



**Encuesta a públicos de la Feria  
Internacional del Libro Infantil y Juvenil,  
2007  
Informe de resultados**

**Eliud Silva y Ulises Vázquez  
Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional  
Julio 2008**



## CONTENIDO

Resumen ejecutivo	7
I. Introducción	9
II. Características y opiniones sobre la feria del libro	11
II. 1 Asistencia previa	11
II. 2 Frecuencia de visitas a ferias	11
II. 3 Conocimiento de otras ferias	12
II. 4 Tiempo de traslado a la feria	12
II. 5 Material comprado	13
III. Hábitos lectores	13
III. 1 Frecuencia lectora por tipo de material	13
III. 2 Libros leídos	14
III. 3 Motivo principal para leer	15
III. 4 Preferencia de temas de lectura	15
III. 5 Compra de libros por internet	16
III. 6 Pertenencia a programas de clientes frecuentes	16
IV. Asistencia a otros recintos culturales	17
V. Perfil sociodemográfico	17
V. 1 Edad y sexo	17
V. 2 Procedencia	18
V. 3 Escolaridad	19
V. 4 Ocupación	19
V. 5 Número de focos	20
V. 6 Aceptación del boletín electrónico e-cultura	20
Anexos	
I. Metodología	21
II. Número de focos vs Nivel de ingresos	21
III. Cuestionarios	22



## Resumen ejecutivo

Con el objeto de conocer mejor los públicos que asisten a la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil 2007, la Coordinación Nacional de Estrategia y Prospectiva del CNCA ha desarrollado la presente encuesta. Al efecto se contó con el apoyo y colaboración del CENART. En este documento se presentan los resultados de la aplicación de dicho instrumento estadístico.

El informe permite conocer si los visitantes son habituales de la feria, si conocen otras, el tiempo de traslado y el tipo de material comprado. Asimismo, ofrece información sobre sus hábitos de lectura, estrechamente relacionados con su frecuencia lectora por tipo de material, el número de libros leídos, sus motivos principales para leer, sus preferencias temáticas, sus posibles compras por internet y su pertenencia a programas de clientes frecuentes. También se aborda la asistencia a otros recintos culturales y se cuestionan a groso modo rasgos de naturaleza sociodemográfica.

Entre los resultados obtenidos cabe destacar los siguientes:

- Sólo el 32.0% de los encuestados refirió ser público asiduo de las ferias de libro.
- De los encuestados, 52.3% declara tener conocimientos de otras ferias del libro. Dentro de las ferias del libro reportadas por los encuestados destacan la del Zócalo, la del Palacio de Minería y la de Guadalajara.
- De acuerdo con lo captado, el 38.8% de los encuestados reportó haber tomado de una hora a dos horas en su traslado. Es notable que la proporción de encuestados que tomaron de dos hasta tres horas cae drásticamente a 6.5%.
- Casi uno de cada cuatro de los encuestados reportó no haber realizado compra alguna (24.5%); a su vez, el 51.5% respondió haber comprado libros y/o revistas para leer por gusto.
- Casi uno de cada cuatro entrevistados señaló que los materiales que leen diario son los periódicos y los libros. Poco más de 40.3% de los encuestados declaró que leen el periódico por lo menos una vez a la semana y cerca de 25.5% de los encuestados lee revistas por lo menos una vez al mes.
- En promedio los encuestados afirmaron haber leído 6.15 libros en los últimos 12 meses, en tanto que 3% de los mismos declaró no haber leído libro alguno en el periodo de referencia.
- Dentro de las razones principales para leer fue por gusto la que obtuvo el porcentaje más alto (56.5%), seguida de la razón para estudiar para la escuela (19%).

- La novela fue el género literario que ocupó el primer lugar en la preferencia de los encuestados con un 45.5%, seguida por otros géneros (22.3%) (ciencia y ficción, suspenso, terror, espectáculos y deportes).
- Del total de los visitantes encuestados en la feria sólo 6.8% ha realizado compra de libros a través de internet.
- Únicamente 6.5% de los visitantes encuestados mencionó que pertenecía a algún programa de cliente frecuente en alguna librería.
- El espacio cultural al que más asisten por lo menos una vez al mes los visitantes encuestados es el cine (60.5%), seguido de museos (48%) y bibliotecas (47.3%).
- Para todos los grupos de edades se tienen mayoritariamente visitantes del sexo femenino, encontrándose la máxima diferencia porcentual en el grupo de 35 a 39 años de edad.
- Se encontró que del Distrito Federal provienen 78.3% de los visitantes encuestados y 19.3% del Estado de México, mientras que el resto de los encuestados proviene del resto de las entidades del país.
- La delegación con la tasa más alta de visitantes en relación con su población es la Coyoacán (2.6%), seguida de la Benito Juárez (1.6%), Iztacalco (1.5%), Xochimilco (1.4%), Iztapalapa y Tláhuac (1.1% cada una). Proporcionalmente las tasas de asistencia más bajas en relación a la población corresponden a Cuajimalpa de Morelos (0.2%), Álvaro Obregón (0.3%), Gustavo A. Madero, Miguel Hidalgo y Milpa Alta (0.5% cada una) y Magdalena Contreras (0.6%).
- En cuanto a la escolaridad, el 35.5% de los visitantes encuestados declararon contar con licenciatura completa, siguiéndole preparatoria completa con un 16%.
- La condición laboral dominante de los visitantes de la feria del libro es la de trabaja, con un 54.8%, siguiéndole la de estudiante con 27.8%, mientras que el nivel más bajo se ubica tanto en jubilado y en los que no trabajan, con 0.5%.
- Finalmente, se identificó que poco menos del 50% de los encuestados caen en las categorías de 6 a 10 focos.

## I. Introducción

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, mediante la Coordinación Nacional de Estrategia y Prospectiva, está desarrollando una serie de proyectos orientados a ofrecer mayor información sobre diferentes aspectos de la cultura en México, que permitan orientar la toma de decisiones, formular y evaluar las políticas culturales y rendir cuentas sobre los resultados de la gestión pública. Con ese propósito se opera el Sistema de Información Cultural ([www.sic.gob.mx](http://www.sic.gob.mx)) y se han elaborado y publicado el *Atlas de infraestructura cultural de México*, la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Cultural* y la *Encuesta Nacional de Lectura*.<sup>1</sup>

Como parte de este esfuerzo, en 2007 se inició un programa de encuestas orientadas a conocer el perfil de los públicos de diferentes recintos culturales: museos, ferias del libro, bibliotecas, teatros y librerías de la Ciudad de México. En el caso de la Feria del Libro Infantil y Juvenil 2007 (FILIJ 2007) se contó con el apoyo y colaboración del CENART.

Este documento constituye un informe de los resultados obtenidos en 2007, a partir de preguntas orientadas a conocer si estos públicos son visitantes habituales de la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, si conocen otras ferias, el tiempo de traslado y el tipo de material comprado. Asimismo, ofrece información sobre hábitos de lectura de los visitantes que tienen que ver con su frecuencia lectora por tipo de material, los libros leídos, sus motivos principales para leer, sus preferencias lectoras de género literario, sus posibles compras por internet y su pertenencia a programas de clientes frecuentes. También se aborda la asistencia a otros recintos culturales y se cuestionan a groso modo rasgos de naturaleza sociodemográfica.

El levantamiento de la encuesta fue realizado durante el periodo del 10 al 18 de noviembre de 2007, considerando que los perfiles de los públicos pueden ser diferentes entre semana y en fines de semana. En total se obtuvieron 400 entrevistas en el periodo de referencia. Cada entrevista consistió en 16 preguntas. Las preguntas sobre asistencia a otros recintos culturales se formularon de tal manera que fueran comparables con algunas de la *Encuesta Nacional de Lectura* (2006) y de la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales* (2004).

Es importante subrayar que el objeto de la encuesta es describir las características de los visitantes de la feria del libro y no hacer una caracterización o inferencia respecto a los hábitos de asistencia a ferias de libro por parte de los habitantes del Distrito Federal o más aún de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que desde luego requeriría otra metodología estadística bajo un diseño muestral más complejo. Finalmente la parte metodológica con la cual se justifica la validez estadística de la encuesta,

---

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

así como los detalles técnicos relacionados con la misma, es exactamente la misma a la que se utilizó en la Encuesta a públicos de museos.

A continuación se presentan resultados que se obtienen en un primer análisis de las respuestas obtenidas. Se espera que sean de interés y utilidad para los responsables de la operación de las ferias del libro y otros lectores interesados en el tema para conocer mejor el perfil de los visitantes y definir programas orientados tanto a captar mayores públicos, como para hacer más satisfactoria la experiencia de quienes asisten. La forma en la cual se presentan dichos resultados es con distintos tipos de gráficos (pasteles, poligonales y de barras) y de tablas cruzadas donde, salvo que se indique lo contrario, los totales se refieren a toda la muestra obtenida. Asimismo, se incluye el cuestionario aplicado en el levantamiento de la encuesta.

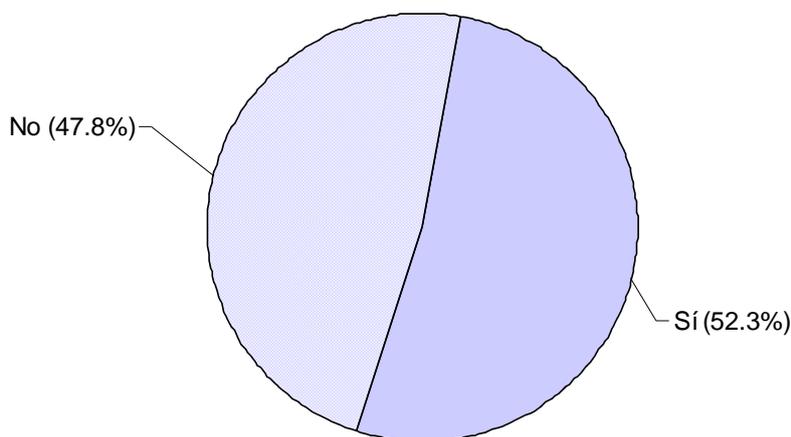
Se acompaña el documento con una base de datos de la encuesta con el fin de que quienes así lo deseen puedan realizar un análisis con mayor detalle.

## II. Características y opiniones sobre la feria del libro

### II. 1 Asistencia previa

Una proporción importante de los públicos de la feria del libro encuestados no son visitantes habituales a este tipo de actividades, ya que poco más de la mitad de los entrevistados (52.3%) declaró que era la primera vez que asistía a la feria del libro.

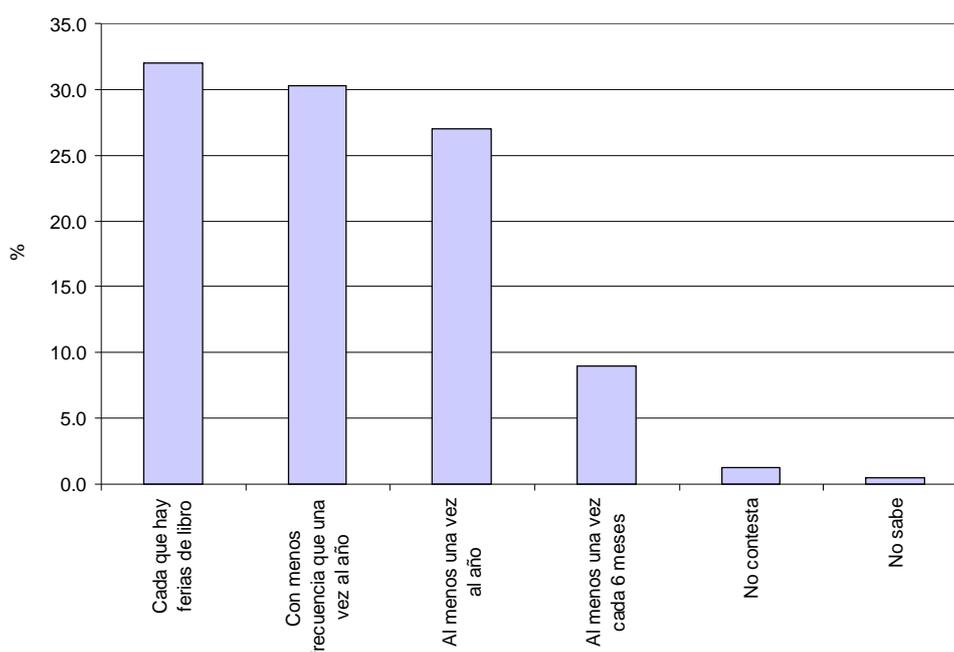
Gráfica 1. Primera visita



### II. 2 Frecuencia de visitas a ferias

Dentro de la encuesta fue interesante conocer con qué frecuencia se acude a ferias de libros. Destaca el hecho de que sólo 32% de los encuestados refirió ser público asiduo a estos eventos, en tanto que 30.3% indicó que asiste con menor frecuencia que una vez al año, el 27% al menos una vez al año, 9% al menos una vez cada seis meses.

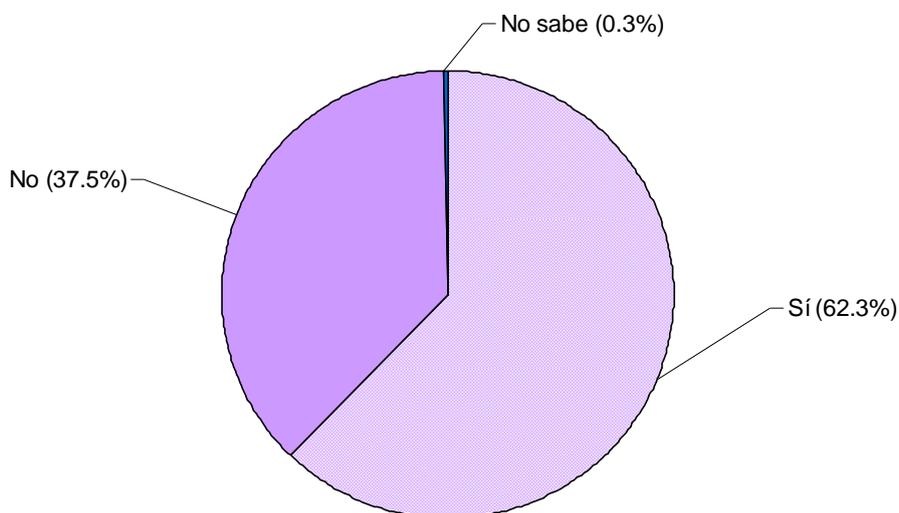
Gráfica 2. Asistencia a ferias del libro



### II. 3 Conocimiento de otras ferias

Del público encuestado, 62.3% declara tener conocimiento de otras ferias del libro, mientras que 37.5% indica no tener noticias al respecto. Dentro de las ferias del libro reportadas destacan la del Zócalo, la del Palacio de Minería y la de Guadalajara.

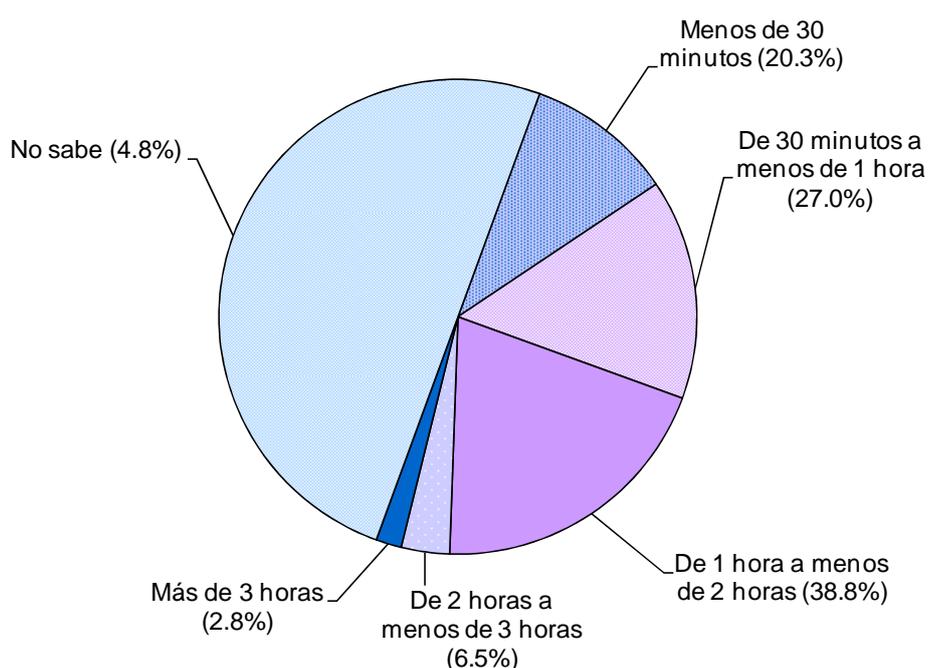
Gráfica 3. Conocimiento de otras ferias del libro



### II. 4 Tiempo de traslado a la feria

Un elemento fundamental para el acercamiento de los públicos a las ferias del libro es su ubicación. De acuerdo con lo captado en la feria del libro, casi 38.8% de los encuestados reportó haber tomado de una hora a dos horas. Es notable que la proporción de encuestados que tomaron de dos hasta tres horas cae drásticamente a 6.5%, mientras que aquellos que tomaron más de tres horas es tan sólo 2.8%.

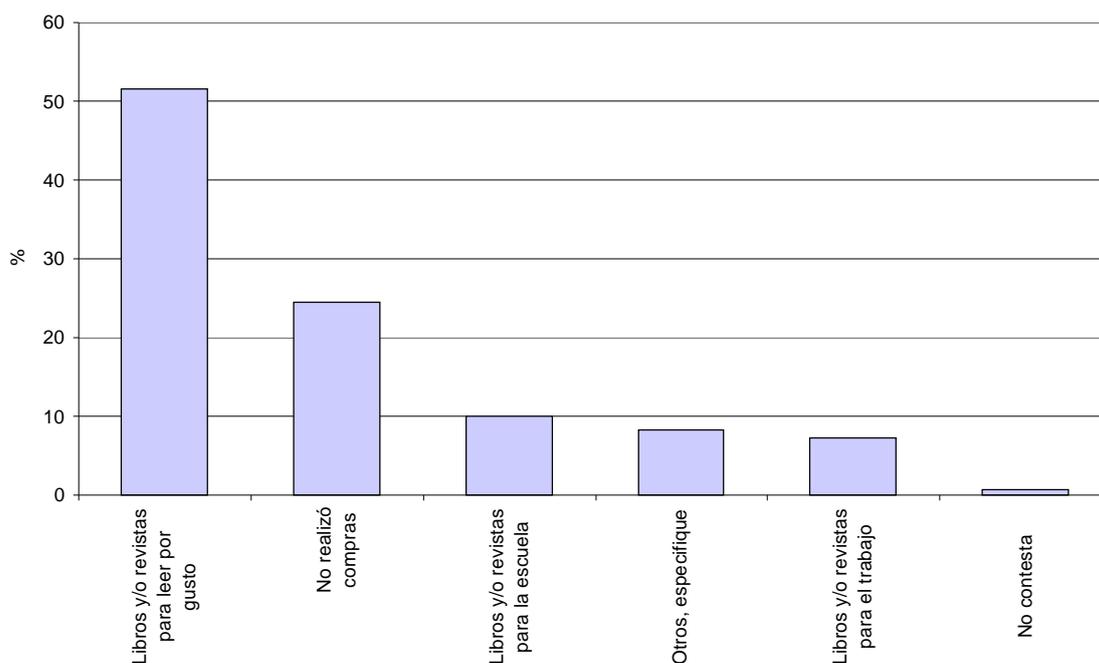
Gráfica 4. Tiempo de traslado a la feria



## II. 5 Material comprado

Una de las finalidades de las ferias del libro es la presentación de títulos para su comercialización. En esta feria casi uno de cada cuatro de los encuestados reportó que no había realizado compra alguna (24.5%); a su vez, el 51.5% respondió que lo comprado en la feria, libros y/o revistas, era para leer por gusto, mientras que 10% compró libros y/o revistas para la escuela, el 8.3% compró otros materiales y el 7.3% compró libros y/o revistas para el trabajo.

Gráfica 5. Material comprado



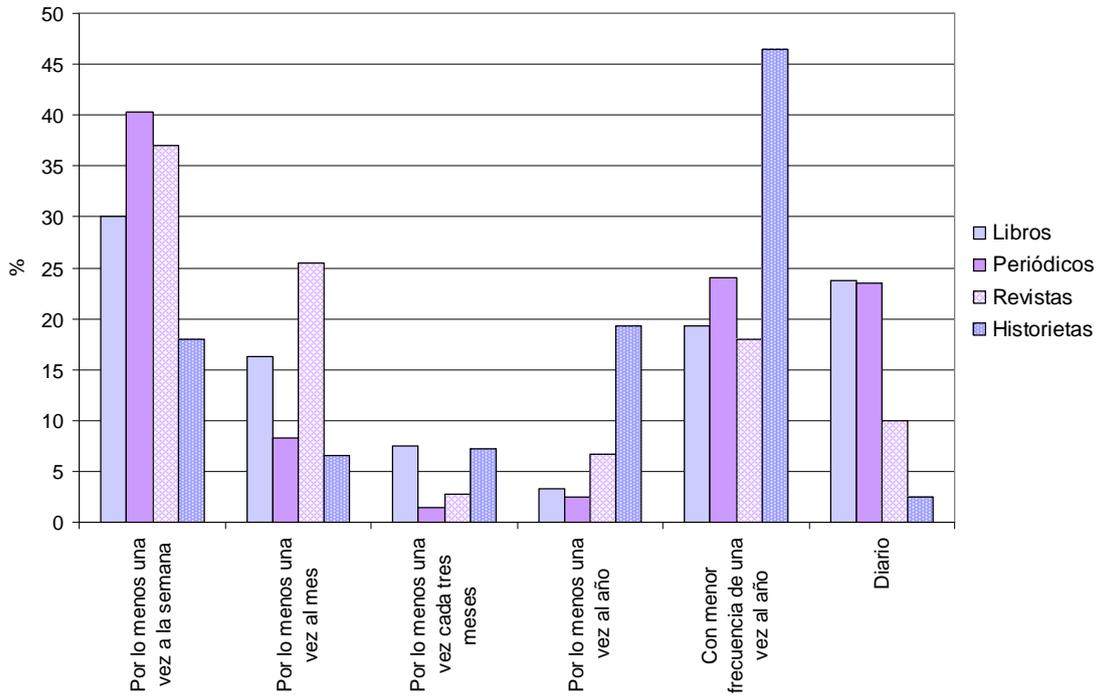
## III. Hábitos lectores

Se buscó inferir los hábitos de lectura de los visitantes a la feria del libro con la finalidad de contrastarlos con los visitantes de algunas bibliotecas de la Red Nacional, así como de algunas librerías de la Red de Educal.

### III. 1 Frecuencia lectora por tipo de material

Dentro de los tipos de materiales sobre los que se preguntaron hábitos de lectura, con diversas periodicidades, se abordaron: libros, periódicos, revistas e historietas. Casi uno de cada cuatro entrevistados señaló que los materiales que leen diario son los periódicos y los libros. Poco más de 40.3% de los encuestados declaró que leen el periódico por lo menos una vez a la semana. Cerca de 25.5% de los encuestados afirmó leer revistas por lo menos una vez al mes. Las historietas resultaron ser el material leído con una menor frecuencia, pues casi la mitad de los encuestados recurre a ellas con menor frecuencia que una vez al año.

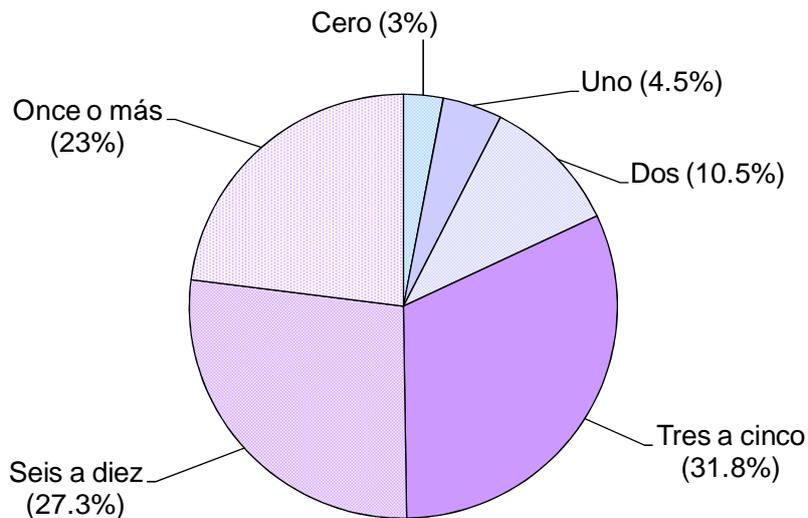
Gráfica 7. Frecuencia de lectura



### III. 2 Libros leídos

Acorde con la información captada, en promedio los encuestados leyeron 6.15 libros en los últimos 12 meses. Si se obtiene el promedio por sexo, los hombres leyeron 6.39 libros mientras que las mujeres 6.01 (estadísticamente no hay diferencias significativas por sexo). Del público encuestado, 3% declaró no haber leído libro alguno en el periodo de referencia y en el extremo de mayor práctica lectora el 23% de los encuestados dijeron haber leído 11 libros o más.

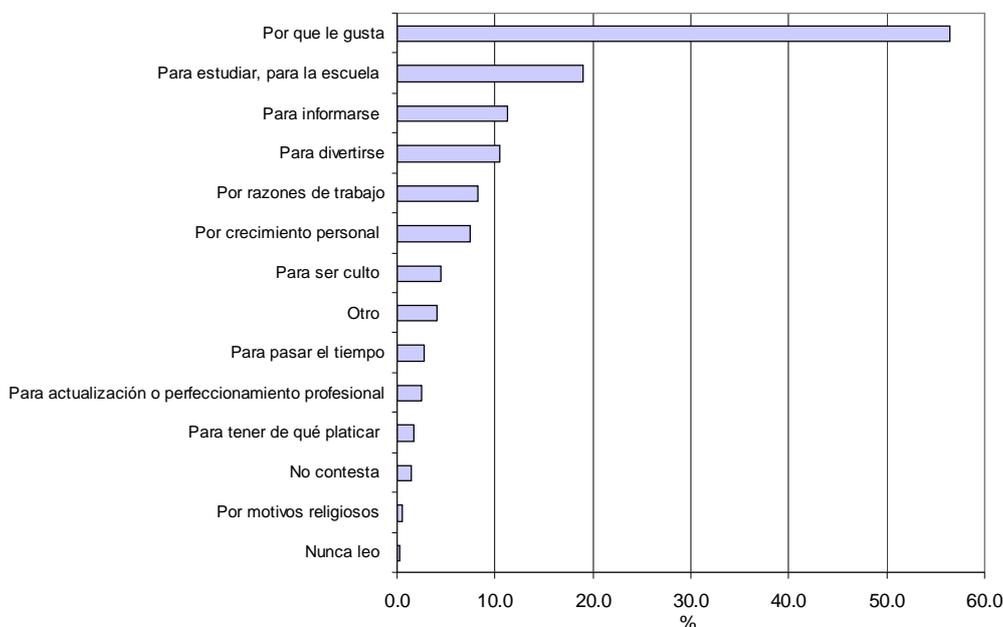
Gráfica 8. Libros leídos



### III. 3 Motivo principal para leer

Respecto a las razones principales para leer, considerando respuestas múltiples, *Porque le gusta* fue la que obtuvo el porcentaje más alto (56.5%), seguida *Para estudiar, para la escuela* (19%), *Para informarse* (11.3%) y *para divertirse* (10.5%). La opción *nunca leo* fue de menos de un punto porcentual (0.3%).

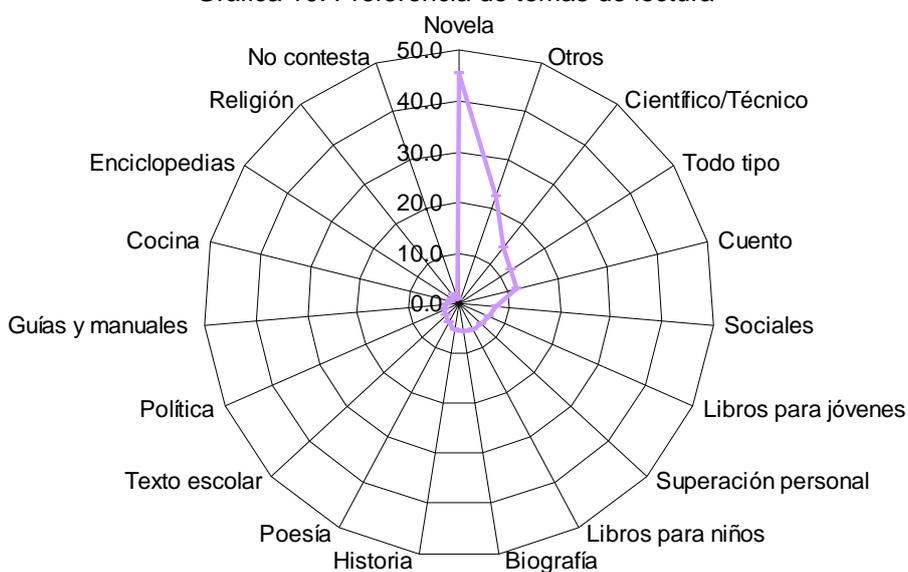
Gráfica 9. Motivo principal para leer



### III. 4 Preferencia de temas de lectura

Dentro de la amplia gama de temas de lectura el género literario novela fue el que ocupó el primer lugar en la preferencia de los encuestados (45.5%), seguida por otros géneros (22.3%) (como ciencia y ficción, suspenso, terror, espectáculos y deportes ), el tercer lugar es ocupado por temas de carácter científico/técnico (13.8%).

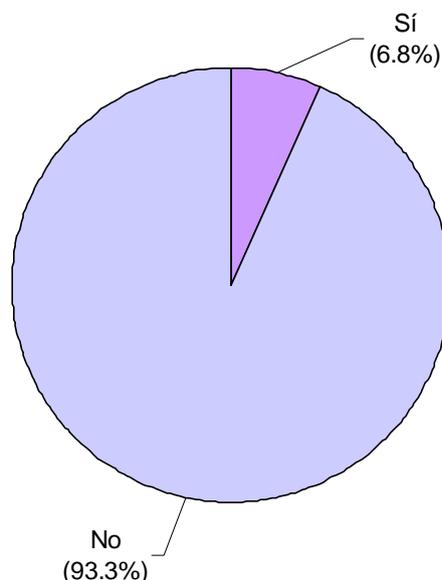
Gráfica 10. Preferencia de temas de lectura



### III. 5 Compra de libros por internet

El hecho de comprar libros por medio de internet, podría sugerir un estatus superior de ingreso. La encuesta arrojó que sólo 6.8% de los encuestados tiene esta práctica de consumo. Esto sin duda representa una oportunidad de comercialización de materiales de lectura mediante la utilización de medios electrónicos actuales.

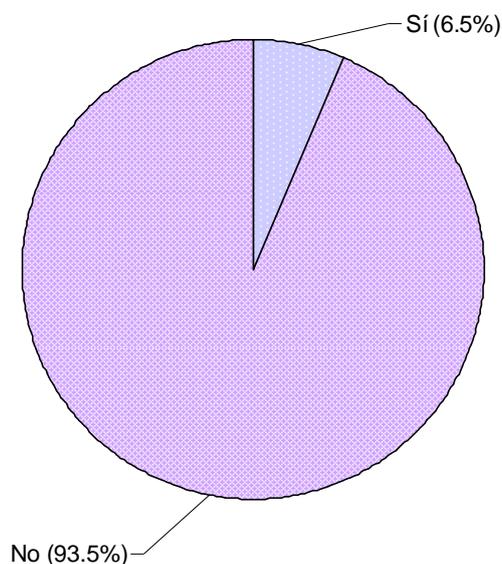
Gráfica 11. Compra de libros por internet



### III. 6 Pertenencia a programas de clientes frecuentes

Únicamente 6.5% de los visitantes encuestados mencionó que pertenecía a algún programa de cliente frecuente. De dicho porcentaje los de mayor incidencia fueron de la librería Porrúa (2%), de la Gandhi (1.8%), del Fondo de Cultura Económica (0.8%), de Educal (0.5%) y del Sótano (0.5%).

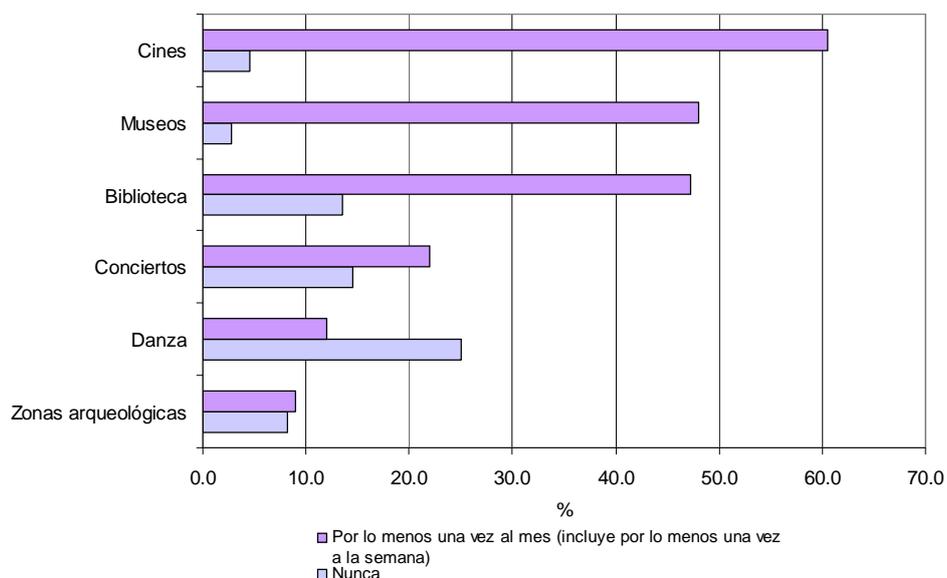
Gráfica 12. Pertenencia a programas de clientes frecuentes



#### IV. Asistencia a otros recintos culturales

Es importante conocer los hábitos de prácticas y consumo cultural de los visitantes a la feria del libro. El espacio cultural al que más asisten por lo menos una vez al mes es el cine (60.5%), seguido de museos (48%) y bibliotecas (47.3%). Llama la atención el hecho de que uno de cada cuatro de los encuestados no asiste nunca a espectáculos de danza y que la visita a zonas arqueológicas es la que presenta más baja incidencia.

Gráfica 13. Asistencia a otros recintos culturales

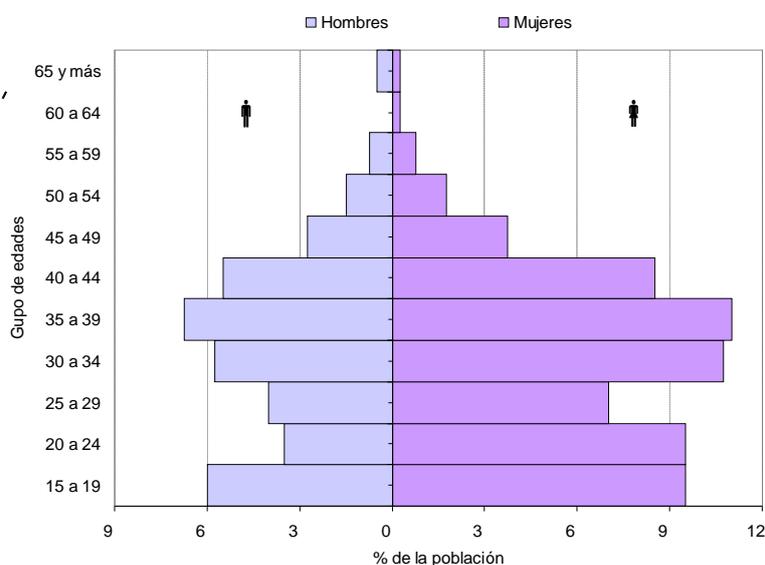


#### V. Perfil sociodemográfico

##### V. 1 Edad y sexo

Para conocer la población que constituye a los encuestados es necesario saber su edad y sexo. Se puede observar que para todos los grupos de edades se tienen mayoritariamente visitantes del sexo femenino, encontrándose la máxima diferencia en el grupo de 35 a 39 años de edad. De hecho, en el gran acumulado por sexo, 63% de los encuestados son mujeres.

Gráfica 14. Estructura por edad y sexo



## V. 2 Procedencia

Con el propósito de conocer la zona de influencia de la feria de libro se formuló una pregunta sobre el lugar de procedencia de los entrevistados. Dentro del conjunto de visitantes seleccionados, en el primer lugar, se ubica el Distrito Federal con un 78.3% y en un segundo lugar el Estado de México con un 19.3% y tan solo un 2.4% proviene de las demás entidades. El tercer lugar fue ocupado por el estado de Hidalgo con un 0.8%.

Cuadro 1. Origen de los visitantes encuestados

Lugar de procedencia	Porcentajes		
	Total	Entre semana	Fin de semana
Distrito Federal	78.3	76.5	80.0
Guerrero	0.5	1.0	0.0
Hidalgo	0.8	1.5	0.0
Estado de México	19.2	19.5	19.0
Resto de los estados	1.2	1.5	1.0
Total	100.0	100.0	100.0

De todos los visitantes, las delegaciones del Distrito Federal de donde se captó mayor afluencia fueron Iztapalapa (18.5%) y en segundo lugar Coyoacán (14.5%). Le siguieron la Benito Juárez, Iztacalco y Tlalpan, cada una con 5.3%. Si comparamos el porcentaje de visitantes de cada delegación con el porcentaje que representa de habitantes en el Distrito Federal, podemos apreciar qué delegaciones aportan más visitantes en relación a su población. La delegación con la mayor tasa es Coyoacán (2.6%), seguida de Benito Juárez (1.6%), Iztacalco (1.5%), Xochimilco (1.4%), Iztapalapa y Tláhuac (1.1% cada una). Las tasas de asistencia más bajas corresponden a Cuajimalpa de Morelos (0.2), Álvaro Obregón (0.3%), Gustavo A. Madero, Miguel Hidalgo y Milpa Alta (0.5% cada una) y Magdalena Contreras (0.6%).

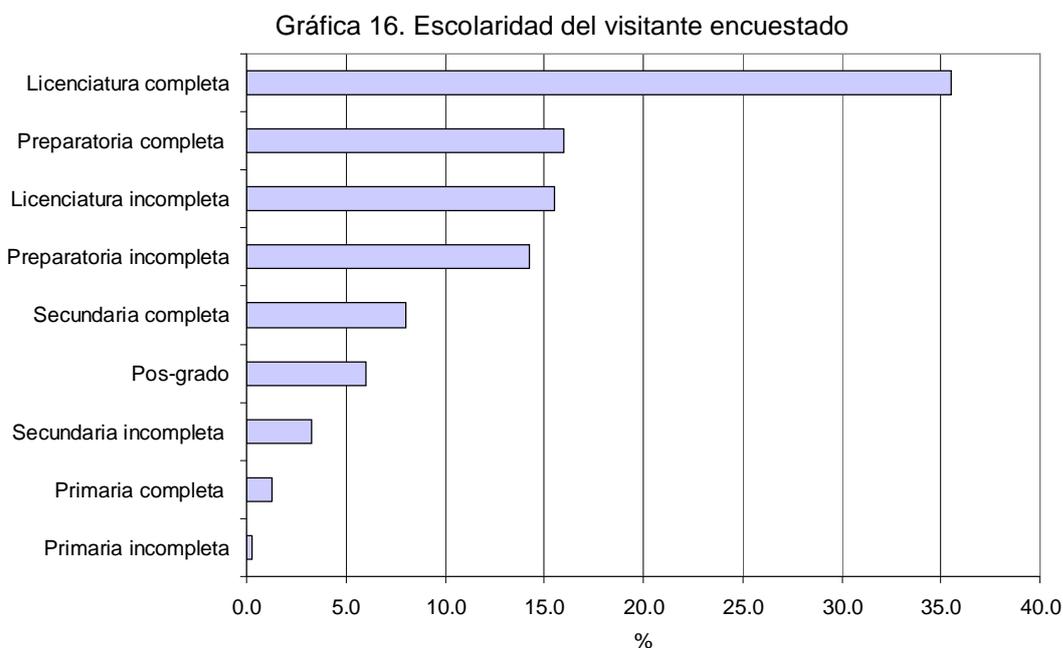
Cuadro 2. Visitantes y población del Distrito Federal

Delegación	(1) % Visitantes	(2) % Población <sup>1</sup>	(1) / (2) Cociente
Álvaro Obregón	2.6	8.1	0.3
Azcapotzalco	5.1	4.9	1.0
Benito Juárez	6.7	4.1	1.6
Coyoacán	18.5	7.2	2.6
Cuajimalpa de Morelos	0.3	2.0	0.2
Cuauhtémoc	4.5	6.0	0.7
Gustavo A. Madero	6.4	13.7	0.5
Iztacalco	6.7	4.5	1.5
Iztapalapa	23.6	20.9	1.1
Magdalena Contreras, La	1.6	2.6	0.6
Miguel Hidalgo	1.9	4.1	0.5
Milpa Alta	0.6	1.3	0.5
Tláhuac	4.2	3.9	1.1
Tlalpan	6.7	7.0	1.0
Venustiano Carranza	4.2	5.1	0.8
Xochimilco	6.4	4.6	1.4
Total	100.0	100.0	1.0

<sup>1</sup> Cálculos propios con base al II Censo de Población y Vivienda 2005.

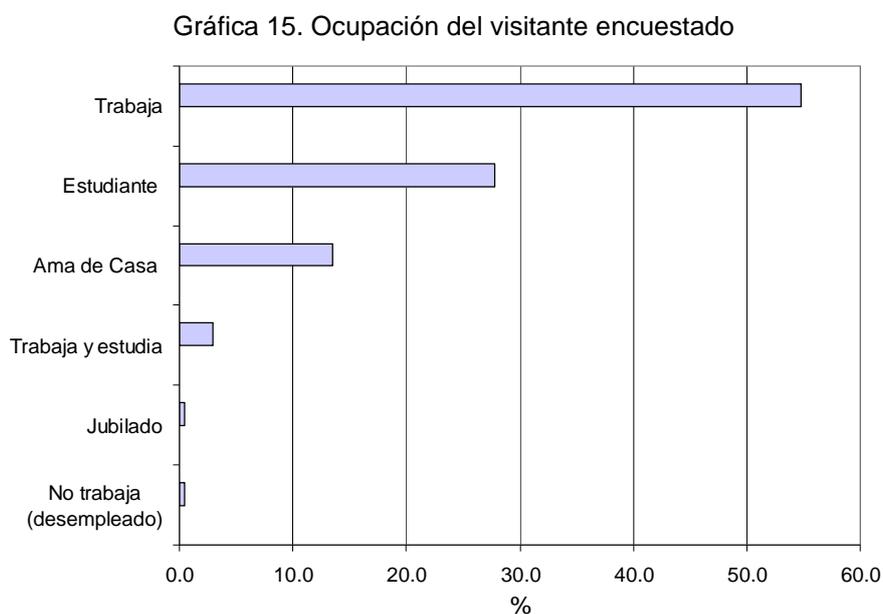
### V. 3 Escolaridad

En cuanto al nivel de escolaridad de los visitantes encuestados, se observa que 35.5% cuentan con licenciatura completa, siguiéndole preparatoria completa, con un 16%. Por otra parte, la categoría que tuvo menor incidencia fue primaria incompleta, con 0.3%.



### V. 4 Ocupación

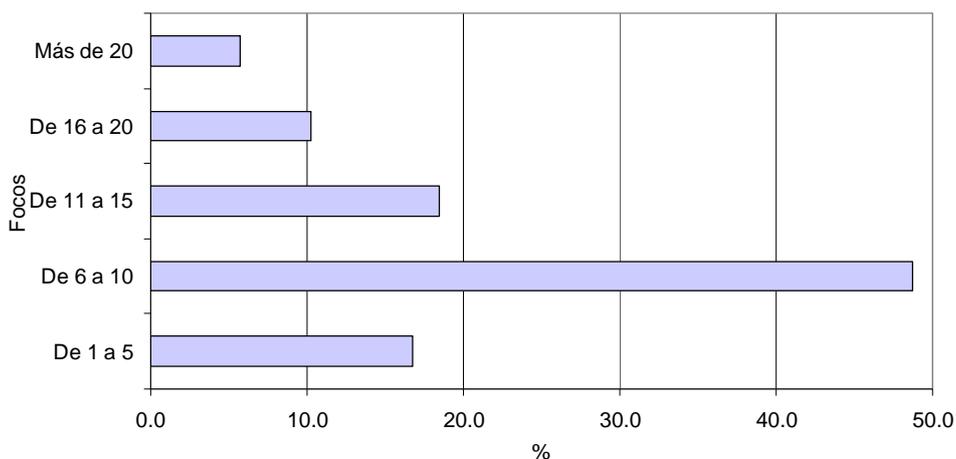
En otra de las preguntas se buscó identificar la ocupación de los visitantes de la feria del libro (solamente para los entrevistados y no sus acompañantes). En la gráfica siguiente se observa que la condición laboral dominante es la de trabaja, con 54.8%, siguiéndole la opción de estudiante, con 27.8%, mientras que el nivel más bajo se ubica en jubilado y en los que no trabajan, con 0.5%.



## V. 5 Número de focos

De acuerdo con la gráfica que a continuación se presenta, se puede afirmar que el ingreso (aproximado a través del número de focos declarados), no es un determinante exclusivo para la asistencia a la feria del libro, pues no es la población más pudiente la que resultó identificada en la encuesta, sino que más bien aquella ubicada en primer lugar en la categorías de 6 a 10 focos y luego de 11 a 15 focos (véase Anexo II del Informe de Públicos de Museos para tener una idea de la relación entre número de focos vs nivel de ingresos).

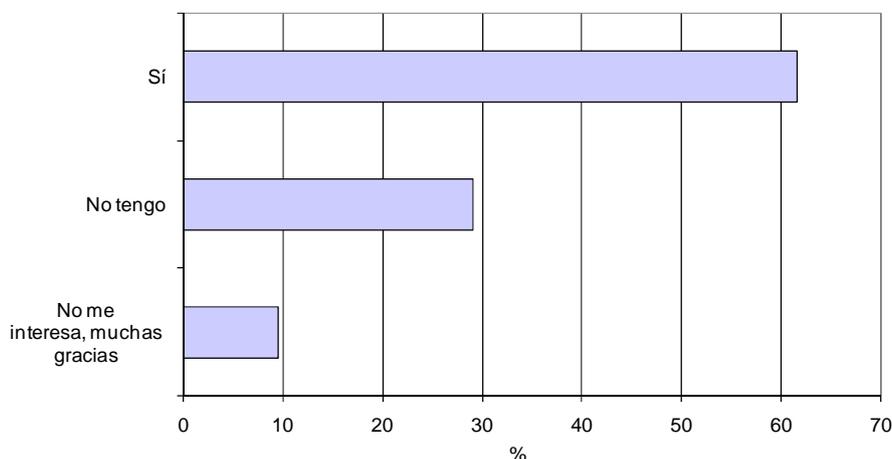
Gráfica 17. Número de focos del visitante encuestado



## VI. Aceptación del boletín electrónico e-cultura

Con el propósito de divulgar las distintas actividades culturales que se desarrollan en el país, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, por medio de la Coordinación Nacional de Estrategia y Prospectiva, brinda el servicio gratuito de enviar vía electrónica un boletín cultural perteneciente al portal e-cultura. De los encuestados, 61.5% afirmó tener interés en el boletín, cerca de 30% contestó no contar con correo electrónico, mientras que 9.5% declaró que no estaba interesado en este servicio.

Gráfica 18. Aceptación de boletín e-cultura



## **ANEXOS**

### **I. Metodología**

Ver la sección correspondiente de la Encuesta a públicos de museos.

### **II. Número de focos vs Nivel de ingresos**

Ver la sección correspondiente de la Encuesta a públicos de museos.

### **III. Cuestionarios**

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



**P. 4 ¿Cuánto tiempo le tomó llegar a la feria del libro? \_\_\_\_\_**

No sabe 98

No contesta 99

**P. 5 ¿Con qué frecuencia asiste a otros recintos y actividades culturales? (marcar con una X para cada caso)**

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(98)	(99)
Cines							
Museos							
Biblioteca							
Conciertos							
Zonas arqueológicas							
Danza							

Por lo menos una vez a la semana 1, Por lo menos una vez al mes 2, Por lo menos una vez cada tres meses 3, Por lo menos una vez al año 4, Con menor frecuencia de una vez al año 5, No sabe 98, No contesta 99

**P. 6 ¿Con qué frecuencia lee los siguientes productos... (marcar con una X para cada caso)**

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(98)	(99)
Libros								
Periódicos								
Revistas								
Historietas								

Por lo menos una vez a la semana 1, Por lo menos una vez al mes 2, Por lo menos una vez cada tres meses 3, Por lo menos una vez al año 4, Con menor frecuencia de una vez al año 5, Diario 6, No sabe 98, No contesta 99

**P. 7 Podría decirme, ¿cuantos libros leyó en los últimos 12 meses? \_\_\_\_\_**

No sabe 98

No contesta 99

**P. 8 ¿Cuál es la principal razón por la que usted lee? \_\_\_\_**

- |  |    |                          |
|--|----|--------------------------|
| Para estudiar, para la escuela                     | 1  | <input type="checkbox"/> |
| Para informarse                                    | 2  | <input type="checkbox"/> |
| Para actualización o perfeccionamiento profesional | 3  | <input type="checkbox"/> |
| Para divertirse                                    | 4  | <input type="checkbox"/> |
| Por que le gusta                                   | 5  | <input type="checkbox"/> |
| Por motivos religiosos                             | 6  | <input type="checkbox"/> |
| Por crecimiento personal                           | 7  | <input type="checkbox"/> |
| Para ser culto                                     | 8  | <input type="checkbox"/> |
| Para tener de qué platicar                         | 9  | <input type="checkbox"/> |
| Otro (esp.) _____                                  | 10 | <input type="checkbox"/> |
| Por razones de trabajo                             | 11 | <input type="checkbox"/> |
| Para pasar el tiempo                               | 12 | <input type="checkbox"/> |
| Nunca leo (razón) _____                            | 13 | <input type="checkbox"/> |
| No sabe  | 98 | <input type="checkbox"/> |
| No contesta  | 99 | <input type="checkbox"/> |

**P. 9 ¿Qué temas de lectura son de preferencia? (Encuestador marque tantos como señale el entrevistado)**

**Otro:** \_\_\_\_\_

- |                     |    |                          |                     |    |                          |
|---------------------|----|--------------------------|---------------------|----|--------------------------|
| Biografía           | 1  | <input type="checkbox"/> | Poesía              | 11 | <input type="checkbox"/> |
| Científico/Técnico  | 2  | <input type="checkbox"/> | Política            | 12 | <input type="checkbox"/> |
| Cocina              | 3  | <input type="checkbox"/> |                     |    |                          |
| Cuento              | 4  | <input type="checkbox"/> | Religión            | 14 | <input type="checkbox"/> |
| Enciclopedias       | 5  | <input type="checkbox"/> | Sociales            | 15 | <input type="checkbox"/> |
| Guías y manuales    | 6  | <input type="checkbox"/> | Superación personal | 16 | <input type="checkbox"/> |
| Libros para jóvenes | 7  | <input type="checkbox"/> | Texto escolar       | 17 | <input type="checkbox"/> |
| Libros para niños   | 8  | <input type="checkbox"/> | Todo tipo           | 18 | <input type="checkbox"/> |
| Novela              | 9  | <input type="checkbox"/> | No sabe             | 98 | <input type="checkbox"/> |
| Otro                | 10 | <input type="checkbox"/> | No contesta         | 99 | <input type="checkbox"/> |

**P. 10 ¿Ha realizado compra de libros por internet? \_\_\_\_**

- |         |    |             |    |
|---------|----|-------------|----|
| Si      | 1  | No          | 2  |
| No sabe | 98 | No contesta | 99 |

**P. 11 ¿Qué tipo de materiales compró en esta visita?**

- |   |    |                          |
|---|----|--------------------------|
| No realizó compras                      | 0  | <input type="checkbox"/> |
| Libros y/o revistas para la escuela     | 1  | <input type="checkbox"/> |
| Libros y/o revistas para el trabajo     | 2  | <input type="checkbox"/> |
| Libros y/o revistas para leer por gusto | 3  | <input type="checkbox"/> |
| Otros, especifique                      | 4  | <input type="checkbox"/> |
| _____                                   |    |                          |
| No sabe                                 | 98 | <input type="checkbox"/> |
| No contesta                             | 99 | <input type="checkbox"/> |

**P. 12 ¿Pertenece a algún programa de cliente frecuente en librerías?**

Si, especifique 1 \_\_\_\_\_  
No 2

**P. 14 ¿Cuál es su máximo nivel de estudios? \_\_\_\_**

No estudió nada	1	Preparatoria completa	7
Primaria incompleta	2	Licenciatura incompleta	8
Primaria completa	3	Licenciatura completa	9
Secundaria incompleta	4	Pos-grado	10
Secundaria completa	5	No contesta	99
Preparatoria incompleta	6		

**P. 16 Finalmente, como una manera indirecta de medir su nivel socioeconómico, ¿Me podría decir cuántos focos hay en su vivienda? \_\_\_\_**

No sabe 98 No contesta 99

**P. 13 ¿Me podría indicar su ocupación? \_\_\_\_**

Trabaja	1	Trabaja y estudia	2
No trabaja (desempleado)			3
Ama de Casa	4	Estudiante	5
Jubilado	6	No sabe	98
		No contesta	99

**P. 15 ¿Le gustaría recibir en su correo electrónico el boletín cultural del portal e-cultura del CONACULTA, que incluye algunas novedades editoriales?**

Si 1  
e-mail: \_\_\_\_\_  
No tengo 2  
No me interesa, muchas gracias 3

**¡Muchas gracias por su participación! (la Encuesta ha concluido)**