



INFORME ANUAL

2020

The cover features a blue vertical band on the left with a pattern of small triangles in various colors (blue, yellow, orange, purple). The right side is white with a diagonal lime green line. A grey circle is partially visible at the top center. The text 'INFORME ANUAL' is in grey, and '2020' is in orange. There are also some geometric shapes like a blue triangle and a grey rectangle at the bottom right.

INFORME ANUAL

2020

Índice

- 4 ASAMBLEA DE ASOCIADOS
CONSEJO DIRECTIVO CHAPULTEPEC
CONSEJO DIRECTIVO MONTERREY
- 6 MENSAJE DOLORES BÉISTEGUI
DIRECTORA GENERAL SISTEMA PAPALOTE
Y DEL ING. MAURICIO AMODÍO HERRERA,
PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO
PAPALOTE MUSEO DEL NIÑO
- 8 AGRADECIMIENTO
PADRINOS Y DONANTES
- 9 IN MEMORIAM
MARCO ANTONIO PÉREZ PATIÑO
- 10 INTRODUCCIÓN
- 12 APERTURA
DEL 01 DE ENERO AL 17 DE MARZO
- 16 CIERRE
DEL 17 DE MARZO AL 16 DE SEPTIEMBRE
- 24 REAPERTURA
DEL 17 DE SEPTIEMBRE AL 17 DE DICIEMBRE
- 26 ESTADOS FINANCIEROS

Asamblea de Asociados Museo Interactivo Infantil A.C. y Servi Museos A.C.

Mauricio Amodío Herrera **Presidente**

Héctor Hernández-Pons Torres
Javier Miguel Afif
Max Michel González
Rodrigo Sánchez Mejorada Velasco

Consejo Directivo Museo Interactivo Infantil, A.C.

Mauricio Amodío Herrera **Presidente**

Héctor Hernández-Pons Torres
Javier Miguel Afif
Max Michel González
Rodrigo Sánchez Mejorada Velasco
Paola González López
Paola Amodío Vázquez
Javier Hernández-Pons Riba
Ramón Fernández Vigil

Consejo Directivo Papalote Monterrey Servi Museos, A.C.

Alberto Garza Santos
Artemio Garza Rodríguez
Carlos Quintanilla Fernández
Clara Hache de Quintanilla
Francisco González Albuerne
Hernán Martínez Elizondo
Jesús Adrián Acosta Castellanos
Marcela Garza Herrera
Mariana Canales de Lugo
Marinela Servitje Montull
Mauricio Amodío Herrera
Mauricio Morales Aldape
Paulina Zambrano de Martínez
Ricardo Martín Bringas
Rodrigo Sánchez Mejorada
Verónica Raab de Sánchez Mejorada

Mensaje

Dolores Béistegui y Mauricio Amodío



Al iniciar el 2020 nadie teníamos idea del reto que nos esperaba.

Papalote Museo del Niño arrancó el año con una programación nutrida y ambiciosos proyectos para que nuestro modelo educativo llegara a más maestros y padres de familia. Y que muchas niñas y niños vivieran la experiencia Papalote en nuestras 3 sedes. Todos nuestros planes se detuvieron frente a la llegada de la crisis sanitaria Covid 19.

A mediados de marzo, atendiendo las instrucciones emitidas por la Secretaria de Salud, tuvimos que cerrar las puertas de los tres museos, y el personal se fue a trabajar desde su casa. De inmediato diseñamos e implementamos el sitio **“Papalote en Casa”**, cuya finalidad fue acompañar a nuestra comunidad, niñas y niños, padres de familia y maestros, con contenidos enfocados a la convivencia en casa bajo nuestro enfoque educativo.

Nos enorgullece la magnífica respuesta de la gran comunidad digital, ¡más de 600,000 usuarios entre abril y septiembre! Lo que nos confirmó que Papalote Museo del Niño es un referente en el ámbito educativo.

A la par de pensar como seguir presentes en las redes y mantener viva la relación con nuestra comunidad, tuvimos que tomar decisiones drásticas y muy difíciles para recortar de manera significativa los egresos. Reconocemos el profundo compromiso de los colaboradores que renunciaron al 50% de su sueldo y a todas las prestaciones superiores, estas medidas contribuyeron a generar un ahorro significativo. A todas y todos reiteramos nuestro agradecimiento.

La gestión de una crisis de esta magnitud que canceló por completo la integralidad de los ingresos es una labor colectiva, de la dirección general, del personal, de los consejeros y de los patrocinadores. Todos se sumaron con absoluta solidaridad y generosidad, animados por el deseo de mantener vivo un proyecto tan relevante para la infancia mexicana.

Es un honor encabezar una Institución que hace historia y deja huella, que mostró a lo largo de estos 12 meses su resiliencia, su talento, su compromiso y su capacidad de mirar hacia adelante.

ING. MAURICIO AMODÍO
Presidente del Consejo Directivo

DOLORES BÉISTEGUI
Directora General

Agradecimiento Padrinos y Donantes

Durante 2020, Papalote contó con el invaluable apoyo de sus padrinos y patrocinadores, empresas comprometidas con la educación y el bienestar de las familias mexicanas. Gracias a estas alianzas, el vuelo de Papalote se mantuvo vivo.

Papalote Chapultepec

ADO Y EMPRESAS COORDINADAS S.A. DE C.V.
ALIMENTOS DEL FUERTE S.A. DE C.V.
ÁNIMA ESTUDIOS S.A.P.I. DE C.V.
BANCO NACIONAL DE MÉXICO S.A. DE C.V.
BARILLA MÉXICO S.A. DE C.V.
BAYER DE MÉXICO S.A. DE C.V.
BIO PAPPEN S.A. DE C.V.
BIO PAPPEN S.A.B. DE C.V.
BLANCA DEL VALLE PEROCHENA
FOUNDATION
COMPAÑÍA COMERCIAL HERDEZ S.A. DE C.V.
COSTCO DE MÉXICO S.A. DE C.V.
DDI BATTERIES MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.
DIXON COMERCIALIZADORA S.A. DE C.V.
ELECTRÓNICA STEREN S.A. DE C.V.
EXPO MAHE S.A. DE C.V.
FUNDACIÓN ADO A.C.
GRUPO BIMBO S.A.B. DE C.V.

GRUPO CAABSA S.A. DE C.V.
GRUPO NACIONAL PROVINCIAL S.A.B.
HERDEZ S.A. DE C.V.
HÉCTOR HERNÁNDEZ PONS
JANEL S.A. DE C.V.
JOHNSON&JOHNSON
KIMBERLY CLARK DE MÉXICO S.A.B. DE CV.
LEGO MÉXICO S.A. DE C.V.
MARINELA SERVITJE
MAURICIO AMODÍO
MAX MICHEL
MCCORMICK DE MÉXICO S.A. DE C.V.
OREN TATCHER
PLAMI S.A. DE C.V.
PROMOTORA SOCIAL MÉXICO A.C.
SANOFI AVENTIS DE MÉXICO S.A. DE C.V.
SC JOHNSON S. DE R.L. DE C.V.
SERVIMUSEOS A.C.
THE RESOURCE FOUNDATION

Papalote Monterrey

AKF
GRUPO NACIONAL PROVINCIAL S.A.B.
FUNDACIÓN COCA COLA
FUNDACIÓN SMURFIT KAPPA

FUNDACIÓN XIGNUX
PANEL REY
PARQUE FUNDIDORA
SERVICIOS AGREGADOS DE ENERGÍA



In Memoriam Marco Antonio Pérez Patiño

1974 - 2020

El 02 de Julio fue una fecha que marcó a la familia Papalote. Ese día lamentamos profundamente comunicar el deceso de nuestro compañero Marco Antonio Pérez Patiño.

Marco hizo historia en el museo durante 22 años haciendo un gran trabajo como Auxiliar de Almacén, caracterizado siempre por su compromiso, entrega y colaboración hacia todo el equipo.

Un ejemplo de cordialidad, compañerismo, disposición y amor al museo es el que Marco dejaba impreso cada día en su andar por nuestro castillo azul.

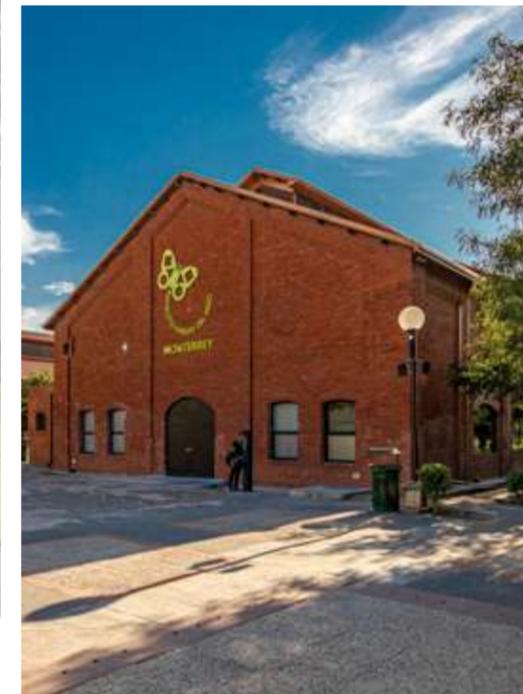
Marco estará siempre en los corazones de todos los que conformamos la familia Papalote.



Introducción

Presentamos el siguiente Informe Anual dividido en tres momentos del año, marcados por la crisis sanitaria:

- **Apertura.** Del 01 de enero al 16 de marzo.
- **Periodo de Cierre.** Del 17 de marzo al 16 de septiembre.
- **Reapertura.** Del 17 de septiembre al 17 de diciembre



Apertura

Del 01 de enero al 16 de marzo

▶ Del 01 de enero al 16 de marzo, Papalote Museo del Niño recibió en total 110,835 personas en sus tres sedes.

Papalote Chapultepec

En Chapultepec se atendieron 83,002 personas; de las cuales 45,803 llegaron vía Taquillas; 24,472 a través de Grupos Escolares y 9,313 vía Venta en línea. Además, vendimos 758 membresías de Club Papalote y se renovaron 50 membresías más.

En este periodo participaron 313 estudiantes en el programa de Cuates que pertenecieron a las generaciones 61, 62 y 63. Asimismo, se llevaron a cabo eventos privados con las marcas Tiendas 3B, Adweek.

Como parte del programa Primera Infancia difundimos la conferencia “Mis amigas las emociones” que se llevó a cabo el 15 de febrero. Con este evento logramos 1,970 nuevos registros y un lleno total con 650 asistentes.



Además, inauguramos las exhibiciones “¿Cómo nos movemos?” de Mi Ciudad gracias al patrocinio de Mobility ADO y el Bosque de las Maravillas y El Tallercito para pequeños.

En febrero, tuvimos la presencia de POSADA ALEBRIJE en colaboración con Booking.com, los visitantes pudieron conocer una habitación de hotel dentro de un gran alebrije en el jardín del Museo, con esta activación incrementamos el número de visitantes en un 14% contra el mismo fin de semana del año anterior. Además, logramos difusión y cobertura de prensa con valor de \$2MDP.

Durante el primer trimestre, el equipo de ventas de la Dirección de Mercadotecnia inició el servicio de ventas para las tres sedes del Sistema, en colaboración con los equipos de ventas locales. Esta nueva forma de operar contribuyó, junto con el ajuste de precio en Monterrey y la Exposición temporal Dinoexpertos en Cuernavaca, a incrementar las ventas de grupos 73% y 237% respectivamente contra el año anterior.

En este periodo, Papalote Chapultepec proyectó “Dinosaurios viven” y “Odisea Tortuga” en la Megapantalla IMAX, cada película fue vista por 14,075 personas y 39,089 personas respectivamente.

Por su parte, el Domodigital Citibanamex presentó “Plaza Sésamo. Un cielo, un mundo”, que fue vista por 13,910 visitantes y “Arqueoastronomía Maya”, que obtuvo una cifra de asistencia de 25,373 personas.

PAPALOTE CHAPULTEPEC		
	DOMODIGITAL	
	Admisiones	Funciones
P. Sésamo	13,910	192
Arq. Maya	25,373	451
TOTAL	39,283	643

MEGAPANTALLA IMAX		
	Admisiones	Funciones
Dinosaurios	14,075	104
Tortugas	39,089	444
TOTAL	53,164	548

Papalote Cuernavaca

▶ Por su parte, Papalote Cuernavaca recibió a **22,135 visitantes** y **4,137 de Grupos Escolares**.



Realizamos una activación en el Morelos Open Crédito Real del 20 al 23 de febrero, recibimos a más de 1,500 niñas y niños.

En mayo, se tomó la decisión de que Papalote Cuernavaca llevara a cabo una liquidación parcial de su plantilla laboral. Posteriormente, esta medida se hizo efectiva para el resto de los colaboradores, finiquitando así al 100% de la nómina. Esperamos que las condiciones muy pronto nos permitan reabrir nuestro maravilloso espacio en Morelos.

Papalote Monterrey

▶ Papalote Monterrey admitió a **27, 811 personas; 13,243 compraron su boleto en taquilla; 12,536 de grupos escolares** y **1,258 por venta en línea**.

Del 11 al 15 de marzo, Papalote Monterrey participó con una activación especial en la Feria UANLeer, realizada por la Universidad Nacional Autónoma de Nuevo León en la que se atendieron a más de 1,900 personas.



La Megapantalla IMAX Banorte presentó durante este periodo “Huracanes 3D” y “Planeta Prehistórico”, en total 22,556 personas disfrutaron estas experiencias.

Para eficientar recursos y garantizar la permanencia de Papalote en Nuevo León, se liquidó a todo el equipo operativo, manteniendo únicamente a tres personas a cargo de la administración y el resguardo de las instalaciones.

Programa Papalote para todos

Por tercer año consecutivo, seguimos conformados como una Institución de Asistencia Privada, que gestiona sus propios recursos a través de empresas comprometidas con las poblaciones más vulnerables de nuestra comunidad, acercando este espacio de aprendizaje y descubrimiento a los visitantes que debido a su condición de marginación y desigualdad no pueden acceder a los beneficios que ofrece Papalote Museo del Niño.

De enero a marzo, el programa benefició a **3,414 personas** en la sede Chapultepec gracias al apoyo de Bitácora Social, Centro Comercial Santa Fe y Grupo Bimbo.



Además, se atendieron a **774 personas** en la sede Monterrey y **5,521** en Cuernavaca.

Se realizó una propuesta de convenio de colaboración con la SEP para beneficiar a niños de las alcaldías Tláhuac, Gustavo A Madero e Iztapalapa.

Periodo de cierre

Del 17 de marzo al 16 de septiembre

El 17 de marzo, el Gobierno de la Ciudad de México emitió la declaratoria de emergencia sanitaria por la Pandemia de Covid-19. El equipo directivo, con el total apoyo de nuestro Consejo determinó el cierre total de nuestras tres sedes; procedimos entonces a resguardar y asegurar los activos de las sedes (exhibiciones y equipos de cómputo y proyección) y definir guardias temporales.

Asimismo, se tomó la decisión de reducir el salario de los colaboradores entre un 25% y 50% durante todo 2020. El proceso inició con los directores y subdirectores, después aplicó a gerentes y finalmente al resto de los colaboradores. Como medida adicional, se retiraron temporalmente algunas prestaciones superiores a la ley como fondo de ahorro, vales de despensa y 30 días de aguinaldo (se mantuvo la prestación oficial de 15 días de aguinaldo). Cabe destacar que la prestación de seguro de gastos médicos mayores se mantuvo con el objetivo de salvaguardar la salud de los colaboradores.



Esta medida, que los colaboradores asumieron en solidaridad con la institución, acompañada del recorte a los equipos de limpieza y vigilancia, permitió eficientar costos operativos y mantener la plantilla de trabajadores en un 55% durante todo este año atípico, traducándose en un ahorro para el Museo de 2.7 mdp.

Gracias al apoyo de la Dirección de Recursos Humanos, el 100% de la familia Papalote logró continuar con el trabajo desde su casa, al implementar por primera vez en la historia de Papalote un esquema de teletrabajo. Además, se desarrolló un Programa de Acompañamiento para guiar, asesorar y brindar apoyo emocional a los colaboradores durante la etapa de confinamiento y se generó un protocolo de actuación e información para que los colaboradores estuvieran al tanto de qué hacer en caso de presentar síntomas o estar al cuidado de algún familiar con Covid-19.



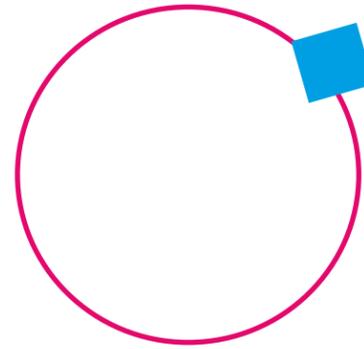
El 16 de diciembre de 2020 el consejero Jaime González hizo formal su renuncia al Consejo Directivo y la Asamblea de Asociados de Papalote.



Plataforma Papalote en Casa

Ante el cierre de nuestras instalaciones, justo antes de la esperada temporada vacacional, fue necesario reaccionar rápidamente y abrir los canales de comunicación necesarios para mantener el contacto y presencia con nuestro público. En tan solo 10 días, gracias a la colaboración en conjunto de las áreas de Mercadotecnia y Diseño de Experiencias, logramos poner en marcha la plataforma papaloteencasa.org, un micrositio con material educativo que, por medio de nuestras redes sociales, nos permitió acompañar a las familias durante la pandemia y construir una comunidad digital que llegó para quedarse.

El equipo desarrolló una programación dirigida a niñas y niños de 6 a 12 años y sus familias, que incluyó la creación de personajes que se posicionaron entre nuestra comunidad digital y que se expresó de esta manera:



Con papaloteencasa.org logramos mantener presencia durante el periodo de confinamiento, seguir comunicando nuestros programas, implementamos talleres y eventos virtuales que permitieron incrementar las bases de datos de cada una de las sedes en un 35%.

papaloteencasa.org se acompañó de una campaña de comunicación y una estrategia de mercadotecnia digital que nos permitió posicionarla rápidamente. Este nuevo sitio generó mucho interés, logramos más de 900 publicaciones en medios no pagados y en los primeros 6 meses 6.4 millones de visitas, 670,000 usuarios únicos, una recurrencia promedio del 30% en el sitio web. Nuestra comunidad digital creció un 15% contra el año anterior, tuvimos un alcance de 2.4 millones de usuarios con nuestras publicaciones, 826,000 interacciones y 8 millones de reproducciones en los primeros 6 meses.

papaloteencasa.org contó con el patrocinio de Huggies, Dixon, Lego y Bayer para algunos de nuestros contenidos y se implementó un botón de donativos en el sitio para recaudar fondos.



El Festival del Día de la Niña y el Niño, por primera vez en línea, realizado el 30 de abril con aliados y con un alcance de 4,460 espectadores.



80 contenidos en distintos formatos.



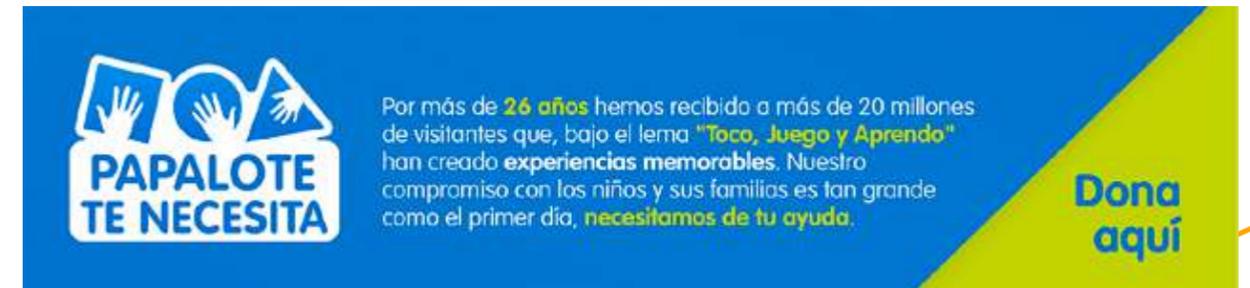
33 sesiones en vivo de Cuentacuentos.



13 sesiones en vivo de la Cazadora de la ciencia.



14 sesiones en vivo de Reto creativo.



Además, nuestros programas educativos y actividades se adaptaron al formato digital para seguir en contacto con nuestros públicos, respondiendo al contexto y con una programación gratuita:

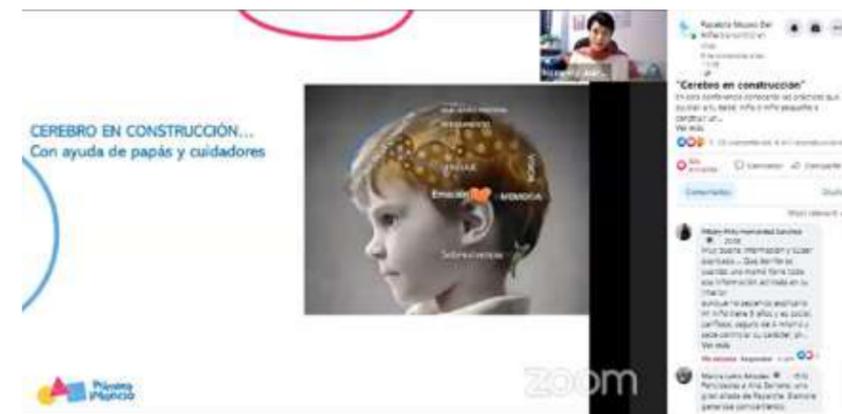
Programa ABC Papalote. La repuesta se centró en ofrecer herramientas para facilitar la labor de los maestros bajo el esquema de educación a distancia, incorporando el juego y el bienestar emocional. Las principales acciones fueron:

- El Festival del Maestro, que se llevó a cabo el 20 y 21 de mayo por primera vez en línea, en colaboración con aliados. Participaron 1,987 maestros.
- El desarrollo de 50 contenidos en distintos formatos difundidos en Papalote en Casa.
- Participación en 6 foros y charlas convocadas por Movimiento STEAM, McGraw Hill Education, Kinich School, Zoobers y la Asociación de Escuelas Particulares.



Programa Primera Infancia. La programación se centró en fomentar el desarrollo de habilidades y la contención emocional, que se reflejó de la siguiente manera:

- Se crearon 48 contenidos en distintos formatos para mamás, papás y cuidadores, difundidos en Papalote en Casa.
- Se realizaron 6 talleres en línea con aliados del programa.



La Dirección de Experiencias también enfocó sus esfuerzos en sistematizar la información del área, creando los siguientes documentos rectores: **El Vuelo de Papalote, Papalote en casa, Primera Infancia, Jardín de las Maravillas y SAV 2019**, así como la consolidación de varios manuales de museografía y las bases de datos de espacios, servicios y exhibiciones de los 3 museos.

El trabajo de evaluación es fundamental para nuestra Institución, este año iniciamos una red de trabajo para compartir las buenas prácticas con relación al conocimiento de públicos con colegas de museos nacionales, a través de la participación activa en: **Foro de Estudios de Público** y el **Comité de Estudios de Público de la Alianza de Museos Autónomos y Mixtos**.

Al mismo tiempo, se creó y mejoró nuestra **metodología de evaluación**, con la cual durante 2020 se capturaron más de 20 mil comentarios.

A partir de esta información, pusimos especial atención en detectar emociones y sentimientos que expresaban los usuarios. Esto fue posible mediante una lectura puntual y detallada, que divide los comentarios en distintos niveles de clasificación y que nos permitió hacer un análisis pragmático de las opiniones.

Esta tarea, nos llevó a crear y conocer a una nueva comunidad digital, que estamos seguros trascenderá más allá de la pandemia.

El reconocimiento a Papalote como entidad certificadora en **Mediación de Experiencias Educativas en Museos Interactivos y Evaluación de Competencias** por parte de CONOCER y la Universidad Pedagógica Nacional, fue otro de los puntos destacados del año, lo que permitió al museo impartir la primera certificación a los Cuates.



Programa de Capacitación de la Mediación. La capacitación durante el cierre se realizó a distancia con un total de 106 h, y se llevó a cabo la certificación del primer grupo de Cuates.

Otro proyecto que también nos permitió estar en contacto directo con nuestro público durante este periodo fue el **Consejo de Niñas y Niños Papalote**, el cual se estableció en noviembre con 16 integrantes entre 9 y 11 años que estudian en escuelas públicas y privadas de la Alcaldía Miguel Hidalgo. El Consejo está trabajando a distancia de manera sistemática para crear propuestas que serán presentadas en julio 2021.

Se creó y estableció la **Metodología de selección y evaluación de contenidos para teatros:** ADO Megapantalla IMAX y Domodigital Citibanamex, la cual permite filtrar los títulos de futuras programaciones en 6 etapas durante al menos 7 meses.

En el mes de agosto se montó la zona para pequeños **La Casita** en Cuernavaca y **El Tallercito** en Chapultepec como parte del programa de Primera Infancia de la Institución. Se diseñaron, produjeron y montaron las exposiciones: **Todos Jugamos, Pequeños abordo** en Chapultepec y **A jugar** en Monterrey. Además, se renovó la exhibición **Minisuper** en alianza con Chedraui.



Reapertura sede Chapultepec

Del 17 de septiembre al 11 de diciembre

En julio de este año se determinó que existían las condiciones para reabrir la sede Chapultepec. Se rediseñaron las experiencias y adaptamos la museografía para poder cumplir con los protocolos de higiene y sanidad. Además, creamos un programa que buscó dar la bienvenida a nuestros visitantes de una manera cálida y personal.

Se conceptualizó e implementó la campaña “Es tiempo de jugar” en Papalote, invitando al público a vivir una experiencia de bienestar en familia en un espacio único y seguro. Comunicamos a detalle nuestros protocolos de sanidad y junto con una estrategia de precio atractiva logramos al entusiasta asistencia de las familias durante el primer mes de reapertura.



Durante los 90 días que permaneció abierto Papalote Chapultepec recibimos a **26,718 personas**, de las cuales, **12,222 compraron su boleto en Taquillas**, **12,873 a través de venta en línea** y **374 asistieron en grupos escolares**.

El Programa Papalote PARA TODOS benefició a **839 personas**.

Instalamos nuestra tradicional Ofrenda de Muertos dedicada a las mascotas y se llevó a cabo la exposición Lazos de Navidad, con diez árboles de navidad decorados con artesanías representativas de diversos estados de la República Mexicana, la cual tuvo una significativa presencia en redes sociales.

Se ejecutaron 262 horas de capacitación a mediadores y supervisión de la mediación en la sede y se continuó con la publicación de material adicional en el sitio papaloteencasa.org



Ante el alza en de contagios y muertes por Covid 19 en la Ciudad de México, Papalote decidió suspender nuevamente sus actividades a partir del 14 de diciembre, con el objetivo de salvaguardar el bienestar de nuestros visitantes.

Logramos durante todo el año medios donados y en intercambio para las tres sedes con valor de 93 millones de pesos y cobertura de prensa con valor de 88 millones de pesos con más de 1,200 publicaciones.

Durante los meses que estuvieron abiertas nuestras sedes, se implementaron 262 h de capacitación a mediadores y se supervisaron los contenidos y la mediación de la experiencia del visitante, a través de la generación de las evaluaciones correspondientes.

Hacia finales de diciembre se lanzó una importante campaña de recaudación de fondos, con el objetivo de reunir 50 millones de pesos para garantizar la permanencia de nuestro proyecto educativo durante el confinamiento y contar con las condiciones de una futura reapertura de nuestras sedes.



Estados financieros

MUSEO INTERACTIVO INFANTIL, A.C.
ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO
POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019
(EXPRESADO EN PESOS MEXICANOS)

ACTIVO	2020	2019
CIRCULANTE		
Efectivo y equivalentes (Nota 4)	\$4,723,701	\$2,405,923
CUENTAS POR COBRAR:		
Cuentas por cobrar corto plazo (Nota 5)	3,245,327	3,270,475
Partes relacionadas (Nota 7)	-	720,985
Impuestos por recuperar	4,461,249	4,119,814
	7,706,576	8,111,274
Inventarios (Nota 6)	1,151,692	920,860
Pagos anticipados	2,418,267	5,497,217
Total activo circulante	16,000,236	16,935,274
CUENTAS POR COBRAR LARGO PLAZO (Nota 5)	7,107,682	15,605,221
PROPIEDADES, EQUIPO Y EXHIBICIONES, neto (Nota 8)	225,781,121	245,114,234
ACTIVOS INTANGIBLES, neto (Nota 10)	107,785,418	124,178,954
DERECHOS DE ARRENDAMIENTO, neto (Nota 9)	3,919,218	8,244,765
Total activo	\$360,593,675	\$410,078,448

PASIVO	2020	2019
A CORTO PLAZO:		
Préstamos bancarios (Nota 11)	\$40,229,244	\$39,499,183
Proveedores	60,866,152	47,824,125
Acreedores diversos	647,108	9,348,457
Arrendamiento financiero (Nota 12)	4,035,884	5,349,691
Impuestos y cuotas por pagar	15,634,585	9,753,298
Total pasivo corto plazo	121,412,973	111,774,754
A LARGO PLAZO:		
Préstamos bancarios (Nota 11)	\$57,876,827	\$47,109,923
Arrendamiento financiero (Nota 12)	-	3,407,890
Beneficios a los empleados (Nota 13)	6,722,857	9,763,234
Total pasivo largo plazo	64,599,684	60,281,047
Total pasivo	186,012,657	172,055,801
PATRIMONIO		
Al inicio del año	\$238,022,647	\$284,302,541
Del año	(63,441,629)	(46,279,894)
Total patrimonio	174,581,018	238,022,647
Total pasivo y capital	\$360,593,675	\$410,078,448

	2020	2019
CAMBIOS AL PATRIMONIO NO RESTRINGIDO		
Admisiones generales	\$19,203,806	\$108,677,489
Donativos y Patrimonios	9,498,862	14,589,902
Tienda	1,369,647	8,993,355
Concesiones	3,006,500	6,562,515
Eventos	7,671,077	5,943,404
Dulcería	827,491	5,164,262
Otros ingresos	10,916,795	8,174,031
Venta de inmuebles, equipo y exhibiciones	20,000	5,037,124
Intereses ganados	3,629	1,038,937
Total pasivo largo plazo	52,517,807	164,181,019
EGRESOS:		
Sueldos y prestaciones	\$40,986,574	\$74,168,216
Gastos operativos	8,832,366	35,027,451
Mantenimiento	1,914,076	21,522,292
Impuestos	8,046,569	12,327,045
Reducción de impuestos locales	-	(11,618,539)
Publicidad y propaganda	7,362,475	4,350,543
Costo de ventas tienda	822,635	6,128,363
Regalias y venta lmax	4,489,358	5,501,841
Costo de ventas de dulcerías	487,650	2,825,897
Otros gastos	7,365,656	8,077,093
Intereses a cargo	7,958,697	13,603,046
Pérdida cambiaria	5,633,202	(42,060)
Total de egresos	93,899,258	171,871,188

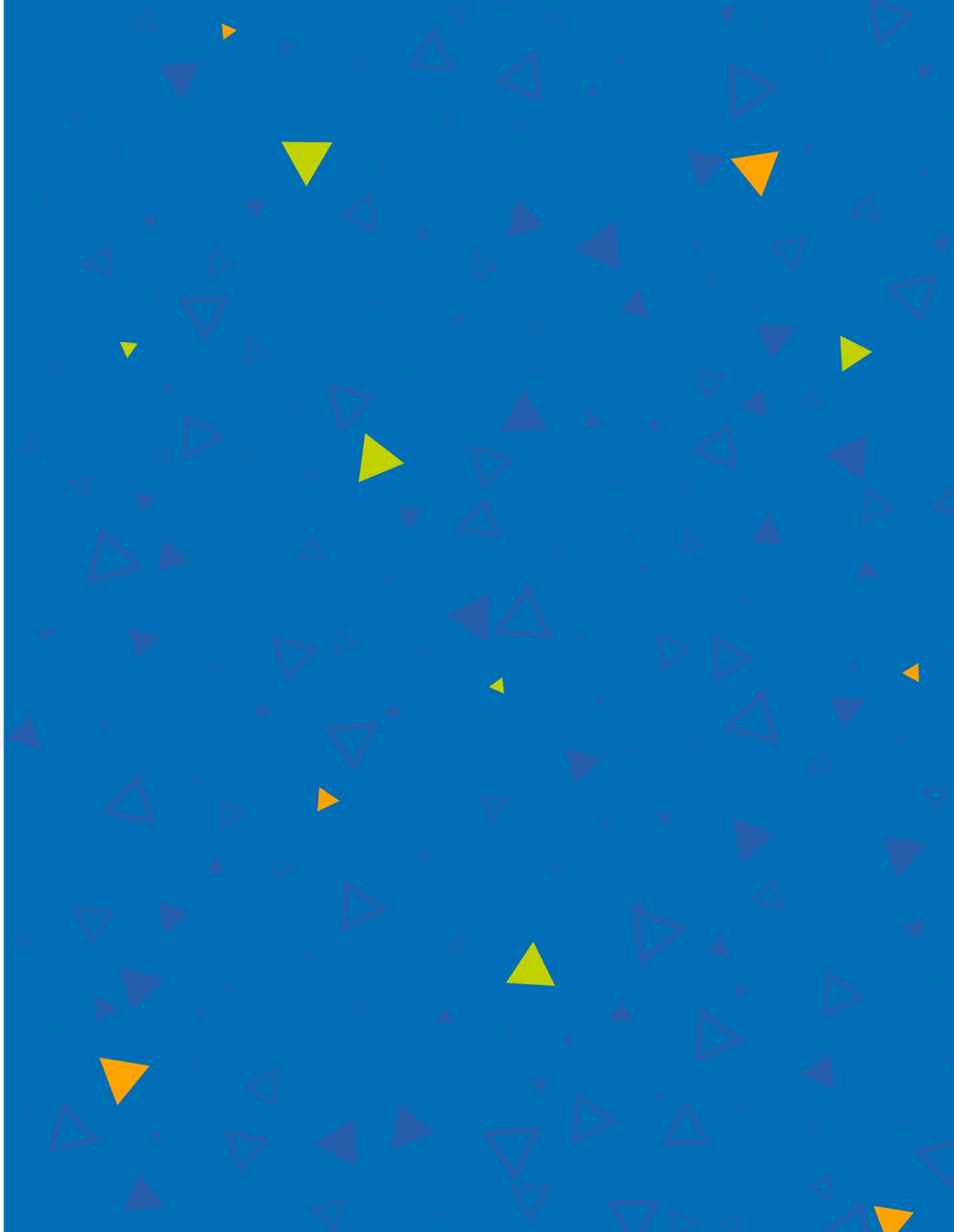
	2020	2019
Exceso de egresos sobre ingresos	\$(41,381,451)	\$(7,690,169)
Depreciación y amortización	(40,845,039)	(47,621,399)
Disminución del patrimonio no restringido	(82,226,490)	(55,311,568)
CAMBIOS AL PATRIMONIO NO RESTRINGIDO		
Patrocinio Cuernavaca	\$10,055,241	\$17,245,252
Campaña de recaudación de donativos	14,482,921	5,365,031
Total de ingresos	24,538,162	22,610,283
Patrocinio Cuernavaca	\$5,753,301	\$13,578,609
Total de egresos	5,753,301	13,578,609
Incremento del patrimonio restringido	\$18,784,861	\$9,031,674
(Disminución) del ejercicio del patrimonio	(63,441,629)	(46,279,894)
Patrimonio al inicio del año	238,022,647	284,302,541
Patrimonio al final del año	\$174,581,018	\$238,022,647

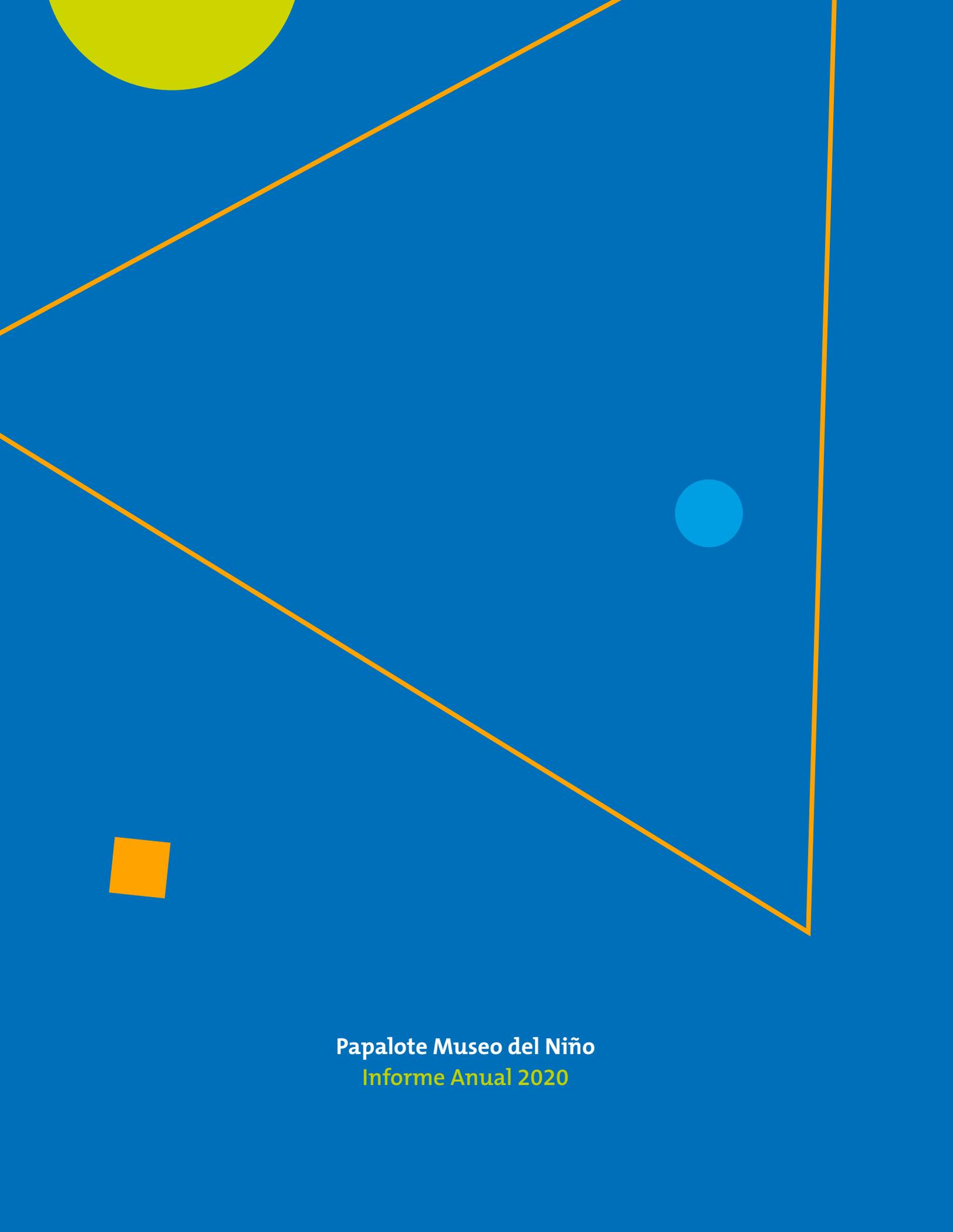
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	2020	2019
(Disminución) en el patrimonio	\$(63,441,629)	\$(46,279,894)
PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Depreciación y amortización	40,845,039	47,621,399
Utilidad en venta de propiedades, activo y exhibiciones	20,000	5,037,124
Intereses a favor	(3,629)	(1,038,937)
PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Intereses a cargo	7,958,697	13,603,046
Suma	(14,621,522)	18,942,738
Disminución (incremento) en cuentas por cobrar	\$8,522,687	\$(1,090,363)
(Incremento) disminución en inventarios	(230,832)	4,557,113
Disminución (incremento) en pagos anticipados y otros	2,737,515	(3,329,360)
Incremento en proveedores	13,042,027	12,481,920
Disminución (incremento) en partes relacionadas	720,985	(2,318,645)
(Disminución) en acreedores diversos y otros	(13,423,046)	(493,573)
Incremento en impuestos por pagar	5,881,287	1,863,103
(Disminución) incremento en beneficio a los empleados	(3,040,377)	1,021,316
(Incremento) disminución en otros activos	4,325,547	-
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	3,914,271	31,634,249

	2020	2019
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:		
Adquisición de propiedades, equipo y exhibiciones, neto	\$(5,118,390)	\$(9,207,844)
Ingresos por venta propiedades, equipo y exhibiciones	(20,000)	(5,037,124)
Intereses cobrados	3,629	1,038,937
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	5,134,761	13,206,031
Efectivo a obtener en actividades de financiamiento	1,220,490	18,428,218
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:		
Obtención (pago) de préstamos recibidos, neto	\$11,496,965	\$(15,849,242)
Intereses pagados	(7,958,697)	(13,603,046)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	3,538,268	(29,452,288)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES:		
Incremento (disminución) del año	\$2,317,778	\$(11,024,070)
Saldo al inicio del año	2,405,923	13,429,993
Saldo al final del año	\$4,723,701	\$2,405,923



toco▶
juego y
@prendo





Papalote Museo del Niño
Informe Anual 2020