Lima
Museo José Carlos Mariátegui	Lima	Lima
La Casa del Moral	Arequipa	Arequipa
Comité Creación del Museo Provincial de Barranca	Barranca	Barranca
Museo Inkariy	Cusco	Calca
Museo de Arqueología, Antropología e Historia de la Universidad Nacional de Trujillo	Trujillo-Perú	Trujillo
Museo de San Lorenzo Monseñor José Luis Astigarraga Lizarralde	San Lorenzo	Datem del Maraón, Loreto
Museo Pachacamac	Lima	Lima
Museo de los Colli	Lima	Lima
Museo Oro del Perú	Lima	Lima
Asociación de Ayuda Arquidiocesana	Cusco	Cusco
Museo Naval del Perú	Lima	Callao
Instituto Cultural Peruano Norteamericano	Lima	Lima
Museo Metropolitano de Lima	Lima	Lima
Museo de Historia Natural de la UNMSM	Lima	Lima
Sala de Exhibición del Monumento Arqueológico de Willkawain- Dirección Desconcentrada de Cultura de Áncash	Huaraz	Huaraz
Museo Santa Catalina	Arequipa	Arequipa
Museo Santuarios Andinos	Arequipa	Arequipa
Museo de los Descalzos	Lima	Lima
Casa Museo Gran Almirante Grau	Piura	Piura

Nombre de la Institución:	Ciudad:	Provincia:
Museo de Historia Natural Vera Alleman de la Universidad Ricardo Palma	Lima	Lima
Museo de Minerales Andrés Del Castillo	Lima	Lima
Museo de Artes y Ciencias "Ing. Eduardo de Habich"	Lima	Lima
Museo Túcume	Túcume	Lambayeque
Museo de Arte de Lima	Lima	Lima
Museo de la Identificación	Lima	Lima
Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox	Lima	Lima
Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú	Lima	Lima
Museo de los Combatientes del Morro de Arica	Lima	Lima
Museo del Juguete Arequipa	Arequipa	Arequipa
Museo de Arqueología, Antropología e Historia de Bambamarca	Bambamarca	Hualgayoc
Museo de Arte Contemporáneo Arequipa	Arequipa	Arequipa
Museo Etnográfico Amazónico del Centro Cultural José Pío Aza	Lima	Lima
Museo Contisuyo	Moquegua	Mariscal Nieto
Museo de Entomología Klaus Raven Buller	Lima	Lima
Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social - LUM	Lima	Lima
MUCEN Numismático - BCRP	Lima	Lima
Museo Colegio San Ramón	Cajamarca	Cajamarca
Museo Histórico del Mobiliario	Lima	Lima
Centro Cultural y museo San Juan Pablo II	Ayaviri	Melgar
Museo Olímpico del Deporte Peruano	Lima	Lima
Museo de Historia Natural y Cultural UPAO	Trujillo	Trujillo
Museo de Sitio Chotuna Chornancap	Lambayeque	Lambayeque
Museo Histórico Regional del Cusco, DDC- Cusco	Cusco	Cusco
Circuito integral de museos del IESP "Hno. Victorino Elorz Goicoechea" - Cajamarca	Cajamarca	Cajamarca
Museo Gráfico del Diario Oficial El Peruano	Lima	Lima
Museo Inka - UNSAAC	Cusco	Cusco
Museo Sanmartiniano del Perú "Jorge Álvarez Von Maack" del Instituto Sanmartiniano del Perú	Lima	Lima
Museo de Arte Virreinal de Santa Teresa	Arequipa	Arequipa

Nombre de la Institución:	Ciudad:	Provincia:
Museo Leoncio Prado y Héroes de la Batalla de Huamachuco	Huamachuco	Sánchez Carrión
Museo Agua y Tierra Interactivo	Cajamarca	Cajamarca
Museo de Zoología - UNAS	Tingo María	Leoncio prado
Museo Regional de Arqueología de Junín	Huancayo	Chupaca
MUCEN Piura - BCRP	Piura	Piura
Museo de Sitio de Narihualá	Piura	Piura
Sala de oro del Museo Municipal Vicús	Piura	Piura
Huacas de Moche	Trujillo	Trujillo
MAP Cusco - Museo de Arte Precolombino	Cusco	Cusco
Museo Machu Picchu Casa Concha	Cusco	Cusco
Museo de Sitio de Chan Chan	Trujillo	Trujillo
MUCEN Arequipa - BCRP	Arequipa	Arequipa
Museo Afroperuano de Zaña	Zaña	Chiclayo
Museo Regional de Ica "Adolfo Bermudez Jenkins"	Ica	Ica
Museo de Arqueología y Antropología de la UNMSM	Lima	Lima
Museo Señor de los Milagros	Lima	Lima
MUCEN Trujillo - BCRP	Trujillo	Trujillo

## ANEXO N.º 5. RECURSOS DIGITALES DE MUSEOS

Nombre de la Institución:	3.11. Innovación digital desarrollada por su institución en el periodo 2020 - 2023. Indicar el URL de los tres recursos principales, en orden de prioridad.	Tipo de recurso
Larco	<a href="https://www.museolarco.org/recursos-virtuales/">https://www.museolarco.org/recursos-virtuales/</a>	Recursos educativos
Larco	<a href="https://www.museolarco.org/miniserie/">https://www.museolarco.org/miniserie/</a>	Producción de videos
Larco	<a href="https://www.instagram.com/museolarco/">https://www.instagram.com/museolarco/</a>	Redes Sociales
Museo Pedro de Osma	<a href="https://museopedrodeosma.org/virtual/v2/">https://museopedrodeosma.org/virtual/v2/</a>	Recorrido virtual 360°
Museo Pedro de Osma	<a href="https://anchor.fm/museopedrodeosma">https://anchor.fm/museopedrodeosma</a>	Podcast
Museo Pedro de Osma	<a href="https://museopedrodeosma.org_educacion-3/4311-2/maletas/fiesta-en-los-andes/">https://museopedrodeosma.org_educacion-3/4311-2/maletas/fiesta-en-los-andes/</a>	Recursos educativos
Museo Leymebamba	<a href="https://centromallqui.pe/">https://centromallqui.pe/</a>	Web
Patronato del Museo Arqueológico de Acari	<a href="https://www.facebook.com/museoacari">https://www.facebook.com/museoacari</a>	Redes Sociales
Museo Central - MUCEN. BCRP	<a href="https://mucen.bcrp.gob.pe/mucen/aprendeycrea">https://mucen.bcrp.gob.pe/mucen/aprendeycrea</a>	Recursos educativos
Museo Central - MUCEN. BCRP	<a href="https://www.bcrp.gob.pe/museocentral/podcast-mucen.html">https://www.bcrp.gob.pe/museocentral/podcast-mucen.html</a>	Podcast
Museo Central - MUCEN. BCRP	<a href="https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/">https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/</a>	Catálogo de colecciones
Museo Central - MUCEN. BCRP	<a href="https://www.bcrp.gob.pe/museocentral/exposiciones/exposiciones-permanentes.html">https://www.bcrp.gob.pe/museocentral/exposiciones/exposiciones-permanentes.html</a>	Recorrido virtual 360°
Museo de Arte Contemporáneo	<a href="https://catalogo.maclima.pe/">https://catalogo.maclima.pe/</a>	Catálogo de colecciones
Museo de Arte Contemporáneo	<a href="https://open.spotify.com/show/6C2t8MSRZ9JAJ06rlGoGyB">https://open.spotify.com/show/6C2t8MSRZ9JAJ06rlGoGyB</a>	Podcast
Museo de Arte Contemporáneo	<a href="https://maclima.pe/proyectosespeciales/cuaderno-abierto/">https://maclima.pe/proyectosespeciales/cuaderno-abierto/</a>	Recursos educativos
Museo de Artes y Tradiciones Populares "Luis Repetto Málaga" IRA - PUCP	<a href="https://ira.pucp.edu.pe/museo-de-artes-y-tradiciones-populares-luis-repetto-malaga/tour-virtual-salas-matp/">https://ira.pucp.edu.pe/museo-de-artes-y-tradiciones-populares-luis-repetto-malaga/tour-virtual-salas-matp/</a>	Recorrido virtual 360°
Museo de Artes y Tradiciones Populares "Luis Repetto Málaga" IRA - PUCP	<a href="https://espacio-ira.pucp.edu.pe/exposiciones/son-solo-200-anos/">https://espacio-ira.pucp.edu.pe/exposiciones/son-solo-200-anos/</a>	Exposición virtual
Museo Raimondi	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=vqbeoNj2gr0">https://www.youtube.com/watch?v=vqbeoNj2gr0</a>	Producción de videos

Museo Raimondi	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ujgSCAs4XOo">https://www.youtube.com/watch?v=ujgSCAs4XOo</a>	Producción de videos
Museo Raimondi	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MUYodQVqE4k">https://www.youtube.com/watch?v=MUYodQVqE4k</a>	Producción de videos
Museo Inkariy	<a href="https://www.museoinkariy.com/">https://www.museoinkariy.com/</a>	Web
Museo Inkariy	<a href="https://www.tripadvisor.com.pe/Attraction_Review-g294321-d6900020-Reviews-Museo_Inkariy-Urubamba_Sacred_Valley_Cusco_Region.html">https://www.tripadvisor.com.pe/Attraction_Review-g294321-d6900020-Reviews-Museo_Inkariy-Urubamba_Sacred_Valley_Cusco_Region.html</a>	Otros
Museo Inkariy	<a href="https://es-la.facebook.com/MuseoInkariy/">https://es-la.facebook.com/MuseoInkariy/</a>	Redes Sociales
Museo Pachacamac	<a href="https://youtu.be/iVh9N_O_fzQ">https://youtu.be/iVh9N_O_fzQ</a>	Producción de videos
Museo Pachacamac	<a href="https://youtu.be/py3doEiKeEE">https://youtu.be/py3doEiKeEE</a>	Producción de videos
Museo Pachacamac	<a href="https://youtu.be/ZmfnWUSmXYQ">https://youtu.be/ZmfnWUSmXYQ</a>	Producción de videos
Museo Naval del Perú	<a href="https://museosnavales.nerdstudio.pe/">https://museosnavales.nerdstudio.pe/</a>	Recorrido virtual 360°
Museo Metropolitano de Lima	<a href="https://aplicativos.munlima.gob.pe/ReservasMuseoMetropolitano">https://aplicativos.munlima.gob.pe/ReservasMuseoMetropolitano</a>	Otros
Museo Metropolitano de Lima	<a href="https://www.munlima.gob.pe/museo-metropolitano-de-lima/">https://www.munlima.gob.pe/museo-metropolitano-de-lima/</a>	Web
Museo Santa Catalina	<a href="https://santacatalina.org.pe/">https://santacatalina.org.pe/</a>	Web
Museo de Historia Natural Vera Alleman de la Universidad Ricardo Palma	<a href="https://www.mhnurp.com/">https://www.mhnurp.com/</a>	Web
Museo de minerales Andrés Del Castillo	<a href="https://www.mad.com.pe">https://www.mad.com.pe</a>	Web
Museo Túcume	<a href="https://www.musetucumeperu.com">https://www.musetucumeperu.com</a>	Web
Museo de Arte de Lima	<a href="https://coleccion.mali.pe/objects/images">https://coleccion.mali.pe/objects/images</a>	Catálogo de colecciones
Museo de Arte de Lima	<a href="https://historias.pe/home">https://historias.pe/home</a>	Recursos educativos
Museo de Arte de Lima	<a href="https://tienda.mali.pe/">https://tienda.mali.pe/</a>	Otros
Museo de Arte de Lima	<a href="https://archi.pe/">https://archi.pe/</a>	Catálogo de colecciones
Museo de Arte de Lima	<a href="http://archivo.mali.pe/">http://archivo.mali.pe/</a>	Catálogo de colecciones
Museo de la Identificación	<a href="https://www.reniec.gob.pe/portal/museo.htm">https://www.reniec.gob.pe/portal/museo.htm</a>	Web
Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox	<a href="https://espacio-ira.pucp.edu.pe/">https://espacio-ira.pucp.edu.pe/</a>	Web
Museo de los Combatientes del Morro de Arica	<a href="https://www.facebook.com/museocombatientesdelmorrodearica/">https://www.facebook.com/museocombatientesdelmorrodearica/</a>	Redes Sociales
Museo de Arqueología, Antropología e Historia de Bambamarca	<a href="https://www.facebook.com/people/Museo-de-Arqueolog%C3%ADa-Antropolog%C3%ADa-e-Historia-de-Bambamarca/100057588663332/">https://www.facebook.com/people/Museo-de-Arqueolog%C3%ADa-Antropolog%C3%ADa-e-Historia-de-Bambamarca/100057588663332/</a>	Redes Sociales

Museo Etnográfico Amazónico del Centro Cultural José Pío Aza	<a href="https://educamazonia.org/">https://educamazonia.org/</a>	Recursos educativos
Museo Contisuyo	<a href="https://www.museocontisuyo.com/">https://www.museocontisuyo.com/</a>	Web
Museo Contisuyo	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100082116312103">https://www.facebook.com/profile.php?id=100082116312103</a>	Redes Sociales
Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social - LUM	<a href="https://lum.cultura.pe/visita360">https://lum.cultura.pe/visita360</a>	Recorrido virtual 360°
MUCEN Numismático	<a href="https://mucen.bcrp.gob.pe/mucen/aprendeycrea/articulo/la-otra-cara-moneda-programas-digitales">https://mucen.bcrp.gob.pe/mucen/aprendeycrea/articulo/la-otra-cara-moneda-programas-digitales</a>	Recursos educativos
Museo Gráfico del Diario Oficial El Peruano	<a href="https://museograficovirtual.editoraperu.com.pe/recorrido">https://museograficovirtual.editoraperu.com.pe/recorrido</a>	Exposición virtual
Museo Gráfico del Diario Oficial El Peruano	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ryc42ri9fwg">https://www.youtube.com/watch?v=Ryc42ri9fwg</a>	Producción de videos
Museo Sanmartiniano del Perú "Jorge Álvarez Von Maack" del Instituto Sanmartiniano del Perú	<a href="https://sanmartinianoperu.wixsite.com/website">https://sanmartinianoperu.wixsite.com/website</a>	Web
Museo Leoncio Prado y Héroes de la Batalla de Huamachuco	<a href="https://www.facebook.com/Museo-Leoncio-Prado-H%C3%A9roes-de-la-Batalla-de-Huamachuco-1474553312826143">https://www.facebook.com/Museo-Leoncio-Prado-H%C3%A9roes-de-la-Batalla-de-Huamachuco-1474553312826143</a>	Redes Sociales
Museo Agua y Tierra Interactivo	<a href="https://matinteractivo.pe/home">https://matinteractivo.pe/home</a>	Web
Museo Regional de Arqueología de Junín	<a href="https://web.facebook.com/junincultura">https://web.facebook.com/junincultura</a>	Redes Sociales
Museo Regional de Arqueología de Junín	<a href="https://web.facebook.com/museoregionaljunin">https://web.facebook.com/museoregionaljunin</a>	Redes Sociales
MUCEN Piura	<a href="https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/search/catsearch/9/1/mucen-piura">https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/search/catsearch/9/1/mucen-piura</a>	Catálogo de colecciones
MAP Cusco - Museo de Arte Precolombino	<a href="https://www.fundacionbbvaperudigital.pe/tour-virtual/map-cusco/">https://www.fundacionbbvaperudigital.pe/tour-virtual/map-cusco/</a>	Recorrido virtual 360°
Museo de Sitio de Chan Chan	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100069322534995">https://www.facebook.com/profile.php?id=100069322534995</a>	Redes Sociales
MUCEN Arequipa	<a href="https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/search/catsearch/10/1">https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/search/catsearch/10/1</a>	Catálogo de colecciones
Museo Afroperuano de Zaña	<a href="https://reddiasporaafroamerica.org/">https://reddiasporaafroamerica.org/</a>	Web
Museo de Arqueología y Antropología de la UNMSM	<a href="https://web.facebook.com/CentroCulturalUNMSM/videos/1115914809180117/">https://web.facebook.com/CentroCulturalUNMSM/videos/1115914809180117/</a>	Redes Sociales
Museo de Arqueología y Antropología de la UNMSM	<a href="https://www.flickr.com/photos/190570086@N08/">https://www.flickr.com/photos/190570086@N08/</a>	Redes Sociales
Museo de Arqueología y Antropología de la UNMSM	<a href="https://issuu.com/maa-unmsm">https://issuu.com/maa-unmsm</a>	Otros
Museo Señor de los Milagros	<a href="https://www.facebook.com/museosenordelosmilagros">https://www.facebook.com/museosenordelosmilagros</a> <a href="https://www.instagram.com/museosenordelosmilagros/">https://www.instagram.com/museosenordelosmilagros/</a> <a href="https://twitter.com/MuseoMilagros">https://twitter.com/MuseoMilagros</a>	Redes Sociales
MUCEN Trujillo	<a href="https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/search/catsearch/29/1">https://catalogomucen.bcrp.gob.pe/museo/search/catsearch/29/1</a>	Catálogo de colecciones