

# Conociendo a nuestros visitantes

Ministerio  
de Cultura

Estudio de público en museos  
del Ministerio de Cultura



LABORATORIO  
PERMANENTE DE  
PÚBLICO  
DE MUSEOS



# **Conociendo a nuestros visitantes**

## **Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura**

www.mcu.es

www.060.es



MINISTERIO DE CULTURA

Edita:

© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA

Subdirección General

de Publicaciones, Información y Documentación

© De los textos y las fotografías: los autores

NIPO: 551-11-040-9





MINISTERIO  
DE CULTURA

**Ángeles González-Sinde**

Ministra de Cultura

**Mercedes E. del Palacio Tascón**

Subsecretaria de Cultura

**Ángeles Albert**

Directora General de Bellas Artes y Bienes Culturales



Esta publicación es el testimonio material de un largo proyecto iniciado en 2007, que sin duda está sentando las bases para la mejora de unas de las instituciones señeras en la política cultural de este Ministerio: los museos.

Nuestra aspiración es convertir estas instituciones en espacios donde la sociedad tome conciencia del valor del patrimonio y lo juzgue como medio de acercamiento a la propia historia, de enriquecimiento personal y colectivo, de escenario de participación social, de respeto y comprensión de lo diverso. Para ello debemos mostrarlos como espacios amables, levantados a través de una construcción colectiva y participativa de los bienes y sus significados; y ello en ambos sentidos, el diacrónico, mirando hacia la historia y viéndonos en el espejo de los antepasados, y el sincrónico, comprendiéndonos gracias y a través de los demás, del diálogo con el otro, bien sea ese otro el autor o bien sea uno de los objetos por él creado.

Por ello, para crear este entorno en nuestros museos, resulta necesario incorporar el diálogo con el ciudadano a la gestión que se hace de ellos. Ese encuentro y ese diálogo han de ser primero posibles y luego fructíferos, y para alcanzarlo el Ministerio de Cultura debe redoblar la atención orientada a detectar cuál es el pulso de la sociedad, a percibir cuál es la verdadera composición de nuestra realidad museística, integrada por los bienes patrimoniales, la sociedad que los valora como tales y los escenarios donde ambos se encuentran y dialogan. Por ello está desarrollando políticas de accesibilidad en diversos ámbitos, acercando a través de nuevos canales los museos a la sociedad, e intentando

conocer sus necesidades y deseos a través de herramientas como el Laboratorio Permanente de Público de Museos, que pretende diseñar museos más próximos al ciudadano y más dirigidos hacia esa sociedad global y compleja en la que vivimos.

Consciente, así, de que es la sociedad la que debe guiar y dar sentido a los museos, el Ministerio de Cultura está trabajando en su mejora con la intención de acercarlos a aquéllos a quienes deben servir, con la intención de construir espacios verdaderamente vitales de intercambio de conocimientos y emociones, que generen experiencias únicas e insustituibles y hagan de la cultura, y en concreto de los museos, una necesidad integrada en lo cotidiano.

Los resultados del estudio puesto en marcha por el Laboratorio Permanente de Público de Museos no son sino una muestra de que el Ministerio ha asumido su responsabilidad en el diálogo con el ciudadano y está conociendo a sus visitantes. Sin duda, gracias a este instrumento de comunicación y participación ciudadana podremos conocer bien la verdadera relación entre los museos y la sociedad, e impulsar consecuentemente los cambios que sean necesarios para mejorarla.

Con estas y otras acciones, el Ministerio de Cultura quiere acercar las instituciones culturales a todos los ciudadanos, y hacer de ellas verdaderos instrumentos de desarrollo y cohesión social.

Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura quiere agradecer su apoyo a todas las personas que han hecho posible la materialización del Laboratorio Permanente de Público de Museos y la publicación de esta primera investigación: desde quienes impulsaron su creación hasta sus futuros lectores, y por supuesto, y por encima de todo, a la desinteresada participación de los miles de visitantes que han prestado algo tan valioso como su tiempo. Este trabajo está dedicado a todos ellos.

### **Dirección técnica y coordinación: Subdirección General de Museos Estatales**

Enrique Varela Agüí (Subdirector General de Museos Estatales)

Virginia Garde López (Jefa del área de Difusión y Desarrollo)

Teresa Morillo Sánchez

Héctor del Barrio Alvarellos

### **Dirección científica**

Eloísa Pérez Santos (Profesora Titular de Evaluación Psicológica de la Universidad Complutense de Madrid)\*

Ángela García Blanco (Conservadora-Jefe de Difusión del Museo Arqueológico Nacional)

### **Técnicos de Museos Estatales**

Pilar Aldeanueva, Patricia Alonso, María Azcona, M.<sup>a</sup> Jesús Cabrera, Raquel Cacho, Mara Canela, Liliane Cuesta, Margarita de los Ángeles, Ainhoa De Luque, Elena Delgado, Natalia Delgado, Dori Fernández, Rocío García, Ana M.<sup>a</sup> Gil Hernández, Almudena Hernández, Esther Jodar, Helena López, Asunción Martínez, Esther Merino, Raquel Molina, Ana Muñoz, Begoña Muro, Vanessa Pollán, M.<sup>a</sup> Ángeles Polo, Paula Ramírez, Rebeca Recio, Isabel Rodríguez, Maje Rubio, Mar Sanz, Leticia Sastre, Alicia Vallina, Alicia Vázquez, Nieves Vega y Pilar Vicente.

### **Recogida de datos**

Demométrica, S.L.

### **Colaboradores en el análisis de datos, elaboración y redacción del informe**

Sonia Panadero, Lena Ketterle, Sara Izquierdo, Alba Yuste y Nuria Rivero.

### **Créditos fotográficos**

*Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí:* Liliane Cuesta Davignon y Pilar Záforas.

*Museo Nacional Colegio de San Gregorio:* Javier Muñoz González y Paz Pastor Rodríguez.

*Museo Casa de Cervantes:* Pilar Vicente Muñoz.

*Museo Nacional de Arte Romano:* Pilar Aldeanueva Viejo, Fernanda Ávila Núñez y Susana Ibarra Alonso.

*Museo Sefardí:* Begoña Muro Martín-Corral y Ana M.<sup>a</sup> Gil Hernández.

*Museo de Altamira:* Eusebio Dohíjo.

*Museo Nacional de Artes Decorativas:* María Jesús del Amo e Isabel Rodríguez Marco.

*Museo Nacional de Antropología:* María Azcona Antón y Juan Pedro Romero Gutiérrez.

*Museo Arqueológico Nacional:* Antonio Trigo Arnal, M.<sup>a</sup> Jesús Rubio Visiers y Dori Fernández Tapia.

*Museo de América:* Joaquín Otero Úbeda y Ainhoa de Luque Yarza.

*Museo Sorolla:* Almudena Hernández de la Torre.

*Museo del Traje. CIPE:* David Serrano, Munio Rodil Ares, Helena López de Hierro y Paola di Meglio.

*Ministerio de Cultura:* Miguel Ángel Otero Ibáñez y Víctor Gascón González.

*Otros fotógrafos:* Eloísa Pérez Santos y Teresa Morillo Sánchez.

---

\* Mediante convenio de colaboración con la Universidad Complutense de Madrid.

# ÍNDICE

**Pág.**

|                                                                                                                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>El Laboratorio Permanente de Público de Museos</b> .....                                                                                                       | 12  |
| <b>Presentación de la investigación</b> .....                                                                                                                     | 14  |
| <b>Metodología de investigación</b> .....                                                                                                                         | 16  |
| Objetivos.....                                                                                                                                                    | 18  |
| Muestra.....                                                                                                                                                      | 18  |
| Procedimiento de recogida de datos.....                                                                                                                           | 20  |
| Variables estudiadas.....                                                                                                                                         | 23  |
| Análisis de datos.....                                                                                                                                            | 25  |
| Tablas de resultados.....                                                                                                                                         | 27  |
| <b>Los museos participantes</b> .....                                                                                                                             | 32  |
| Presentación de los museos participantes.....                                                                                                                     | 34  |
| Tablas de información de servicios y facilidades de visita de cada museo.....                                                                                     | 42  |
| Tablas de información de actividades de cada museo.....                                                                                                           | 48  |
| <b>Composición del público visitante de museos</b> .....                                                                                                          | 62  |
| Visitantes individuales y en grupo.....                                                                                                                           | 64  |
| Visitantes adultos y niños menores de 12 años.....                                                                                                                | 67  |
| Composición general del público visitante de los museos del estudio.....                                                                                          | 69  |
| El visitante general y la forma de la visita en los museos del estudio. Síntesis de resultados.....                                                               | 72  |
| Tablas de resultados.....                                                                                                                                         | 73  |
| <b>Características generales de los visitantes</b> .....                                                                                                          | 78  |
| Género.....                                                                                                                                                       | 80  |
| Edad.....                                                                                                                                                         | 81  |
| Nivel de estudios terminados.....                                                                                                                                 | 83  |
| Tipo de actividad laboral.....                                                                                                                                    | 86  |
| Relación de la actividad laboral con el museo.....                                                                                                                | 89  |
| Lugar de residencia y nacionalidad de los visitantes.....                                                                                                         | 89  |
| Compañía durante la visita.....                                                                                                                                   | 99  |
| Características generales de los visitantes. Síntesis de resultados.....                                                                                          | 100 |
| Tablas de resultados.....                                                                                                                                         | 103 |
| <b>La previsión de la visita</b> .....                                                                                                                            | 116 |
| Frecuencia de las visitas al museo.....                                                                                                                           | 118 |
| Expectativas de la visita.....                                                                                                                                    | 121 |
| Motivos de la visita.....                                                                                                                                         | 126 |
| Actividades preferidas en tiempo de ocio.....                                                                                                                     | 131 |
| La frecuencia de la visita y su relación con los motivos, expectativas<br>y tipo de ocio de los visitantes de los museos del estudio. Síntesis de resultados..... | 134 |
| Tablas de resultados.....                                                                                                                                         | 137 |

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>La planificación de la visita</b> .....                                       | 144 |
| Accesibilidad del museo.....                                                     | 146 |
| Fuentes de información sobre el museo.....                                       | 150 |
| La planificación de la visita. Síntesis de resultados.....                       | 159 |
| Tablas de resultados.....                                                        | 161 |
| <b>La forma de realizar la visita</b> .....                                      | 166 |
| Tiempo dedicado a la visita.....                                                 | 168 |
| Utilización de servicios y facilidades de la visita.....                         | 171 |
| Demanda de nuevos servicios y facilidades de visita.....                         | 176 |
| La forma de realizar la visita. Síntesis de resultados.....                      | 182 |
| Tablas de resultados.....                                                        | 183 |
| <b>El impacto de la visita</b> .....                                             | 190 |
| Satisfacción con los servicios.....                                              | 192 |
| Valoración general de la visita.....                                             | 196 |
| Valoración sobre aspectos concretos de la visita.....                            | 197 |
| Intención de volver y de recomendar la visita.....                               | 200 |
| El impacto de la visita. Síntesis de resultados.....                             | 202 |
| Tablas de resultados.....                                                        | 204 |
| <b>El conocimiento de los museos y el flujo de visitantes</b> .....              | 212 |
| Museos más conocidos y visitados por los visitantes de todos los museos.....     | 214 |
| Museos conocidos por los visitantes de cada uno de los museos.....               | 216 |
| Museos visitados alguna vez por los visitantes de cada uno de los museos.....    | 219 |
| Museos visitados en los últimos dos años por los visitantes de los museos.....   | 219 |
| Conocimiento y flujo de visitantes entre los museos. Síntesis de resultados..... | 223 |
| Tablas de resultados.....                                                        | 225 |
| <b>Conclusiones y recomendaciones</b> .....                                      | 232 |
| Sobre el papel social del museo.....                                             | 234 |
| Sobre el museo como producto turístico cultural.....                             | 237 |
| Sobre la captación y fidelización de los visitantes.....                         | 240 |
| Sobre la visita como una actividad de aprendizaje informal y ocio cultural.....  | 241 |
| Sobre la visita como una actividad social.....                                   | 243 |
| Sobre el museo y la red de museos.....                                           | 245 |
| Sobre el impacto de la visita y la satisfacción del visitante.....               | 246 |
| Recomendaciones de actuación.....                                                | 249 |
| <b>Cuestionario para visitantes</b> .....                                        | 254 |
| <b>Cuestionario para grupos escolares y estudiantes</b> .....                    | 258 |
| <b>Referencias bibliográficas</b> .....                                          | 260 |

# El Laboratorio Permanente de Público de Museos

12

En el año 2007 se empezó a gestar en el seno de los museos de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales lo que ahora es el Laboratorio Permanente de Público de Museos (en adelante Laboratorio), una iniciativa surgida desde estas mismas instituciones cuyo objetivo principal es convertir la investigación sobre el público en una herramienta de gestión integrada en la actividad habitual de los museos, que ayude a la planificación y programación teniendo en cuenta los intereses y necesidades de sus visitantes.

La constitución del Laboratorio materializa la voluntad de orientarse hacia la ciudadanía de unas instituciones que desde los años 70, con los cambios experimentados en la teoría museológica, han estado hipotéticamente consagradas al servicio de la sociedad y su desarrollo. En este sentido el Laboratorio se inscribe en una línea de investigación que tiene una larga trayectoria, iniciada ya a principios del pasado siglo en los museos americanos, y asentada progresivamente en otros de nuestro entorno más cercano, pero que en nuestro país ha tenido un corto alcance. Bien por ser iniciativas concretas, y fruto casi de

un interés personal más que de líneas de trabajo emanadas de las direcciones u órganos de gestión de los museos, bien por la propia inercia de funcionamiento de estas instituciones, centradas en las colecciones como elementos diferenciadores y necesarios para justificar su existencia, y en su estudio, custodia y exhibición como función principal, podemos decir que en contadas ocasiones hay constancia de que los estudios de público realizados en nuestros museos hayan servido para orientar su actuación a partir de su relación con el visitante.

Por ello, el objetivo último del Laboratorio es convertir la investigación sobre público en un instrumento de gestión y apoyo en la toma de decisiones de planificación y programación de los museos, en una dinámica integrada en la actividad habitual de los mismos, con una vocación de permanencia en el tiempo y de mejora continua de la institución en su calidad de prestadora de servicio público. Cada investigación y sus resultados pretenden ser herramientas para profesionales y gestores que permitan orientar, considerando la experiencia del público, los aspectos del funcionamiento de los museos relacionados



con el cumplimiento de la función social que desarrollan. Hasta ahora apenas se ha dispuesto para ello de otros datos que los meramente numéricos de afluencia de visitantes, muchas veces los únicos indicadores tenidos en cuenta para ver la rentabilidad social de estas instituciones.

Esta carencia fue ya detectada por la AEVAL (Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y de Calidad de los Servicios) en el informe realizado en 2008 sobre los museos del Ministerio de Cultura<sup>1</sup>, informe en cuyas recomendaciones se incluía la puesta en marcha de acciones en cuanto a la relación de los museos con el público, en concreto el diseño de un estudio de análisis de las demandas y expectativas de los visitantes, y de la satisfacción de los usuarios.

El Laboratorio da cumplida respuesta a esta recomendación y va más allá. Su plan de acción se articula en torno a tres pilares fundamentales: la investigación, para conocer las características de los visitantes de los museos y los aspectos relacionados con ellos que sirvan para evaluar las repercusiones sociales de la actuación de los museos; la formación de los integrantes del proyecto en el ámbito de los estudios de público mediante la organización de cursos específicos relacionados con las investigaciones en curso; y la comunicación, tanto interna entre los museos al organizarse en una red de trabajo, como externa al poner a disposición de todos los ciudadanos las investigaciones y los resultados de las mismas.

La articulación en un ciclo continuo de estos tres pilares permitirá, de cara al servicio público, identificar y establecer líneas de actuación dirigidas a cubrir necesidades de los visitantes y objetivos de los museos con respecto a ellos para convertirse en verdaderos escenarios de integración, participación y armonía social; de cara a la mejora de la gestión, identificar procesos y establecer protocolos para ir configurando un modelo común basado en la orientación hacia un servicio integral y de calidad, basado en la evaluación y mejora continuas.

La definición de museo dada por el ICOM como institución al servicio de la sociedad y su desarrollo ha marcado el devenir de los mismos desde los años 80 y los configura como importantísimos agentes para el desarrollo, la cohesión social, la conciencia del valor de la cultura propia y ajena, y el respeto a las mismas. Así, toda la actividad pública de los museos ha de orientarse en esta dirección, y en este concepto de museo como servicio público integral se comprende toda su actividad dirigida a relacionarse de algún modo con la sociedad, por lo que a la larga la investigación y evaluación continuas que propone el Laboratorio terminan, en este marco, afectando a prácticamente toda la actividad de las instituciones y orientándola en función de los resultados obtenidos.

Este primer informe que se publica ahora quiere ser la carta de presentación del Laboratorio como una valiosa herramienta y una referencia indispensable en el trazado de los aspectos museológicos de las políticas culturales. Su voluntad es ser una fuente permanente de datos e informaciones para comprobar y evaluar la verdadera aportación a la sociedad de estas instituciones y su orientación real hacia unos horizontes que ya se marcaron en 1972 en la Declaración de la Mesa de Santiago, y que más recientemente se han revalidado y ampliado en la de Ciudad de Salvador en 2007, con el compromiso de España como país firmante. En ellas se proponen directrices para consolidarlas y fortalecerlas como instituciones democratizadoras, escenarios de participación, integración y reconocimiento y valoración de la diversidad entendida como riqueza. Y esto sólo es posible incorporando la visión del público para planificarlas y sostenerlas.

El Ministerio de Cultura, al poner en marcha el Laboratorio, iniciativa pionera en nuestro país y al nivel de otras experiencias internacionales, ha trazado un camino que, sin duda, tendrá un interesante recorrido en los próximos años.

Virginia Garde López

*Dirección técnica y coordinación  
del Laboratorio Permanente de Público  
de Museos*

<sup>1</sup> Museo Nacional del Prado, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, y los entonces abiertos de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales: Museo de América, Museo Nacional de Antropología, Museo Sorolla, Museo Sefardí, Museo Nacional de Arte Romano, Casa de Cervantes, Museo Nacional Colegio de San Gregorio (entonces Museo Nacional de Escultura), Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias "González Martí", Museo Nacional de Artes Decorativas, Museo del Traje C.I.P.E., Museo Nacional C.I. de Altamira, Museo Arqueológico Nacional.

# Presentación de la investigación

14

Este informe de investigación es el primero de una serie que se irá publicando a partir de 2010 sobre el público del conjunto de museos del Ministerio de Cultura. Los datos que posee el Laboratorio Permanente de Público de Museos (LPPM) sobre los museos investigados en una primera instancia y sobre otros museos que se han ido incorporando a este proyecto son abundantes, pero su interpretación y edición requieren una reflexión sosegada que permita asegurar su utilidad práctica, verdadera intencionalidad de este trabajo, que persigue, ante todo, convertirse en una herramienta útil para un conocimiento objetivo del público visitante de los museos en España.

Los primeros resultados que aquí se exponen<sup>2</sup> corresponden a un estudio que comenzó a diseñarse a principios de 2008 y que ha implicado el trabajo de muchas personas durante todo 2008 y 2009. No sólo es una investigación: es

una nueva forma de enfrentarse al conocimiento de los visitantes de los museos en nuestro país. Además, su mera realización ha tenido ya consecuencias notables y útiles como la formación, el cambio de actitudes o la propia experiencia de planificación y organización compartida entre tantas instituciones lo que ha hecho que, mucho antes de conocer estos primeros resultados, su puesta en marcha haya valido la pena.

Ante todo, debe aclararse que este trabajo es una labor de equipo, de un equipo amplio y heterogéneo, sin el cual no hubiera sido posible confeccionar este informe. Los museos participantes en la investigación no sólo han dispuesto todo lo necesario para recabar la información de la forma más rigurosa posible, sino que, además, han sido capaces de implicarse al máximo en su consecución, por lo que desde aquí queremos dar las gracias a todas las personas que han ayudado a que este documento vea la luz, especialmente a los y las responsables de los departamentos de Difusión de cada uno de los museos, que con su dedicación, paciencia y tenacidad han conseguido conformarse en un verdadero grupo de trabajo.

---

<sup>2</sup> Este informe estará disponible, desde su primera edición, en la página web del Laboratorio Permanente de Público de Museos en <http://www.mcu.es/museos/MC/Laboratorio>

Los datos obtenidos se presentan en capítulos temáticos, que se corresponden con diferentes áreas de interés en los museos: la composición general del público, las características generales de los visitantes, la previsión de la visita, la forma de realizar la visita, la planificación de la visita, la valoración de la visita y el funcionamiento del conjunto de los museos del Ministerio de Cultura que están en el estudio. En cada capítulo se exponen los resultados obtenidos en la muestra total, tomada en conjunto, de todos los museos investigados, concretamente 12 museos de titularidad estatal, que pueden ser considerados como representativos de los visitantes de los museos que existen en nuestro país. Pero, además, se realiza un análisis comparativo que persigue revelar y analizar cómo las cualidades específicas de cada centro, su contexto físico, sus servicios, las facilidades de la visita y las atenciones al visitante influyen en las características del público, sus motivos, expectativas, intereses y valoraciones. De los resultados de ese análisis se deriva el conocimiento de los elementos clave para lograr la excelencia en el servicio al visitante y una orientación más clara de los museos hacia el cumplimiento de su función social.

Este informe es una investigación que no sólo incluye multitud de datos. En ningún momento se ha pretendido realizar una mera estadística sino que, muy al contrario, los datos obtenidos han sido buscados en base a hipótesis y conocimientos previos con el fin de aportar información cuantitativa y cualitativa al análisis y la valoración del funcionamiento real del público que visita los museos. Por ello, se llevan a cabo reflexiones y comentarios sobre los mismos que, si bien se inscriben en el terreno de la interpretación, constituyen una importante base teórica sobre la que sustentar el conocimiento empírico, actual y futuro de los visitantes de nuestros museos.

Los datos se presentan en forma de tablas numéricas al final de cada capítulo y se analizan, interpretan y comentan desde el conocimiento acumulado de trabajos anteriores, resultados de investigaciones nacionales e internacionales, y desde las perspectivas teóricas más avanzadas sobre el tema. Así, en cada capítulo se resalta las relaciones con otros datos conocidos sobre las mismas variables y se señalan las relaciones de un conjunto de variables con otras dentro del mismo estudio. Al final de cada parte se incluye un resumen de los resultados obtenidos, integrando los resultados en cada una de las variables estudiadas. Para terminar, hay un capítulo

de conclusiones y recomendaciones derivadas de las mismas. Estas recomendaciones van dirigidas a distintos estamentos y puestos de gestión. En ocasiones, se trata de orientaciones en la forma de informar al visitante en el propio museo; en otras, de ofrecer un marco de referencia para la gestión integral del conjunto de museos del Ministerio de Cultura.

Confiamos en que los resultados que se presentan ofrezcan una visión panorámica y rigurosa al mismo tiempo que comprensible, que sirva para conocer mejor nuestros museos y a las personas que los visitan o podrían visitarlos, y que este conocimiento sea útil para potenciar políticas de gestión basadas en y para el público.

Eloísa Pérez Santos y Ángela García Blanco  
*Asesoras científicas del Laboratorio Permanente de Público de Museos y directoras de la investigación*





Encuestas en el Museo Arqueológico Nacional. Madrid.

# Metodología de investigación

Con el objeto de conocer las características más importantes de los visitantes de los museos del estudio, se llevó a cabo una encuesta, que se administró durante seis semanas escogidas en periodos significativos, a los visitantes individuales y en grupo escolar de forma aleatoria. En el siguiente capítulo se detalla la metodología utilizada para la recogida de datos, el diseño de la investigación y las principales variables estudiadas.

17

Objetivos

Muestra

Procedimiento de recogida de datos

Variables estudiadas

Análisis de datos

Tablas de resultados

## Objetivos

Los objetivos generales de esta investigación se han formulado así:

1. Proporcionar una descripción detallada de las principales características de los visitantes, estableciendo así el perfil del visitante del conjunto de los museos del estudio y de cada uno de los museos.
2. Definir perfiles diferenciales del visitante en función de las variables funcionales de la visita.
3. Estudiar los hábitos de visita en lo que respecta a la frecuencia con que se visitan los museos estudiados. Lo primero permitirá diferenciar a los visitantes que realizan su primera visita de los asiduos y ocasionales; y lo segundo, ayudará a conocer el lugar que ocupan distintos tipos de museos entre las preferencias del visitante.
4. Conocer las expectativas y motivaciones de los visitantes para adelantarse a sus necesidades y a los servicios reclamados por el visitante en relación con los museos.
5. Determinar el nivel de conocimiento previo del museo y el efecto de la publicidad en el visitante. Conocer las vías habitualmente utilizadas para informarse sobre los museos y sus actividades, así como los soportes comunicativos más recordados por los visitantes.
6. Analizar el nivel de utilización de los diferentes servicios que ofrecen los museos, así como las opiniones y valoraciones de los servicios utilizados y de las principales facilidades de la visita.
7. Definir los diferentes tipos de visita en función de la motivación para hacerla, la compañía y otras características de los visitantes.
8. Conocer las diferencias entre los museos tal y como son apreciadas por los visitantes, mediante el análisis comparativo entre los resultados obtenidos en cada uno de los museos incluidos en la investigación.
9. Obtener conclusiones generales que nos permitan poner en marcha un plan de actua-

ción conjunta para los museos, mejorando sus deficiencias, promocionando sus fortalezas y fomentando su visita.

De forma general, este estudio pretende aportar los datos necesarios para elaborar programas de actuación que fomenten la visita a los museos con regularidad, permitiéndoles competir, en las mejores condiciones y en relación a oferta y facilidades, con otras instituciones culturales similares; que ofrezcan a los visitantes una oferta cultural que responda a sus expectativas y que hagan que éstos se sientan bien acogidos, orientados y satisfechos; que atiendan las demandas de información, satisfagan los deseos de hallar respuesta a las necesidades de conocimiento y asistan a los visitantes, escuchando siempre sus propuestas.

## Muestra

### 1. Población objeto de estudio y marco muestral

El objeto de estudio de esta investigación ha sido la población visitante de los museos dependientes de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales abiertos durante el periodo comprendido entre abril de 2008 y marzo de 2009.

Esta población fue clasificada en tres tipos de visitantes, los más significativos sobre la base de su capacidad discriminatoria e inclusiva:

1. Visitantes individuales o en visita individual (mayores de 12 años), compuesto por aquellos que realizan la visita por su cuenta, sin ser guiados por profesores, monitores, etcétera. Generalmente, se trata de visitantes que acuden al museo acompañados de pareja, familiares o amigos, aunque también pueden ir en solitario.
2. Visitantes en grupo\* (mayores de 12 años), que realizan la visita formando parte de un grupo organizado (no escolar), turístico, de tercera edad, de asociación cultural, etcétera.

---

\*Los resultados relativos a este tipo de visitantes aparecen en este estudio junto con los visitantes individuales y forman parte de la misma muestra: los visitantes.



3. Grupos escolares, compuestos por escolares (pertenecientes a la enseñanza reglada infantil, primaria o secundaria) o estudiantes (de enseñanza superior) acompañados y/o guiados por profesores o monitores, que realizan la visita de forma guiada, como parte de una actividad extraescolar.

Los dos primeros grupos han sido estudiados con los mismos instrumentos, variables y métodos de muestreo; el tercer grupo con instru-

mentos, variables y métodos de muestreo específicos.

El marco muestral de referencia han sido, por tanto, los visitantes individuales y en grupo mayores de 12 años y los grupos escolares que realizaron la visita al museo durante seis semanas seleccionadas en función de su representatividad, estimada a partir de estudios previos y la observación y análisis de los datos estadísticos de los museos incluidos en la investigación.

**Periodos en que se llevó a cabo la toma de datos y su representatividad muestral**

| Periodos temporales               | Semanas tipo                  | Representatividad muestral        |
|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| Oleada primavera y verano de 2008 | 14 al 20 de mayo de 2008      | Visitantes de abril y mayo        |
|                                   | 18 al 24 de junio de 2008     | Visitantes de junio y julio       |
|                                   | 22 al 27 de julio de 2008     | Visitantes de agosto y septiembre |
| Oleada otoño e invierno 2008-2009 | 11 al 16 de noviembre de 2008 | Visitantes de octubre y noviembre |
|                                   | 17 al 23 de diciembre de 2008 | Visitantes de diciembre y enero   |
|                                   | 10 al 15 de febrero de 2009   | Visitantes de febrero y marzo     |



La muestra teórica se estimó en un máximo de 12.000 cuestionarios recogidos, sin embargo la muestra real fue 8.321 cuestionarios de visitantes individuales o en grupo no escolar y 278 cuestionarios de grupos escolares. De estos últimos se publicará un informe aparte complementario a éste.

## 2. Tipo de muestreo y unidades muestrales

El tipo de muestreo utilizado ha sido el de conglomerados en tres etapas. Las unidades muestrales han sido, en una primera etapa, el museo, como forma de acceder a la población estudiada, tomando como marco de muestreo los museos que conforman el ámbito poblacional. En una segunda etapa, los intervalos de una hora durante el periodo de apertura del museo en el ámbito temporal de ejecución del estudio. En una tercera etapa, el visitante. No se ha realizado submuestreo de unidades de primera etapa y se incluyen todos los museos del estudio en funcionamiento en los periodos muestreados (recuérdese que algunos museos han estado cerrados por reformas durante 2008 y 2009). En el caso de las unidades de segunda y tercera etapas se han seleccionado de forma aleatoria, de acuerdo a la asignación muestral por museo.

La selección de los elementos muestrales se ha realizado de forma aleatoria a la salida de cada uno de los museos, mediante muestreo sistemático. En el caso de los grupos escolares, se incluyeron en la muestra todos los grupos que acudieron a los museos durante los periodos muestreados.

La base para el cálculo de la muestra se llevó a cabo en función del número de visitantes totales de los museos estudiados durante 2007.

Además, durante todo el periodo muestreado se realizó un conteo exhaustivo de visitantes individuales y de grupos escolares, que permitió ajustar las muestras obtenidas a su representatividad real en la población de visitantes de los museos del estudio.

## Procedimiento de recogida de datos

### 1. Periodos de recogida de datos

Los datos se recogieron, por tanto, durante 6 semanas tipo en dos periodos diferenciados, que

se correspondían con las distintas épocas en las que se suponía que podían cambiar las características del público. Así se obtuvieron 8.321 cuestionarios de público individual y 278 cuestionarios de grupos escolares.

Los días de la semana en que se recogieron datos fueron los comprendidos entre martes y domingo (los lunes estaban cerrados todos los museos incluidos en el estudio). El 52,1% de los cuestionarios individuales se recogieron en fin de semana, por ser estos días los de mayor afluencia de visitantes de este tipo a los museos. Mientras que, de los grupos escolares, los cuestionarios realizados en fin de semana sólo supusieron el 10,8%.

Además de los días de la semana, se tuvo en cuenta para la recogida de datos el horario de apertura de los museos. Así, se tomaron datos de los visitantes en todo el periodo de apertura, durante todas las franjas horarias de cada uno de los museos estudiados.

## 2. Diseño de cuestionarios

La recogida de información, punto de partida para la investigación de visitantes, se ha llevado a cabo



Modelo de cuestionario utilizado durante las tomas de datos.



mediante un procedimiento de encuesta. La realización de esta encuesta, encaminada a conocer el perfil básico de los visitantes de estos museos, así como sus hábitos de visita, motivaciones, expectativas y opiniones, se ha hecho a través de la cumplimentación de cuestionarios diseñados específicamente para esta investigación.

Concretamente se diseñaron dos cuestionarios para la recogida de datos: uno para visitante individual mayor de 12 años y en grupo; y otro para grupos escolares. El contenido de dichos cuestionarios fue consensuado entre todos los integrantes y colaboradores del LPPM, con la asesoría especializada de los integrantes del equipo director de la investigación.

Los cuestionarios fueron pilotados antes de comenzar la primera toma de datos el 26 de abril de 2008 en el Museo del Traje (Madrid), entre las 11:30 y las 14:45 horas, con visitantes representativos de las muestras previstas. Los resultados obtenidos en este estudio piloto sirvieron para confeccionar el cuestionario definitivo. En líneas generales el cuestionario definitivo no distó mucho del piloto, dado el buen funcionamiento de éste en la primera etapa de la investigación.

El cuestionario para visitante individual en su versión definitiva está formado por 25 preguntas generales y 8 preguntas de caracterización del

visitante que aportan información sobre todas las variables mencionadas. El de grupos escolares, por 8 preguntas generales y 4 de caracterización del grupo.

El formato de los cuestionarios, que se cuidó especialmente, era específico para este estudio e idéntico para todos los museos estudiados. El nombre y logotipo del Ministerio de Cultura y del Laboratorio Permanente de Público de Museos encabezaba tanto el cuestionario para el visitante individual (cuestionario para visitantes), como para la visita escolar (cuestionario para grupos escolares). Asimismo, se tradujeron ambos al inglés y al francés para aquellos visitantes que no dominasen nuestro idioma. Un total de 1.368 cuestionarios para público individual y 30 para grupos escolares, se administraron en estos idiomas, lo que supone el 16,5% del total de cuestionarios individuales y el 10,8% de los administrados a grupos escolares.

### 3. Diseño de carteles informativos

Se diseñaron, también, los textos de carteles informativos sobre las jornadas de encuestas, que posteriormente se maquetaron con el logo del LPPM. Estos carteles se colocaron en lugares visibles en el espacio de entrada y/o salida de los museos donde se tomaron los datos, con el fin de informar al visitante general de la finalidad de la investigación.

### 4. Diseño de hojas de cálculo para recogida de datos

Asimismo, se elaboró una hoja de cálculo para registrar los datos referentes a las entradas al museo, donde se anotó el número de visitantes individuales y en grupo escolar que acudió a cada museo durante el periodo comprendido entre abril de 2008 y marzo de 2009.

### 5. Técnica de recogida de información

La toma de datos de este estudio fue realizada por la empresa Demométrica, que realizó todas las tareas relacionadas con el trabajo de campo.

El procedimiento de recogida de datos fue idéntico en todos los museos. Los visitantes fueron seleccionados en función de un coeficiente de elevación fijado para cada museo y aplicado



Visitante cumplimentando el cuestionario.



Obsequios del Museo Arqueológico Nacional. Madrid.



Encuestas en el Museo de Altamira. Santillana del Mar (Cantabria).



Encuestas en el Museo Nacional de Arte Romano. Mérida.



Obsequios del Museo Nacional Colegio de San Gregorio. Valladolid.



a la salida del mismo. En el caso de los grupos escolares, se entregó el cuestionario a uno de los profesores que acompañaban al grupo.

La recogida de información se llevó a cabo mediante entrevista personal de captación y cuestionario auto-administrado. Personal debidamente entrenado seleccionaba a los visitantes a la salida del museo, les informaba de la investigación y les animaba a participar en el estudio. Los visitantes que accedían a participar eran acomodados en un lugar acondicionado al efecto, donde podían sentarse y apoyarse en una mesa o en una tablilla, según el caso, y cumplimentar el cuestionario siguiendo las instrucciones que aparecían en el mismo. El entrevistador, que estaba cerca, resolvía las dudas que durante la administración del cuestionario pudieran presentarse, y, en los casos que se consideraba necesario, ayudaba al visitante en la cumplimentación (personas mayores con problemas de visión, discapacitados con problemas motrices, etcétera).

Los cuestionarios diseñados para la visita en grupo escolar eran cumplimentados, siguiendo el mismo procedimiento descrito, por los profesores que acompañaban a los grupos escolares.

El tiempo de cumplimentación era aproximadamente de 15-20 minutos. Una vez finalizado el mismo, el visitante entregaba el cuestionario al entrevistador, que comprobaba si había sido correctamente cumplimentado y le daba un obsequio del museo por su colaboración.

Los regalos pudieron servir, también, para motivar a los visitantes a contestar el cuestionario. Los objetos utilizados para este fin fueron variados, ya que cada museo seleccionó aquellos que consideró más adecuados, por su valor simbólico y emocional, como recuerdo de la visita.

## Variables estudiadas

Las variables estudiadas en este trabajo de investigación se organizaron tomando como marco teórico el modelo de experiencia interactiva propuesto por J. H. Falk y L. D. Dierking (1992). Según dichos autores, la visita a un museo se ve involucrada por la interacción entre tres contextos: personal, social y físico. El contexto personal incluye las características sociodemográficas (edad, género, nivel educativo, etcétera), los intereses, las motivaciones y las inquietudes de los visitantes, que pueden influir de una manera decisiva en los resultados de la visita. El contexto social implica a las personas con las que se

realiza la visita, los contactos con otros visitantes y con el personal del propio museo, que juegan un papel relevante en la experiencia museística. El contexto físico engloba tanto los aspectos arquitectónicos, como los objetos y artefactos que contiene el museo y que ejercen una poderosa influencia durante la visita a través de la interacción que se produce entre éstos y los visitantes.

Considerando todo lo anterior, en relación con el visitante individual, las variables estudiadas fueron:

### 1. Para establecer la composición general del público:

- **Número de visitantes individuales:** total de visitantes, exceptuando grupos escolares, de cada uno de los museos estudiados durante el periodo de recogida de datos. Dato recogido a partir de la contabilidad de entradas en la taquilla.
- **Número de grupos escolares:** total de grupos escolares visitantes de cada uno de los museos estudiados durante el periodo de recogida de datos. Dato recogido a partir de la contabilidad de entradas en la taquilla.
- **Número de visitantes en grupo escolar:** total de visitantes en grupo escolar, visitantes de cada uno de los museos estudiados durante el periodo de recogida de datos. Dato recogido a partir de la contabilidad de entradas en la taquilla.

23

### 2. Para establecer las características generales del público visitante:

Dado que se pretendía determinar el perfil de visitante de los museos del estudio, se seleccionaron las variables sociodemográficas que permitiesen realizar una descripción detallada de las principales características de los visitantes.

Las variables seleccionadas para realizar esta caracterización fueron:

- **Género:** grupo sexual al que pertenecían los sujetos entrevistados.
- **Edad:** edad de los entrevistados.
- **Nivel de estudios terminados:** formación académica de los entrevistados.

- **Especialidad de estudios terminados:** tipo de estudios cursados por los diplomados, universitarios y máster o doctores.
- **Tipo de actividad laboral:** tipo de ocupación de los entrevistados.
- **Relación de la actividad laboral con la temática del museo:** relación del tipo de actividad del visitante con el museo.
- **Lugar de residencia:** lugar donde reside habitualmente el visitante. Se registró la provincia de residencia para los visitantes que viven en España, el código postal para los residentes en la misma ciudad donde se hallaba el museo en que eran entrevistados los visitantes y el país de residencia para los visitantes que viven en el extranjero.
- **Nacionalidad:** país de origen, por nacimiento, nacionalidad de los padres o por naturalización.
- **País de origen de los residentes extranjeros en España:** se anotó el país de origen de los visitantes extranjeros residentes en España.
- **Tiempo de residencia en España:** tiempo que el visitante extranjero lleva residiendo en España.
- **Compañía durante la visita:** personas que acompañan a los visitantes o ausencia de las mismas.
- **Tipo de compañía:** relación con las personas que le acompañan. En el caso de los niños se registró el número de niños y las edades y en el caso de otra persona, el parentesco con el visitante.
- **Visita en grupo organizado no escolar:** posible visita en grupo organizado (no escolar) con concertación previa.
- **Tipo de grupo:** tipo de grupo organizado con el que el visitante realizó la visita (turístico, asociación cultural, etcétera).

### 3. Para determinar las previsiones de la visita:

- **Primera visita:** hace referencia a si es o no la primera vez que visita el centro donde se realizaba la toma de datos.
- **Tiempo transcurrido desde la última visita:** intervalo de tiempo transcurrido desde la última vez que el entrevistado visitó el museo.

- **Frecuencia de la visita al museo:** número de veces que había visitado el museo anteriormente a ésta.
- **Expectativa ante la visita:** resultado general que el visitante espera obtener de su visita.
- **Motivos de la visita:** causa expresada por el visitante como detonante de la visita actual.
- **Tipos de experiencias o actividades preferidas para el ocio:** actividades que el visitante prefiere realizar en su tiempo de ocio.

### 4. Para conocer la planificación de la visita:

- **Conocimiento previo de la ubicación del museo:** conocimiento del visitante del lugar exacto donde se localiza el museo.
- **Problemas de localización del museo:** existencia de dificultades y posibles causas de problemas para localizar el museo.
- **Medios de información consultados para informarse sobre el museo (audiovisuales y escritos)**
- **Publicidad vista sobre el museo:** distintos soportes anunciadores recordados por el visitante.
- **Nivel de conocimientos sobre los periodos o días de gratuidad del museo:** conocimiento por parte del visitante de los días en que se permite la visita gratuita.

### 5. Para conocer la forma de la visita:

- **Tiempo de visita:** calculado a partir de la hora aproximada de entrada referida por el visitante y la hora de salida (el momento en que se realizaba la entrevista).
- **Utilización de servicios:** informe del visitante sobre la utilización de algunos de los servicios ofrecidos por el museo (folleto de información, guardarropa, aseos, cafetería, tienda, audioguías, signoguías, información en taquillas, biblioteca, visitas guiadas, facilidades para discapacitados, zonas de descanso y actividades).
- **Demanda de nuevos servicios:** pregunta abierta donde el visitante podía enumerar las instalaciones o servicios que echaba en falta en cada uno de los museos evaluados.

- **Aspectos favorecedores de la visita a los museos:** equipamientos, facilidades y circunstancias que, a juicio del visitante, facilitarían o favorecerían la visita al museo en cuestión y a otros museos.

## 6. Para analizar la valoración de la visita:

- **Satisfacción con los servicios utilizados:** nivel de satisfacción con los servicios utilizados (anteriormente enumerados) mediante una escala de 4 puntos: nada satisfecho, poco satisfecho, bastante satisfecho y muy satisfecho.
- **Valoración general de la visita:** valoración general de la visita realizada mediante una escala de 7 puntos.
- **Valoración de las facilidades de la visita:** valoración otorgada por el visitante a algunos aspectos del museo que pueden facilitar la visita mediante una escala de 7 puntos. Los aspectos museológicos evaluados fueron: el horario de apertura, las comodidades, la señalización interna, la información y explicaciones en las salas de exposición permanente, la comodidad para ver piezas y leer textos, el ambiente general y el trato recibido por parte del personal de sala.
- **Intención de repetir la visita:** contestación a la pregunta ¿piensa repetir su visita a este museo en los próximos meses?
- **Intención de recomendar la visita:** contestación a la pregunta ¿recomendaría la visita a este museo a otras personas?

## 7. Para realizar un análisis del funcionamiento del conjunto de museos del Ministerio de Cultura:

- **Conocimiento de otros museos incluidos en esta investigación:** conocimiento autoinformado del resto de los museos incluidos en esta investigación.
- **Conocimiento de todos los museos del Ministerio de Cultura, del estudio y de los visitantes.**
- **Visita de algún otro museo del Ministerio de Cultura:** Posibilidad de haber visitado alguna vez o en los últimos años alguno de los

restantes museos del Ministerio de Cultura.

## Análisis de datos

El análisis estadístico se efectuó con el programa informático SPSS, para lo cual se confeccionaron dos matrices de datos. Una inicial de sujetos (visitante individual o en grupo no escolar mayor de 12 años) por variables (todas las obtenidas a través de las respuestas al cuestionario) de cerca de 1.500.000 datos. Para analizar los datos procedentes de los grupos escolares, se confeccionó igualmente una matriz de grupos por variables de casi 15.000 datos.

Con el objetivo de que cada museo contara con la base real de visitantes en el periodo objeto de estudio, se ponderaron los datos obtenidos teniendo en cuenta el día, la semana y el museo donde se recogieron los cuestionarios. De esta forma, a partir de la información obtenida por el conteo de visitantes realizado en los museos del estudio en los periodos muestreados y teniendo en cuenta la representatividad de las semanas de muestreo, indicada más arriba, se realizó una ponderación concreta, calculándose pesos específicos para los datos recogidos.

Las fórmulas utilizadas para el cálculo de los pesos fueron los estimadores de expansión habituales en el muestreo estratificado.

$\hat{Y} =$  estimación de la variable Y,  $Y =$  valor en la muestra de la variable Y,  $\hat{Y} = \sum_i \sum_j \sum_k (N_{ijk}/n_{ijk}) \times Y_{ijk}$ . Donde,  $i =$  museo;  $j =$  semana;  $k =$  día.

$N_{ijk} =$  n.º de visitantes reales en el museo  $i$  el día  $k$  de la semana  $j$

$n_{ijk} =$  n.º de entrevistas en el museo  $i$  el día  $k$  de la semana  $j$

El peso o factor de elevación sería el cociente  $N_{ijk}/n_{ijk}$ .

Los pesos calculados para cada uno de los museos en función del número de visitantes en cada día de la semana durante el periodo muestreado permitieron dimensionar las muestras obtenidas, de tal forma que en el conjunto de los visitantes de todos los museos, es decir en la muestra total de visitantes, la representación de los visitantes de los museos más visitados tuviera un peso mayor que la de aquellos menos visitados.

Los análisis realizados fueron principalmente distribución de frecuencias, medias, desviaciones típicas, análisis de tablas de contingencia (para variables nominales), diferencias de medias y análisis de varianza y covarianza (para variables

ordinales). Las pruebas de significación fueron Chi<sup>2</sup>, pruebas T y F. En todos los casos en que fue necesario, se aplicó la corrección de Bonferroni para los niveles de significación.

Los resultados descriptivos se presentan en forma de tablas de frecuencia y porcentajes, pero

debe tenerse en cuenta que, debido a la utilización de pesos, las frecuencias no representan el número real de sujetos que responden una opción, sino que son el resultado numérico redondeado obtenido una vez aplicada la ponderación correspondiente.

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN</b> | Población mayor de 12 años, visitantes individuales o en grupo no escolar (españoles y extranjeros) y grupos escolares que visitaron los museos del estudio dependientes de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales abiertos durante el periodo comprendido entre abril de 2008 y marzo de 2009. |
| <b>MARCO DEL DISEÑO MUESTRAL</b>    | Visitantes durante seis semanas tipo, en dos periodos temporales diferenciados.                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>TIPO DE MUESTREO</b>             | Muestreo de conglomerados en tres etapas. En una primera etapa, el museo, como forma de acceder a la población estudiada. En una segunda etapa, los intervalos de una hora durante el periodo de apertura del museo en el ámbito temporal de ejecución del estudio. En una tercera etapa, el visitante del museo. |
| <b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>         | Teórico: 12.000 entrevistas<br>Real: 8.321 (individuales o grupo no escolar) / 278 (grupos escolares)                                                                                                                                                                                                             |
| <b>ERROR MUESTRAL</b>               | Nivel de confianza: 95%<br>Error máximo: $\pm 2\%$ .                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>SELECCIÓN DE LA MUESTRA</b>      | Aleatoria a la salida de cada uno de los museos, mediante muestreo sistemático. Muestreo universal para los grupos escolares visitantes en los periodos y días muestreados.                                                                                                                                       |
| <b>MÉTODO DE ENTREVISTA</b>         | Cuestionario entregado por entrevistador y cumplimentado por el visitante.                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>PERIODO DE TOMA DE DATOS</b>     | Desde abril de 2008 a marzo de 2009                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## Tablas de resultados

**Tabla 1**  
Número de visitantes durante 2007 en cada uno de los museos incluidos en la investigación

| Museos                                 | Número de visitantes en 2007 |
|----------------------------------------|------------------------------|
| Museo de América                       | 69.690                       |
| Museo Nacional de Antropología         | 46.927                       |
| Museo Sorolla                          | 102.956                      |
| Museo Nacional de Artes Decorativas    | 22.020                       |
| Museo del Traje                        | 110.110                      |
| Museo Arqueológico Nacional            | 220.939                      |
| Museo Sefardí                          | 302.552                      |
| Museo Nacional de Arte Romano          | 227.029                      |
| Museo de Altamira                      | 261.975                      |
| Museo Casa de Cervantes                | 16.691                       |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio | 100.733                      |
| Museo Nacional de Cerámica             | 110.524                      |

**Tabla 2**  
Periodos en que se llevó a cabo la toma de datos y número de cuestionarios de visitantes recogidos durante los mismos

|                          | Semana      |      |              |      |              |      |                  |      |                  |      |                |      | Año de realización |     |       |      |       |      |       |     |
|--------------------------|-------------|------|--------------|------|--------------|------|------------------|------|------------------|------|----------------|------|--------------------|-----|-------|------|-------|------|-------|-----|
|                          | Semana Mayo |      | Semana Junio |      | Semana Julio |      | Semana Noviembre |      | Semana Diciembre |      | Semana Febrero |      | Total              |     | 2008  |      | 2009  |      | Total |     |
|                          | n           | %    | n            | %    | n            | %    | n                | %    | n                | %    | n              | %    | n                  | %   | n     | %    | n     | %    | n     | %   |
| <b>América</b>           | 113         | 21,8 | 78           | 15,0 | 119          | 22,9 | 76               | 14,6 | 51               | 9,8  | 82             | 15,8 | 519                | 100 | 437   | 84,2 | 82    | 15,8 | 519   | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 116         | 28,4 | 51           | 12,5 | 121          | 29,6 | 68               | 16,6 | 26               | 6,4  | 27             | 6,6  | 409                | 100 | 382   | 93,4 | 27    | 6,6  | 409   | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 148         | 19,1 | 144          | 18,6 | 137          | 17,7 | 133              | 17,1 | 113              | 14,6 | 101            | 13,0 | 776                | 100 | 675   | 87,0 | 101   | 13,0 | 776   | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 121         | 20,7 | 70           | 12,0 | 122          | 20,9 | 101              | 17,3 | 101              | 17,3 | 69             | 11,8 | 584                | 100 | 515   | 88,2 | 69    | 11,8 | 584   | 100 |
| <b>Traje</b>             | 102         | 13,1 | 120          | 15,5 | 205          | 26,4 | 110              | 14,2 | 117              | 15,1 | 122            | 15,7 | 776                | 100 | 654   | 84,3 | 122   | 15,7 | 776   | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 166         | 14,5 | 145          | 12,7 | 168          | 14,7 | 225              | 19,7 | 77               | 6,7  | 361            | 31,6 | 1.142              | 100 | 781   | 68,4 | 361   | 31,6 | 1142  | 100 |
| <b>Sefardí</b>           | 151         | 15,0 | 129          | 12,8 | 137          | 13,6 | 199              | 19,7 | 198              | 19,6 | 195            | 19,3 | 1.009              | 100 | 814   | 80,7 | 195   | 19,3 | 1.009 | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 180         | 20,4 | 160          | 18,1 | 176          | 19,9 | 146              | 16,5 | 120              | 13,6 | 102            | 11,5 | 884                | 100 | 782   | 88,5 | 102   | 11,5 | 884   | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 157         | 22,7 | 164          | 23,7 | 179          | 25,8 | 94               | 13,6 | 41               | 5,9  | 58             | 8,4  | 693                | 100 | 635   | 91,6 | 58    | 8,4  | 693   | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 89          | 25,6 | 52           | 15,0 | 83           | 23,9 | 63               | 18,2 | 23               | 6,6  | 37             | 10,7 | 347                | 100 | 310   | 89,3 | 37    | 10,7 | 347   | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 145         | 23,9 | 62           | 10,2 | 139          | 22,9 | 120              | 19,8 | 57               | 9,4  | 84             | 13,8 | 607                | 100 | 523   | 86,2 | 84    | 13,8 | 607   | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 131         | 22,8 | 108          | 18,8 | 105          | 18,3 | 102              | 17,7 | 59               | 10,3 | 70             | 12,2 | 575                | 100 | 505   | 87,8 | 70    | 12,2 | 575   | 100 |
| <b>Total</b>             | 1.619       | 19,5 | 1.283        | 15,4 | 1.691        | 20,3 | 1.437            | 17,3 | 983              | 11,8 | 1.308          | 15,7 | 8.321              | 100 | 7.013 | 84,3 | 1.308 | 15,7 | 8.321 | 100 |



**Tabla 3 \***  
**Periodos en que se llevó a cabo la toma de datos y número de cuestionarios de grupos escolares**  
**recogidos durante los mismos**

|                   | Semana      |      |              |      |              |      |                  |      |                  |      |                |      | Año de realización |     |      |       |      |      |       |     |
|-------------------|-------------|------|--------------|------|--------------|------|------------------|------|------------------|------|----------------|------|--------------------|-----|------|-------|------|------|-------|-----|
|                   | Semana Mayo |      | Semana Junio |      | Semana Julio |      | Semana Noviembre |      | Semana Diciembre |      | Semana Febrero |      | Total              |     | 2008 |       | 2009 |      | Total |     |
|                   | n           | %    | n            | %    | n            | %    | n                | %    | n                | %    | n              | %    | n                  | %   | n    | %     | n    | %    | n     | %   |
| América           | 15          | 53,6 | 1            | 3,6  | 0            | 0,0  | 7                | 25,0 | 1                | 3,6  | 4              | 14,3 | 28                 | 100 | 24   | 85,7  | 4    | 14,3 | 28    | 100 |
| Antropología      | 6           | 42,9 | 3            | 21,4 | 0            | 0,0  | 2                | 14,3 | 1                | 7,1  | 2              | 14,3 | 14                 | 100 | 12   | 85,7  | 2    | 14,3 | 14    | 100 |
| Sorolla           | 9           | 56,3 | 1            | 6,3  | 0            | 0,0  | 3                | 18,8 | 1                | 6,3  | 2              | 12,5 | 16                 | 100 | 14   | 87,5  | 2    | 12,5 | 16    | 100 |
| Artes Decorativas | 1           | 25,0 | 0            | 0,0  | 0            | 0,0  | 2                | 50,0 | 1                | 25,0 | 0              | 0,0  | 4                  | 100 | 4    | 100,0 | 0    | 0,0  | 4     | 100 |
| Traje             | 4           | 21,1 | 1            | 5,3  | 0            | 0,0  | 5                | 26,3 | 2                | 10,5 | 7              | 36,8 | 19                 | 100 | 12   | 63,2  | 7    | 36,8 | 19    | 100 |
| Arqueológico      | 3           | 11,5 | 2            | 7,7  | 2            | 7,7  | 4                | 15,4 | 5                | 19,2 | 10             | 38,5 | 26                 | 100 | 16   | 61,5  | 10   | 38,5 | 26    | 100 |
| Sefardi           | 21          | 32,8 | 14           | 21,9 | 1            | 1,6  | 12               | 18,8 | 5                | 7,8  | 11             | 17,2 | 64                 | 100 | 53   | 82,8  | 11   | 17,2 | 64    | 100 |
| Arte Romano       | 15          | 37,5 | 1            | 2,5  | 0            | 0,0  | 8                | 20,0 | 7                | 17,5 | 9              | 22,5 | 40                 | 100 | 31   | 77,5  | 9    | 22,5 | 40    | 100 |
| Altamira          | 11          | 30,6 | 20           | 55,6 | 1            | 2,8  | 1                | 2,8  | 2                | 5,6  | 1              | 2,8  | 36                 | 100 | 35   | 97,2  | 1    | 2,8  | 36    | 100 |
| Casa Cervantes    | 0           | 0,0  | 0            | 0,0  | 1            | 33,3 | 1                | 33,3 | 0                | 0,0  | 1              | 33,3 | 3                  | 100 | 2    | 66,7  | 1    | 33,3 | 3     | 100 |
| San Gregorio      | 2           | 11,8 | 0            | 0,0  | 0            | 0,0  | 5                | 29,4 | 4                | 23,5 | 6              | 35,3 | 17                 | 100 | 11   | 64,7  | 6    | 35,3 | 17    | 100 |
| Cerámica          | 3           | 27,3 | 4            | 36,4 | 0            | 0,0  | 3                | 27,3 | 1                | 9,1  | 0              | 0,0  | 11                 | 100 | 11   | 100,0 | 0    | 0,0  | 11    | 100 |
| Total             | 90          | 32,4 | 47           | 16,9 | 5            | 1,8  | 53               | 19,1 | 30               | 10,8 | 53             | 19,1 | 278                | 100 | 225  | 80,9  | 53   | 19,1 | 278   | 100 |

\*Estos datos son objeto de análisis en otro estudio.

**Tabla 4**  
**Días de la semana en que se llevó a cabo la toma de datos y número de cuestionarios de visitantes**  
**recogidos durante los mismos**

|                          | Día de la semana |      |           |      |        |      |         |      |        |      |         |      |       |     |
|--------------------------|------------------|------|-----------|------|--------|------|---------|------|--------|------|---------|------|-------|-----|
|                          | Martes           |      | Miércoles |      | Jueves |      | Viernes |      | Sábado |      | Domingo |      | Total |     |
|                          | n                | %    | n         | %    | n      | %    | n       | %    | n      | %    | n       | %    | n     | %   |
| <b>América</b>           | 87               | 16,8 | 68        | 13,1 | 27     | 5,2  | 73      | 14,1 | 113    | 21,8 | 151     | 29,1 | 519   | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 50               | 12,2 | 28        | 6,8  | 60     | 14,7 | 54      | 13,2 | 109    | 26,7 | 108     | 26,4 | 409   | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 141              | 18,2 | 97        | 12,5 | 56     | 7,2  | 118     | 15,2 | 212    | 27,3 | 152     | 19,6 | 776   | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 88               | 15,1 | 72        | 12,3 | 65     | 11,1 | 79      | 13,5 | 115    | 19,7 | 165     | 28,3 | 584   | 100 |
| <b>Traje</b>             | 103              | 13,3 | 74        | 9,5  | 93     | 12,0 | 94      | 12,1 | 257    | 33,1 | 155     | 20,0 | 776   | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 133              | 11,6 | 131       | 11,5 | 130    | 11,4 | 128     | 11,2 | 382    | 33,5 | 238     | 20,8 | 1.142 | 100 |
| <b>Sefardi</b>           | 116              | 11,5 | 112       | 11,1 | 110    | 10,9 | 162     | 16,1 | 308    | 30,5 | 201     | 19,9 | 1.009 | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 104              | 11,8 | 87        | 9,8  | 92     | 10,4 | 125     | 14,1 | 292    | 33,0 | 1.834   | 20,8 | 884   | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 98               | 14,1 | 90        | 13,0 | 98     | 14,1 | 88      | 12,7 | 207    | 29,9 | 112     | 16,2 | 693   | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 34               | 9,8  | 31        | 8,9  | 37     | 10,7 | 46      | 13,3 | 68     | 19,6 | 131     | 37,8 | 347   | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 56               | 9,2  | 59        | 9,7  | 58     | 9,6  | 56      | 9,2  | 247    | 40,7 | 131     | 21,6 | 607   | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 69               | 12,0 | 57        | 9,9  | 52     | 9,0  | 95      | 16,5 | 148    | 25,7 | 154     | 26,8 | 575   | 100 |
| <b>Total</b>             | 1.079            | 13,0 | 906       | 10,9 | 878    | 10,6 | 1.118   | 13,4 | 2.458  | 29,5 | 1.882   | 22,6 | 8.321 | 100 |

**Tabla 5**  
Días de la semana en que se llevó a cabo la toma de datos y número de cuestionarios de grupos escolares recogidos durante los mismos

|                          | Día de la semana |      |           |      |        |      |         |      |        |      |         |      |       |     |
|--------------------------|------------------|------|-----------|------|--------|------|---------|------|--------|------|---------|------|-------|-----|
|                          | Martes           |      | Miércoles |      | Jueves |      | Viernes |      | Sábado |      | Domingo |      | Total |     |
|                          | n                | %    | n         | %    | n      | %    | n       | %    | n      | %    | n       | %    | n     | %   |
| <b>América</b>           | 11               | 39,3 | 6         | 21,4 | 1      | 3,6  | 10      | 35,7 | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 28    | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 4                | 28,6 | 6         | 42,9 | 3      | 21,4 | 1       | 7,1  | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 14    | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 3                | 18,8 | 8         | 50,0 | 0      | 0,0  | 5       | 31,3 | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 16    | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 1                | 25,0 | 2         | 50,0 | 1      | 25,0 | 0       | 0,0  | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 4     | 100 |
| <b>Traje</b>             | 2                | 10,5 | 4         | 21,1 | 5      | 26,3 | 6       | 31,6 | 1      | 5,3  | 1       | 5,3  | 19    | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 5                | 19,2 | 10        | 38,5 | 6      | 23,1 | 1       | 3,8  | 3      | 11,5 | 1       | 3,8  | 26    | 100 |
| <b>Sefardí</b>           | 9                | 14,1 | 15        | 23,4 | 13     | 20,3 | 16      | 25,0 | 4      | 6,3  | 7       | 10,9 | 64    | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 5                | 12,5 | 14        | 35,0 | 12     | 30,0 | 7       | 17,5 | 2      | 5,0  | 0       | 0,0  | 40    | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 3                | 8,3  | 12        | 33,3 | 13     | 36,1 | 0       | 0,0  | 5      | 13,9 | 3       | 8,3  | 36    | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 1                | 33,3 | 0         | 0,0  | 0      | 0,0  | 1       | 33,3 | 1      | 33,3 | 0       | 0,0  | 3     | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 4                | 23,5 | 2         | 11,8 | 8      | 47,1 | 2       | 11,8 | 0      | 0,0  | 1       | 5,9  | 17    | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 1                | 9,1  | 3         | 27,3 | 3      | 27,3 | 3       | 27,3 | 0      | 0,0  | 1       | 9,1  | 11    | 100 |
| <b>Total</b>             | 49               | 17,6 | 82        | 29,5 | 65     | 23,4 | 52      | 18,7 | 16     | 5,8  | 14      | 5,0  | 278   | 100 |

\* Lunes cerrado.

**Tabla 6**  
Número de cuestionarios de visitantes recogidos en distintos idiomas

|                          | Idioma del cuestionario |      |        |      |         |     |       |     |
|--------------------------|-------------------------|------|--------|------|---------|-----|-------|-----|
|                          | Español                 |      | Inglés |      | Francés |     | Total |     |
|                          | n                       | %    | n      | %    | n       | %   | n     | %   |
| <b>América</b>           | 363                     | 69,9 | 123    | 23,7 | 33      | 6,4 | 519   | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 354                     | 86,6 | 40     | 9,8  | 15      | 3,7 | 409   | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 651                     | 83,9 | 82     | 10,6 | 43      | 5,5 | 776   | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 432                     | 74,0 | 110    | 18,8 | 42      | 7,2 | 584   | 100 |
| <b>Traje</b>             | 725                     | 93,4 | 41     | 5,3  | 10      | 1,3 | 776   | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 949                     | 83,1 | 162    | 14,2 | 31      | 2,7 | 1.142 | 100 |
| <b>Sefardí</b>           | 751                     | 74,4 | 196    | 19,4 | 62      | 6,1 | 1.009 | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 826                     | 93,4 | 47     | 5,3  | 11      | 1,2 | 884   | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 620                     | 89,5 | 50     | 7,2  | 23      | 3,3 | 693   | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 298                     | 85,9 | 39     | 11,2 | 10      | 2,9 | 347   | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 550                     | 90,6 | 28     | 4,6  | 29      | 4,8 | 607   | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 434                     | 75,5 | 96     | 16,7 | 45      | 7,8 | 575   | 100 |
| <b>Total</b>             | 6.953                   | 83,6 | 1.014  | 12,2 | 354     | 4,3 | 8.321 | 100 |

**Tabla 7**  
**Número de cuestionarios de grupos escolares recogidos en distintos idiomas**

|                          | Idioma del cuestionario |       |        |      |         |      |       |     |
|--------------------------|-------------------------|-------|--------|------|---------|------|-------|-----|
|                          | Español                 |       | Inglés |      | Francés |      | Total |     |
|                          | n                       | %     | n      | %    | n       | %    | n     | %   |
| <b>América</b>           | 20                      | 71,4  | 2      | 7,1  | 6       | 21,4 | 28    | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 14                      | 100,0 | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 14    | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 15                      | 93,8  | 0      | 0,0  | 1       | 6,3  | 16    | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 4                       | 100,0 | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 4     | 100 |
| <b>Traje</b>             | 18                      | 94,7  | 0      | 0,0  | 1       | 5,3  | 19    | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 26                      | 100,0 | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 26    | 100 |
| <b>Sefardí</b>           | 51                      | 79,7  | 8      | 12,5 | 5       | 7,8  | 64    | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 39                      | 97,5  | 1      | 2,5  | 0       | 0,0  | 40    | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 31                      | 86,1  | 2      | 5,6  | 3       | 8,3  | 36    | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 3                       | 100,0 | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 3     | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 17                      | 100,0 | 0      | 0,0  | 0       | 0,0  | 17    | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 10                      | 90,9  | 1      | 9,1  | 0       | 0,0  | 11    | 100 |
| <b>Total</b>             | 248                     | 89,2  | 14     | 5,0  | 16      | 5,8  | 278   | 100 |



Museo Nacional Colegio de San Gregorio. Valladolid.

# Los museos participantes

Del conjunto de los dieciséis museos gestionados por el Ministerio de Cultura, esta investigación se realizó con doce de los mismos. Las características de dichos museos, sus condiciones de visita, los diferentes servicios que ofrecen a los visitantes y las actividades que han llevado a cabo durante el periodo en que se realizó la toma de datos de esta investigación son fundamentales para la interpretación de sus resultados. En este capítulo se presentan y describen los doce museos del Ministerio de Cultura objeto de este estudio, así como toda la información que, sobre ellos, interesa conocer para valorar los datos que se exponen a continuación. Los resultados correspondientes al Museo Nacional del Romanticismo, Museo Cerralbo, Museo Nacional de Arqueología Subacuática. ARQUA y el Museo del Greco se presentarán con posterioridad.

33

Presentación de los museos participantes

Tablas de información de servicios y facilidades de visita de cada museo

Tablas de información de actividades de cada museo



## Presentación de los museos participantes

El objeto de esta investigación fueron, inicialmente, los dieciséis museos de gestión exclusiva de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Cultura: Museo del Greco, Museo Casa de Cervantes, Museo Arqueológico Nacional, Museo Cerralbo, Museo de Altamira, Museo de América, Museo del Traje. CIPE, Museo Nacional Colegio de San Gregorio, Museo Nacional de Antropología, Museo Nacional de Arte Romano, Museo Nacional de Artes Decorativas, Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí, Museo Nacional del Romanticismo, Museo Nacional de Arqueología Subacuática. ARQUA, Museo Seifardí y Museo Sorolla. Sin embargo, durante el momento elegido para la realización de la toma de datos, algunos de estos museos se encontraban cerrados debido a obras de remodelación y modernización de sus instalaciones, por lo que la investigación se centró en doce de ellos, todos los museos que en el periodo comprendido entre abril de 2008 y marzo de 2009 mantenían abiertas sus instalaciones.

Desde antes del inicio de esta investigación, el Museo Cerralbo y el Museo del Greco estaban cerrados por reformas, por lo que fue imposible tomar datos de público en los mismos.

Algunos de los restantes museos que permanecían cerrados en dichas fechas abrieron sus puertas a partir de abril de 2009, como es el caso del Museo Nacional del Romanticismo y el Museo Nacional de Arqueología Subacuática, por lo que, aunque no incluidos en este informe, formarán parte de estudios posteriores.

Otros, han sido objeto, o lo están siendo, de una remodelación y, como consecuencia de la misma, un cambio significativo en sus características a partir de abril de 2009, como es el caso del Museo Nacional Colegio de San Gregorio, antiguo Museo Nacional de Escultura, que ha aumentado significativamente sus espacios expositivos y de servicios al reinaugar la histórica sede del Colegio de San Gregorio en septiembre de 2009, por lo que debe tenerse en cuenta que los resultados que aquí se exponen de este museo están elaborados a partir de los datos recogidos antes de dicha remodelación. De la misma forma, el Museo Arqueológico Nacional, durante el periodo de toma de datos para la elaboración de este informe de investi-

gación, se hallaba en un proceso de profunda reforma que hizo necesario el cierre de todas sus salas expositivas y el traslado temporal de algunos de sus servicios al visitante, como la tienda. De hecho, durante el desarrollo de esta investigación este Museo mantuvo abiertas las salas principales con la exposición *Tesoros del Museo Arqueológico Nacional*, a modo de exhibición temporal de entrada gratuita hasta la terminación de las obras de renovación.



### Museo Nacional de Artes Decorativas<sup>3</sup>

El Museo Nacional de Artes Decorativas se creó por Real Decreto en 1871 con el título de Museo Industrial. En 1912, recibe el nombre de Museo Nacional de Artes Industriales y, en 1927, el nombre con el que se conoce hasta hoy. Su primera sede estuvo en un edificio de la calle Sacramento y fue en 1932 cuando se trasladó a su sede actual, un palacete construido, en 1878, en la calle Montalbán. De su primitiva fisonomía, como residencia de carácter romántico, se conservan parte de la fachada original, la escalera de mármol blanco italiano y de tipo imperial y la colección de pavimentos en mosaico italiano. Los espacios se ordenan alrededor de un patio central, hoy cubierto, y se distribuyen en pequeñas salas.

<sup>3</sup> En el informe, Museo de Artes Decorativas.

Es uno de los primeros museos de este género que se crearon en Europa siguiendo el modelo del South Kensington Museum de Londres con una finalidad educativa propia del momento. Consecuentemente con dicha finalidad, las colecciones de artes decorativas se han expuesto de forma cronológica y sistemática, alternando con la recreación de ambientes de diversas épocas. Las colecciones más destacadas son las de cerámica y porcelana, vidrios, textiles, alfombras, mobiliario, joyas y metales españoles y europeos, además de una importante colección oriental.

En el año 2003, este Museo inició una considerable renovación de su exposición permanente que dio como resultado una mejora cualitativa del discurso expositivo y de la información complementaria. Su última apuesta son las exposiciones temporales temáticamente novedosas y referidas a cuestiones de actualidad, comunicativamente experimentales e intencionadamente participativas. Por otra parte, el museo ha orientado su programa de exposiciones temporales hacia el diseño contemporáneo.

### Museo Nacional de Antropología<sup>4</sup>

El Museo Nacional de Antropología ha tenido una larga y compleja historia desde su fundación. En 1875, se inauguró el Museo Anatómico, cuya fundación se debió al médico Pedro González Velasco. En 1895, el Museo de Ciencias Naturales trasladó allí su sección de Antropología, Etnología y Prehistoria que, en 1910, se convertiría en Museo y adoptaría el mismo nombre. En 1940 se funda el Museo Nacional de Etnología en el mismo edificio y con las mismas colecciones. En 1993 se le cambia el nombre por el que tiene actualmente. Las colecciones que a lo largo del tiempo se han ido incorporando y que constituyen sus fondos son muestras de la cultura material de diferentes pueblos de África, América, Asia, Europa y Oceanía. También cuenta con importantes fondos de Antropología física.

El Museo consta de tres plantas y cinco salas. En 2004, inició la renovación de la exposición permanente con un nuevo discurso museográfico



co en el que se analizan diferentes hechos culturales (Actividades económicas, vivienda y ajuar doméstico, creencias, música, y actividades lúdicas e indumentaria y adorno), para poder ver las semejanzas y diferencias entre los distintos ámbitos geográficos, todo ello más acorde con los criterios museográficos y científicos actuales.

Cabe destacar, también, la importancia de la ubicación del Museo, en la calle Alfonso XII, próximo al parque del Retiro y a la estación central de Atocha.

<sup>4</sup>

En el informe, Museo de Antropología.





### Museo Arqueológico Nacional<sup>5</sup>

El Museo Arqueológico Nacional se fundó, en 1867, por Real Decreto de la Reina Isabel II. Su primera sede provisional fue el Casino de la Reina en la calle Embajadores, palacio en el que se expusieron los materiales arqueológicos, etnográficos, de artes decorativas y numismáticos que habían reunido los monarcas españoles en la Real Biblioteca, en el Real Gabinete de Historia Natural y en otras instituciones. Posteriormente, la colección se amplió con diferentes donaciones, compras e ingresos de materiales procedentes de excavaciones arqueológicas realizadas en las distintas provincias españolas. En 1895, el Museo se trasladó al Palacio de Biblioteca y Museos, con entrada por la calle Serrano, su sede actual.

A lo largo de su historia, este edificio ha tenido varias reestructuraciones arquitectónicas pero la más relevante se llevó a cabo entre 1968 y 1981, en la que se aumentó considerablemente su superficie, al pasar de tres plantas a cinco, y se aplicaron nuevos criterios museográficos a una exposición organizada cronológicamente. En la actualidad y desde junio de 2008, se lleva a cabo una renovación completa del edificio y el cierre de la exposición permanente. A pesar de las reformas actuales a las que está sometido, el Museo ha permanecido abierto con la exposición Tesoros del Museo Arqueológico Nacional y un gran número de actividades paralelas.

<sup>5</sup>

En el informe, Museo Arqueológico.

Las colecciones del Museo abarcan desde la Prehistoria hasta el siglo XIX, de manera que representan todos los periodos culturales de la Península Ibérica y la Prehistoria de la islas Baleares, Canarias y Sáhara. Además, dispone de una importante colección de vasos griegos y de piezas del Antiguo Egipto y Próximo Oriente.



### Museo de América

El Museo de América se creó por Real Decreto el 19 de abril de 1941. Pocos años después, en 1943, se encargó el proyecto arquitectónico de la actual sede de estilo historicista y neocolonial. Concebido como sede del Museo, albergó distintas instituciones hasta 1984, momento en que se iniciaron reformas que finalizaron en 1994, año en que inauguró la actual exposición permanente.

Las colecciones más antiguas pertenecen al Real Gabinete de Historia Natural fundado en el siglo XVIII con piezas procedentes de las primeras

excavaciones arqueológicas y objetos etnográficos recogidos en expediciones científicas y de descubrimiento. Estas colecciones pasaron, en 1868, al Museo Arqueológico Nacional y se integraron en su Sección Etnográfica hasta su definitiva instalación en este museo. Desde entonces y a lo largo de los siglos XIX y XX, hubo compras y donaciones que ampliaron la colección. A partir de 1940, se creó una importante colección de arte colonial.

En la actualidad, las colecciones se exponen siguiendo un criterio antropológico. La exposición se estructura en cinco áreas dedicadas al conocimiento de América y a la presentación de la realidad americana; a las sociedades que han coexistido en el continente; a la religión, referida tanto al mundo indígena como a la época colonial; y, por último, a la comunicación.

El Museo se encuentra ubicado en la Ciudad Universitaria, en un altozano que favorece su visibilidad, aunque no tanto el acceso.



### Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí<sup>7</sup>

El Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí debe su creación al experto coleccionista don Manuel González Martí, que donó al Estado su colección de cerámica y artes suntuarias. Fundado en 1947, tras aceptar el

Estado la donación, se instaló inicialmente en el domicilio del donante. Pocos años después, en 1954, se trasladó al Palacio de Dos Aguas, que ha sido su sede hasta ahora. Este edificio pertenece a los marqueses de Dos Aguas. Inicialmente fue un edificio gótico pero ha sido reformado en numerosas ocasiones. Al siglo XVIII pertenece la extraordinaria fachada de alabastro. El resto del edificio, tanto el interior como la fachada, pertenecen a la última gran transformación de 1867.

En 1998 finalizó una importante reforma que incluyó la restauración del inmueble y la actualización de la museografía y que ha posibilitado la visita a las diecisiete estancias privadas de los marqueses, decoradas con magníficos estucos y suelos de taracea de mármol de diferentes colores.

En la exposición propiamente dicha se muestra la rica colección de cerámica medieval, renacentista y barroca de producción española y europea, además de la refinada producción de Alcora. Todo ello se completa con las colecciones de pintura y grabados, textiles e indumentarias y otras, como carrozas, mobiliario u objetos decorativos.

### Museo Nacional Colegio de San Gregorio<sup>8</sup>

El Museo Nacional Colegio de San Gregorio, antes Museo Nacional de Escultura, se fundó a mediados del siglo XIX como Museo Provincial de Bellas Artes. La colección del Museo tiene su origen en la Desamortización decimonónica de los conventos españoles y en la nacionalización de sus tesoros artísticos, que fueron secularizados, entregados a la tutela del Estado y depositados, en este caso, en el Colegio de San Gregorio. Desde entonces, la colección se ha ido incrementando con el deseo de ofrecer una visión global de la escultura española renacentista y barroca y de los focos europeos que influyeron en su desarrollo.

Fue en 1933 cuando se convirtió en el Museo Nacional de Escultura y, en 1982, emprendió un proceso de ampliaciones espaciales y reformas que culminaron, en 2009, con su nueva apertura bajo el nombre de Museo Nacional Colegio de San Gregorio. Aunque figure en este informe

<sup>7</sup>

En el informe, Museo de Cerámica.

<sup>8</sup>

En el informe, Colegio de San Gregorio.





### Museo Nacional y Centro de Investigación de Altamira<sup>9</sup>

El Museo Nacional y Centro de Investigación de Altamira se crea, en 1979, en torno a la cueva de Altamira, Patrimonio Mundial, con el fin de gestionar su conservación, investigación y difusión.

En el año 2001 se inauguró una nueva sede para el Museo, con una exposición que se articula en dos grandes áreas: una dedicada a la Neocueva, reproducción fiel de la cueva de Altamira tal y como era en el Paleolítico Superior y otra, a una exposición atractiva y didáctica sobre “Los tiempos de Altamira”, que reúne la mayor colección arqueológica del Paleolítico procedente de la propia cueva de Altamira y de otros yacimientos de Cantabria y de la Península Ibérica. La exposición permite conocer los modos de vida y el arte en el Paleolítico gracias tanto a los objetos arqueológicos como a la información complementaria (textos, vídeos, dibujos animados, ambientaciones, recreaciones e interactivos).

Situado en Santillana del Mar (Cantabria), junto a la cueva de Altamira, goza de un entorno natural excepcional y de fácil acceso pese a su distancia del núcleo urbano más cercano.

<sup>9</sup>

En el informe, Museo de Altamira.

con su nuevo nombre, la descripción de la situación del Museo, en cuanto que entorno espacial y museográfico, se hará, como es lógico, de acuerdo a la situación que tenía en el periodo de recogida de datos.

La exposición permitía realizar un completo recorrido por la plástica española en sus más variados registros, desde el estilo gótico al barroco pasando por las producciones renacentistas más representativas del género, de acuerdo con la estructura cronológica del discurso expositivo. Con el amplio muestrario de materiales, técnicas y géneros escultóricos, que fueron concebidos como soportes de complejos programas iconográficos (retablos, sillerías y pasos procesionales), se pretendía facilitar el conocimiento del lenguaje artístico, especialmente del de dos de los periodos de mayor complejidad: el renacentista y el barroco.



Museo del Traje.  
Centro de Investigación  
del Patrimonio Etnológico<sup>10</sup>

El Museo del Traje, CIPE, es una institución de reciente creación, precedida por la larga existencia de su colección. En 1925 tuvo lugar la Exposición del Traje regional en el Palacio de Bibliotecas de Madrid, momento en el que se planteó convertir dicha exposición en un Museo del Traje regional e histórico, que después se convertiría en el Museo del Pueblo Español y posteriormente en una de las sedes del Museo Nacional de Antropología. Finalmente, en el año 2004, se crea el Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, con sede en el edificio que albergó el Museo Español de Arte Contemporáneo. Su instalación en este edificio obligó a un nuevo acondicionamiento de sus salas para que éstas pudieran alojar una exposición permanente de tejidos en condiciones idóneas, con lo que el edificio recuperó la estructura diáfana original de las plantas bajas y la relación con los jardines y las vistas privilegiadas que tuvo en el momento de su creación.

Actualmente, la exposición del Museo del Traje ofrece una completa visión de la historia del traje en España desde tiempos remotos hasta nuestros días. La exposición se estructura de forma cronológica con ejemplos de las modas anteriores al siglo XVII, y un amplio desarrollo por áreas de los siglos

XVIII, XIX y XX entre las que se intercalan dos salas monográficas dedicadas al traje regional y a Mariano Fortuny y Madrazo. La exposición se completa con joyería y accesorios, lencería, tejidos planos y complementos, y se modifica puntualmente cada año por razones de conservación. Asimismo, el discurso se enriquece con exposiciones temporales sobre diseño y moda.

Como Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, cuenta con un gran fondo de estudio que se va exponiendo mediante muestras temporales.



Museo Casa de Cervantes<sup>11</sup>

El Museo Casa de Cervantes de Valladolid se ubica en la casa que éste habitó durante su segunda etapa vallisoletana. Se identificó la vivienda en el año 1866, pero hasta 1872 no se hizo el primer intento de dedicar la casa a una finalidad cultural. En 1875 el farmacéutico don Mariano Pérez Mínguez redecoró la casa y la abrió al público, año en el que también se creó la sociedad “Casa Cervantes”. En 1887 la casa volvió a ser ocupada por inquilinos hasta 1948, momento en el que, después de un importante proyecto de remodelación, se volvieron a abrir las puertas del Museo con las piezas originales de la casa de Cervantes.

<sup>10</sup> En el informe, Museo del Traje.

<sup>11</sup> En el informe, Casa de Cervantes.



Una de las características más destacadas de este museo es que al tratarse de una Casa Museo dista de la idea habitual que se tiene de una exposición permanente. En este caso, nos encontramos con un recorrido muy bien planteado, pero atado inevitablemente a la estructura de su edificio, con tan solo una pequeña sala reservada para exposiciones temporales. Asimismo, las actividades fomentan un mayor conocimiento sobre Cervantes, pero también buscan nuevas vías de expresión en la cultura española.

En sus salas se muestra la historia romana de la ciudad y con ello el vínculo entre España y la civilización romana. La exposición de la colección arqueológica se organiza en 30 salas distribuidas en tres niveles, de los cuales el primero está dedicado, entre otros temas, al teatro, al anfiteatro y al circo, edificios señeros de la arqueología de Mérida; el segundo, a mostrar en vitrinas colecciones particulares, tales como la de cerámica común y cerámica de lujo entre otras y, por último, el tercero, a determinados temas, tales como la administración local y provincial. El recorrido incluye la visita a la cripta, yacimiento arqueológico que se expone in situ, y se prolonga en la propia ciudad.



## Museo Nacional de Arte Romano<sup>12</sup>

El actual Museo Nacional de Arte Romano vino a sustituir al antiguo Museo Arqueológico de Mérida, creado por Real Orden el 26 de marzo de 1838. El 19 de septiembre de 1986 se inauguraba la sede actual del Museo, obra de Rafael Moneo Vallés. El Museo es un exponente clave de la Romanización de Hispania, explicada a través de las piezas recuperadas del yacimiento emeritense. La instalación museográfica tiene un destacado papel y es obra del actual equipo científico del museo, que trabajó en estrecha colaboración con el arquitecto, lo cual ha permitido una fusión extraordinaria entre espacio y objetos.

## Museo Sefardí

El Museo Sefardí de Toledo se creó, por Real Decreto, el 11 de abril de 1964, con la intención de conservar el legado de la cultura hispano-judía y sefardí, así como para mostrar y difundir la importancia de la historia y de la huella cultural hebrea en nuestro país. Conserva testimonios materiales y culturales de los judíos y de las diversas comunidades de sefardíes repartidas por el mundo. En su colección destacan obras recogidas de todo el mundo y de todos los tiempos, demostrando la amplia tradición judía que nos precede.

<sup>12</sup>

En el informe, Museo de Arte Romano.

Instalado en la Sinagoga del Tránsito, en 2003, el Museo reabrió sus puertas después de una etapa de restauración y rehabilitación de gran importancia, en la que se mejoró el discurso expositivo y las instalaciones, y además se introdujeron las nuevas piezas adquiridas durante ese periodo.

El Museo Sefardí tiene una gran importancia en la ciudad de Toledo y forma parte de un recorrido turístico que realiza un gran número de turistas españoles y extranjeros. Su visita es un punto de parada obligatorio para entender la importancia de la presencia judía en esta ciudad.

### Museo Sorolla

El Museo Sorolla se ubica en la casa que el mismo artista habitó con su familia en el centro de Madrid desde 1911. La casa se convirtió en museo por deseo de su viuda, que, en 1925, dictó testamento donando todos sus bienes al Estado Español. Se fundó finalmente en 1932, con su único hijo varón como director hasta su fallecimiento, momento en el que se legaron nuevos fondos al Estado. Desde 1973, el Museo es estatal y depende del Ministerio de Cultura.

El Museo es un ejemplo excepcional de Casa Museo, puesto que no sólo conserva intacto el ambiente original de la vivienda y taller de Joaquín Sorolla sino que custodia la más rica colección de obras del pintor. Se expone gran parte



de dicha colección así como diferentes objetos personales de su vida cotidiana y objetos de ornamentación y mobiliario de la casa original, junto a una muestra de la colección personal del propio pintor, sobre todo de cerámica española.

El hecho de que el Museo se haya instalado en un edificio histórico crea ciertas dificultades funcionales para el acceso de visitantes que han sido bien resueltas a lo largo del tiempo. Asimismo, posee un jardín muy amplio que constituye uno de los atractivos del Museo.

## Tablas de información de servicios y facilidades de visita de cada museo

## Información general de cada uno de los museos incluidos en el momento de la investigación

| MUSEO                                | TIPOLOGÍA                                 | WEB                       | CIUDAD             | HORARIO                                                                                                                                                                                                                                                                       | CIERRES:<br>IV 2008/<br>III 2009         | DÍAS ENTRADA GRATUITA*                          |
|--------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <b>MUSEO ARQUEOLÓGICO</b>            | Arqueología                               | man.mcu.es                | Madrid             | Martes-sábados: 9:30h.-20:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-15:00h.                                                                                                                                                                                                        | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Siempre durante la reforma                      |
| <b>MUSEO DE ARTES DECORATIVAS</b>    | Artes decorativas y diseño                | mnartesdecorativas.mcu.es | Madrid             | Martes-sábados: 9:30h.-15:00h.<br>Jueves tarde: 17:00h.-20:00h. (excepto julio y agosto)<br>Domingos y festivos: 10:00h.-15:00h.                                                                                                                                              | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII               |
| <b>MUSEO DE ANTROPOLOGÍA</b>         | Antropología                              | mnantropologia.mcu.es     | Madrid             | Martes-sábados: 9:30h.-20:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-15:00h.                                                                                                                                                                                                        | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO DEL TRAJE</b>               | Museo Temático Indumentaria Textil        | museodeltraje.mcu.es      | Madrid             | Martes-sábados: 9:30h.-19:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-15:00h.<br>Jueves julio y agosto: 9:30h.-22:30h.                                                                                                                                                               | Lunes; 1/V;<br>24, 25, 31/<br>XII; 1,6/I | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO SOROLLA</b>                 | Casa-Museo                                | museosorolla.mcu.es       | Madrid             | Martes-sábados: 9:30h.-20:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-15:00h.                                                                                                                                                                                                        | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO DE AMÉRICA</b>              | Arqueología, Antropología y Bellas Artes  | museodeamerica.mcu.es     | Madrid             | Martes-sábados: 9:30h.-15:00h.<br>Jueves: 16:00h.-19:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-15:00h.                                                                                                                                                                             | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Jueves tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO COLEGIO DE SAN GREGORIO</b> | Museo de Bellas Artes                     | museosangregorio.mcu.es   | Valladolid         | 1/X-17/III: Martes-sábado 10:00h.-14:00h. y 16:00h.-18:00h.<br>18/III-30/IX: Martes-sábado 10:00h.-14:00h. y 16:00h.-21:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-14:00h.                                                                                                          | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO CASA DE CERVANTES</b>       | Casa-Museo                                | museocasacervantes.mcu.es | Valladolid         | Martes-sábado: 9:30h.-15:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-15:00h.<br>De 14/VII hasta 30/IX: 9:30-21:00h.                                                                                                                                                                  | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO SEFARDÍ</b>                 | Etnología y Arqueología                   |                           | Toledo             | Invierno: 1/X-28/II, martes-sábado 9:30h.-18:00h.<br>Verano: 1/II-1/IX, martes-sábado 9:30h.-19:00h.<br>Domingos: 10:00h.-14:00h.                                                                                                                                             | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO DE ALTAMIRA</b>             | Arqueología                               | museodealtamira.mcu.es    | Santillana del Mar | V-X de 9:30h.-20:00h.<br>XI-IV de 9:30h.-18:00h.<br>Domingos: 9:30h.-15:00h.                                                                                                                                                                                                  | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO DE ARTE ROMANO</b>          | Arqueología                               | museoarteromano.mcu.es    | Mérida             | 8/XII-14/II: M a S 10:00h. a 14:00h./16:00h. a 18:00h.<br>15/II-30/VI: M a S 10:00h. a 14:00h./16:00h. a 21:00h.<br>1/VII-30/IX: M a S 9:30h. a 15:30h./17:30h. a 20:30h.<br>1/X-7/XII: M a S 10:00h. a 14:00h. h/16:00h. a 21:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h. a 14:00h. | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |
| <b>MUSEO DE CERÁMICA</b>             | Artes decorativas, Cerámica y Arqueología | mnceramica.mcu.es         | Valencia           | Martes-sábados: 10:00h.-14:00h./16:00h.-20:00h.<br>Domingos y festivos: 10:00h.-14:00h.                                                                                                                                                                                       | Lunes; 1/V;<br>24,25,31/<br>XII; 1,6/I   | Sábado tarde; Domingo mañana; 18/V; 12/X; 6/XII |

\* Además de las fechas señaladas, todos los museos tendrán la entrada gratuita el Día del Patrimonio y el Día internacional de los Museos.

## Características espaciales de cada uno de los museos incluidos en el momento de la investigación

| MUSEO                         | m <sup>2</sup> ZONA EXPOSITIVA | N.º SALAS PERMANENTES | N.º SALAS TEMPORALES | m <sup>2</sup> SERVICIOS | N.º VIGILANTES APROX. DIARIO/FESTIVO                                                                                                                                     |
|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MUSEO ARQUEOLÓGICO            | 914 m <sup>2</sup>             | 5                     |                      | 240 m <sup>2</sup>       | Número de vigilantes de diario y fin de semana: 8                                                                                                                        |
| MUSEO DE ARTES DECORATIVAS    | 1.625,03 m <sup>2</sup>        | 41                    | 3                    | 149,53 m <sup>2</sup>    | Martes a sábado: 24<br>Domingos y festivos: 12                                                                                                                           |
| MUSEO DE ANTROPOLOGÍA         | 1.154 m <sup>2</sup>           | 5                     | 3                    | 160 m <sup>2</sup>       | Martes a sábado: 9 mañana y 9 tarde<br>Domingos y festivos: 9                                                                                                            |
| MUSEO DEL TRAJE               | 4.994 m <sup>2</sup>           | 14                    | 4                    | 2.400 m <sup>2</sup>     | Martes a sábado: 15 mañana y 15 tarde<br>Domingos y festivos: 15                                                                                                         |
| MUSEO SOROLLA                 | 610,85 m <sup>2</sup>          | 7                     |                      | 551 m <sup>2</sup>       | Martes a sábado: 15 mañana y 15 tarde<br>Domingos y festivos: 15                                                                                                         |
| MUSEO DE AMÉRICA              | 3.749,67m <sup>2</sup>         | 16                    | 3                    | 2.484,69m <sup>2</sup>   | Martes a sábado: 34<br>Domingo y festivos: 17                                                                                                                            |
| MUSEO COLEGIO DE SAN GREGORIO | 2.328 m <sup>2</sup>           | 21                    | En proceso           | 601 m <sup>2</sup>       | Martes a sábado:<br>–Marzo a septiembre: 19 horario normal (hasta las 18h.) 16 ampliación de 18 a 21h.<br>–Octubre a marzo: 19 horario normal<br>Domingos y festivos: 11 |
| MUSEO CASA DE CERVANTES       | 126,69 m <sup>2</sup>          | 8                     | 1                    |                          | Martes a sábado: 4<br>Domingos y festivos: 2                                                                                                                             |
| MUSEO SEFARDÍ                 | 449,43 m <sup>2</sup>          | 9                     |                      | 140,54 m <sup>2</sup>    | Martes a sábado: 18 mañana y 18 tarde<br>Domingos y festivos: 18                                                                                                         |
| MUSEO DE ALTAMIRA             | 2.389 m <sup>2</sup>           | 2                     | 2                    | 1.100 m <sup>2</sup>     | Martes a sábado: 21 mañana y 21 tarde<br>Domingos y festivos: 21                                                                                                         |
| MUSEO DE ARTE ROMANO          | 6.684,38 m <sup>2</sup>        | 26                    | 1                    | 987,93 m <sup>2</sup>    | Martes a sábado: 16 mañana y 16 tarde<br>Domingos: 16                                                                                                                    |
| MUSEO DE CERÁMICA             | 2.077,56 m <sup>2</sup>        | 30                    | 3                    | 1.817 m <sup>2</sup>     | Diario: 14<br>Fin de semana: 13/14                                                                                                                                       |

Servicios generales que ofertan cada uno de los museos incluidos en el momento de la investigación

| MUSEO                               | BIBLIOTECA | CAFETERÍA/<br>RESTAURANTE | TIENDA/<br>LIBRERÍA | PUNTO<br>VENTA | GUARDARROPA | CONSIGNA | SALA<br>ACTOS | CESIÓN<br>ESPACIOS | JARDINES | QUEJAS<br>Y<br>SUGERENCIAS |
|-------------------------------------|------------|---------------------------|---------------------|----------------|-------------|----------|---------------|--------------------|----------|----------------------------|
| MUSEO<br>ARQUEOLÓGICO               |            |                           | ■                   |                |             | ■        | ■             | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO DE ARTES<br>DECORATIVAS       | ■          |                           |                     | ■              |             |          |               | ■                  |          | ■                          |
| MUSEO DE<br>ANTROPOLOGÍA            | ■          |                           |                     | ■              | ■           |          | ■             | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO DEL<br>TRAJE                  | ■          | ■                         | ■                   |                | ■           | ■        | ■             | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO SOROLLA                       | ■          |                           |                     | ■              |             | ■        | ■             | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO DE<br>AMÉRICA                 | ■          | ■                         | ■                   |                | ■           |          | ■             | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO COLEGIO<br>DE SAN<br>GREGORIO | ■          |                           |                     | ■              | ■           |          | ■             | ■                  |          | ■                          |
| MUSEO CASA<br>DE CERVANTES          | ■          |                           |                     |                |             |          | ■             |                    | ■        |                            |
| MUSEO SEFARDÍ                       | ■          |                           | ■                   |                |             |          |               | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO DE<br>ALTAMIRA                | ■          | ■                         | ■                   |                | ■           | ■        | ■             | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO DE ARTE<br>ROMANO             | ■          |                           | ■                   |                | ■           |          | ■             | ■                  | ■        | ■                          |
| MUSEO DE<br>CERÁMICA                | ■          |                           |                     | ■              | ■           |          | ■             | ■                  |          | ■                          |



## Servicios de información y facilidades para la visita en cada uno de los museos incluidos en el momento de la investigación

| MUSEO                               | AUDIO<br>GUÍAS | SERVICIO<br>INFORMA<br>CIÓN | WEB | ATENCIÓN<br>INVESTIGA-<br>DORES | ARCHIVO<br>DOCU-<br>MENTAL | AREAS<br>DE DES-<br>CANSO | ACCESO<br>PARA<br>DISCAP. | FACILI-<br>DADES<br>DISCAP. | ASEOS<br>ADAPTA-<br>DOS | FACILI-<br>DADES<br>BEBES | FUENTES<br>AGUA | PARKING |
|-------------------------------------|----------------|-----------------------------|-----|---------------------------------|----------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------|---------|
| MUSEO<br>ARQUEOLÓGICO               |                |                             | ■   |                                 |                            | ■                         |                           | ■                           | ■                       | ■                         | ■               |         |
| MUSEO<br>DE ARTES<br>DECORATIVAS    |                | ■                           | ■   | ■                               | ■                          |                           |                           |                             |                         |                           |                 |         |
| MUSEO DE<br>ANTROPOLOGÍA            |                |                             | ■   | ■                               | ■                          | ■                         | ■                         |                             |                         |                           |                 |         |
| MUSEO DEL<br>TRAJE                  | ■              | ■                           | ■   |                                 | ■                          | ■                         | ■                         | ■                           | ■                       | ■                         |                 |         |
| MUSEO<br>SOROLLA                    | ■              | ■                           | ■   | ■                               | ■                          | ■                         |                           | ■                           |                         |                           |                 |         |
| MUSEO DE<br>AMÉRICA                 |                |                             | ■   | ■                               | ■                          | ■                         | ■                         | ■                           | ■                       |                           | ■               | ■       |
| MUSEO COLEGIO<br>DE SAN<br>GREGORIO |                | ■                           | ■   | ■                               | ■                          | ■                         | ■                         | ■                           | ■                       | ■                         |                 |         |
| MUSEO CASA<br>DE CERVANTES          |                | ■                           | ■   | ■                               | ■                          | ■                         |                           |                             |                         |                           |                 |         |
| MUSEO SEFARDÍ                       | ■              |                             |     | ■                               |                            | ■                         | ■                         | ■                           |                         |                           |                 |         |
| MUSEO DE<br>ALTAMIRA                |                | ■                           | ■   | ■                               | ■                          | ■                         | ■                         | ■                           | ■                       | ■                         |                 | ■       |
| MUSEO DE ARTE<br>ROMANO             | ■              |                             | ■   | ■                               | ■                          | ■                         |                           | ■                           |                         |                           | ■               |         |
| MUSEO DE<br>CERÁMICA                |                |                             | ■   | ■                               | ■                          | ■                         | ■                         | ■                           | ■                       |                           |                 |         |

**Idiomas utilizados por cada uno de los museos incluidos en la investigación**

| MUSEO                                | IDIOMA FOLLETOS                                              | IDIOMA SEÑALIZADORES                                | IDIOMA SALAS                                                                                        |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>MUSEO ARQUEOLÓGICO</b>            | No hay folletos                                              | Castellano<br>Inglés                                | Castellano<br>Inglés                                                                                |
| <b>MUSEO DE ARTES DECORATIVAS</b>    | Castellano<br>Inglés<br>Francés                              | Castellano<br>Vestíbulo: Castellano/Inglés          | Castellano<br>Hojas mano: Castellano/Inglés (sólo en 2.ª Planta)                                    |
| <b>MUSEO DE ANTROPOLOGÍA</b>         | Castellano<br>Inglés                                         | Castellano                                          | Vitrinas: Castellano<br>Hojas de sala: Inglés/Francés:                                              |
| <b>MUSEO DEL TRAJE</b>               | Castellano<br>Inglés<br>Francés                              | Castellano                                          | Castellano<br>Inglés                                                                                |
| <b>MUSEO SOROLLA</b>                 | Castellano<br>Inglés                                         | Castellano<br>Inglés                                | Castellano<br>Inglés                                                                                |
| <b>MUSEO DE AMÉRICA</b>              | Castellano<br>Inglés                                         | Castellano                                          | Castellano<br>Inglés<br>Francés                                                                     |
| <b>MUSEO COLEGIO DE SAN GREGORIO</b> | Castellano<br>Inglés<br>Francés                              | Urbana: Castellano/Inglés<br>Interna: Castellano    | Cartelas: Castellano<br>Paneles informativos: Castellano<br>Hojas sala: Castellano, Inglés, Francés |
| <b>MUSEO CASA DE CERVANTES</b>       | Castellano<br>Inglés<br>Francés                              | Castellano<br>Inglés                                | Castellano<br>Inglés<br>Francés                                                                     |
| <b>MUSEO SEFARDÍ</b>                 | Castellano<br>Inglés<br>Francés                              | Castellano/Inglés                                   | Cartelas: Castellano<br>Paneles informativos: Castellano<br>Hojas sala: Inglés, Francés, Hebreo     |
| <b>MUSEO DE ALTAMIRA</b>             | Castellano<br>Francés<br>Inglés<br>Lengua de signos española | Castellano<br>Inglés                                | Castellano<br>Inglés                                                                                |
| <b>MUSEO DE ARTE ROMANO</b>          | Castellano<br>Inglés<br>Portugués<br>Alemán                  | Exterior: Castellano<br>Interior: Castellano/Inglés | Cartelas/Paneles informativos: Castellano/Inglés<br>Hojas sala: Castellano/Inglés/Portugués/Francés |
| <b>MUSEO DE CERÁMICA</b>             | Castellano<br>Valenciano<br>Inglés<br>Francés                | Castellano<br>Valenciano                            | Castellano<br>Valenciano<br>Alemán<br>Francés<br>Inglés<br>Italiano                                 |

| Medios de comunicación utilizados por los museos incluidos en la investigación |                 |        |     |       |                          |                  |                      |         |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|-----|-------|--------------------------|------------------|----------------------|---------|
| MUSEO                                                                          | AGENDA CULTURAL | PRENSA | WEB | RADIO | BANDEROLAS ENTRADA MUSEO | BANDEROLAS CALLE | FOLLETOS FUERA MUSEO | AUTOBÚS |
| MUSEO ARQUEOLÓGICO                                                             | ■               |        | ■   |       | ■                        |                  | ■                    |         |
| MUSEO DE ARTES DECORATIVAS                                                     | ■               | ■      | ■   | ■     | ■                        |                  |                      |         |
| MUSEO DE ANTROPOLOGÍA                                                          | ■               | ■      | ■   | ■     | ■                        |                  |                      |         |
| MUSEO DEL TRAJE                                                                | ■               | ■      | ■   | ■     | ■                        |                  | ■                    |         |
| MUSEO SOROLLA                                                                  | ■               |        | ■   |       |                          |                  |                      |         |
| MUSEO DE AMÉRICA                                                               | ■               | ■      | ■   | ■     | ■                        |                  |                      |         |
| MUSEO COLEGIO DE SAN GREGORIO                                                  | ■               | ■      | ■   |       | ■                        |                  | ■                    |         |
| MUSEO CASA DE CERVANTES                                                        | ■               |        | ■   |       |                          |                  |                      |         |
| MUSEO SEFARDÍ                                                                  | ■               | ■      |     | ■     |                          |                  | ■                    |         |
| MUSEO DE ALTAMIRA                                                              | ■               | ■      | ■   | ■     | ■                        | ■                | ■                    |         |
| MUSEO DE ARTE ROMANO                                                           | ■               | ■      | ■   | ■     | ■                        |                  | ■                    |         |
| MUSEO DE CERÁMICA                                                              | ■               | ■      | ■   | ■     |                          |                  |                      | ■       |

## Tablas de información de actividades de cada museo

| Actividades especiales en cada uno de los museos incluidos en la investigación |                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                |                                                                                                               |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MUSEO                                                                          | DÍA INTERN. DE LOS MUSEOS<br>18/5/2008                                                                                                                                                                                                                                         | NOCHE DE LOS MUSEOS<br>17/5/2008                                                                                                                                               | SEMANA DE LOS MUSEOS<br>20,21,22/5/2008                                                                       | DÍA INTERN. DE LA MÚSICA<br>21/6/2008                                                                                                                 | VERANO EN LOS MUSEOS<br>2008                                                                                                                                                                                                        |
| <b>MUSEO ARQUEOLÓGICO</b>                                                      | Horario especial de 10:45h. a 13:00h.<br>–Visitas singulares Tesoro a Tesoro.<br>–Itinerarios guiados.<br>–Concierto de música renacentista y barroca.<br>–Monólogo teatralizado.                                                                                              | Horario especial de 19:45h. a 23:00h.<br>–Visitas singulares Tesoro a Tesoro.<br>–Itinerarios guiados<br>–Concierto de música renacentista y barroca<br>–Monólogo teatralizado |                                                                                                               |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>MUSEO DE ARTES DECORATIVAS</b>                                              | Selección de piezas del mes recientes: "El arte de Vanguardia como elemento de intervención y cambio social"                                                                                                                                                                   | Juego de pistas para adultos y familias "Seis grados de separación" De 20:00h. a 01:00h.                                                                                       | Apertura extraordinaria de tarde: 20, 21 y 22/V de 17:00h. a 20:00h.<br>Selección de piezas del mes recientes |                                                                                                                                                       | –Taller infantil "Habitantes de una casa deshabitada" y cuentacuentos "Encantamiento oriental" durante el mes de julio y primera quincena de septiembre.<br>–Jueves tarde, 4, 11, 18 y 25 de IX de 20:00h. a 22:00h. Ciclo de Cine. |
| <b>MUSEO DE ANTROPOLOGÍA</b>                                                   | Recorrido temático. 13:00 y 18:00h.<br>Taller infantil. 12:00h.                                                                                                                                                                                                                | Recorrido temático. 16 y 17 de mayo, 22:00h.                                                                                                                                   |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | Ciclo de conciertos. Jueves 10, 17, 24 y 31 de julio a las 20:30h.                                                                                                                                                                  |
| <b>MUSEO DEL TRAJE</b>                                                         | Conferencia: Moda y desarrollo social.                                                                                                                                                                                                                                         | Visitas guiadas y sesión de Dj ambientado en los 60. Hasta 00:00h.                                                                                                             |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | Talleres infantiles<br>Prolongación de horario hasta las 22:30h. los jueves                                                                                                                                                         |
| <b>MUSEO SOROLLA</b>                                                           | –Visita guiada y taller para familias. 11:00h.-13:00h.<br>–Concierto del grupo Castilla canta habaneras. 12:00h.-13:00h.                                                                                                                                                       | –Concierto. 21:30h.-23:00h.<br>–Proyección de la película "Cartas de Sorolla". 21:15h.-23:15h.                                                                                 |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | Curso de iniciación al arpa. Del 11 de mayo al 1 de junio. 12:00h.-13:00h.                                                                                                                                                          |
| <b>MUSEO DE AMÉRICA</b>                                                        | –18 de mayo: Concierto de David Moreira. 12:00h.<br>–19 de mayo. Tertulia en torno al lema del Día de los museos con participación de distintas instituciones. 12:00h.                                                                                                         | –Apertura nocturna del museo de 20:30h.-01:30h.<br>–Exhibición bailes latinos de 22:00h. a 23:30h.<br>–Concierto de David Moreira de 24:00h. a 01:00h.                         |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | –Escuela de verano. Julio 2008<br>–Domingos de verano. Ciclo de conciertos (6, 13, 20 y 27 julio, 3 y 10 agosto 2008). 12:00h.                                                                                                      |
| <b>MUSEO COLEGIO DE SAN GREGORIO</b>                                           | –Actividades del 14 al 18 de mayo<br>–Ciclo de conferencias.<br>–"Sesión de Noche": El Museo y su proyección social<br>–Concierto                                                                                                                                              | Apertura de 21:00h. a 01:00h.<br>–Visita temática.<br>–Concierto Klezmática Trio.                                                                                              |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | –Talleres infantiles de verano.<br>–Visitas temáticas.<br>–Ciclo conferencias.<br>–Conciertos.                                                                                                                                      |
| <b>MUSEO CASA DE CERVANTES</b>                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | Talleres infantiles todos los martes y jueves de julio                                                                                                                                                                              |
| <b>MUSEO SEFARDÍ</b>                                                           | –Apertura extraordinaria de 14:00h. a 18:00h.<br>–Certamen fotográfico.                                                                                                                                                                                                        | Horario de 21:00h. a 24:00h.                                                                                                                                                   |                                                                                                               | Concierto sábado 21 de junio de 19:30h. a 21:30h.                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>MUSEO DE ALTAMIRA</b>                                                       | PREHISTORIATLON de 11:00h. a 14:00h. Entrada gratuita                                                                                                                                                                                                                          | Apertura nocturna de 20:30h. a 23:30h.<br>Visitas guiadas y talleres                                                                                                           |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | Talleres de Prehistoria. Todos los días (mañana)<br>Teatro para niños. Fines de semana julio y agosto<br>Algo suena en Altamira.<br>Concierto y taller de percusión                                                                 |
| <b>MUSEO DE ARTE ROMANO</b>                                                    | Apertura extraordinaria de 16:00h. a 20:00h.<br>Visitas guiadas                                                                                                                                                                                                                | Horario de 21:00h. a 01:00h.<br>Representación de Teatro Clásico.                                                                                                              |                                                                                                               |                                                                                                                                                       | –Verano infantil. 15 julio-8 agosto.<br>–Apertura extraordinaria los jueves de julio y agosto de 21:00h. a 24:00h.                                                                                                                  |
| <b>MUSEO DE CERÁMICA</b>                                                       | –Concierto de música<br>–Exposición de fondos relacionados con la cocina.<br>–Taller creativo<br>–De 10:00h. a 14:00h. y apertura extraordinaria de 16:00h. a 20:00h.<br>–Presentación de la donación de la colección Egner, 20 de mayo de 2008 (rueda de prensa y exposición) | Apertura extraordinaria de 20:00h. a 24:00h. y recital de arpa a las 22:00h.                                                                                                   |                                                                                                               | –20 de junio de 2008<br>–Apertura extraordinaria de 20:00h. a 23:00h.<br>–Concierto: recital de violines, Ensemble de violines Capilla de San Esteban | –Apertura extraordinaria de 20:00h. a 24:00h. todos los sábados de los meses de junio a septiembre                                                                                                                                  |

| NOCHE EN BLANCO<br>13/9/2008                                                                                                                                                                                                   | NAVIDADES EN MUSEOS                                                                                                                                                                                                                                                                   | SEMANA DE LA ARQUITECTURA<br>6-12/10/2008                            | SEMANA DE LA CIENCIA 11/2008                                                                                                                                                                       | DÍA INTERN. DE LA MUJER<br>8/3/2009                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Horario especial de 20:00h. a 01:00h.</p> <p>–Pregúntame. Tesoro a Tesoro.</p> <p>–Concierto extraordinario de música de los siglos XVI al XVIII</p> <p>– Monólogo teatralizado</p> <p>–Recital de poemas en el jardín.</p> | <p>Concierto extraordinario de Navidad, de música de los siglos XVI al XVIII (12:00h.)</p>                                                                                                                                                                                            |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    | <p>–Itinerario temático: Las mujeres en la Historia (11:00h. y 12:00h.)</p> <p>La Historia contada por sus protagonistas: Areva, una mujer de Numancia. Monólogo teatralizado (20:15h.; 21:00h.; 21:45h. y 22:30h.)</p> |
| <p>–Apertura extraordinaria</p> <p>–Música en directo en el museo de 21:00h. a 01:00h.</p>                                                                                                                                     | <p>–Cuentacuentos 23, 26 y 30 de diciembre y 2 de enero.</p> <p>–Taller infantil 23, 26, 27, 30 diciembre de 2008 y 2, 3 enero 2009.</p> <p>–Apertura extraordinaria y conciertos. 30 diciembre 2008 y 2 de enero 2009</p>                                                            | <p>Visita libre y gratuita de las salas de diseño de vanguardia.</p> | <p>Visitas temáticas: "La naturaleza, materia prima de las artes decorativas: materiales geológicos y materiales de origen animal y vegetal". Jueves 10 y 13 de noviembre de 17:30h. a 19:30h.</p> | <p>–Pieza del mes</p> <p>–La mujer y las artes decorativas en tiempos de vanguardia, domingo 8 de marzo, 13:00h.</p> <p>–Conferencia: La vida de la mujer en el mundo árabe, jueves 12 marzo, 19:00h.</p>               |
| <p>Estampas de Rumanía. 22:00h. y 23:00h.</p>                                                                                                                                                                                  | <p>Concierto. Jueves 18 de diciembre. 20:30h.</p>                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    | <p>Recorrido temático. 12:00h.</p>                                                                                                                                                                                      |
| <p>Conferencias, talleres para niños, visitas guiadas y exposiciones de 19:00h. a 23:00h.</p>                                                                                                                                  | <p>Tu casita de navidad (taller infantil) 26, 27 y 28 de diciembre</p>                                                                                                                                                                                                                |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    | <p>Visita guiada a Mujer, moda y sociedad 12:15h.</p>                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                | <p>–Presentación del libro "Sorolla. Biografía Íntima" 4 de diciembre, 19h.</p> <p>– Concierto de Navidad. 20 de diciembre. 12h.</p> <p>3 de enero. 12h.</p>                                                                                                                          |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>–Apertura museo de 20:30h. a 1:30h.</p> <p>–Conciertos de banda de música</p> <p>La Inseparable de 22:00h. a 01:00h.</p>                                                                                                    | <p>–Ciclo de Corales: domingos 7, 14, 21 y 28 diciembre 2008 y 4 enero 2009. 12:00h.</p>                                                                                                                                                                                              |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                | <p>–Horario especial de visita al Belén Napolitano.</p> <p>–Sesión de Noche. El Belén Napolitano del Museo.</p> <p>–Talleres infantiles y visitas taller para adultos "Se armó el Belén"</p>                                                                                          |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    | <p>–Conferencias "Llorar de amor...".</p> <p>–Visita temática "Pecadoras y virtuosas".</p> <p>–Sesión noche "Pecadoras y virtuosas".</p>                                                                                |
| <p>Apertura nocturna de 21:00h. a 24:00h.</p>                                                                                                                                                                                  | <p>Taller didáctico "Fiesta de las Luces o Hanukah". Del 11 al 18 de diciembre. 10:00h.</p>                                                                                                                                                                                           |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    | <p>–MUSEOTECA</p> <p>–Talleres sobre Evolución con Fund. Atapuerca.</p>                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    | <p>Ciclo de conferencias: Ser mujer en Roma. 10 de marzo. 19:00h. a 21:00h.</p>                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                | <p>–Exposición temporal: El Belén Napolitano, del 8 de diciembre de 2008 al 2 de febrero de 2009</p> <p>–Concierto de Navidad, Coro Ars Nova, 18 de diciembre de 2008, 20:30h.</p> <p>–Visitas guiadas al Belén, domingos 14, 21 y 28 de diciembre, y 4, 11, 18 de enero, 12:00h.</p> |                                                                      |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                         |



| Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo de América (I) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ACTIVIDAD                                                                  | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | FECHAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | MAS INFORMACIÓN                                                                                                                    |
| <b>EXPOSICIONES TEMPORALES</b>                                             | –Talaveras de Puebla. Cerámica colonial mexicana. Siglos XVII-XXI<br>–Heteronímia, Brasil.<br>–Detalles invisibles. Pablo Pérez-Mínquez.<br>–Altazor. Pintores chilenos y españoles ilustrando a Huidobro<br>–Exposición Artes Plásticas. Premio Joven 2008<br>–Altar de Muertos<br>–El Caribe Precolombino. Fray Ramón Pané y el universo taíno.                                                               | –Hasta 4 de mayo 2008.<br>–29 mayo, 30 septiembre 2008<br>–20 junio, 28 septiembre 2008<br>–16 octubre 2008-6 enero 2009<br>–27 noviembre 2008-11 enero 2009<br>–1 a 30 noviembre 2008<br>–18 febrero, 28 junio 2009                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                    |
| <b>VISITAS GUIADAS</b>                                                     | –Visitas guiadas por voluntarios culturales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Para grupos escolares y mayores.                                                                                                   |
| <b>ITINERARIOS GUIADOS</b>                                                 | –Semana de la ciencia: Visita guiada al Gabinete de Historia Natural del museo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | –10-23 noviembre 2008.<br>Visitas los jueves 16:30h. a 18:30h. Sábados y domingos 10:00 a 13:00h.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                    |
| <b>TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES</b>                                     | –Taller Infantil "Aventura por América"<br>Entre plumas anda el juego<br>Los viajes de la patata<br>–Talleres para familias<br>Motivos para la cerámica. Taller sobre la loza de Talavera en Puebla<br>Cuaderno de Bitácora del 2.º viaje a las Indias<br>–Escuela de Verano<br>"Descubriendo las aventuras de...las patatas"                                                                                   | Octubre 2007-junio 2008<br>Octubre 2008-junio 2009<br>Grupos Escolares: Martes a Viernes de 10:00h. a 12:00h.<br>Grupos abiertos: sábados de 11:00h. a 13:00h.<br><br>Domingos del 2 marzo al 4 mayo 2008 de 11:00h. a 13:00h.<br>Domingos del 22 febrero al 19 abril 2009 de 12:00h. a 14:00h.<br><br>Primer turno: 30 junio-11 julio 2008 de 8:00h. a 15:00h.<br>Segundo turno: 14 julio-24 julio 2008 de 8:00h. a 15:00h.                                                                                                                         | Para niños de 4 a 10 años.<br>Con reserva previa.<br><br>Para padres e hijos.<br><br>Para niños de 6 a 11 años.<br>Reserva previa. |
| <b>CURSOS SEMINARIOS</b>                                                   | –Curso de Iniciación a la lengua Náhuatl.<br>–Curso de Grado medio de lengua Náhuatl<br>–Iconografía religiosa y civil azteca<br>–Maderas y fibras vegetales arqueológicas: principios y técnicas para su identificación y conservación<br>–Cursos de Cata de Vinos Americanos<br>–Seminario de Documentación Hispanoamericana en Archivos y Bibliotecas Madrileñas<br>–Curso de Iniciación a la lengua Náhuatl | –Miércoles del 6 febrero al 28 mayo 2008. 17:30h. a 19:00h.<br>–Miércoles del 6 febrero al 28 mayo 2008. 16:00h. a 17:30h.<br>–Miércoles del 5 marzo al 28 mayo 2008. 19:00h. a 21:00h.<br>–13 a 17 octubre 2008. 16:00h. a 20:00h.<br>Jueves 2, 9, 16, 23, 30 octubre; 6, 13, 20, 27 noviembre; 4, 11, 18 diciembre 2008. 17:00h. a 19:00h.<br>–19 noviembre 2008. 16:00h.<br>–Miércoles del 11 marzo al 27 mayo 2009. 17:00h. a 19:00h.                                                                                                            | Inscripción previa para todos.                                                                                                     |
| <b>CONGRESOS CONFERENCIAS</b>                                              | –Conferencias 2008<br>–Conferencias 2009<br>–Ciclo de Biografías Americanas<br>–VI Simposio Internacional de la Asociación Española de Americanistas.<br>–Jornada del Ciclo Acimus 2008 (coloquio y concierto)                                                                                                                                                                                                  | –Sábados 5, 12, 19 y 26 abril; 3, 10, 17, 24, 31 mayo; 7, 14, 21, 28 junio; 5, 12, 19, 26 julio; 2, 9, 16, 23, 30 agosto; 6, 13, 20, 27 septiembre; 4, 11, 18, 25 octubre; 1, 8, 15, 22, 29 noviembre; 6, 13, 20, 27 diciembre. 12:00h.<br>–Sábados 3, 10, 17, 24, 31 enero; 7, 14, 21, 28 febrero; 7, 14, 21, 28 marzo. 12:00h.<br>–Jueves 3 y 17 abril; 8 y 29 mayo; 12 y 26 junio; 16 y 30 octubre; 13 y 27 noviembre; 11 diciembre. 2008. 19:15h.<br>–11, 12 y 13 septiembre 2008. 9:00h. a 19:00h.<br>–Jueves 6 noviembre 2008. 17:00h.-21:00h. | Acceso gratuito. Aforo limitado.<br><br>Acceso gratuito. Aforo limitado.                                                           |
| <b>TEATRO INFANTIL</b>                                                     | –Saca corcho de letras.<br>–La tortugueta Juani.<br>–Jazz en la Escuela<br>–Borrón y cuenta nueva<br>–Teatrruras<br>–La flauta mágica<br>–Piratas<br>–El Popol Vuh                                                                                                                                                                                                                                              | –6, 13 y 20 de abril 2008. 12:00h.<br>–27 de abril, 11 de mayo 2008. 12:00h.<br>–9 y 16 noviembre 2008. 12:00h.<br>–23 y 30 noviembre 2008. 12:00h.<br>–8, 15 y 22 marzo 2009. 12:00h.<br>–29 marzo, 5 y 19 abril 2009. 12:00 h.<br>–12 abril 2009. 12:00h.<br>–26 abril 2009. 12:00h.                                                                                                                                                                                                                                                               | Acceso gratuito. Aforo limitado.                                                                                                   |

---

**Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo de América (y II)**


---

| ACTIVIDAD         | NOMBRE                                                                                                                                                                                                 | FECHAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | MAS INFORMACIÓN                  |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>DANZA</b>      | –Músicas y danzas populares Americanas.                                                                                                                                                                | –8, 15, 22 y 29 de junio 2008. 2 noviembre 2008. 12:00h.                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                  |
| <b>CONCIERTOS</b> | –Ciclo de conciertos de música americana 2008<br>–Ciclo de nuevas propuestas<br>–Domingos de verano<br>–Ciclo de Jazz<br>–Concierto de Mariella Köhn<br>–Ciclo de Corales<br>–Ciclo de conciertos 2009 | –14 septiembre 2008. 12:00h.<br>–17, 18, 25 mayo, 1 junio 2008. 12:00h.<br>–6, 13, 20 y 27 julio, 3 y 10 agosto 2008. 12:00h.<br>–21 y 28 septiembre, 5, 19 y 26 octubre 2008. 12:00h.<br>–12 octubre 2008, 12:00h.<br>–7, 14, 21 y 28 diciembre 2008. 12:00h.<br>–Domingos 4, 11, 18, 25 enero; 1, 8, 15, 22 febrero; 1 marzo. 12:00h. | Acceso gratuito. Aforo limitado. |
| <b>OTROS</b>      | –Tertulias Iberoamericanas en el Museo de América<br>–Clases de bailes latinos                                                                                                                         | –Jueves 2008: 10 y 24 abril; 22 mayo; 5 y 19 junio; 9 y 23 octubre; 6 y 20 noviembre; 4 diciembre 19:15h.<br>–Jueves 2009: 29 enero; 12 y 26 febrero; 12 y 26 marzo. 19:15h.<br>–Jueves de abril, mayo y junio 2008 de 18:00h. a 19:00h.                                                                                                |                                  |

---

### Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo Arqueológico

| ACTIVIDAD               | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | FECHAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | MAS INFORMACIÓN                              |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| EXPOSICIONES TEMPORALES | –Tesoros del Museo Arqueológico Nacional                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | –2008/2009                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | –Entrada gratuita                            |
| PIEZA DEL MES           | –Tesoro a tesoro:<br>· Estela egipcia pintada/Crátera griega con escenas mitológicas<br>· Bifaz paleolítico de San Isidro/ Ídolo calcolítico oculado<br>· Estela de la Edad del Bronce grabada/ Sacerdote fenicio de Cádiz<br>· Monumento funerario de Pozo Moro/Dama de Galera<br>· Toros de Costix/Dama de Ibiza<br>· Dama de Elche/Vaso ibérico de los guerreros (Archena) | –Octubre 2008, domingos, 11:00h. y 12:30h./11:45h. y 13:15h.<br>–Noviembre 2008, domingos 11:00h. y 12:30h./11:45h. y 13:15h.<br>–Diciembre 2008, domingos 11:00h. y 12:30h./ 11:45h. y 13:15h.<br>–Enero 2009, domingos 11:00h. y 12:30h./11:45h. y 13:15h.<br>–Febrero 2009, domingos 11:00h. y 12:30h./11:45h. y 13:15h.<br>–Marzo 2009, domingos 11:00h. y 12:30h./11:45h. y 13:15h. | –Adaptación de lo que fuera La pieza del mes |
| TALLERES ESCOLARES      | –Historia de los objetos. Visita-taller                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | –A partir de febrero 2009, martes y jueves, de 10:30h. a 12:00h.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                              |
| TEATRO                  | –La historia contada por sus protagonistas:<br>· Areva, una mujer de Numancia<br>· Cayo, arquitecto de Calagurris                                                                                                                                                                                                                                                             | –12 y 26 de octubre 2008; 9 y 23 de noviembre 2008; 14 de diciembre 2008; 12:30h. y 13:15h<br>11 y 25 de enero 2009; 8 y 22 de febrero 2009; 8 y 22 de marzo 2009 de 12:00h. a 13:00h.                                                                                                                                                                                                   | –Monólogos teatralizados. Asistencia libre   |
| CONCIERTOS              | –Conciertos de órgano de “puertas abiertas”<br>–Concierto extraordinario de Navidad                                                                                                                                                                                                                                                                                           | –19 de octubre 2008; 2 y 16 de noviembre 2008; 7 de diciembre 2008 Hora: 12:00h. a 13:00h.<br>18 de enero 2009; 1 y 15 de febrero 2009 y 1, 15 y 29 de marzo 2009. Hora: 12:00h.<br>–21 de diciembre 2008. Hora: 12:00h. a 13:00h.                                                                                                                                                       |                                              |
| OTROS                   | –Mesa redonda: Viejos yacimientos y nuevas interpretaciones.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | –10 y 11 de diciembre 2008. Hora: 9,30h.-14h. y 16,30h.-20:00h.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | –Entrada gratuita. Aforo limitado            |

### Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo Casa de Cervantes

| ACTIVIDAD                       | NOMBRE                   | FECHAS                                     |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|
| TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES | Mañanas de la Biblioteca | Todos los domingos a partir de las 12:00h. |

## Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo de Antropología

| ACTIVIDAD                       | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                      | FECHAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | MAS INFORMACIÓN                                                                                                                                      |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| EXPOSICIONES TEMPORALES         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indígenas aislados</li> <li>Madrasas africanas-Fotografías de Luis López "Gabú"</li> <li>La ruta prometida</li> </ul>                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>21 mayo-4 junio 2008</li> <li>31 octubre 2008-15 de marzo 2009</li> <li>1 abril-3 de mayo 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                      |
| VISITAS GUIADAS                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas guiadas a la exposición temporal "Madrasas africanas"</li> <li>Recorrido temático: "Sabores y saberes"</li> </ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sábados del mes de noviembre de 2008 y de enero, febrero y marzo (hasta el 15) de 2009</li> <li>Sábados 21 y 28 de marzo 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                      |
| ITINERARIOS GUIADOS             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas guiadas por voluntarios culturales.</li> </ul>                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                      |
| CUENTA CUENTOS                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cuentos escondidos</li> </ul>                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Domingo 16 de noviembre 2008. 12:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                      |
| TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES | <ul style="list-style-type: none"> <li>La isla del tesoro</li> <li>Los secretos del arte plumario</li> <li>El color de la cultura indígena</li> <li>Jugando por el mundo</li> <li>Pequeño y gran viaje</li> <li>Caligrafía Árabe</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>6 y 20 de abril 2008. 12:00h.</li> <li>Domingos 13 y 27 de abril, 25 de mayo y 8 de junio de 2008. 12:00h.</li> <li>Domingos 18 de mayo y 15 y 29 de junio de 2008. 12:00h.</li> <li>Sábados 18 y 25 de octubre y 13 de diciembre 2008. 17:00h./29 de marzo y 26 de abril de 2009. 12:00h.</li> <li>20, 21, 26, 27 y 28 de diciembre 2008. 10:00h.</li> <li>Domingo 12, 19 y 26 de octubre, 2, 9, 23 y 30 noviembre y 7 y 14 de diciembre 2008. 12:00h.</li> <li>Domingos 11, 18 y 25 enero, 1, 8, 15 y 22 febrero y 1 marzo 2009. 12:00h.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Infantil</li> <li>Infantil</li> <li>Infantil</li> <li>Infantil</li> <li>Infantil</li> <li>Familiar</li> </ul> |
| TALLERES ADULTOS                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Taller de relato iberoamericano</li> </ul>                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jueves 8 y 13 mayo 2008. 18:30h.-20:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                      |
| TALLERES ESCOLARES              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Infantil: los animales te cuentan.</li> <li>Primaria: rompiendo fronteras, todos iguales, todos diferentes.</li> <li>Secundaria: Hábitats.</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Martes-viernes octubre a junio.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                      |
| CURSOS                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Palestina contra el imperio Egipcio. Claves del conflicto más antiguo de la historia</li> </ul>                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>31 marzo-4 abril 2008. 18:00h. a 20:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                      |
| CONGRESOS CONFERENCIAS          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencias compartidas. Encuentros con nuestro voluntariado cultural: Luces y sombras de la cultura jibara.</li> </ul>                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>12 de febrero 2009. 19:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                      |
| APERTURA NOCTURNA               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Veranos del museo.</li> </ul>                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jueves de julio y agosto hasta las 23:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                      |
| CINE                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cine fórum. La Educación en África: "Conocimiento para la vida" y "Binta y la gran idea"</li> </ul>                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jueves 26 de febrero 2009. 18:30h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                      |
| CONCIERTOS                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Noches de verano</li> <li>Justin Tchatoua y Simao (presentación del sello Música de Autores del Mundo)</li> <li>Concierto de navidad: Álvaro Llerena y tambores de Unché</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jueves de julio 2008. 20:30h.</li> <li>23 de septiembre 2008. 20:30h.</li> <li>18 de diciembre 2008. 20:30h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                      |
| OTROS                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Carnaval de Barranquilla</li> </ul>                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>21 de febrero 2009. 20:30h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                      |

## Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo del Traje

| ACTIVIDAD                           | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | FECHAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | MAS INFORMACIÓN                                                                                                                 |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| EXPOSICIONES TEMPORALES             | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Entramados. Pintura y traje</li> <li>–Ouka Lee. Inédita</li> <li>–CalzArte</li> <li>–20 iconos del siglo xx</li> <li>–Yves Saint Laurent</li> <li>–Edward Steichen, fotografía de moda (Los años de Condé Nast, 1923-1937)</li> <li>–Fibras 08. Arte textil contemporáneo</li> <li>–Pequeños mundos</li> <li>–Elio Bernhayer, 50 años de moda española</li> <li>–Vogue. Rocks</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Hasta 20 abril 2008</li> <li>–9 de abril, 8 de junio 2008</li> <li>–23 de abril, 1 de junio 2008</li> <li>–13 de junio, 31 de agosto 2008</li> <li>–16 de junio, 20 de julio 2008</li> <li>–26 de junio, 21 de septiembre 2008</li> <li>–12 de septiembre, 2 de noviembre 2008</li> <li>–17 de diciembre 2008, 1 de marzo 2009</li> <li>–4 de diciembre 2008, 19 de abril 2009</li> <li>–3 de diciembre 2008, 1 de febrero 2009</li> </ul> |                                                                                                                                 |
| MODELO DEL MES                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Jubón y basquiña (traje de maja)</li> <li>–Fotografía de Ouka Lele</li> <li>–Joyas: luto y adorno</li> <li>–Corsé (1900-1905)</li> <li>–Dama oferente del Cerro de los Santos</li> <li>–Traje de Elio Bernhayer</li> <li>–Vestido hecho a la inglesa, s.XVIII</li> <li>–Traje maragato</li> <li>–Tutú de ballet</li> <li>–Joyería de amas de cría</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Abril 2008</li> <li>–Mayo 2008</li> <li>–Junio 2008</li> <li>–Septiembre 2008</li> <li>–Octubre 2008</li> <li>–Noviembre 2008</li> <li>–Diciembre 2008</li> <li>–Enero 2009</li> <li>–Febrero 2009</li> <li>–Marzo 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                 |
| VISITAS GUIADAS                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Visita general</li> <li>–Fortuny. El mago de los tejidos</li> <li>–Traje regional. Memoria del pasado</li> <li>–Tejiendo palabras: la indumentaria a través de la Literatura</li> <li>–Tecnología textil: el primer paso para la moda</li> <li>–Mujer, moda y sociedad</li> <li>–Pasarela de creadores: el sistema de la moda desde la Alta Costura.</li> </ul>                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                 |
| TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES     | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Fines de semana en familia.</li> <li>–Verano en el museo.</li> <li>–Navidad en el museo: Tu casita de navidad</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Sábados y domingos: 20 de septiembre-15 de junio 2008 y 17 de enero-29 de marzo 2009</li> <li>–26, 27 y 28 de diciembre 2008</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                 |
| TALLERES ADULTOS                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Alpargatas</li> <li>–La chocolatería del Indio</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Miércoles de 12:00h. a 14:00h. 2008</li> <li>–Miércoles de 12:00h. a 16:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                 |
| TALLERES ESCOLARES                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Cuentos con mucha tela</li> <li>–Entretejidos</li> <li>–Puntadas con Hilo</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Jueves y viernes. 10:00h.</li> <li>–Martes y miércoles. 10:00h.</li> <li>–Martes y jueves. 12:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Educación Infantil</li> <li>–Educación Primaria</li> <li>–Eso y Bachillerato</li> </ul> |
| CURSOS                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>–El consumidor como centro de la Cadena de Valor de la Marca de Moda</li> <li>–Historia de la indumentaria</li> <li>–Estudio y documentación de textiles IV</li> <li>–Fotografía y moda</li> <li>–Moda y Comunicación: proceso de internacionalización de marcas de moda</li> </ul>                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>–9, 10, 10 y 16 de abril de 2008</li> <li>–16 de abril, 11 de junio 2008</li> <li>–Del 30 de septiembre al 9 de octubre 2008</li> <li>–Del 18 de noviembre al 5 de diciembre 2008</li> <li>–25-27 marzo 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                 |
| CONGRESOS/ CONFERENCIAS/ ENCUENTROS | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Conferencia Ouka Lee</li> <li>–Encuentros con...</li> <li>–Conferencia con motivo de la exposición temporal FIBRAS 2008</li> <li>–Ralph Lauren. Inmaculada Urrea</li> <li>–Paco Rabanne. Abraham de Amézaga</li> <li>–Vivienne Westwood. Mercedes Rodríguez</li> <li>–Christian Lacroix. Lola Gavarrón</li> <li>–Congreso internacional de moda CIM 2008</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>–21 de mayo 2008. 19:00h.</li> <li>–7 de junio, 5 de marzo, 12 de noviembre 2008 y 18 de marzo 2009</li> <li>–17 de septiembre 2008</li> <li>–2 de octubre 2008</li> <li>–9 de octubre 2008</li> <li>–16 de octubre 2008</li> <li>–30 de octubre 2008</li> <li>–22, 23 y 24 de octubre 2008</li> </ul>                                                                                                                                      |                                                                                                                                 |
| CINE                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Cortometrajes.</li> <li>–Proyecciones.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Jueves de septiembre a diciembre</li> <li>–Todos los miércoles de enero a marzo de 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                 |
| PRESENTACIONES Y DESFILES           | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Desfiles y presentación de los proyectos de fin de curso de las Escuelas de Diseño</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>–24, 26 y 27 de junio 2008</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                 |



---

**Actividades realizadas durante el periodo de estudios. Museo de Arte Romano**


---

| ACTIVIDAD                              | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | FECHAS                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EXPOSICIONES TEMPORALES</b>         | –Pompeya y Herculano, a la sombra del Vesubio<br>–Vía de la Plata. Una calzada y mil caminos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | –25 de enero a 27 de abril 2008<br>–21 de febrero al 13 de abril 2008                                                                                                                                   |
| <b>TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES</b> | –Música Maestro<br>–Loca academia de gladiadores. Verano infantil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | –26 de abril 2008<br>–15 de julio 8 de agosto 2008                                                                                                                                                      |
| <b>TALLERES ESCOLARES</b>              | –Campaña Educativa para escolares: Un día en el anfiteatro<br>–Semana de la ciencia: El Museo Nacional de Arte Romano abre sus puertas a la ciencia.<br>–Campaña Educativa: Entra en casa de un romano<br>–Ritos y creencias                                                                                                                                                                                                                                                   | –14 de octubre-15 de noviembre 2008<br>–Del 10 al 23 de noviembre 2008<br>–Del 1 al 27 de abril 2008<br>–5 de febrero 2009                                                                              |
| <b>CURSOS/SEMINARIOS</b>               | –Vivir en Roma. Curso de verano<br>–Seminario: ISIS de Egipto a Hispania                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | –13 y 14 de febrero 2009                                                                                                                                                                                |
| <b>CONGRESOS CONFERENCIAS</b>          | –Coloquio Internacional Pompeya y Herculano: ciudades bajo el Vesubio<br>–Circus: el circo romano y su proyección<br>–Aspectos de la red viaria hispano-romana. Simposio internacional<br>–Coloquio.Curar y sanar en el mundo antiguo<br>–Seminario: Aspectos científicos y arqueológicos del vidrio en la antigüedad<br><b>CONFERENCIAS</b><br>–Ser mujer en Roma<br>–Conferencia sobre la figura de D. Maximiliano Macías<br>–Ocio en el Mundo Antiguo<br>–Ser mujer en Roma | –17 y 18 de abril 2008<br>–29 de mayo 2008<br>–13 y 14 de noviembre 2008<br>–6 de marzo 2008<br>–26 de marzo 2009<br>–6 de marzo 2008<br>–7 de octubre 2008<br>–26 de febrero 2009<br>–10 de marzo 2009 |
| <b>APERTURA NOCTURNA</b>               | –Los jueves del Museo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | –3, 10, 17, 24, 31 de julio y 7, 14, 21, 28 de agosto 2008                                                                                                                                              |
| <b>CONCIERTOS</b>                      | –Concierto noche de San Juan<br>–Concierto Coral a cargo del grupo Ad Libitum                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | –23 de junio 2008<br>–28 de enero 2009                                                                                                                                                                  |
| <b>PRESENTACIONES</b>                  | –Presentación del volumen de Monografías Emeritenses n.º 9, "Ciencia y Técnica en el Mundo antiguo"<br>–Presentación: Monografía N.º 34 de la colección Cuadernos Emeritenses: Orígenes del cristianismo en Lusitania<br>–Presentación: Studia Lusitana III. Entre tierra y mar- Zwischen Land und Meer Architektur y economía en el sur de Lusitania romana-Architektur Und Wirtschaftsweise im Süden der römischen Provinz Luistania.                                        | –5 de junio 2008<br>–23 de noviembre 2008<br>–4 de diciembre 2008                                                                                                                                       |
| <b>OTROS</b>                           | –Extrefrancia. Semana Cultural<br>–Jornadas Eulalienses para escolares                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | –23 y 24 de octubre 2008<br>–25 de noviembre 2008                                                                                                                                                       |

---

| Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo de Artes Decorativas |                                                                                                                                                                      |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ACTIVIDAD                                                                        | NOMBRE                                                                                                                                                               | FECHAS                                                                                           | MAS INFORMACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| EXPOSICIONES TEMPORALES                                                          | –Rietveld. Utopía y pragmatismo (Mes del Diseño Holandés)                                                                                                            |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Territorio interior. Descubriendo al diseñador Vicente Sánchez Pablos                                                                                               | –13 de marzo a 7 de mayo 2008                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Del Bello Urushi                                                                                                                                                    | –8 de febrero a 1 de junio 2008                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Exposición conmemorativa 15 aniversario de AFEDA (Encuadernación artística)                                                                                         | –12 de junio a 27 de julio 2008                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Sentando precedente. Roca, Rodríguez y Valdés (Bienal Diseño Iberoamericano)                                                                                        | –septiembre a noviembre 2008                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  |                                                                                                                                                                      | –3 de diciembre 2008 a 1 de marzo 2009                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| CONFERENCIAS                                                                     | –Construyendo una profesión. Pioneros del Diseño Gráfico en España                                                                                                   |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Rietveld y De Stijl. La construcción de un mito                                                                                                                     | –Miércoles 2 de abril de 2008. 19:00h.                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –La vida de la mujer en el mundo árabe                                                                                                                               | –Miércoles 7 de mayo de 2008. 19:00h.                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –La laca en Oriente y en Occidente a través de la historia. por M.ª Rosa y Anna Cervelló                                                                             | –Jueves 12 de marzo de 2009. 19:00h.                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –La artesanía reencontrada. La revalorización de lo artesanal con un enfoque social". Mesa redonda con motivo del desarrollo de la I Bienal Iberoamericana de Diseño | –18 de junio                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –"Diseño de producto". Mesa redonda con motivo de la inauguración de la exposición Sentando precedente                                                               | –28 de noviembre 2008, 19:00h.                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  |                                                                                                                                                                      | –2 diciembre de 2008                                                                             | –Por Emilio Gil<br>–Ida van Zijl (Centraal Museum de Utrecht)<br>–Por Magdalena Palma Macías                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| PIEZA DEL MES                                                                    | –Rietveld. Mueble de Vanguardia                                                                                                                                      |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Vicente Sánchez-Pablos. Territorio Interior                                                                                                                         | –Domingos 13, 20 y 27 de abril 2008, a las 13:00h.                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Juego de tocador neoclásico                                                                                                                                         | –Domingos 4, 11, 18 y 25 de mayo 2008 a las 13:00h.                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –La Real Fábrica de Cristales de La Granja                                                                                                                           | –Domingos 1, 15, 22 y 29 de junio de 2008 a las 13:00h.                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –José del Castillo: los cartones para tapices del MNAD                                                                                                               | –Domingos 5, 12, 19 y 26 de octubre 2008 a las 13:00h.                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Dibujos en el proceso de fabricación de Alcora                                                                                                                      | –Domingos 9, 16, 23 y 30 de noviembre 2008 a las 13:00h.                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Las techumbres de madera del museo                                                                                                                                  | –Domingos 7, 14, 21 y 28 de diciembre 2008 a las 13:00h.                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Guitarra-Lira: forma y sonido                                                                                                                                       | –Domingos 4, 11, 18 y 25 de enero de 2009 a las 13:00h.                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –La mujer y las artes decorativas en tiempos de Vanguardia                                                                                                           | –Domingos 1, 8, 15 y 22 de febrero 2009 a las 13:00h.                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  |                                                                                                                                                                      | –Domingos 8, 15, 22 y 29 de marzo 2009 a las 13:00h.                                             | –Por María Villalba Salvador. Dra en H. del Arte<br>–Por Amelia López. Licenciada H.ª Arte<br>–Por Javier Alonso Benito. Doctor H.ª Arte<br>–Por Lucía Aragón e Isabel Rodríguez Marco.<br>–Por Anna Reuter. Doctora en H.ª Arte<br>–Por Manuel Alonso. Licenciado H.ª Arte<br>–Por Cristina Villar. MNAD<br>Por Raúl Alonso. Licenciado H.ª Arte<br>–Por María Villalba Salvador |
| VISITAS GUIADAS                                                                  | –Visitas guiadas a la colección permanente. Por voluntarios culturales del MNAD                                                                                      | –Domingos a las 11:30h. para todos los públicos<br>–Martes, miércoles, jueves y viernes a grupos | –Sin reserva previa<br>–Previa reserva para grupos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ITINERARIOS GUIADOS                                                              | –Visita temática "Mirando las paredes"                                                                                                                               | –Jueves 17 de abril, 29 de mayo y 19 de junio de 2008 a las 18:30h.                              | –Público adulto.<br>Sin reserva previa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| CUENTACUENTOS                                                                    | –El espejo ilustrado                                                                                                                                                 | –Sábados 12, 26 de abril, 10, 24 de mayo, 7 y 21 de junio de 2008 a las 12:30h.                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Encantamiento oriental                                                                                                                                              | –Todos los días de diario de julio y 2 y 4 de septiembre de 2008 a las 12:30h.                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –La línea rota                                                                                                                                                       | –Sábados 20 septiembre, 8 y 22 de noviembre 2008 a las 12:30h.                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Traka, el gnomo que odia la Navidad                                                                                                                                 | –23, 26, 27 y 30 de diciembre 2008, 2 y 3 de enero de 2009 a las 11:30h.                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –El tapiz violeta                                                                                                                                                    | –Sábados 17, 31 enero, 14, 28 febrero, 14 y 28 de marzo de 2009, 12:30h.                         | Para niños entre 3 y 8 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES                                                  | –Color y cartón. Construcciones de Vanguardia (taller en familia)                                                                                                    | –Domingos 6, 13, 20 y 27 de abril y 4 de mayo a las 12:00h.                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Rey de armas por un día                                                                                                                                             | –Sábados 5, 19 de abril, 3, 17, 31 de mayo, 14 y 28 de junio de 2008.                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Los habitantes de una casa deshabitada                                                                                                                              | –Todos los días de diario de julio y 3, 5 y 6 de septiembre de 2008 a las 12:30h.                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Mil maneras de conseguir un tesoro                                                                                                                                  | –Sábado 27 septiembre, 1, 15 y 29 de noviembre 2008 a las 12:30h.                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Madera, papel y tijera                                                                                                                                              | –14, 21 y 28 de diciembre de 2008, domingos enero 2009 a las 12:00h.                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Recetas creativas para objetos útiles                                                                                                                               | –23, 26, 27, 30 diciembre de 2008 y 2, 3 enero 2009.                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Sopa de letras                                                                                                                                                      | –Sábados 10, 24 enero, 7, 21 febrero, 7 y 21 de marzo de 2009, 12:30h.                           | –Niños a partir de 6 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| CURSOS                                                                           | –Curso "Diseño y Artes Decorativas", organizado por la Asociación de Amigos del MNAD                                                                                 | –Martes 14, 22 y 28 de octubre 2008                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                  | –Curso "Diseñadores en el museo", organizado en colaboración con la AEPD                                                                                             | –11, 18 y 25 de noviembre de 2008                                                                | –Previa inscripción. Público especialista, estudiantes Artes, Arquitectura, Diseño...<br>–Previa inscripción. Público especialista, estudiantes Artes, Arquitectura, Diseño...                                                                                                                                                                                                    |
| CINE                                                                             | Ciclo "Casas encantadas. Interiores invadidos y transformados"                                                                                                       | Jueves 4 septiembre a las 18:00h. y 11, 18 y 25 de septiembre a las 20:00h.                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| CONCIERTOS                                                                       | Conciertos de Navidad                                                                                                                                                | 30 de diciembre 2008 y 2 de enero 2009, 20:00h.                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

---

**Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo Sefardí**

---

| ACTIVIDAD                       | NOMBRE                                                                                        | FECHAS                   |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES | -Festividad de Pesah (Pascua)                                                                 | -21-24 de abril 2008     |
|                                 | -Festividad de las Cabañuelas o Sukot                                                         | -14-22 de octubre 2008   |
|                                 | -Fiesta de las Luces o Hanukah                                                                | -11-18 de diciembre 2008 |
|                                 | -Fiesta de las Surtes o Purim                                                                 | -10-13 de febrero 2009   |
|                                 | -Tu Bishbat o Fiesta de Primavera                                                             | -24-27 febrero 2009      |
| OTROS                           | -Día oficial de la memoria del holocausto y la prevención de los crímenes contra la humanidad | -27 de enero 2008        |

---

| Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo Sorolla |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                      |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| ACTIVIDAD                                                           | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                                    | FECHAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | MAS INFORMACIÓN                      |
| PIEZA DEL TRIMESTRE                                                 | –Tipos de Lagartera                                                                                                                                                                                                                                                                       | –Febrero, abril 2009                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                      |
| VISITAS GUIADAS                                                     | –Visitas guiadas por voluntarios culturales.                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Para colegios, centros culturales... |
| TALLERES INFANTILES/<br>FAMILIARES                                  | –Fotografía de familia en la casa de Sorolla<br>–Al Aire libre<br>–El álbum de fotos de Joaquín Sorolla<br>–La casa del pintor<br>–Sorolla y el mar<br>–Los viajes de Joaquín Sorolla<br>–Objetos curiosos<br>–Campos de color<br>–Detrás del disfraz<br>–Pintor Sorolla<br>–Mi marioneta | –Domingos : 18 de febrero, 4, 11 y 18 de marzo, 1, 15, 22 de abril, 6, 13 y 20 de mayo de 2008<br>–14 de septiembre 2008<br>–21 de septiembre 2008<br>–28 de septiembre 2008<br>–5 de octubre 2008<br>–12 de octubre 2008<br>–19 de octubre 2008<br>–20 de enero 2009<br>–27 de enero y 3 de febrero 2009<br>–10 y 17 de febrero 2009<br>–Del 21 de febrero al 16 de marzo 2009 |                                      |
| CONCIERTOS                                                          | –Ciclo: La magia del Arpa: un paseo musical a través de cinco siglos de literatura artística.<br>–Concierto de Reyes                                                                                                                                                                      | –11, 18 y 25 de mayo 2008<br>–3 de enero 2009                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                      |

| Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo de Altamira |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                               |                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ACTIVIDAD                                                               | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | FECHAS                                                                                                                                                                                        | MAS INFORMACIÓN                                                                                    |
| <b>EXPOSICIONES TEMPORALES</b>                                          | –Homenaje del Museo de Altamira a Jesús Otero.<br>–Esperando el diluvio: Ambrona y Torralba hace 400.000 años; Cantabria hace 200.000 años.                                                                                                                                                                                                | Julio 2008-febrero 2009<br>Julio 2008-abril 2009                                                                                                                                              |                                                                                                    |
| <b>VISITAS GUIADAS</b>                                                  | Visitas guiadas a la Neocueva                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Todos los días, en horario de mañana y de tarde.                                                                                                                                              | El número de visitas guiadas varía cada día en función de la disponibilidad de personal.           |
| <b>TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES</b>                                  | –Mano a mano (para mayores de 8 años): 11:00h.<br>–Siguiendo el rastro... con los ojos muy abiertos: 12:15h. y 13:30h. (para mayores de 5 años)                                                                                                                                                                                            | Del 15 de julio al 5 de septiembre<br>De martes a viernes<br>Grupos: Máx. 20 personas por grupo.<br>Duración: 1h.                                                                             | Gestionados por la Asociación de Amigos del Museo de Altamira<br>Precio de entrada: 2€ por persona |
| <b>ACTIVIDADES PARA FAMILIAS</b>                                        | Teatro para niños. Entre líneas, por Ñ Teatro.<br><br>Museoteca<br>Espacio para familias con actividades autoguiadas sobre el tema de la mujer en la Prehistoria y en el Arte.                                                                                                                                                             | Sábados 9 y 16 de agosto de 2008<br>Sesiones: 11:30h., 13:00h. y 17:00h.<br>Marzo de 2009                                                                                                     | Organizado por la Asociación de Amigos del Museo<br>Entrada gratuita                               |
| <b>TALLERES para todos los públicos</b>                                 | –En torno al hogar: el fuego<br>–Cazadores de ciervos<br>–Graffiti de las cavernas                                                                                                                                                                                                                                                         | Sábados y primer y tercer domingo de cada mes<br>Duración 45 minutos<br>Sesiones: 10h., 11h., 12:15h., 13:15h.<br>Grupos de 25 personas máximo                                                | Gestionados por la Asociación de Amigos del Museo de Altamira<br>Precio de entrada: 2€ por persona |
| <b>TALLERES ESCOLARES: Infantil y Primaria</b>                          | –Pon cara de mamut. E. Infantil<br>–La moda en el Paleolítico. E. Primaria, primer ciclo<br>–El primer artista. E. Primaria, segundo ciclo.<br>–Rico, rico. E. Primaria, cuarto curso.<br>–Altamira a mano. E. Primaria, tercer ciclo.<br>–¿Un diente? Una joya paleolítica                                                                | De martes a viernes<br>Duración: 1 hora<br>Sesiones: 10:30h., 11:45h., 13:00h.<br>Grupos de 25 personas máximo                                                                                | Gestionados por la Asociación de Amigos del Museo de Altamira<br>Precio de entrada: 2€ por persona |
| <b>TALLERES ESCOLARES: Secundaria y adultos</b>                         | –Una piedra muy útil: tallar el sílex<br>–En torno al hogar: el fuego<br>–Cazadores de ciervos<br>–Graffiti de las cavernas<br>–La caja de herramientas                                                                                                                                                                                    | Talleres de tecnologías prehistóricas<br>De martes a sábado. Primer y tercer domingo de mes.<br>Duración 45 minutos<br>Sesiones: 10h., 11h., 12:15h., 13:15h.<br>Grupos de 25 personas máximo | Gestionados por la Asociación de Amigos del Museo de Altamira<br>Precio de entrada: 2€ por persona |
| <b>ITINERARIOS DIDÁCTICOS PARA ESCOLARES</b>                            | –Destino Altamira. E. Infantil<br>–Altamira, un lugar del Paleolítico. E. Primaria.<br>–Un regalo desde las aguas. E. Primaria<br>–Los tiempos de Altamira. E.S.O.<br>–Dime qué te llevas a la tumba... E.P.A.                                                                                                                             | Propuestas de visitas a la exposición                                                                                                                                                         |                                                                                                    |
| <b>CURSOS</b>                                                           | –Aprender en los museos. El lenguaje del arte.<br>Curso para profesores, incluido en la programación del CIEFP de Santander.                                                                                                                                                                                                               | Del 6 al 27 de mayo de 2008.                                                                                                                                                                  |                                                                                                    |
| <b>APERTURA NOCTURNA</b>                                                | Noches de verano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Martes y viernes de julio y agosto de 2008<br>Horario: 20h. a 22h.<br>Viernes 15 de agosto: de 15h. a 17h.                                                                                    | Entrada gratuita                                                                                   |
| <b>CONCIERTOS</b>                                                       | –VII Aniversario del Museo de Altamira. El grupo de acordeonistas Piccolo Rag actuó para celebrar el séptimo aniversario del Museo<br>–Paisaje sonoro de Altamira: Itinerario musical de percusión recorrió el Museo de Altamira, a cargo de Víctor Manuel Aja, Guillermo Odriozola y Jorge Pérez complementado con un taller de percusión | Jueves 17 de julio de 2008<br><br>Sábados 26 de julio y 2 de agosto                                                                                                                           | Entrada gratuita                                                                                   |
| <b>OTROS</b>                                                            | DIM: PREHISTORIATLON:<br>Una serie de juegos concebidos para promover y fomentar la participación en equipo, y experimentar algunas de las tareas cotidianas de los habitantes de la cueva de Altamira                                                                                                                                     | Domingo 18 de mayo de 2008<br>De 11:00h. a 14:00h.<br>Participación gratuita                                                                                                                  | Entrada gratuita                                                                                   |

| Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo Colegio de San Gregorio |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ACTIVIDAD                                                                           | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                            | FECHAS                                                                                                                                                                                              |
| EXPOSICIONES TEMPORALES                                                             | —La escala reducida                                                                                                                                                                                                                                                               | 17 julio a 2 septiembre de 2008                                                                                                                                                                     |
| ITINERARIOS GUIADOS                                                                 | Visita temática "Historias de Fábula"<br>Visita temática "Las Joyas de la Colección"<br>Visita Temática "Pecadoras y Virtuosas" (Día de la Mujer)                                                                                                                                 | 17 y 18 de mayo de 2008<br>Julio y agosto de 2008. Martes a viernes<br>7 y 8 de marzo de 2009                                                                                                       |
| TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES                                                     | Talleres infantiles de verano:<br>- En las nubes<br>- Pasarlos de miedo                                                                                                                                                                                                           | 9, 10, 16 y 17 de julio. 12, 13, 20 y 21 de agosto de 2008                                                                                                                                          |
| TALLERES ADULTOS                                                                    | 112 visitas taller para adultos dentro de los programas educativos:<br>- Para interpretar nuestro arte<br>- Para conocernos mejor                                                                                                                                                 | 1 de abril de 2008 a 31 de marzo de 2009                                                                                                                                                            |
| TALLERES ESCOLARES                                                                  | 316 talleres escolares dentro del programa educativo para alumnos del Educación Infantil y Primaria                                                                                                                                                                               | 1 de abril de 2008 a 31 de marzo de 2009                                                                                                                                                            |
| CURSOS                                                                              | "El Museo sala a sala". Seis sesiones.<br>"El Museo sala a sala". Cuatro sesiones<br>"El Museo sala a sala". Cuatro sesiones<br>"Museos, investigación e Historia del Arte". Cinco sesiones                                                                                       | 7 de abril a 12 de mayo de 2008. Lunes<br>29 de septiembre a 27 de octubre de 2008. Lunes<br>10 de noviembre a 1 de diciembre de 2008. Lunes<br>5 a 9 de mayo de 2008                               |
| CONGRESOS CONFERENCIAS                                                              | Ciclo: Escultura Barroca: entre Nápoles y España<br>Ciclo: Los museos: agentes de cambio social y desarrollo<br>Ciclo: La Música en Castilla y León<br>Conferencia: "Llorar de amor. La penitencia femenina en el siglo de Oro español". Palma Martínez Burgos.                   | 26 a 28 de marzo de 2008<br>14 a 16 de mayo de 2008<br>Domingos de los meses de julio y agosto 2008.<br>5 de marzo de 2009                                                                          |
| APERTURA NOCTURNA                                                                   | Noche de los museos<br>Noches de verano<br>Horario especial del Belén Napolitano                                                                                                                                                                                                  | 17 de mayo. De 21:00h. a 01:00h. del día 18.<br>Todos los jueves de los meses de julio y agosto de 2008 de 21:00h. a las 24:00h.<br>20 de diciembre de 2008 a 4 de enero de 2009. 18:30h. a 21:00h. |
| CINE                                                                                | "Sesión de Noche". Proyecciones en el muro exterior del Museo:<br>- "El Museo y su proyección social"<br>- "El Belén Napolitano del Museo"<br>- "Pecadoras y virtuosas"                                                                                                           | Días 14 a 18 de mayo de 2008. De 21:00h. a 24:00h.<br>Días 22 de diciembre de 2008 a 04 de enero de 2009. De 18:30h. a 22:00h.<br>Días 2 a 8 de marzo de 2009, 20:30h. a 24:00h.                    |
| CONCIERTOS                                                                          | Klezmatika Trio. "Música Judía del Este de Europa" (Concierto Noche de los Museos)<br>Cuarteto de Uruña. "La Música en las Órdenes de Caballeros Medievales" (Concierto Día de los Museos)<br>Conjunto de Música Antigua Ars Longa<br>Coral Schola Cantorum y Coral vallisoletana | 17 de mayo de 2008<br>18 de mayo de 2008<br>1 de julio de 2008<br>27 de julio de 2008                                                                                                               |



## Actividades realizadas durante el periodo de estudio. Museo de Cerámica

| ACTIVIDAD                              | NOMBRE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | FECHAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | MAS INFORMACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EXPOSICIONES TEMPORALES</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Joan Panisello. Obra 1975-2006</li> <li>–Simposio internacional de cerámica de Gmunden</li> <li>–Tradición transformada. Cerámica contemporánea de Corea</li> <li>–El abanico español. La colección del Marqués de Colomina</li> <li>–I Encuentros internacionales de Arte. Culla Contemporánea</li> <li>–Gerd Knäpper. Objetos</li> <li>–Cerámica rifeña. El barro femenino.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Del 1 de febrero al 13 de abril 2008</li> <li>–Del 12 de abril al 29 de junio 2008</li> <li>–Del 11 de junio al 31 de agosto 2008</li> <li>–Del 2 de octubre 2008 al 11 de enero 2009</li> <li>–Del 19 de noviembre de 2008 al 11 de enero de 2009</li> <li>–Del 30 de enero de 2009 al 26 de abril de 2009</li> <li>–Del 6 de febrero al 15 de abril de 2009</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>VISITAS GUIADAS</b>                 | –Visitas guiadas a la exposición permanente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | –A solicitud de los grupos (de septiembre a julio)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | –Visitas guiadas para grupos gratuitas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>TALLERES INFANTILES/ FAMILIARES</b> | –Taller de iniciación a la cerámica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | –Meses de octubre y noviembre de 2008                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | –Taller gratuito a solicitud de colegios y otros colectivos                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>TALLERES ESCOLARES</b>              | –Taller de cerámica "L'escuradeta"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | –Del 2 al 30 de mayo de 2008                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | –Taller gratuito a solicitud de colegios y otros colectivos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>CONGRESOS CONFERENCIAS</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Margarita Vaninni</li> <li>–Han, Hyang Lim, "Una visión de la cerámica. Imágenes de montañas"</li> <li>–Carmen Rodrigo Zarzosa, "Evolución del arte del abanico. Siglos XVIII-XIX"</li> </ul>                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>–23 de mayo de 2008</li> <li>–9 de junio de 2008, 19:30h.</li> <li>–19 de noviembre de 2008, 19:00h.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>–En colaboración con el Instituto Valenciano de Conservación y Restauración de Bienes Culturales</li> <li>–Actividad paralela a la exposición "Tradición transformada. Cerámica contemporánea de Corea"</li> <li>–Actividad paralela a la exposición "El abanico español. La colección del Marqués de Colomina"</li> </ul> |
| <b>CONCIERTOS</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Concierto: recital de arpa (Noche de los Museos)</li> <li>–"El Palacio en concierto VIII edición" (Día Internacional de los Museos)</li> <li>–Concierto del Día de la Música, Ensemble de violines Capilla de San Esteban</li> <li>–Concierto de Navidad, Coro Ars Nova</li> <li>–Concierto de piano a cargo de R. Roca</li> </ul>                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>–17 de mayo de 2008</li> <li>–18 de mayo de 2008</li> <li>–20 de junio de 2008</li> <li>–18 de diciembre de 2008</li> <li>–21 de enero de 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Actividad organizada por la Asociación de Amigos del Museo</li> <li>–Actividad organizada por la Asociación de Amigos del Museo</li> <li>–Concierto como actividad paralela a la exposición "El abanico español. La colección del Marqués de Colomina"</li> </ul>                                                         |
| <b>PRESENTACIONES</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>–Conmemoración Manuel Real Alarcón en el XX Aniversario de su muerte.</li> <li>–Presentación del libro "Cerámicas hispanorromanas" de Dario Bernal</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>–22 de octubre de 2008</li> <li>–11 de marzo de 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>OTROS</b>                           | –Celebración del Día del libro: promoción y venta de publicaciones del museo en el patio de la planta baja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | –29 de abril de 2008                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | –Actividad organizada por la Asociación de Amigos del Museo                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |



# Composición del público visitante de museos

El público general visitante de los museos estudiados en esta investigación tiene una composición diversa. En este capítulo se describe la composición general del público, relacionando distintas fuentes. Por una parte, se han tenido en cuenta las estadísticas de visitantes recogidas mediante conteo en la taquilla de entrada de cada museo. Por otra, se han realizado unas estimaciones basadas en algunas de las contestaciones a las preguntas del cuestionario utilizado.

63

Visitantes individuales y en grupo

Visitantes adultos y niños menores de 12 años

Composición general del público visitante de los museos del estudio

El visitante general y la forma de la visita en los museos del estudio.  
Síntesis de resultados

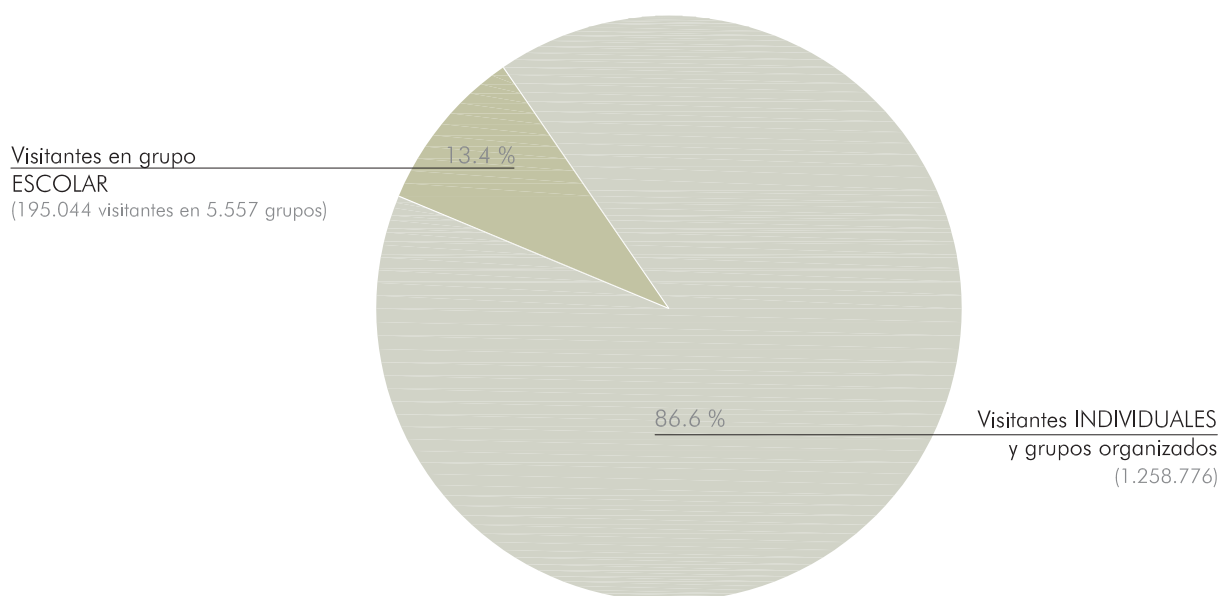
Tablas de resultados

## Visitantes individuales y en grupo

Según los datos obtenidos a través del control de taquillas durante el periodo estudiado, los museos incluidos en esta investigación tuvieron casi un millón y medio de visitantes

(1.453.820 visitas), de los cuales el 13,4% eran visitantes en grupo escolar, que realizaron la visita formando parte de 5.557 grupos de alumnos y profesores.

Porcentaje de visitantes individuales y visitantes en grupo escolar



Los resultados recogidos en este trabajo corresponden, en primer lugar, a los obtenidos a partir de las contestaciones de los visitantes individuales (el 86,6% de los visitantes totales de los museos). En segundo lugar, a los conseguidos a partir de las respuestas al cuestionario cumplimentado por los profesores o monitores de los grupos que visitaron el museo en visita

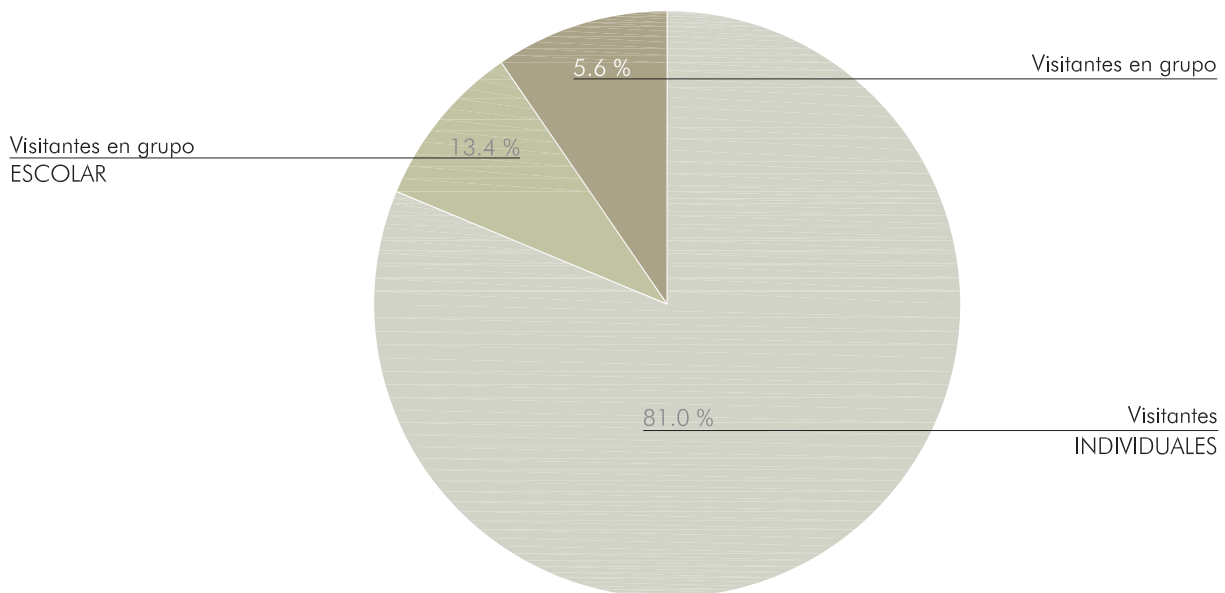
escolar o educativa y que representan al otro 13,4% del público<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> El análisis de estos datos será objeto de un informe posterior.

Según los datos obtenidos a través del cuestionario cumplimentado por el público individual, el 5,6% de los visitantes que acude a los museos del estudio en visita no escolar (86,6%)

lo hace igualmente en grupo organizado. Considerando este dato, la distribución de visitantes individuales y en grupo podría modificarse de la siguiente forma:

Porcentaje de visitantes individuales, visitantes en grupo escolar y visitantes en grupos organizados

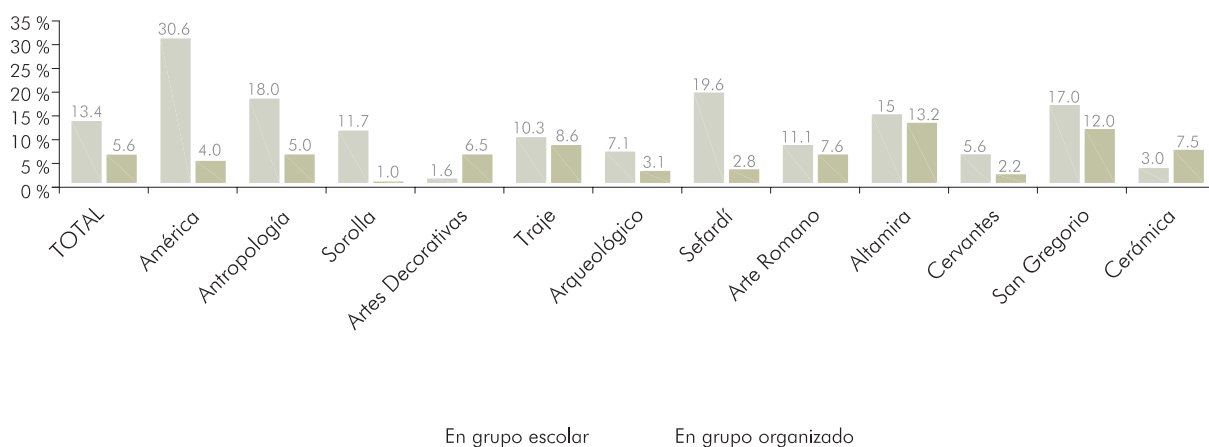


Debe tenerse en cuenta que estos porcentajes se distribuyen de forma muy diferente en cada uno de los museos de la investigación, variando desde el 30,6% de la visita en grupo escolar del Museo de América al 1,6% del Museo de Artes Decorativas, donde la asistencia

de grupos escolares es casi nula. Por esta razón, el peso de las características de estos visitantes en el perfil del público de cada uno de estos museos es muy distinto, lo que deberá considerarse a la hora de valorar los resultados.



Porcentaje de visitantes en grupo en cada uno de los museos estudiados



Los visitantes en grupo escolar son especialmente numerosos en el Museo de América, donde suponen un 30,6% de los visitantes totales. Le siguen el Museo Sefardí, el Museo de Antropología y el Colegio de San Gregorio, en los que este tipo de visitantes oscilan entre el 19,6 y el 17%. Los museos donde apenas existe

este tipo de visitantes son el Museo de Artes Decorativas, la Casa de Cervantes y el Museo de Cerámica.

Por otro lado, los grupos organizados (no escolares) alcanzan cierta importancia en el Museo de Altamira (13,2%) y en el Colegio de San Gregorio (12%).



## Visitantes adultos y niños menores de 12 años

Para describir en su totalidad al visitante de los museos del estudio es necesario estimar la representación estadística de los menores de 12 años, ya que éstos no se hallaban inicialmente incluidos en la muestra obtenida (recuérdese que el cuestionario para público individual se administró únicamente a mayores de 12 años). Por ello, se ha realizado una estimación basada en las contestaciones a la pregunta del cuestionario relativa a la compañía durante la visita, donde cada entrevistado reseñaba si venía con niños menores de esa edad y cuántos niños le acompañaban.

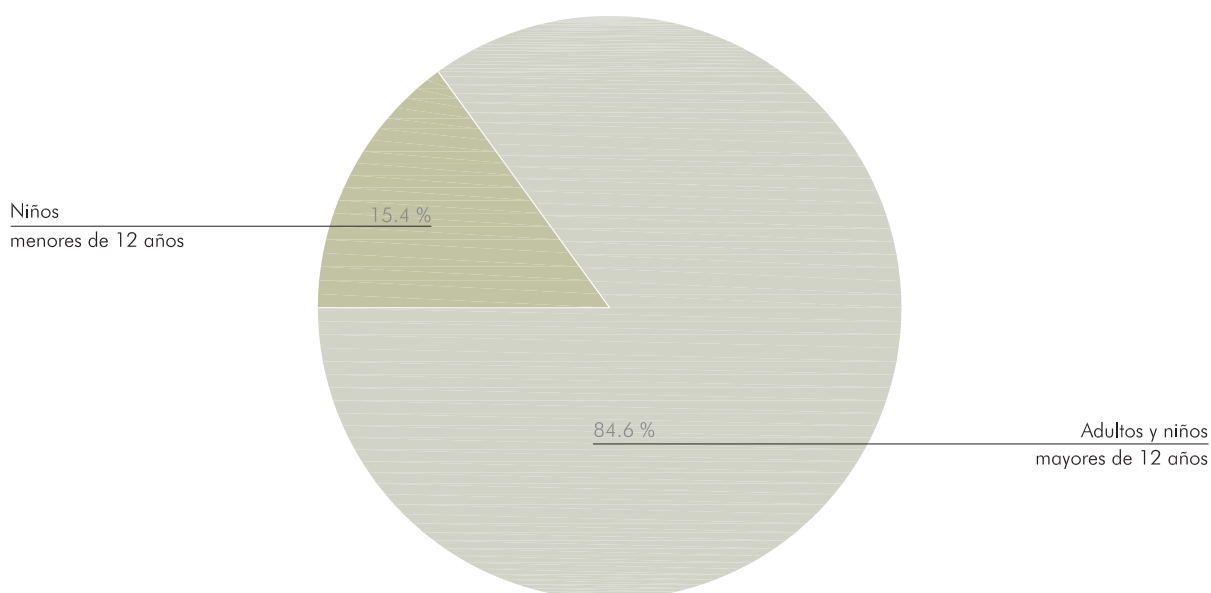
De esta forma, se comprobó que el 8,8% de los visitantes que realizó la visita de forma individual, es decir no formando parte de un grupo escolar, vino acompañado de menores de 12 años. Cada una de estas personas trajo un promedio de 1,5 niños, lo que supuso unos 1.153 en la muestra total de visitantes individuales.

Además, debemos tener en cuenta que, entre los que vinieron en grupo escolar, un 38,4% eran niños en etapas educativas de infantil y primaria, correspondientes a edades inferiores a 12 años en nuestro sistema educativo, lo que supuso, en la muestra recogida, 3668 niños.

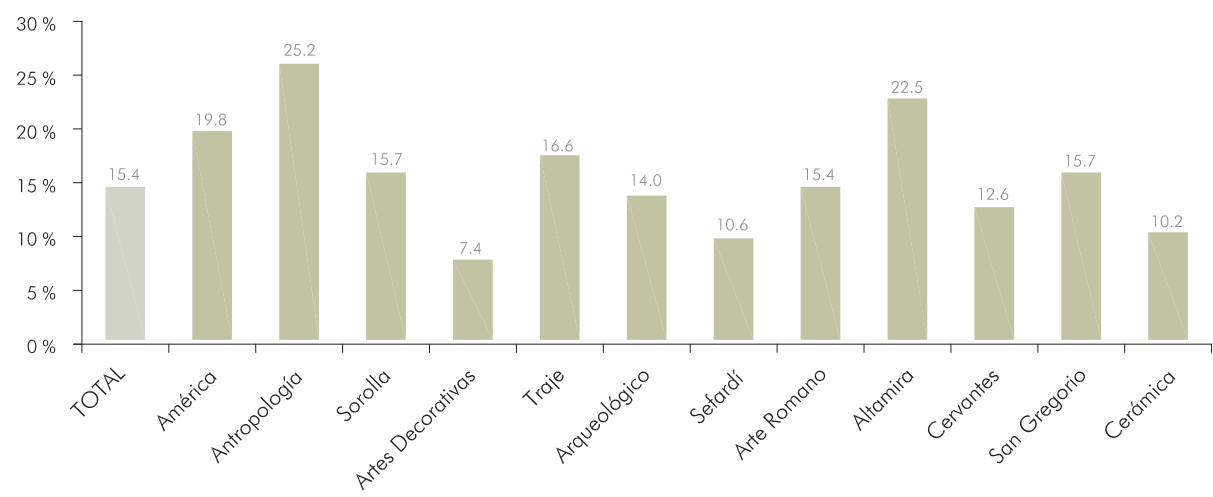
Realizando una proyección de los datos recogidos mediante muestreo a la población general de referencia, utilizando los datos obtenidos mediante conteo del número total de visitantes en todo el periodo del año en que se realizaron los muestreos, se extrae que los niños suponen el 15,4% de los visitantes totales.

El porcentaje de niños menores de 12 años llega a ser en algunos museos de hasta el 25,2%, como en el Museo de Antropología –el museo donde más niños van–. En el Museo de Altamira y en el Museo de América, también este porcentaje es alto (22,5% y 19,8%). Sin embargo, existen museos donde los niños no llegan al 10%, como es el caso del Museo de Artes Decorativas.

Porcentaje de niños y adultos entre los visitantes de museos del estudio



Porcentaje de niños menores de 12 años en cada uno de los museos de la investigación

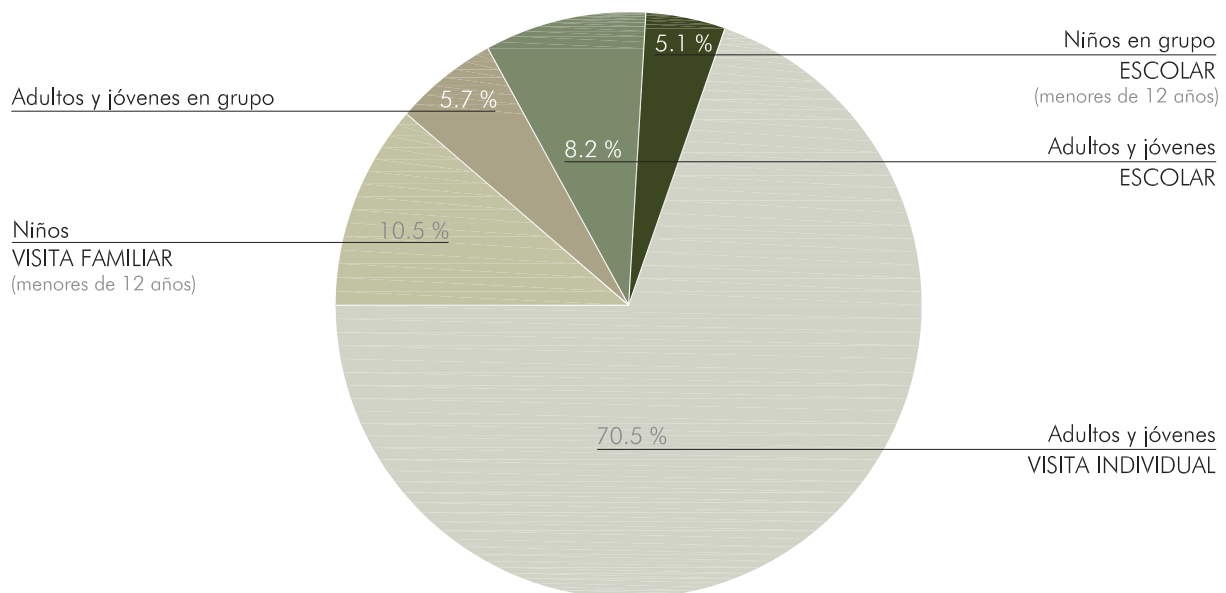


## Composición general del público visitante de los museos del estudio

Si combinamos las dos variables anteriores (edad de los visitantes y forma de la visita) obtendremos que el público visitante de los museos del estudio está compuesto por un 70,5% de visitantes mayores de 12 años y un 10,5% de niños menores de 12 años que realizan la visita de manera individual, es decir, sin formar parte de ningún

grupo organizado; un 5,1% de niños menores de 12 años y un 8,2% de adultos o niños mayores de 12 años que realizan la visita formando parte de un grupo escolar o educativo reglado. Por último, un 5,7% de los visitantes son adultos o mayores de 12 años que realizan la visita en grupo organizado.

Composición general del público visitante de los museos del estudio



Para la interpretación de este informe debe tenerse en cuenta que los resultados que a continuación se detallan describen las características, hábitos, motivaciones, opiniones y valoraciones del 76,2% de visitantes mayores de 12 años que realizan la visita de forma individual o en grupo no escolar.

Los museos que tienen una mayor proporción de visitante individual no infantil son el Museo de Artes Decorativas (85%), el Museo Sorolla, el Museo de Cerámica y la Casa de Cervantes, cerca del 80%; los que menos, el Museo de Altamira (57,9%), el Museo de América (56,9%), el Colegio de San Gregorio (66,4%) y el Museo de Antropología (67,1%). El resto de los museos oscilan entre el 71,5% del Museo del Traje y el 76,8% del Museo Arqueológico.

El Colegio de San Gregorio y el Museo de Altamira, destacan por el mayor porcentaje de visitantes en grupo no escolar (un 11,2% y un 10,6%), frente a la práctica inexistencia de los mismos en el Museo Sorolla o la Casa de Cervantes (del 0,9% al 1,9%).

Los grupos escolares infantiles (menores de 12 años) son muy importantes en el Museo de Antropología (14,3%), el Museo de América (10,7%) y en el Colegio de San Gregorio (10,1%),

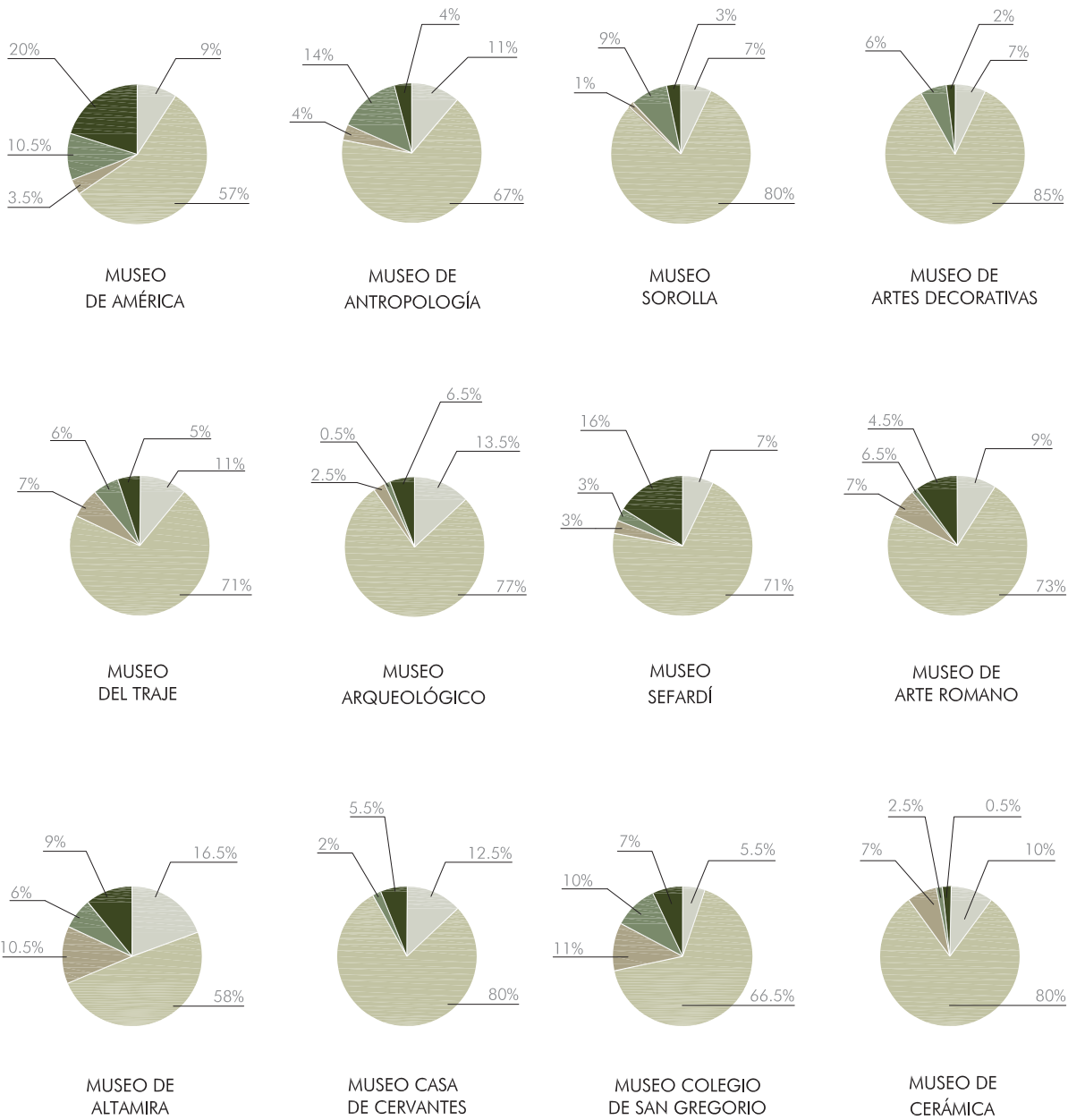
pero son inexistentes en el Museo Casa de Cervantes y el Museo de Artes Decorativas y apenas están representados en el Museo Arqueológico y el Museo de Cerámica, en todos ellos el porcentaje de estos tipos de grupos está en torno al 1%.

Los visitantes en grupos escolares de niveles superiores y educativos de adultos y jóvenes están mejor representados en el Museo de América (19,9%), el Museo Sefardí (16,3%) y el Museo de Altamira (9,1%) y escasamente en el Museo de Cerámica, el Museo de Artes Decorativas y el Museo Sorolla, donde apenas llegan al 3% de los visitantes totales.

Por último, tienen una mayor proporción de visitantes infantiles en visita no escolar, es decir acompañados de mayores, el Museo de Altamira (el 16,6%), el Museo Arqueológico (13,4%) y la Casa de Cervantes (el 12,6%). En el Colegio de San Gregorio, el Museo Sefardí, el Museo de Artes Decorativas y el Museo Sorolla, los niños apenas llegan al 7% de los visitantes totales.

Es importante considerar la diferente distribución de estos cinco tipos de visitantes en cada uno de los museos estudiados, para valorar la representatividad de los resultados obtenidos en cada uno de los museos incluidos en la investigación.

Público visitante de los museos del estudio



Niños en visita individual

Adultos y jóvenes en visita individual

Adultos y jóvenes en grupo no escolar

Niños en visita escolar

Adultos y jóvenes en grupo escolar

## El visitante general y la forma de la visita en los museos del estudio. Síntesis de resultados

En contra de la imagen establecida de considerar los museos como lugares donde predomina una visita de tipo escolar y/o infantil, los datos recogidos muestran el predominio de la visita individual en todos los museos investigados. El visitante que acude al museo por su cuenta de forma espontánea, sin formar parte de un grupo previo escolar, turístico o asociación de cualquier tipo constituye el grueso del público de los museos de titularidad estatal. Este tipo de visitantes, compuesto por adultos, jóvenes y niños, supone el 81% de los visitantes totales en el conjunto de los museos estudiados, pero puede llegar a la práctica totalidad de los mismos en algunos museos como el Museo de Artes Decorativas o la Casa de Cervantes, donde sobrepasa el 90%.

A pesar de este predominio de la visita individual, algunos museos tienen una presencia relativamente importante de visitantes en grupo. Este tipo de visitantes, que acuden con este fin al museo formando parte de un grupo previamente definido y organizado para realizar la visita, conforma el 19% restante y puede llegar casi al 30% de los visitantes totales en algunos museos como el Museo de Altamira (26%) o el Colegio de San Gregorio (28%), o incluso sobrepasan la tercera parte de los visitantes en el Museo de América.

Los visitantes que vienen a los museos en grupo escolar son niños, adolescentes y jóvenes que realizan la visita en función de sus necesidades de aprendizaje y acompañados de su profesor. Aunque en el conjunto general de visitantes, estos grupos están lejos de ser los más numerosos, al representar el 13,4% del total de todos los visitantes en los museos del estudio, en determinados museos alcanzan porcentajes bastante más altos, como en el Museo de América, donde suponen el 30% de sus visitantes, o en el Museo Sefardí y en el Museo de Antropología, en los que alcanzan porcentajes cercanos al 20%.

Interesa destacar que, del mencionado 13,4% de escolares que visitan museos sólo el 5,1% corresponde a niños menores de 12 años, mientras que un 10,5% de éstos lo hace acompañado de sus padres o tutores en visita individual. En este sentido, no deja de llamar la atención que, al menos hasta los 12 años, los niños vengan al museo más en visita individual que en visita escolar.

Los niños menores de 12 años, en cualquier caso, forman un numeroso grupo de visitantes en algunos museos, como en el Museo de Antropología (25%), el Museo de Altamira (22,5%) o el Museo de América (20%). Estos museos tienen, por tanto, un abundante público infantil en visita mayoritariamente escolar (Museo de Antropología y Museo de América) o individual (Museo de Altamira). Sin embargo, también hay museos donde los niños son minoritarios; éste es el caso del Museo de Artes Decorativas, donde apenas representan al 7,4% de sus visitantes totales o del Museo Sefardí que, aunque es visitado por numerosos grupos escolares, éstos son, sobre todo, de enseñanza secundaria y superior.

También es especialmente relevante que en algunos de los museos analizados, los niños supongan entre un 10 y un 15% de la visita individual, lo que permite suponer la importancia de la visita familiar en dichos museos. El Museo de Altamira, el Museo Arqueológico, la Casa de Cervantes y el Museo del Traje, son los ejemplos más representativos de este tipo de museos.



## Tablas de resultados

**Tabla 8**  
**Tipología de visitantes en los museos investigados desde abril de 2008 a marzo de 2009**

| Tipología de visitantes                       | n         | %    |
|-----------------------------------------------|-----------|------|
| Visitantes individuales y en grupo no escolar | 1.258.776 | 86,6 |
| Visitantes en grupo escolar                   | 195.044   | 13,4 |
| N.º de grupos escolares                       | 5.557     |      |
| Total                                         | 1.453.820 | 100  |

**Tabla 9**  
**Visitantes individuales y en grupo escolar de los museos investigados desde abril de 2008 a marzo de 2009**

|                   | Visitantes individuales<br>y en grupo organizado |      | Visitantes en<br>grupo escolar |      | Visitantes totales |     |
|-------------------|--------------------------------------------------|------|--------------------------------|------|--------------------|-----|
|                   | n                                                | %    | n                              | %    | n                  | %   |
| América           | 44.094                                           | 69,4 | 19.512                         | 30,6 | 63.606             | 100 |
| Antropología      | 35.694                                           | 82,0 | 7.798                          | 18,0 | 43.492             | 100 |
| Sorolla           | 95.797                                           | 88,3 | 12.724                         | 11,7 | 108.521            | 100 |
| Artes Decorativas | 23.230                                           | 98,4 | 383                            | 1,6  | 23.613             | 100 |
| Traje             | 107.417                                          | 89,7 | 12.375                         | 10,3 | 119.792            | 100 |
| Arqueológico      | 132.002                                          | 92,9 | 10.149                         | 7,1  | 142.151            | 100 |
| Sefardí           | 238.647                                          | 80,4 | 58.319                         | 19,6 | 296.966            | 100 |
| Arte Romano       | 171.185                                          | 88,9 | 21.177                         | 11,1 | 192.362            | 100 |
| Altamira          | 201.906                                          | 85,0 | 35.500                         | 15,0 | 237.406            | 100 |
| Casa Cervantes    | 15.467                                           | 94,4 | 932                            | 5,6  | 16.399             | 100 |
| San Gregorio      | 59.144                                           | 83,0 | 12.098                         | 17,0 | 71.242             | 100 |
| Cerámica          | 134.193                                          | 97,0 | 4.077                          | 3,0  | 138.270            | 100 |
| Total             | 1.258.776                                        | 86,6 | 195.044                        | 13,4 | 1.453.820          | 100 |

**Tabla 10**  
**Visitantes individuales y en grupo en cada uno de los museos de la investigación**

|                          | % visitantes en grupo<br>escolar | % visitantes en grupo<br>organizado | % visitantes<br>individuales |
|--------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|
| <b>América</b>           | 30,6                             | 4,0                                 | 65,4                         |
| <b>Antropología</b>      | 18,0                             | 5,0                                 | 77,0                         |
| <b>Sorolla</b>           | 11,7                             | 1,0                                 | 87,3                         |
| <b>Artes Decorativas</b> | 1,6                              | 6,5                                 | 91,9                         |
| <b>Traje</b>             | 10,3                             | 8,6                                 | 81,1                         |
| <b>Arqueológico</b>      | 7,1                              | 3,1                                 | 89,8                         |
| <b>Sefardí</b>           | 19,6                             | 2,8                                 | 77,6                         |
| <b>Arte Romano</b>       | 11,1                             | 7,6                                 | 81,3                         |
| <b>Altamira</b>          | 15,0                             | 13,2                                | 71,8                         |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 5,6                              | 2,2                                 | 92,2                         |
| <b>San Gregorio</b>      | 17,0                             | 12,0                                | 71,0                         |
| <b>Cerámica</b>          | 3,0                              | 7,5                                 | 89,5                         |
| <b>Total</b>             | 13,4                             | 5,6                                 | 81,0                         |

**Tabla 11**  
**Porcentaje de niños como visitantes individuales en cada uno de los museos de la investigación**

|                          | NIÑOS Visitantes individuales (muestra) |      |                        |                |     |     | NIÑOS Visitantes individuales (población) |      |                                  |
|--------------------------|-----------------------------------------|------|------------------------|----------------|-----|-----|-------------------------------------------|------|----------------------------------|
|                          | Visitantes individuales con niños       |      | Media de niños/persona | $\Sigma$ niños | Min | Max | Proyección en visitantes individuales     |      | Proyección en visitantes totales |
|                          | n                                       | %    |                        |                |     |     | n                                         | %    |                                  |
| <b>América</b>           | 31                                      | 9,3  | 1,6                    | 50             | 1   | 3   | 5.771                                     | 13,0 | 9,0                              |
| <b>Antropología</b>      | 25                                      | 9,6  | 1,5                    | 40             | 1   | 3   | 4.727                                     | 13,2 | 10,8                             |
| <b>Sorolla</b>           | 42                                      | 5,9  | 1,4                    | 60             | 1   | 4   | 7.494                                     | 7,8  | 6,9                              |
| <b>Artes Decorativas</b> | 7                                       | 4,8  | 1,7                    | 12             | 1   | 4   | 1.753                                     | 7,5  | 7,4                              |
| <b>Traje</b>             | 56                                      | 9,3  | 1,4                    | 83             | 1   | 3   | 13.034                                    | 12,1 | 10,8                             |
| <b>Arqueológico</b>      | 96                                      | 11,5 | 1,4                    | 141            | 1   | 4   | 19.089                                    | 14,4 | 13,4                             |
| <b>Sefardí</b>           | 120                                     | 7,1  | 1,4                    | 170            | 1   | 4   | 21.965                                    | 9,2  | 7,3                              |
| <b>Arte Romano</b>       | 90                                      | 7,9  | 1,4                    | 127            | 1   | 3   | 17.186                                    | 10,0 | 8,9                              |
| <b>Altamira</b>          | 188                                     | 13,2 | 1,8                    | 347            | 1   | 6   | 39.538                                    | 19,5 | 16,6                             |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 8                                       | 9,2  | 1,6                    | 14             | 1   | 4   | 2.082                                     | 13,4 | 12,6                             |
| <b>San Gregorio</b>      | 19                                      | 4,7  | 1,5                    | 29             | 1   | 4   | 3.979                                     | 6,7  | 5,5                              |
| <b>Cerámica</b>          | 55                                      | 7,8  | 1,4                    | 80             | 1   | 4   | 13.675                                    | 10,1 | 9,8                              |
| <b>Total</b>             | 736                                     | 8,8  | 1,5                    | 1153           | 1   | 6   | 153.195                                   | 12,1 | 10,5                             |

**Tabla 12**  
**Porcentaje de niños menores de 12 años en grupo escolar en cada uno de los museos de la investigación**

|                          | NIÑOS Visitantes en grupo escolar (muestra)                     |      | NIÑOS Visitantes en grupo escolar (población) |                                  |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------|----------------------------------|
|                          | Niños en grupo escolar menores de 12 años (Infantil + Primaria) |      | Proyección en visitantes en grupo escolar     | Proyección en visitantes totales |
|                          | n                                                               | %    | n                                             | %                                |
| <b>América</b>           | 462                                                             | 35,0 | 6.829                                         | 10,7                             |
| <b>Antropología</b>      | 282                                                             | 80,3 | 6.262                                         | 14,3                             |
| <b>Sorolla</b>           | 392                                                             | 75,3 | 9.581                                         | 8,8                              |
| <b>Artes Decorativas</b> | 0                                                               | 0    | 0                                             | 0                                |
| <b>Traje</b>             | 331                                                             | 56,0 | 6.930                                         | 5,7                              |
| <b>Arqueológico</b>      | 91                                                              | 8,5  | 862                                           | 0,6                              |
| <b>Sefardí</b>           | 459                                                             | 16,8 | 9.797                                         | 3,2                              |
| <b>Arte Romano</b>       | 667                                                             | 59,5 | 12.600                                        | 6,5                              |
| <b>Altamira</b>          | 640                                                             | 39,1 | 13.880                                        | 5,8                              |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 0                                                               | 0    | 0                                             | 0                                |
| <b>San Gregorio</b>      | 301                                                             | 59,7 | 7.222                                         | 10,1                             |
| <b>Cerámica</b>          | 43                                                              | 13,8 | 562                                           | 0,4                              |
| <b>Total</b>             | 3.668                                                           | 38,4 | 74.525                                        | 5,1                              |

**Tabla 13**  
**Porcentaje de visitantes menores de 12 años y mayores de 12 años en cada uno de los museos de la investigación**

|                          | Niños (<12) |      | Jóvenes y adultos |      | Visitantes totales |     |
|--------------------------|-------------|------|-------------------|------|--------------------|-----|
|                          | n           | %    | n                 | %    | n                  | %   |
| <b>América</b>           | 12.600      | 19,8 | 51.006            | 80,2 | 63.606             | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 10.989      | 25,2 | 32.503            | 74,8 | 43.492             | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 17.075      | 15,7 | 91.446            | 84,3 | 108.521            | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 1.753       | 7,4  | 21.860            | 92,6 | 23.613             | 100 |
| <b>Traje</b>             | 19.964      | 16,6 | 99.828            | 83,4 | 119.792            | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 19.951      | 14,0 | 122.200           | 86,0 | 142.151            | 100 |
| <b>Sefardí</b>           | 31.762      | 10,6 | 265.204           | 89,3 | 296.966            | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 29.786      | 15,4 | 162.576           | 84,6 | 192.362            | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 53.418      | 22,5 | 183.988           | 77,5 | 237.406            | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 2.082       | 12,6 | 14.317            | 87,4 | 16.399             | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 11.201      | 15,7 | 60.041            | 84,3 | 71.242             | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 14.237      | 10,2 | 124.033           | 89,8 | 138.270            | 100 |
| <b>Total</b>             | 224.818     | 15,4 | 1.229.002         | 84,6 | 1.453.820          | 100 |

77

**Tabla 14**  
**Porcentaje de visitas individuales y visitas en grupo en la población en cada uno de los museos de la investigación**

|                          | Visita individual          |      |                                        |      | Visita en grupo            |      |                         |      |                                    |      |
|--------------------------|----------------------------|------|----------------------------------------|------|----------------------------|------|-------------------------|------|------------------------------------|------|
|                          | Niños en visita individual |      | Adultos y jóvenes en visita individual |      | Adultos y jóvenes en grupo |      | Niños en visita escolar |      | Adultos y jóvenes en grupo escolar |      |
|                          | n                          | %    | n                                      | %    | n                          | %    | n                       | %    | n                                  | %    |
| <b>América</b>           | 5.771                      | 9,0  | 36.062                                 | 56,9 | 2261                       | 3,5  | 6.829                   | 10,7 | 12.683                             | 19,9 |
| <b>Antropología</b>      | 4.727                      | 10,8 | 29.078                                 | 67,1 | 1.889                      | 4,3  | 6.262                   | 14,3 | 1.527                              | 3,5  |
| <b>Sorolla</b>           | 7.494                      | 6,9  | 87.244                                 | 80,6 | 1.059                      | 0,9  | 9.581                   | 8,8  | 3.143                              | 2,8  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 1.753                      | 7,4  | 20.060                                 | 85,0 | 1.417                      | 6,0  | 0                       | 0,0  | 383                                | 1,6  |
| <b>Traje</b>             | 13.034                     | 10,8 | 85.323                                 | 71,5 | 9.060                      | 7,5  | 6.930                   | 5,7  | 5.445                              | 4,5  |
| <b>Arqueológico</b>      | 19.089                     | 13,4 | 109.074                                | 76,8 | 3.839                      | 2,7  | 862                     | 0,6  | 9.287                              | 6,5  |
| <b>Sefardí</b>           | 21.965                     | 7,3  | 209.098                                | 70,7 | 7.584                      | 2,5  | 9.797                   | 3,2  | 48.522                             | 16,3 |
| <b>Arte Romano</b>       | 17.186                     | 8,9  | 140.755                                | 73,4 | 13.244                     | 6,8  | 12.600                  | 6,5  | 8.577                              | 4,4  |
| <b>Altamira</b>          | 39.538                     | 16,6 | 137.039                                | 57,9 | 25.329                     | 10,6 | 13.880                  | 5,8  | 21.620                             | 9,1  |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 2.082                      | 12,6 | 13.117                                 | 79,9 | 322                        | 1,9  | 0                       | 0,0  | 932                                | 5,6  |
| <b>San Gregorio</b>      | 3.979                      | 5,5  | 47.166                                 | 66,4 | 7.999                      | 11,2 | 7.222                   | 10,1 | 4.876                              | 6,8  |
| <b>Cerámica</b>          | 13.675                     | 9,8  | 111.118                                | 80,6 | 9.400                      | 6,7  | 562                     | 0,4  | 3.515                              | 2,5  |
| <b>Datos Generales</b>   | 153.195                    | 10,5 | 1.021.557                              | 70,5 | 84.024                     | 5,7  | 74.525                  | 5,1  | 120.510                            | 8,2  |



78



Arriba, Museo de Altamira. Santillana del Mar (Cantabria). Abajo, Museo de América. Madrid.



# Características generales de los visitantes

Conocer la distribución de los visitantes en función de las variables socio-demográficas, tanto en valores generales como comparativos entre los museos del estudio, permite comprobar en qué medida son representativos de la población española y cuáles son los rasgos que diferencian a los visitantes de museos de los que no lo son. El conocimiento de estas variables permite no sólo analizar la composición de los visitantes en cuanto a estas características, sino también crear categorías funcionales que sean representativas de las distintas formas de interactuar de los visitantes con el contexto museológico.

79

Género

Edad

Nivel de estudios terminados

Tipo de actividad laboral

Relación de la actividad laboral con el museo

Lugar de residencia y nacionalidad de los visitantes

Compañía durante la visita

Características generales de los visitantes. Síntesis de resultados

Tablas de resultados

### Género

Los datos generales constatan que el visitante de museos es predominantemente femenino porque el 52,6% son mujeres. A estos datos podemos añadir que el predominio femenino aparece en dos tramos determinados de edad, como se verá más adelante.

### Resultados por museos

En cuanto al estudio comparativo entre los museos, los datos evidencian que el predominio femenino es extraordinario en algunos museos, como en el Museo del Traje (74,9% mujeres), y más ligero en otros, como en el Museo Sorolla (57,9% mujeres) y el Museo de Cerámica (56,3%

mujeres). A la inversa, existe un cierto predominio masculino en el Museo Arqueológico, Museo de Antropología y Museo de América (55,3%, 52,7% y 52,3%, respectivamente) aunque, evidentemente, no llegan a compensar la influencia del importante aporte femenino de los museos citados más arriba. En los restantes museos, la relación está más equilibrada, aunque tan sólo en el Museo Sefardí la participación de varones y mujeres está igualada.

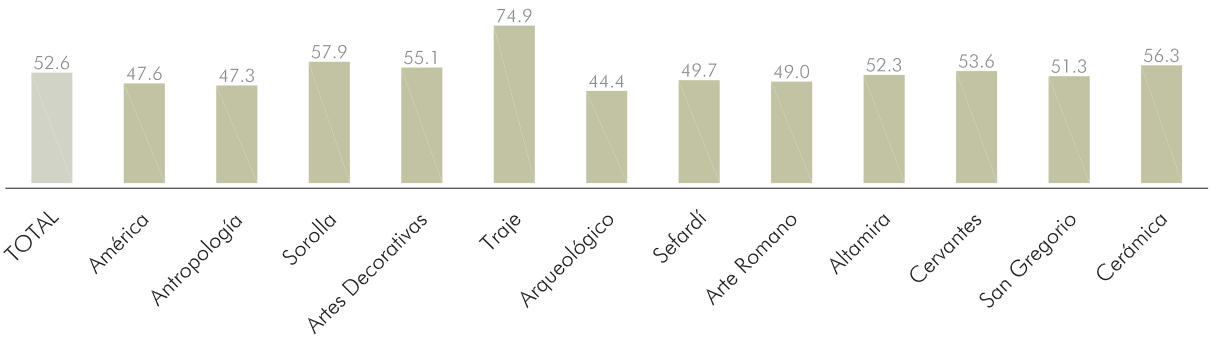
En definitiva, se constata la mayor participación de las mujeres en la práctica cultural de visitar museos. Este hecho se acentúa en algunos museos que tienen en común el carácter artístico de sus colecciones. No obstante, también hay museos en los que predominan ligeramente los visitantes varones.

### Comparación con otros estudios

Se corroboran así los datos ya obtenidos por García Blanco y otros (1999) y por la Agencia de Evaluación y Calidad del Ministerio de Administraciones Públicas ocho años después (AEVAL, 2008), aunque en estos estudios el porcentaje de mujeres es ligeramente superior (55%). Consecuentemente, la diferencia porcentual entre los visitantes femeninos y los masculinos es superior a la existente en la población, donde los géneros están casi equilibrados, según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (2009): 50,5% mujeres, 49,5% hombres.

80

Porcentaje de mujeres visitantes en cada uno de los museos de la investigación



## Edad

En relación con esta variable, nos ha interesado, en primer lugar, hallar la media de edad del conjunto de los visitantes y, en segundo lugar, saber cómo se distribuyen los visitantes en relación con determinados tramos de edad establecidos a posteriori, teniendo en cuenta tanto los intereses de la propia investigación como los tramos aplicados en otras investigaciones, para así poder establecer comparaciones entre los resultados.

A juzgar por los datos obtenidos, la edad media del visitante de museos es de 41,6 años, es decir, es adulto joven. Conviene recordar que la población investigada debía tener más de 12 años y que la media se ha obtenido de la totalidad de los visitantes a partir de esta edad. Es decir, no han entrado en el cálculo los menores de 12 años (que aparecen en el estudio como acompañantes), ni los que siendo mayores de 12 años han hecho la visita con el grupo escolar. Del mismo modo, las comparativas con la población general se han realizado tomando únicamente los datos del INE correspondientes a dichos tramos de edad.

Los datos estadísticos muestran que la mayor parte de los visitantes (44,5%) está en la franja de edad comprendida entre los 26 y 45 años y se corresponde con la franja de edad también porcentualmente mayor en el conjunto de la pobla-

ción española (38%), según el Instituto Nacional de Estadística (2009).

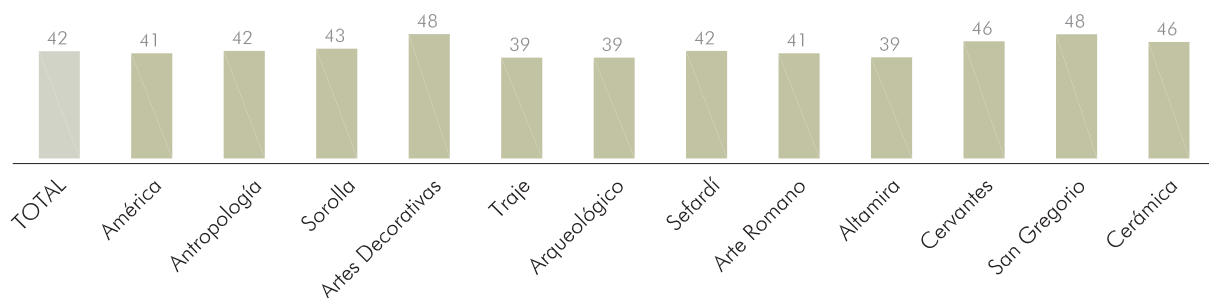
Al relacionar este tramo de edad, correspondiente a adultos jóvenes, con el género de los visitantes y comparar estos datos con los de la población, resulta que su representación en el museo es mayor que en la población española y que el porcentaje de mujeres visitantes es mayor que el de varones.

Sigue en importancia porcentual, tanto en los museos como en la población, la franja de las personas de 46 a 65 años, que suponen el 31,5% del total de los visitantes y el 26% del total de los ciudadanos. También en este tramo de edad, como en el caso anterior, la representación en el museo es mayor que en la sociedad, mientras que su distribución por género en el museo está equilibrada, de manera que no hay apenas diferencia entre visitantes masculinos y femeninos.

En cambio, la representación de los jóvenes visitantes de 12 a 25 años responde a la realidad social (15,5% de los visitantes; 17% de la población). En cuanto a la distribución por género, está casi igualada en la población, pero en los museos predominan las mujeres de nuevo.

El predominio femenino en este tramo puede resultar sorprendente, ya que en él tiene lugar la enseñanza secundaria obligatoria que atañe por igual a todo el alumnado, independientemente de su género, en lo que respecta a la visita a mu-

Media de edad de los visitantes en cada uno de los museos de la investigación



seos relacionada con los estudios. Sin embargo, también tienen lugar en este tramo los estudios de bachillerato y estudios preuniversitarios, con un porcentaje mayor de mujeres que los finalizan. Además, el predominio femenino en los estudios superiores de carácter artístico, humanístico y social, frecuentemente relacionados con la temática de los museos de la investigación, puede estar también relacionado con este sor-

prendente resultado. Aunque, para dar respuesta válida a esta cuestión se requiere realizar una investigación más específica.

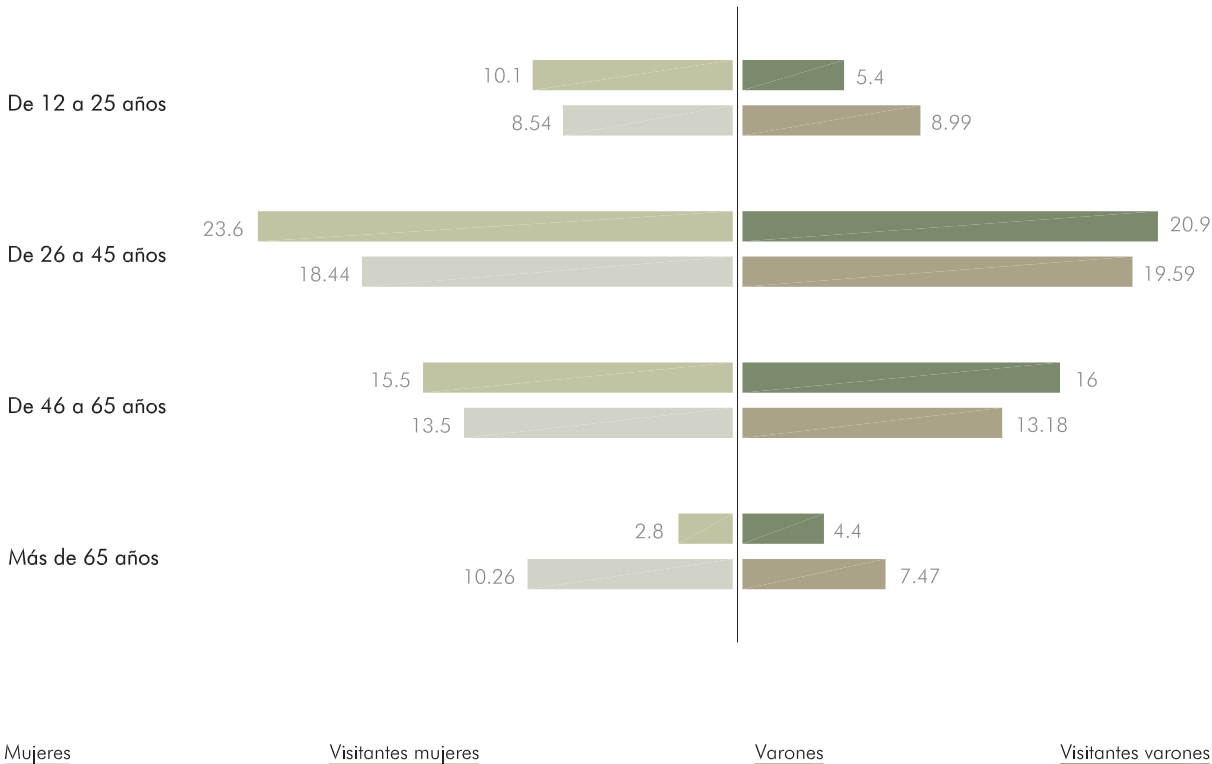
Por último, la franja de los mayores de 65 años está menos representada en el museo (7,2%) que en la población (17,5%) y, a la inversa que en el caso anterior, son las mujeres las que están infra-representadas en el museo en relación con su presencia en la población.

### Comparación con otros estudios

Al comparar estos datos con los obtenidos por García Blanco y otros (1999), se demuestra que los cambios más notables que se han producido en diez años son, por un lado, el descenso de visitantes de 12 a 25 años, al bajar del 26% al 15,5% actual y, por otro lado, el ascenso de los visitantes de 46 a 65 años, al subir del 24% al 31,5%, y de los mayores de 66 años, al pasar del 4% al 7,2% actual.

Estos cambios apuntan hacia un envejecimiento de los visitantes, por no compensarse el ascenso de los visitantes adultos y mayores de 65 años con la captación de visitantes jóvenes.

Comparativa de visitantes de museos del estudio y de población general española (Según INE, 2009). En %



## Resultados por museos

Por otra parte, el estudio comparativo muestra que hay museos, como el Museo de Altamira, Museo Arqueológico y Museo del Traje, cuyos visitantes tienen una media de edad inferior a la global, es decir, está en torno a los 39 años. También hay museos, como el Museo de Artes Decorativas y el Colegio de San Gregorio, en los que la edad media de los visitantes es superior a la global, es decir, se sitúa en torno a los 48 años.

En cuanto a la distribución de los visitantes por tramos de edad, los museos que tienen mayores porcentajes de visitantes jóvenes, entre 12 y 25 años, son el Museo del Traje (22,9%), Museo Arqueológico (20,2%) y Museo de América (19,6%), y en ellos se da también la coincidencia de tener el mayor número de estudiantes universitarios, como se verá más adelante. Los museos que tienen menos visitantes jóvenes son: Museo de Artes Decorativas (8,9%), Colegio de San Gregorio (10,9%) y Casa de Cervantes (11,5%).

Como era de esperar, los visitantes del siguiente tramo de edad, entre los 26 y 45 años, son más numerosos en aquellos museos en los que la visita con niños menores de 12 años está mejor representada, ya que este tramo coincide también con la etapa propia de la educación y socialización de los hijos aún menores de edad. Esta relación tiene su mejor exponente en el Museo de Altamira, donde más de la mitad de sus visitantes pertenece a este tramo de edad (54,6%) y, como luego se verá más pormenorizadamente, donde el 20% de los visitantes lo hace acompañado de niños. En el Museo de Antropología casi la mitad de los visitantes está en este tramo de edad (48,8%), y en el Museo Arqueológico y el Museo Sefardí un poco menos de la mitad (46,9% y 46,7%, respectivamente). En el extremo opuesto, los museos con menos visitantes en este tramo son el Colegio de San Gregorio (32,7%), el Museo de Artes Decorativas (33,3%) y el Museo de Cerámica (33,8%).

Donde está mejor representado el tramo siguiente, el de los visitantes comprendidos entre los 46 y 65 años, es en la Casa de Cervantes (43,8%), el Museo de Cerámica (39,9%) y el Museo de Artes Decorativas (39,7%). Donde peor, en el Museo de Altamira (tan sólo el 24% de los visitantes tiene esta edad) y el Museo Arqueológico (26,7%), museos en los que eran predominantes los visitantes del tramo de edad anterior.

El último tramo de edad, el de los mayores de 65 años, es más numeroso en el Colegio de

San Gregorio (20,6%) y en el Museo de Artes Decorativas (16,4%). En cambio, su presencia es muy escasa en el Museo Sefardí y en el Museo de Antropología (4%), así como en el Museo de Altamira (4,6%).

En definitiva, del estudio comparativo resulta que hay museos con más visitantes jóvenes que otros y que también son los más visitados por personas que están realizando sus estudios universitarios, como se verá más adelante: Museo del Traje, Museo Arqueológico y Museo de América; museos en los que predominan los adultos jóvenes: Museo de Altamira, Museo de Antropología y Museo Sefardí; museos en los que el tramo mayoritario es el de los adultos mayores: Casa de Cervantes, Museo de Cerámica y Museo de Artes Decorativas; y, por último, museos que destacan por el alto porcentaje de visitantes mayores de 65 años: Colegio de San Gregorio y Museo de Artes Decorativas.

## Nivel de estudios terminados

El nivel de estudios, además de ser rasgo relevante del perfil de los visitantes, es una de las variables con más capacidad de diferenciar a los visitantes de los no visitantes. Por esta razón funciona también como un indicador significativo respecto a la accesibilidad real de los museos.

En relación con la titulación académica, los resultados obtenidos confirman que una amplia mayoría de visitantes (63,7%) tiene estudios superiores, incluyendo en este porcentaje el 19,5% de visitantes diplomados, el 29,7% de licenciados y 14,5 % de doctores. En cambio, sólo un 27,2% tiene estudios secundarios y un reducido 6,8%, primarios, parte de los cuales son visitantes que están en proceso de lograr el nivel de estudios siguiente porque son estudiantes, como se verá más adelante. Las personas sin estudios casi no figuran entre los visitantes de museos (0,4%).

En cuanto a la relación de los estudios superiores cursados con los contenidos de los museos, se constata en primer lugar la gran variedad de aquellos y, consecuentemente, los bajos valores con los que están representados. El porcentaje mayor (18,5%) corresponde a los visitantes que poseen una diplomatura de Magisterio/Educación (carrera predominantemente femenina, que podría justificar el predominio de mujeres en el tramo de edad de 12 a 25 años), seguidos de los diplomados en diversas ingenierías (9%), en-

fermería (8%), turismo (5%), arquitectura técnica (4%), etcétera.

El valor de estos porcentajes, relevantes por sí mismos, se incrementa al compararlos con los datos sobre el nivel educativo de la población del Instituto Nacional de Estadística (2009). La población de 16 y más años con estudios terminados se distribuye del siguiente modo: con enseñanza elemental (incluye estudios primarios) el 20,8%; con enseñanza media (incluye enseñanza secundaria, bachiller superior, BUP, COU, FP grado medio) el 44,7%; con enseñanza superior (incluye diplomaturas, FP grado superior, licenciaturas y doctorado o máster) 22,8% de los que sólo el 0,4% son doctores.

Del estudio comparativo de estos porcentajes con los obtenidos, resulta que no se corresponde la distribución de niveles de estudio de la población nacional con el nivel de estudios de los visitantes de museos, el porcentaje de personas con estudios superiores es mucho más alto: de hecho, las personas con máster o doctorado en los museos suponen el 14,5% de los visitantes. En cambio, la población con estudios secundarios reduce su importancia en el museo incluso un 60%.

Incluso eliminando de la muestra los visitantes residentes en el extranjero, la comparación entre los niveles de estudio de los visitantes (residentes

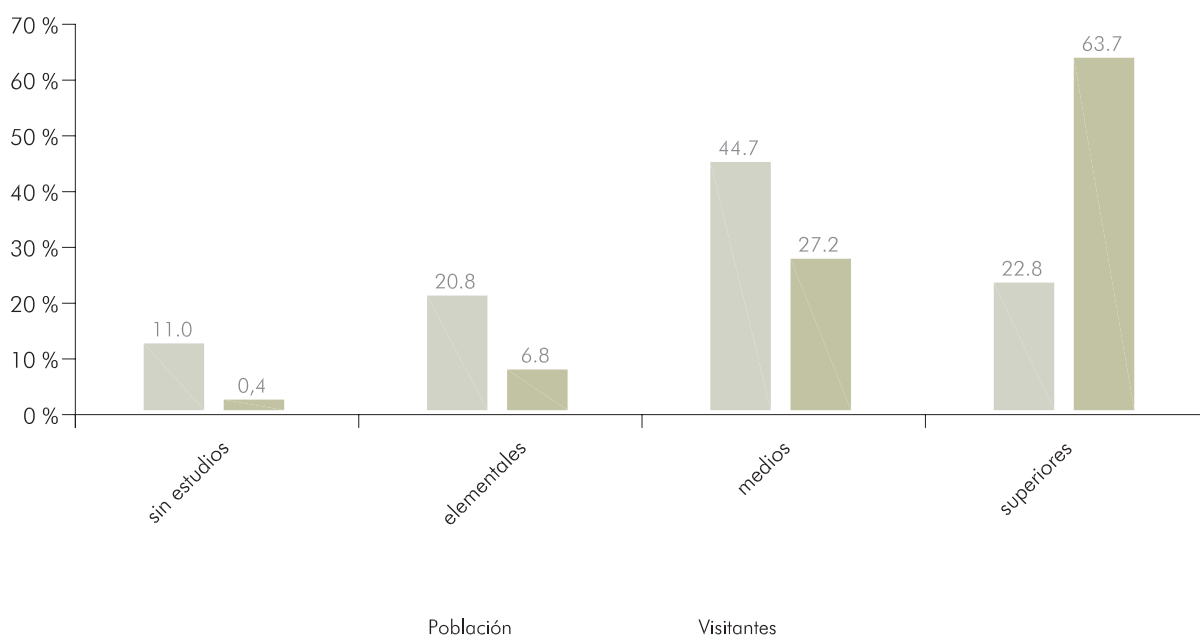
en España) de los museos y los de la población española, resulta igualmente llamativa y sigue la misma tendencia, es decir, los visitantes de museos residentes en España poseen un nivel de estudios muy superior a la media de la población general española.

### Resultados por museos

La comparación entre los museos muestra que los que más contribuyen al logro de este alto porcentaje de doctores y visitantes con estudios de máster son el Museo de Artes Decorativas y el Museo Sefardí con un 21,2% y un 19,9% respectivamente. En cambio, los que tienen menos doctores entre sus visitantes son el Museo de Arte Romano y el Museo de Altamira, con un 8% y un 8,4%.

En cuanto a los visitantes con estudios superiores, excluido el doctorado, se sitúan en una horquilla comprendida entre el 55,4% del Museo Sorolla y el 41,4% del Museo de Arte Romano. Este último destaca también por ser el que tiene un mayor porcentaje de visitantes con estudios secundarios (38,7%), mientras que el Museo Sorolla y el Museo de Artes Decorativas son los que tienen un porcentaje más bajo de visitantes con

Nivel de estudios de los visitantes y de la población general española



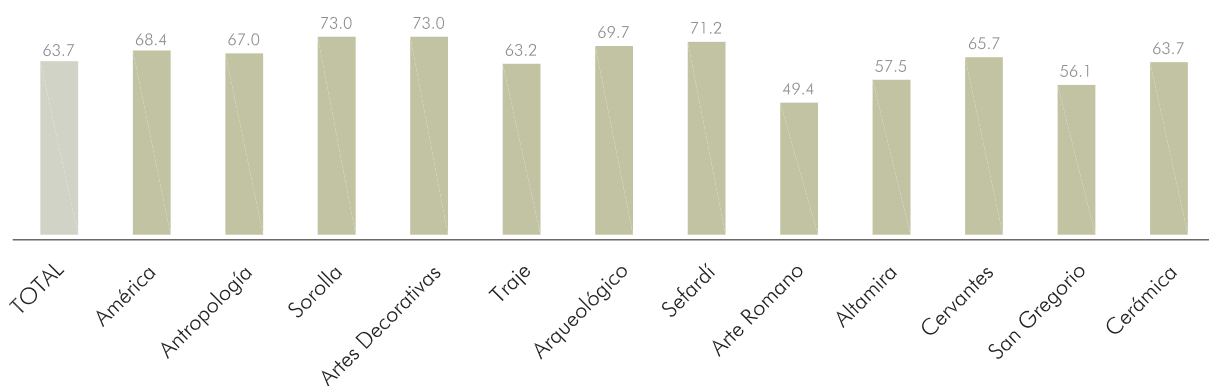


## Comparación con otros estudios

Este predominio de visitantes con estudios superiores, reiteradamente confirmado por otras investigaciones, presenta la novedad de su notable incremento desde el estudio de García Blanco y otros (1999), en el que los visitantes universitarios representaban el 53% frente al 64% de hoy.

También, los resultados obtenidos en la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2006-2007 (Ministerio de Cultura, 2007) y referidos a toda la población española mayor de 12 años, pueden complementar los obtenidos en este estudio. Entre los datos que esta encuesta arroja sobre el nivel de estudios de los ciudadanos y la práctica de visitar museos, interesan especialmente los siguientes: las personas con estudios universitarios tienen un interés medio por los museos de 6,3 puntos sobre 10, mientras que los que no han completado la escolarización básica tiene un interés medio de 2,9 puntos. De igual modo, la participación en la práctica de visitar museos es mayor en los ciudadanos con estudios universitarios que en los ciudadanos con niveles de instrucción más bajos, hasta el punto de que la participación desciende a medida que desciende también el nivel de estudios: el 63,8% de los ciudadanos con estudios universitarios visita museos mientras que tan sólo lo hace el 39,8% de los que han cursado Formación Profesional y el 40,8% de los que disponen del título de bachillerato. La diferencia aumenta con los ciudadanos que tienen el título de escolarización básica (27,1% visita museos) o con los que no han completado la escolarización (7,5%).

Porcentaje de visitantes con estudios superiores en cada uno de los museos de la investigación



este nivel de estudios (21,7% y 22,4%, respectivamente).

Donde mejor están representados los visitantes con estudios acabados de primaria es en el Colegio de San Gregorio y en el Museo de Arte Romano, que tienen los porcentajes más altos: 11,6% y 10,8%, respectivamente. Sólo en el caso del primero se puede apuntar la posible relación de este dato con el alto porcentaje de visitantes mayores de 65 años, que en general suelen tener un menor nivel de estudios, aunque también pueden incidir otras razones relacionadas con la colección o con la situación, puesto que el nivel de estudios es menor en varios de los museos de fuera de Madrid, por lo que podría pensarse que el público en estos museos es más diverso, en este aspecto, que el de la capital.

En definitiva, se observan diferencias importantes entre los museos: el que tiene una distribución más equilibrada de visitantes por nivel de estudios es el Museo de Arte Romano y, desde este punto de vista, es un museo que acoge a un público más amplio y heterogéneo. A la inversa, los museos con un predominio mayor de visitantes con estudios universitarios y un mayor desequilibrio en la distribución de visitantes por nivel de estudios, son el Museo Sorolla y el Museo de Artes Decorativas. En estos museos, los visitantes con estudios superiores, incluido el doctorado, representan el 73% y, en cambio, los que tienen estudios secundarios y primarios se sitúan en torno al 9% y 10%

### Tipo de actividad laboral

Conocer la actividad actual de los visitantes nos permite categorizarlos en función de su ocupación en: estudiantes, trabajadores y no trabajadores (jubilados, desempleados o dedicados a las tareas domésticas). Estas 3 categorías, establecidas en función de las ocupaciones, otorgan significado o estatus social a los tramos de edad con los que se corresponden habitualmente con una tasa de probabilidad muy elevada, como demostró el estudio realizado por O'Nelly (2002) y este estudio corrobora más adelante.

El análisis de la distribución de frecuencias muestra que casi la mitad de los visitantes trabaja por cuenta ajena o es asalariado, mientras que los autónomos, empresarios o profesionales liberales representan tan sólo un 12,9%. En su conjunto, los visitantes laboralmente activos

son el 64,8% del total. Completa el panorama de los visitantes ocupados, aunque no sean laboralmente activos, los estudiantes, que representan en su conjunto el 14,5%. En este grupo destacan los universitarios, que representan un importante 10,3% respecto al total de los visitantes, mientras que los estudiantes de ESO y bachillerato representan tan sólo un 2% y 1,8% respectivamente y los de primaria, tan sólo un 0,4% porque, como ya se ha dicho, las personas que componen la muestra de visitantes individuales o en grupo tienen más de 12 años, edad en la que por lo general se han cursado ya los estudios primarios.

Por último, el 16% de los visitantes no tiene ocupación laboral por estar jubilado o buscando empleo y el 6% se dedica a las labores domésticas o a otro tipo de actividad. Este grupo, que dispone de flexibilidad horaria y más tiempo libre, representa en su conjunto el 22%.

### Comparación con otros estudios

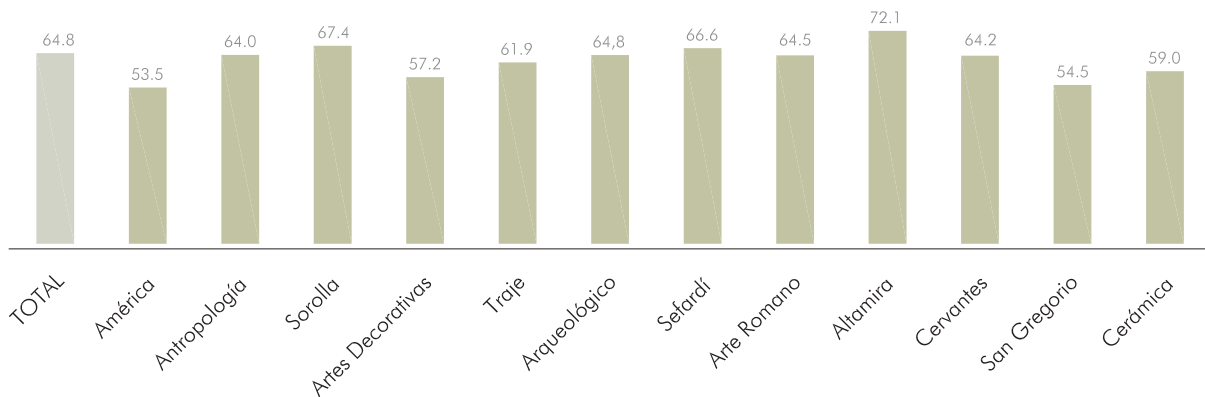
Respecto a la comparación con la situación que reflejaba García Blanco y otros (1999), los datos más destacables son el aumento de los visitantes que trabajan (del 57,5% al 64,8%) y el de los jubilados (del 5% al 12%). Al mismo tiempo, se observa el descenso de estudiantes (del 24% al 14,5%), en línea con los resultados anteriores que mostraban un descenso de los visitantes más jóvenes.

En definitiva, se confirma el predominio de visitantes con una situación laboral activa y, probablemente, con un estatus socio-profesional suficientemente alto y adecuado a su alto nivel de formación.

### Resultados por museos

El estudio comparativo evidencia que el predominio de visitantes laboralmente activos se da en todos los museos, aunque no de igual manera. El que tiene más visitantes en esta situación es el Museo de Altamira (72,1%), quizá porque su situación, a 2 kilómetros del centro de la turística villa de Santillana del Mar, propicia la visita de turistas con cierta capacidad económica, circunstancia

Porcentaje de visitantes laboralmente activos en cada uno de los museos de la investigación



más probable en personas con empleo. Hay otro dato, que veremos más adelante, y que confirma esta idea: la mayor parte de los visitantes de este museo procede de otras comunidades autónomas distantes, lo que permite suponer que su visita al Museo de Altamira se encuadra en un viaje de turismo cultural, circunstancia que de nuevo remite a una determinada situación socio-económica.

En el otro extremo, los museos con menos visitantes laboralmente activos son el Museo de América y el Colegio de San Gregorio (53,5% y 54,5%).

El Museo de América y el del Traje destaca también por el peso de los estudiantes y, más concretamente, de los universitarios, 17,4% y 17,8% respectivamente. Efectivamente, la participación de los estudiantes también difiere notablemente entre los museos. Los que tienen un porcentaje mayor de este tipo de visitantes son: el Museo de América, el Museo del Traje y el Museo Arqueológico con el 23,9% el primero, el 23,3% el segundo y 20,6% el tercero, mientras que los que tienen los porcentajes más bajos son el Colegio de San Gregorio, 9,2%, y el Museo de Altamira, con un 10,4%.

En cuanto a los jubilados, su representación difiere aún más: en el Colegio de San Gregorio y el Museo de Artes Decorativas se dan los porcentajes más altos, el 25,9%, y 23,9%, respectivamente, mientras que en el Museo de Altamira y en el Museo Arqueológico se dan los más bajos: 8,3% y 9,1%, respectivamente.

Las personas que buscan trabajo representan la minoría en todos los museos, al igual que las que se dedican a las labores domésticas. Sin em-

bargo, los primeros llegan a constituir un 7,2% en el Museo de Antropología frente a un 2,1% en el de Casa de Cervantes. En el caso de las personas que se dedican a las labores domésticas, los datos muestran que son más numerosas en el Museo de Arte Romano, el 6% de los visitantes, que en los restantes museos.

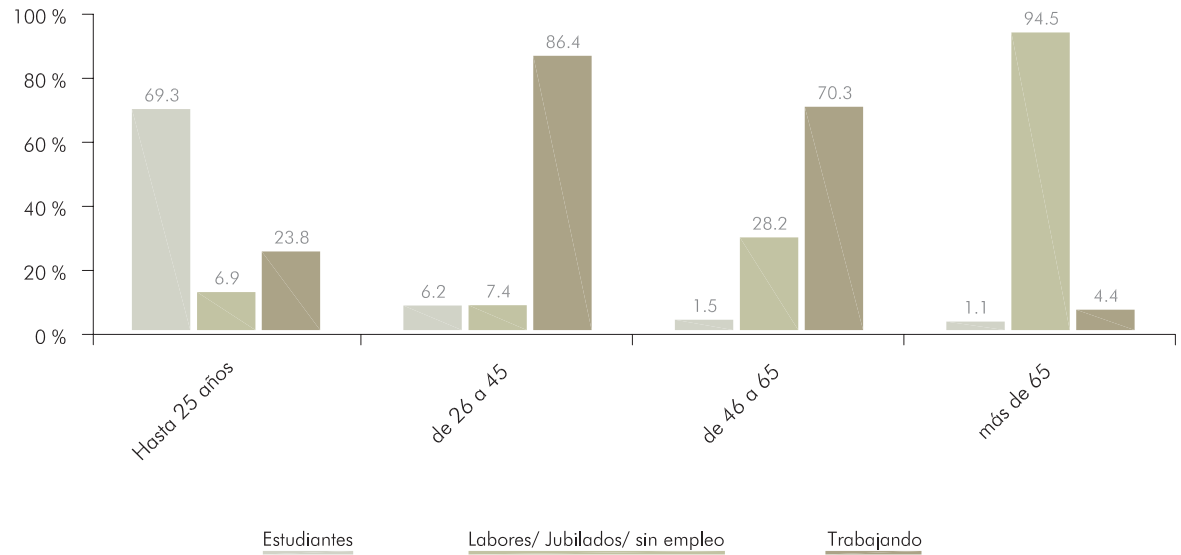
En relación con los artistas, aunque su representación sea escasa en el conjunto de los museos, merece la pena señalar que el Museo de Cerámica, el Museo Sorolla y el Museo del Traje tienen los mayores porcentajes de este tipo de visitantes (6%, 5,1% y 5,6%, respectivamente), lo que sugiere que, sea por la razón que sea, son percibidos por los artistas como útiles o atractivos para ellos.

En definitiva, se puede decir que, en relación con la ocupación de los visitantes, el Museo de Altamira destaca por ser el museo en el que cerca de las tres cuartas partes de sus visitantes son personas que trabajan, ya sea como autónomos, profesionales, empresarios o asalariados; el Museo de América, el Museo del Traje y el Museo Arqueológico sobresalen por la presencia de estudiantes, que representan entre la quinta y la cuarta parte de sus visitantes; el Museo de Artes Decorativas y el Colegio de San Gregorio por tener una cuarta parte de sus visitantes jubilados; el Museo Sorolla y el Museo del Traje por tener el mayor porcentaje de visitantes que se identifican como artistas; el Museo de Arte Romano por ser el más visitado por personas en situación de paro laboral y, junto con el Colegio de San Gregorio, por tener más visitantes que se dedican a las labores domésticas.

### Existe una relación significativa entre la ocupación y la edad

Como demuestran los estudios de O' Nelly (2002), y corrobora éste, cada tramo de edad corresponde, de forma mayoritaria, con una ocupación. En el tramo de edad de 12 a 24 años predominan los estudiantes; en el de 25 a 64 años, las personas que trabajan y en el de 64 años y más, el grupo de visitantes constituido por las personas que no son laboralmente activos. La edad es, por tanto, no sólo una característica importante para determinar el nivel cognitivo y comportamental de los visitantes, sino también su principal ocupación y los intereses relacionados con la misma.

Ocupación de los visitantes en función de la edad



## Relación de la actividad laboral con el museo

Esta cuestión es importante porque el que haya o no haya vínculo entre la ocupación y la visita otorga a ésta un carácter absolutamente diferente en función de la necesidad de hacerla. El vínculo con la profesión hace o puede hacer necesaria la visita al museo, mientras que la ausencia de vínculo alguno con la profesión elimina esta necesidad como tal y, en cambio, convierte la visita en una actividad ajena a la profesión y a las obligaciones que ésta conlleva. Situar la visita en un contexto diferente al del trabajo cotidiano la convierte en una actividad de ocio cultural, realizada en tiempo de asueto, vacación, descanso o jubilación. La visita así considerada responde a una decisión tomada voluntaria y libremente, sin ninguna presión externa y con la intención de satisfacer ciertas necesidades de tipo cognitivo, emocional y social en un contexto lúdico y de ocio.

Es muy interesante constatar que la gran mayoría de los visitantes (84,1%) responde que su ocupación laboral no tiene nada que ver con el contenido temático del museo que ha visitado. Tan sólo el 12,5% de los visitantes realiza la visita por razones relacionadas con su trabajo u ocupación y de éstos el porcentaje mayor, es decir el 39%, la relacionan con la enseñanza o el aprendizaje formal; el 9,5% con su actividad artística, el 5% con su investigación, el 3,2% con su actividad en museos y el 2,4% con su actividad de guía turístico.

### Resultados por museos

La comparación entre los museos muestra una vez más importantes diferencias entre ellos. Los museos que más se visitan en relación con la ocupación actual de los visitantes son el Museo del Traje (20,5%), Museo de Antropología (20,1%) y la Casa de Cervantes (18,6%), lo cual equivale más o menos a la quinta parte de los visitantes. Los que menos se visitan en relación con la actividad son el Colegio de San Gregorio (6,7% de los visitantes) y el Museo de Altamira (8,3%).

Las relaciones concretas de la ocupación con la visita también se distribuyen de manera diferente entre los museos: en unos predominan los visitantes que la hacen en relación

con la enseñanza-aprendizaje, caso del Museo Arqueológico, donde el 57,5% de los visitantes que dice hacer la visita en relación con su trabajo menciona esta razón concreta, al igual que el 50% de los del Museo de Arte Romano. En cambio, los visitantes que relacionan la visita con su investigación son más importantes en el Colegio de San Gregorio y en el Museo de Arte Romano (12,5% y 9%, respectivamente y siempre en relación con el porcentaje de visitantes que hacen la visita en relación con la ocupación). Los que hacen la visita por interesarles como artistas son más numerosos en el Colegio de San Gregorio y el Museo Sorolla. Por último, es en el Museo de Altamira donde es más alta la relación de la visita con el trabajo de guía turístico del visitante.

## Lugar de residencia y nacionalidad de los visitantes

Para analizar esta variable se han establecido las siguientes categorías de visitantes:

- Españoles y extranjeros residentes en España: residentes en la comunidad autónoma donde está el museo que se visita y residentes en el resto de España.
- Extranjeros residentes en otros países.

89

En relación con estas categorías de visitantes interesa conocer la relación entre visitantes españoles y extranjeros; de los visitantes españoles, su comunidad autónoma de residencia y su relación con la población y dinámica turística de las comunidades autónomas; de los turistas extranjeros, país de residencia, lengua y relación con los flujos turísticos; de los extranjeros residentes en España, país de procedencia y relación con la población extranjera residente en nuestro país.

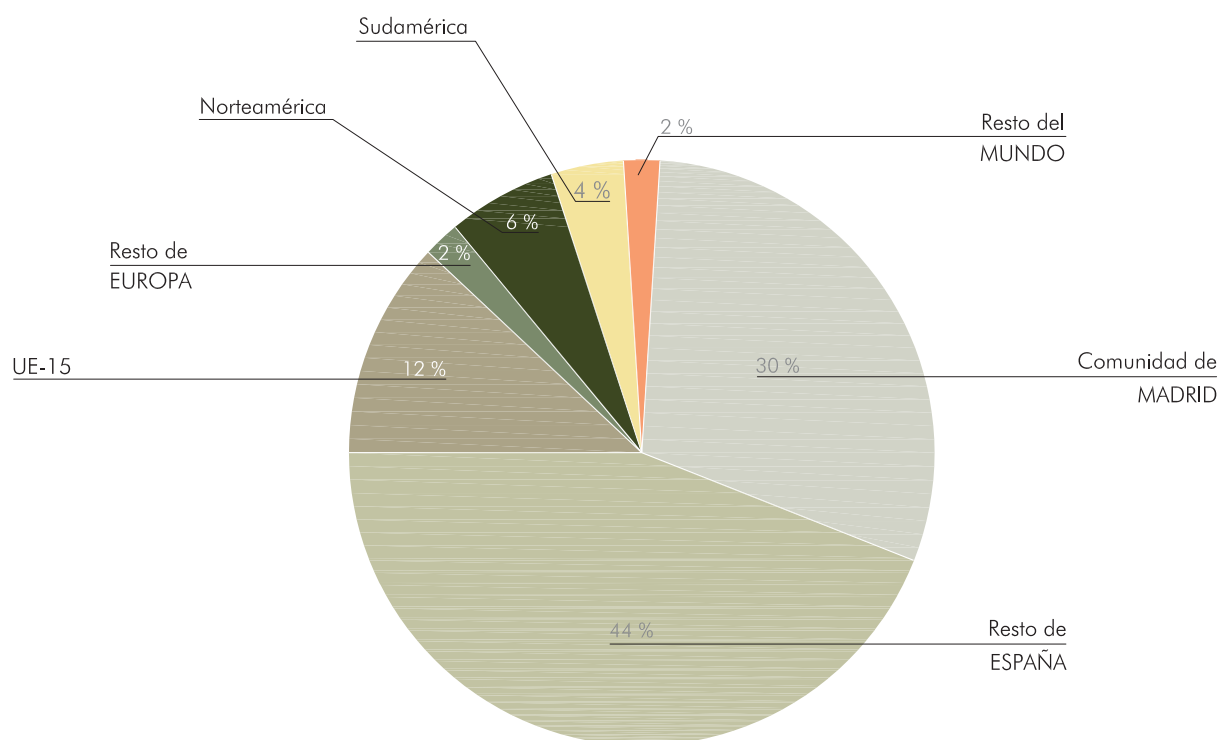
Del conjunto de datos se podrá inferir el ámbito de influencia del museo y, por tanto, si su imagen tiene una proyección local, nacional o internacional. De igual modo, la relación entre los visitantes extranjeros de la localidad y la población de extranjeros en la localidad puede ser un indicador de la capacidad inclusiva del museo y su aportación a la integración social de los grupos minoritarios.

## 1. Lugar de residencia de los visitantes

Tomando en conjunto todos los datos relativos al lugar de residencia de los visitantes que visitan los museos del estudio, se observa que la gran mayoría de los visitantes de los museos del estudio son españoles o viven en España. Sólo una cuarta parte de los visitantes residen fuera de España. De ellos, el 12% viven en países de

la UE-15\*, sobre todo en Francia y Reino Unido (fuera de la Europa de los 15, sólo residen el 2% de los visitantes), un 6%, en Norteamérica, casi todos en Estados Unidos y un 4% en Sudamérica, fundamentalmente en Argentina y Brasil. Los visitantes del resto del Mundo apenas representan el restante 2%.

Composición del público en función del lugar de residencia



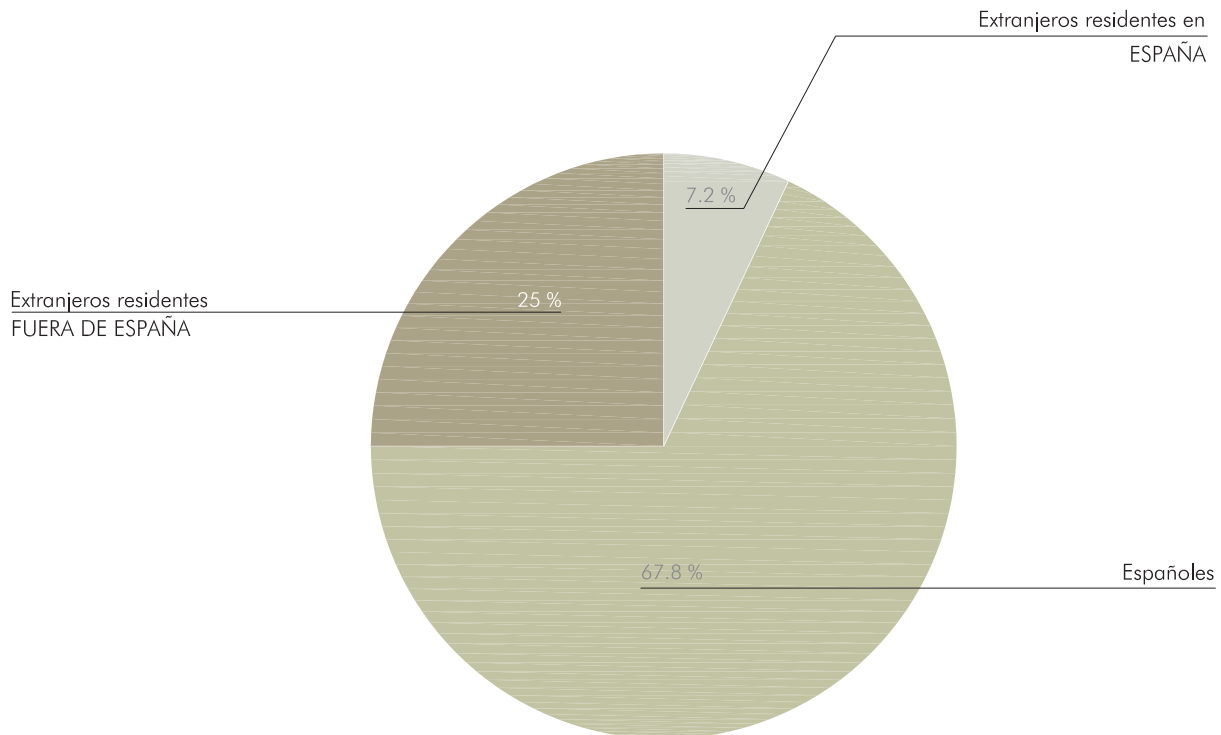
\* Los países considerados para este grupo son: Francia, Reino Unido, Alemania, Holanda, Italia, Bélgica, Portugal, Irlanda, Austria, Dinamarca, Grecia, Suecia, Finlandia y Luxemburgo.



Considerando la nacionalidad y el lugar de residencia, la gran mayoría de los visitantes son españoles (67,8%), frente al 31,9% de visitantes extranjeros. De éstos, el 7,2% reside en España, por lo que los visitantes residentes en este país representan así el 75% del total y el 25% restante corresponde a los visitantes que viven en el extranjero.

Es importante señalar que nuestros museos tienen visitantes procedentes de todas las comunidades autónomas, exceptuando la Ciudad autónoma de Melilla, aunque la mayor parte de las autonomías están representadas con valores muy bajos.

Porcentaje de visitantes según nacionalidad y residencia



En el conjunto de las comunidades autónomas, destaca la Comunidad de Madrid como la que más visitantes aporta: el 40,4% de los visitantes residentes en España vive en esta Comunidad como, por otra parte, era de esperar, ya que en ella se halla la mayor parte de los museos de este estudio. Además, esta Comunidad ocupa el primer lugar entre las comunidades autónomas emisoras de turismo, según la encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) del Instituto de Estudios Turísticos para 2008 y, por otra parte, los resultados de la encuesta de Hábitos y Prácticas culturales de los españoles 2006-2007 muestran que los ciudadanos de la Comunidad de Madrid son los que mayor interés tienen por visitar museos, con un grado medio de 5,4 (el mínimo es 0 y el máximo 10).

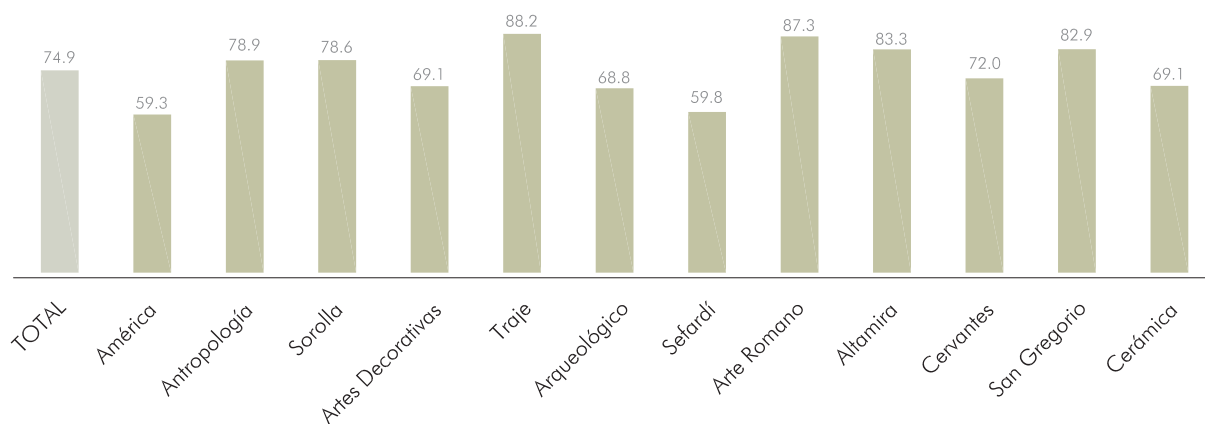
Siguen a los visitantes de Madrid, pero a bastante distancia, los de dos de las comunidades autónomas en las que están ubicados los museos de este estudio, como son la Comunidad Valenciana (8,6%) y Comunidad de Castilla y León (7,2%), pero este factor tiene menos incidencia en el caso de las Comunidades de Castilla-La Mancha (4,6%), Extremadura (3,9%) y Cantabria (2,5%), cuyos ciudadanos están representados con porcentajes muy bajos. En cambio, los visitantes de comunidades autónomas donde no hay museos estatales como son Andalucía y Cataluña representan un 9,2% y 6% respectivamente. Estos resultados son acordes con la posición que ambas ocupan entre las comunidades autónomas emisoras de turismo: tercer y segundo lugar respectivamente, según la citada encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) del Instituto de Estudios Turísticos (2008).

## Comparación con otros estudios

El porcentaje de extranjeros no residentes mencionado (25%) representa un incremento, respecto al 18% registrado en el estudio de García Blanco y otros (1999), que refleja el notable aumento del turismo extranjero producido en estos últimos 10 años, tal y como puede comprobarse en los datos del INE (2009) referentes a la Comunidad de Madrid. Sin embargo, este porcentaje de visitantes extranjeros dista mucho del 50,8% que alcanza el Museo del Prado como museo de referencia (IET, 2008).

92

Porcentaje de visitantes residentes en España en cada uno de los museos de la investigación



## Resultados por museos

El estudio comparativo entre los museos arroja diferencias interesantes respecto a la distribución de visitantes españoles/visitantes extranjeros. Así los museos que tienen mayor número de visitantes españoles y menor de extranjeros son: el Museo de Arte Romano (84,3% españoles/12,6% extranjeros), el Museo de Altamira (79,3% españoles/16,3% extranjeros), el Colegio de San Gregorio (77% españoles/16,8% extranjeros) y el Museo del Traje (93% españoles/5,7% extranjeros). En el otro extremo se hallan el Museo de América, con el 47,2% de españoles y el 40,2% de extranjeros y el Museo Sefardí, con el 53,9% de españoles y el 39,5% de extranjeros, y les siguen de lejos el Museo Arqueológico, con el 31% de extranjeros, y el Museo de Artes Decorativas, con el 30,9%.

La primera explicación que surge ante estas diferencias es la de achacarla a la presencia o ausencia de los museos en los circuitos turísticos programados por los tour-operadores. Sin embargo, esta explicación, que puede servir para el Museo Sefardí, porque sabemos que sí está incluido, no es válida de igual manera para el Museo de América, para el que hay que buscar otras posibles razones relacionadas, quizá, con sus colecciones y la significación que pueden tener para los ciudadanos americanos que realizan la visita individualmente y no en grupo. Como quiera que sea, de estos resultados se deriva que los museos más visitados por los extranjeros y, por tanto, con mayor resonancia internacional son el Museo de América y el Museo Sefardí.

Otro dato interesante es que los visitantes residentes en Madrid son mayoritarios no sólo en los museos de Madrid, como es lógico, sino también en algunos museos fuera de Madrid, como son el Museo de Arte Romano de Mérida, Museo de Altamira en Cantabria y el Museo Sefardí en Toledo.

En cambio, hay otros museos fuera de Madrid en los que predomina la población de su propia comunidad autónoma, seguida, en estos casos, de los visitantes de la autonomía madrileña y, a cierta distancia, de los procedentes de otras comunidades. Los museos en los que se da esta característica son: Museo de Cerámica de Valencia (58,5% de la Comunidad Valenciana, 11% de la Comunidad de Madrid), Museo Casa de Cervantes de Valladolid (42% de la Comunidad de

Castilla-León, 26% de la Comunidad de Madrid), el Colegio de San Gregorio de Valladolid (36,5% de la Comunidad de Castilla-León y 30% de la Comunidad de Madrid).

## 2. Lugar de residencia de los extranjeros e idiomas hablados

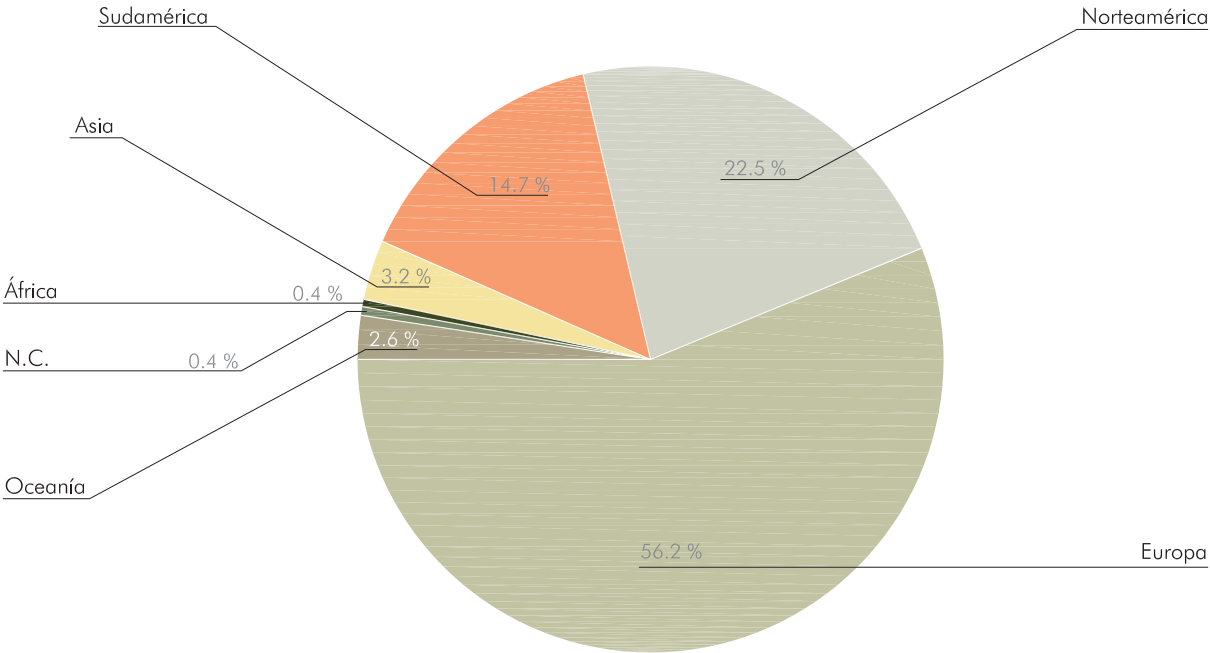
Los extranjeros que visitan nuestros museos proceden de los cinco continentes aunque con grandes diferencias porcentuales. Por continentes, el grupo más numeroso es el de los europeos, que representa el 56,2% del porcentaje de visitantes extranjeros, seguido por el de los americanos que, en su conjunto, representa el 37,2%. El resto de los continentes no presentan valores de consideración (menos de un 4%).

Por países, son más numerosos los visitantes procedentes de países europeos, como Francia (17%), Reino Unido (7,5%), Alemania y Holanda (alrededor del 6%), Italia y Bélgica (4,5% y 3%) etcétera, aunque destacan también los Estados Unidos de América como emisores de visitantes (16%). Estos países sólo en parte responden a los principales mercados turísticos de origen, ya que según el Informe del Instituto español de Turismo referido al ejercicio del 2008, éstos son: Reino Unido (27,6%), Alemania (17,6%) y Francia (14,3%).

En cuanto al idioma nativo, el más hablado es el inglés ya que el 27% de los visitantes extranjeros procede de Estados Unidos, Reino Unido, Irlanda y Australia. Les sigue, en orden porcentual, el 24% de visitantes extranjeros que habla francés por proceder de países como Francia, Bélgica, Suiza, Luxemburgo, etcétera. Sigue a éstos el 14,5% de visitantes extranjeros que habla la lengua española por proceder de países hispano-americanos. A más distancia se hallan los visitantes de lengua alemana, el 6%, y de lengua italiana, el 4,5% del porcentaje de visitantes extranjeros.

Estos resultados nos llevan a reflexionar sobre el alto número de visitantes de los museos del estudio que pueden tener dificultades lingüísticas y de comprensión cultural, ya que parte de la información, si no toda, que se ofrece en estos museos por medio de dípticos, paneles, cartelas, audiovisuales, ordenadores o guías, está redactada en español.

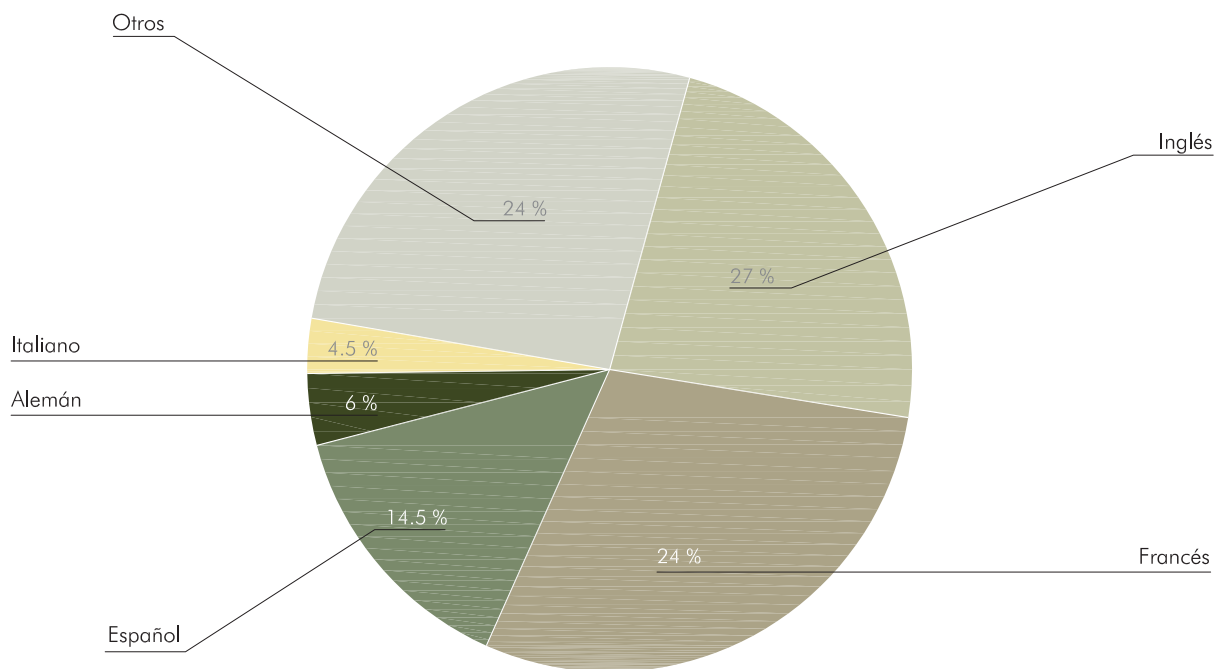
Continentes de procedencia de los visitantes que residen en el extranjero



---

Idiomas hablados por los visitantes que viven en el extranjero

---



### 3. País de origen de los extranjeros residentes en España

El porcentaje de visitantes extranjeros residentes en nuestro país que visitan los museos del estudio es muy bajo con respecto a la proporción de éstos en la población española. En relación a la totalidad de los visitantes suponen el 7,2% de los mismos. De ellos, un 2% proceden de la Europa Comunitaria (UE-15) y son sobre todo franceses y británicos. Un 1,2% son originarios de 4 países de Sudamérica (Argentina, Colombia, Venezuela y Perú), los cuatro países que más visitantes sudamericanos aportan. Los visitantes procedentes del resto de Europa, otros países sudamericanos, de África y de países asiáticos como China, de donde proceden la mayoría de los extranjeros residentes en nuestro país por motivos económicos, son casi inexistentes en los museos.

La baja proporción de algunos de estos visitantes en nuestros museos es especialmente significativa, si pensamos que un 21% de ellos llevan más de 10 años residiendo en nuestro país y un 13,6%, entre 5 y 10 años.

Si consideramos sólo al 7,2% de los visitantes extranjeros que tiene su residencia en España,

los extranjeros que viven en nuestro país, visitantes de museos del estudio, proceden en un 45% del continente americano y en un 37,4% de Europa. Entre los americanos, destacan los argentinos (7,2%), los estadounidenses (6,2%) y los colombianos y brasileños, que no llegan al 4,5%. Entre los europeos, los más numerosos son los franceses (10,2%) y los anglosajones (5,9%).

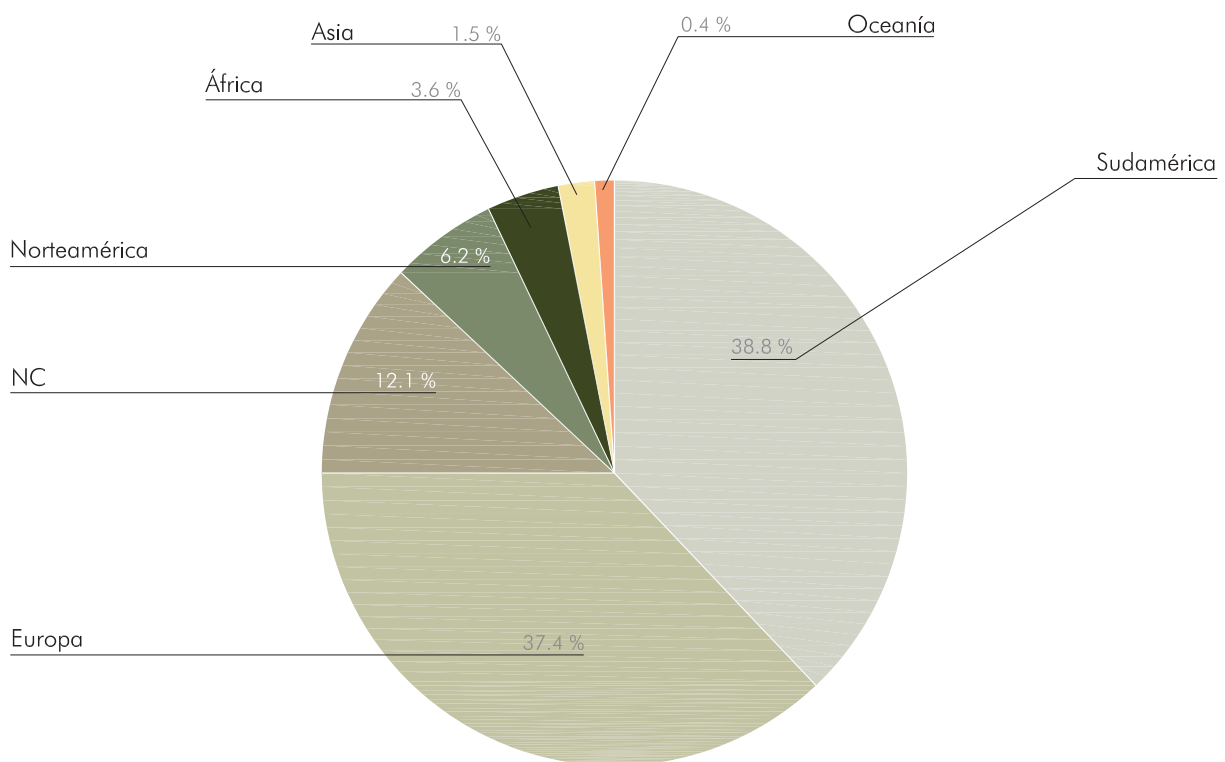
Es muy destacable que los extranjeros de cuyos países procede la mayor parte de la emigración económica que se ha producido en los últimos años en nuestro país apenas visitan los museos. En Europa, Rumanía, Bulgaria, Ucrania o Polonia, países de donde procede una buena parte de la emigración extranjera de tipo económico, apenas aparecen entre los visitantes. En América, Ecuador, Bolivia o Perú, apenas representan el 6,5% de los visitantes juntos. Los visitantes de Marruecos, Argelia o Senegal, de donde procede la mayoría de los emigrantes africanos en nuestro país, son prácticamente inexistentes en los museos, y lo mismo ocurre con la población de origen chino. Por otra parte, el tiempo de residencia en España de estos visitantes varía bastante: el 29,9% lleva menos de 1 año residiendo en el país; el 20,1%, lleva entre 1 y 5 años; el 13,6% entre 5 y 10 años; y el 21,7% más de 10 años.



---

Continentes de origen de los visitantes extranjeros residentes en España

---



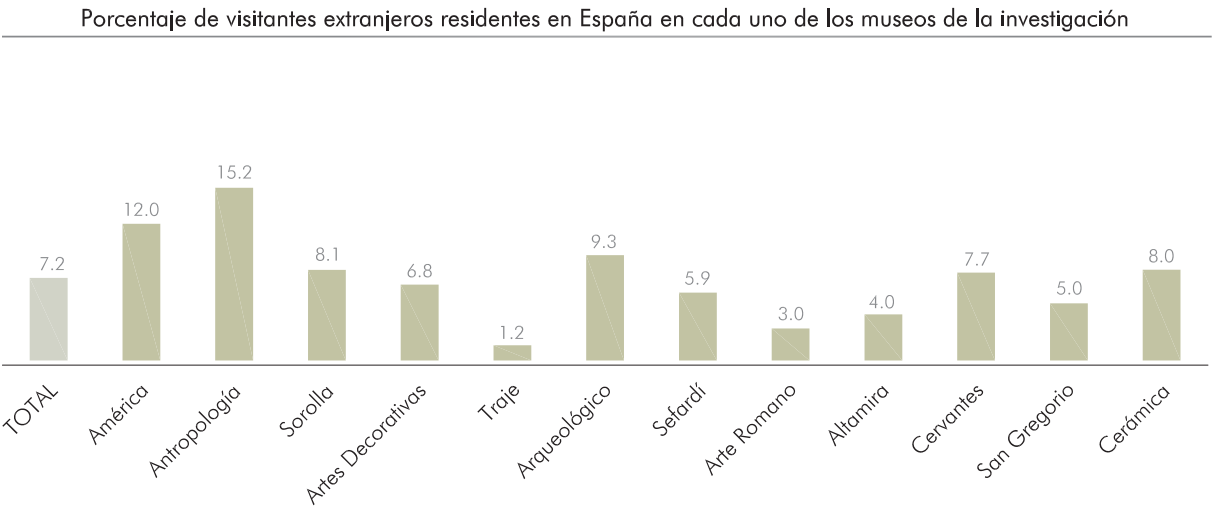
Resultados por museos

La comparación entre museos muestra que la presencia de visitantes extranjeros residentes en España es más notoria en el Museo de Antropología, el Museo de América y el Museo Arqueológico (15,2%, 12% y 9,3% de los vi-

sitantes, respectivamente) y en todos ellos es mayor el porcentaje de visitantes extranjeros procedentes de Europa y EE.UU. En cambio, esta población está peor representada en el Museo del Traje, el Museo de Arte Romano, el Museo de Altamira y en el Colegio de San Gregorio con el 1,2%, 3%, 4% y 5% de los visitantes, respectivamente.

Comparación con otros estudios

El estudio comparativo entre el porcentaje de visitantes extranjeros residentes en España (7,2%) y la población de extranjeros que, según el INE (2009), representa el 11,46% de la población total, arroja como resultado que los extranjeros residentes en el país están infra-representados en los museos.



## Compañía durante la visita

La forma de hacer la visita, solo o acompañado, o las características del grupo acompañante, en el caso de que se haga en compañía, son factores que forman parte del contexto social de la visita y que influyen en el modo de hacerla y en la valoración de la misma, como numerosos estudios han puesto de manifiesto (Dierking, 1994; Hood, M. 1999; McManus, 1999; Jonchery y Bernardin, 2002, etcétera).

Una vez más, los datos demuestran que la visita a museos es una actividad que la gran mayoría de los visitantes (86,6%) hace acompañado, en pequeños grupos. La media obtenida es de 4 personas por grupo. Consecuentemente, el porcentaje de visitantes solitarios es mucho menor (13,3%).

Los visitantes acompañados se distribuyen del siguiente modo: el 56% hace la visita con su pareja; el 23% con amigos o colegas y el 8,2% con familiares; por último, el 14,7% hace la visita en compañía de sus hijos u otros niños. En este caso, la media es de 1,5 niños por grupo. Bastante menos frecuente es hacer la visita acompañado por los padres (7,4%), aunque de nuevo conviene tener en cuenta que para este estudio se seleccionaron las personas mayores de 12 años.

## Resultados por museos

Casi la totalidad de los visitantes del Museo de Altamira hacen la visita acompañados (95,9%), al igual que los del Museo de Arte Romano (93,7%) y los del Museo Sefardí (91,9%), circunstancia muy probablemente relacionada con la visita turístico-cultural realizada con personas próximas o en grupo.

En cuanto al número medio de personas que constituyen el grupo, naturalmente hay museos cuyos grupos familiares están por encima de la media global o por debajo de esta cantidad. Ejemplo extremo del primer caso son el Mu-

seo de Altamira y el Colegio de San Gregorio (media: algo más de 6 personas) y del segundo caso, el Museo Sorolla, la Casa de Cervantes y el Museo de Antropología (media: entre 1,5 y 2 personas).

El estudio comparativo entre los museos también muestra que el más visitado en pareja es el Museo de Altamira (71,5%) seguido del Museo Sefardí y el Museo de Arte Romano (65,2% y 65,5%, respectivamente). El menos visitado en pareja y, en cambio, más visitado con amigos o colegas es el Museo del Traje (36,5% en pareja; 39,3% con amigos/as o colegas).

Los museos menos visitados con amigos o colegas son el Museo de Antropología (9,9%), la Casa de Cervantes (14%) y el Museo Arqueológico (15,2%).

Quizás sea más interesante el análisis de los visitantes que realizan la visita acompañados de sus hijos y otros niños porque son un tipo de visitante emergente y al que se valora cada vez más por su posterior repercusión en los hábitos culturales de los menores. A la vista de los resultados, el museo más atractivo para visitarlo con niños es, en primer lugar y a cierta distancia de los demás, el Museo de Altamira: el 20% de los visitantes hace la visita acompañado de niños, propios y/o ajenos. Le siguen el Museo del Traje y el Museo Arqueológico, con un 16,5% de visitantes de este tipo. A la inversa, los que parecen menos atractivos para los niños son: Museo de Artes Decorativas, Colegio de San Gregorio y Museo Sorolla, con menos del 10%, aproximadamente, de visitantes con niños.

Por último, los adultos que hacen la visita en grupo organizado representan tan sólo un 7,6% del total de los visitantes, pero hay museos en los que este porcentaje es notablemente más alto, como son el Museo de Altamira y el Colegio de San Gregorio, con un 15,6% y un 14,5% respectivamente de visitantes en grupo. Estos porcentajes se distribuyen entre los distintos tipos de grupos desigualmente, predominando los grupos de la tercera edad en el Colegio de San Gregorio y las asociaciones culturales en el Museo Arqueológico. Sin embargo, el museo en el que los grupos turísticos tienen mayor importancia es el Museo Sefardí (casi el 40% de los visitantes en grupo lo hacen en grupo turístico) seguido del Museo de Altamira y el Museo Sorolla.

## Comparación con otros estudios

Con respecto a los resultados obtenidos por García Blanco y otros (1999) el porcentaje de visitantes que hacen la visita acompañados ha aumentado: del 81,7% en 1998 al 86,5% actual; ha aumentado también notablemente el de los que hacen la visita con la pareja (del 32% al 56%); desciende el de los que la hacen con los amigos (del 29% al 23%) y se mantiene el porcentaje de los que la hacen con los hijos menores de 12 años y con familiares.

Sin embargo, en algunos museos como el Museo de Antropología y el Museo Arqueológico, se aprecia una importante diferencia con respecto a los resultados globales y un significativo descenso de la visita en compañía de un 75,5% a un 68% y de un 82% a un 70%, respectivamente. Estos resultados indican, por tanto, que en estos museos se ha producido en el intervalo de 10 años un importante aumento de los visitantes que realizan la visita sin compañía.

## Características generales de los visitantes. Síntesis de resultados

En síntesis, los visitantes de museos son más bien las visitantes. Es decir, se corrobora la mayor participación de las mujeres en la práctica cultural de visitar museos. La diferencia de género se acentúa en algunos museos que tienen en común el carácter artístico de sus colecciones, aunque también hay museos con cierto predominio de visitantes masculinos y con la representación de ambos géneros casi equilibrada. La mayor representación femenina se da en dos tramos de edad: de 12 a 25 años y de 26 a 45 años.

La media de edad del conjunto de los visitantes es de 41,6 años, es decir, el visitante tipo es un adulto joven, aunque hay museos cuyos visitantes superan esta edad media hasta en 7 años y museos en los que la media es 2 años menor.

La distribución de los visitantes en relación con determinados tramos de edad muestra que los mejor representados en el museo se corresponden también con los mejor representados en la población, es decir, son los adultos jóvenes, de 26 a 45 años, y los adultos mayores, de 46 a 64 años, los que tienen mayor presencia en el museo, aunque está sobredimensionada respecto a la que tienen en la población nacional.

La representación de los jóvenes visitantes de 12 a 25 años en relación con la totalidad de los visitantes (15,5%) responde casi exactamente a su representación respecto a la población, aunque con una mayor presencia femenina que masculina. En cambio, los mayores de 65 años están menos representados que en la población, incluso tomando sólo los datos relativos a los visitantes residentes en España, a pesar de lo cual se aprecia una tendencia al envejecimiento de los visitantes debido al ascenso del número de visitantes de más de 46 años y al descenso de los visitantes jóvenes, constatado mediante la comparación con otros estudios.

En relación al nivel de estudios, la mayor parte de los visitantes dispone de estudios superiores, incluidos en este rango las diplomaturas, licenciaturas y doctorados, mientras que los visitantes con estudios secundarios, primarios o sin estudios están representados con valores mucho más bajos.

El estudio comparativo ente los museos revela diferencias importantes entre ellos: unos muestran un espectro más amplio y heterogéneo de visitantes y otros más restrictivo y homogéneo aunque, en todos, el porcentaje de visitantes con estudios superiores supone un tanto por ciento mucho mayor que el que tiene en la población general, hasta el punto de que la representación de los doctores y másteres en los museos es casi un 30% más que en aquélla y la de los licenciados y diplomados casi tres veces más. En cambio, la representación de las personas con estudios secundarios es un 60% menor que en la sociedad, según los datos del INE (2009). Estas diferencias en nivel de estudios entre visitantes y población general son importantes tanto si se considera a todos los visitantes, como cuando se seleccionan solamente a los visitantes residentes en España.

En cuanto a la relación de los estudios superiores cursados, se constata su gran variedad, aunque destacan ciertas diplomaturas mayoritariamente femeninas, que podrían justificar el predominio de mujeres en el tramo de edad de 12 a 25 años.

La actividad actual de los visitantes permite categorizarlos en función de su ocupación en: estudiantes, trabajadores y no trabajadores (jubilados, desempleados o dedicados a las tareas domésticas). Estas 3 categorías se corresponden, con una probabilidad muy elevada, a tres tramos de edad: la de jóvenes, adultos y mayores.

Pues bien, la mayor parte de los visitantes dispone de trabajo. Completan el panorama de los visitantes ocupados, aunque no sean laboralmente activos, los estudiantes que hacen la visita individualmente y que representan en su conjunto el 14,5%. Con porcentaje muy parecido a este último están representados los visitantes que no tienen ocupación laboral por estar jubilados o buscando empleo y, con porcentaje bastante menor, los que se dedican a las labores domésticas o a otro tipo de actividad.

En relación con la ocupación de los visitantes, unos museos se destacan por tener los porcentajes más altos de visitantes que trabajan (Museo de Altamira), otros por tenerlos de estudiantes (Museo de América y Museo del Traje) y otros por disponer de mayor presencia de jubilados, desempleados o personas dedicadas a las labores domésticas (Colegio de San Gregorio y Museo de Artes Decorativas).

Para la gran mayoría de los visitantes, su ocupación laboral no tiene nada que ver con el contenido temático del museo que ha visitado, por lo que podemos suponer justificadamente que la visita responde a una decisión tomada libremente, sin presión externa y con la intención de satisfacer necesidades de ocio cultural. El porcentaje de visitantes que realiza la visita por razones relacionadas con su ocupación es bastante menor (12,5%) pero igualmente relevante porque, al tratarse predominantemente de una relación basada en las necesidades de enseñanza-aprendizaje, evidencia, junto con las visitas escolares, la aportación de los museos al mundo de la educación formal.

En cuanto a la nacionalidad, el 68% de los visitantes son españoles y el 32% extranjeros. Por su residencia, los visitantes residentes en este país (españoles y extranjeros) representan el 75% del total y el 25% restante corresponde a los visitantes que viven en el extranjero.

Todos los museos tienen visitantes procedentes de todas las comunidades autónomas aunque la mayor parte de ellas están representadas con valores muy bajos, excepto la Comunidad Autónoma de Madrid, que aporta el 40% de los visitantes de todos los museos. Aunque esta representa-

ción de visitantes procedentes de la Comunidad de Madrid era de esperar, ya que en ella se halla la mayor parte de los museos de este estudio, ha resultado sorprendente que los visitantes residentes en Madrid sean mayoritarios no sólo en los museos de esta ciudad, como es lógico, sino también en algunos museos de otras comunidades. No en vano, la de Madrid ocupa el primer lugar entre las comunidades emisoras de turismo y, como demuestran otros estudios, sus ciudadanos son los que mayor interés tienen por visitar museos.

En cuanto a los visitantes extranjeros residentes fuera de España, proceden de los cinco continentes, aunque son más numerosos los que residen en países europeos y en el continente americano, bien en los Estados Unidos, bien en los países de Sudamérica. Por lo tanto, los idiomas nativos más frecuentes son, por este orden: inglés, francés, español y alemán. Esta variedad de idiomas conduce a considerar las dificultades lingüísticas y de comprensión que estos visitantes han podido tener para hacer la visita, ya que una buena parte de la información, si no toda, que se ofrece en estos museos está redactada en español.

Por último, los visitantes extranjeros que viven en nuestro país proceden en un 45% del continente americano y en un 37% de Europa. Entre los americanos, destaca la gran variedad de países de los que proceden, aunque sobresalen los argentinos y estadounidenses. Entre los europeos, los más numerosos son los franceses y los británicos. Es muy destacable que los extranjeros de cuyos países procede la mayor parte de la emigración económica que se ha producido en los últimos años en nuestro país (Rumanía, Bulgaria, Ecuador, Bolivia o Marruecos) apenas visiten los museos.

La comparación entre museos muestra que la presencia de visitantes extranjeros residentes fuera de España varía entre casi el 40% que tienen algunos museos, como el Museo Sefardí, Museo de América o Museo Arqueológico, y el 12% que tienen otros (Museo de Arte Romano, Museo de Altamira o Museo Colegio de San Gregorio).

Una vez más, los datos sobre la compañía durante la visita demuestran que acudir a los museos es una actividad que la gran mayoría de los visitantes hace acompañado y en pequeños grupos (la media obtenida es de 4 personas por grupo). De éstos, más de la mitad hace la visita con su pareja; casi un tercio con amigos, colegas o familiares y el 14,5% en compañía de sus hijos u otros niños.

Los museos más visitados en pareja están fuera de Madrid, lo que hace pensar en la visita turístico-cultural realizada con personas próximas. También hay museos que destacan por tener los porcentajes más altos de visitantes que acuden al museo con niños, como el Museo de Altamira, el Museo del Traje o el Museo Arqueológico. Este tipo de visitante emergente tiende a incrementarse y merece una atención especial.

Por último, los adultos que hacen la visita en grupo organizado representan un porcentaje pequeño entre los visitantes acompañados, pero hay museos (Museo de Altamira y Museo Colegio de San Gregorio) en los que este porcentaje es notablemente más alto y su distribución entre los distintos tipos de grupos es muy desigual, aunque predominan los grupos turísticos en el conjunto de los museos, seguidos de los de la tercera edad y asociaciones culturales.

## Tablas de resultados

**Tabla 15**  
**Género de los visitantes**

| <b>Sexo</b>  | <b>n</b> | <b>%</b> |
|--------------|----------|----------|
| <b>Varón</b> | 3.917    | 47,1     |
| <b>Mujer</b> | 4.381    | 52,6     |
| <b>NC</b>    | 23       | 0,3      |

**Tabla 16**  
**Género de los visitantes en cada uno de los museos**

|                          | <b>Varón</b> |          | <b>Mujer</b> |          | <b>NC</b> |          |
|--------------------------|--------------|----------|--------------|----------|-----------|----------|
|                          | <b>n</b>     | <b>%</b> | <b>n</b>     | <b>%</b> | <b>n</b>  | <b>%</b> |
| <b>América</b>           | 173          | 52,3     | 158          | 47,6     | 0         | 0,0      |
| <b>Antropología</b>      | 138          | 52,7     | 124          | 47,3     | 0         | 0,0      |
| <b>Sorolla</b>           | 296          | 41,9     | 410          | 57,9     | 1         | 0,2      |
| <b>Artes Decorativas</b> | 66           | 44,7     | 81           | 55,1     | 0         | 0,0      |
| <b>Traje</b>             | 149          | 24,7     | 450          | 74,9     | 2         | 0,4      |
| <b>Arqueológico</b>      | 461          | 55,3     | 371          | 44,4     | 3         | 0,3      |
| <b>Sefardí</b>           | 841          | 50,2     | 833          | 49,7     | 3         | 0,2      |
| <b>Arte Romano</b>       | 580          | 51,0     | 558          | 49,0     | 0         | 0,0      |
| <b>Altamira</b>          | 671          | 47,1     | 745          | 52,3     | 9         | 0,6      |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 42           | 46,4     | 48           | 53,6     | 0         | 0,0      |
| <b>San Gregorio</b>      | 193          | 47,9     | 206          | 51,3     | 3         | 0,8      |
| <b>Cerámica</b>          | 307          | 43,6     | 397          | 56,3     | 1         | 0,1      |
| <b>Total</b>             | 3.917        | 47,1     | 4.381        | 52,6     | 23        | 0,3      |

103

**Tabla 17**  
**Media de edad y por intervalos de los visitantes**

|                          | <b>Edad (años)</b> | <b>Edad por intervalos</b> | <b>n</b> | <b>%</b> |
|--------------------------|--------------------|----------------------------|----------|----------|
| <b>n</b>                 | 8.212              | Hasta 25                   | 1.288    | 15,5     |
| <b>Media</b>             | 41,63              | 26/45                      | 3.703    | 44,5     |
| <b>Desviación típica</b> | 15,253             | 46/65                      | 2.621    | 31,5     |
| <b>Valor Mínimo</b>      | 12                 | 66 y más                   | 600      | 7,2      |
| <b>Valor Máximo</b>      | 88                 | NC                         | 109      | 1,3      |



**Tabla 18**  
**Media de edad por intervalos en cada uno de los museos**

|                          |       |       |                   | ¿Cuál es su edad?   |      |       |      |       |      |          |      |           |     |       |     |
|--------------------------|-------|-------|-------------------|---------------------|------|-------|------|-------|------|----------|------|-----------|-----|-------|-----|
|                          |       |       |                   | Edad por intervalos |      |       |      |       |      |          |      |           |     |       |     |
|                          |       |       |                   | Hasta 25            |      | 26/45 |      | 46/65 |      | 66 y más |      | No consta |     | TOTAL |     |
|                          | N     | Media | Desviación típica | n                   | %    | n     | %    | n     | %    | n        | %    | n         | %   | n     | %   |
| <b>América</b>           | 331   | 41,49 | 15,969            | 65                  | 19,6 | 131   | 39,6 | 105   | 31,6 | 30       | 9,0  | 1         | 0,2 | 332   | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 260   | 41,69 | 14,307            | 34                  | 12,9 | 128   | 48,8 | 87    | 33,4 | 11       | 4,1  | 2         | 0,8 | 262   | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 704   | 43,16 | 15,188            | 95                  | 13,5 | 297   | 42,0 | 263   | 37,1 | 48       | 6,8  | 4         | 0,5 | 707   | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 144   | 48,43 | 16,116            | 13                  | 8,9  | 49    | 33,3 | 58    | 39,7 | 24       | 16,4 | 2         | 1,7 | 146   | 100 |
| <b>Traje</b>             | 595   | 39,45 | 15,320            | 138                 | 22,9 | 243   | 40,4 | 182   | 30,3 | 32       | 5,3  | 7         | 1,1 | 602   | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 828   | 38,96 | 15,055            | 169                 | 20,2 | 391   | 46,9 | 223   | 26,7 | 45       | 5,4  | 6         | 0,7 | 834   | 100 |
| <b>Sefardí</b>           | 1.674 | 41,67 | 13,869            | 210                 | 12,5 | 782   | 46,7 | 587   | 35,0 | 67       | 4,0  | 30        | 1,8 | 1.676 | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 1.125 | 40,91 | 16,209            | 200                 | 17,6 | 502   | 44,1 | 321   | 28,2 | 102      | 8,9  | 13        | 1,1 | 1.138 | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 1.405 | 39,01 | 13,653            | 218                 | 15,3 | 778   | 54,6 | 343   | 24,0 | 66       | 4,6  | 20        | 1,4 | 1.425 | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 89    | 45,94 | 16,208            | 10                  | 11,5 | 31    | 34,5 | 39    | 43,8 | 8        | 8,8  | 1         | 1,5 | 89    | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 390   | 48,31 | 17,031            | 44                  | 10,9 | 132   | 32,7 | 132   | 32,7 | 83       | 20,6 | 13        | 3,1 | 404   | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 695   | 45,79 | 16,069            | 91                  | 13,0 | 238   | 33,8 | 281   | 39,9 | 84       | 11,9 | 10        | 1,5 | 704   | 100 |
| <b>Total</b>             | 8.240 | 41,63 | 15,253            | 1.288               | 15,5 | 3.703 | 44,5 | 2.621 | 31,5 | 600      | 7,2  | 109       | 1,3 | 8.321 | 100 |

**Tabla 19**  
**Nivel de estudios terminados de los visitantes**

| ¿Cuál es su nivel de estudios terminados?               | n     | %    |
|---------------------------------------------------------|-------|------|
| Sin estudios                                            | 36    | 0,4  |
| Elementales/EGB 1.ª etapa/Enseñanza Primaria            | 564   | 6,8  |
| 4.º bachillerato/EGB 2.ª etapa/Graduado escolar/ESO     | 659   | 7,9  |
| Bachiller superior/BUP/COU/ FP grado medio/Bachillerato | 1.609 | 19,3 |
| Diplomado universitario/FP grado superior               | 1.618 | 19,5 |
| Licenciado universitario                                | 2.473 | 29,7 |
| Máster o doctorado                                      | 1.203 | 14,5 |
| NC                                                      | 159   | 1,9  |

**Tabla 20**  
**Nivel de estudios terminados de los visitantes de cada museo**

|                          | Sin estudios |     | Enseñanza Primaria |      | Secundaria/ Graduado escolar |      | Bachiller o Similares/ FP grado medio |      | Diplomado universitario/ FP grado superior |      | Licenciado universitario |      | Máster o doctorado |      | No consta |     | TOTAL |     |
|--------------------------|--------------|-----|--------------------|------|------------------------------|------|---------------------------------------|------|--------------------------------------------|------|--------------------------|------|--------------------|------|-----------|-----|-------|-----|
|                          | n            | %   | n                  | %    | n                            | %    | n                                     | %    | n                                          | %    | n                        | %    | n                  | %    | n         | %   | n     | %   |
| <b>América</b>           | 2            | 0,6 | 24                 | 7,1  | 22                           | 6,6  | 55                                    | 16,5 | 56                                         | 16,8 | 108                      | 32,7 | 63                 | 18,9 | 3         | 1,0 | 333   | 100 |
| <b>Antropología</b>      | 0            | 0,0 | 12                 | 4,7  | 23                           | 8,6  | 49                                    | 18,7 | 57                                         | 21,7 | 81                       | 30,8 | 38                 | 14,5 | 3         | 1,0 | 263   | 100 |
| <b>Sorolla</b>           | 4            | 0,6 | 27                 | 3,9  | 35                           | 5,0  | 118                                   | 16,7 | 103                                        | 14,6 | 289                      | 40,8 | 125                | 17,6 | 6         | 0,9 | 707   | 100 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 1            | 0,3 | 6                  | 4,3  | 8                            | 5,7  | 24                                    | 16,7 | 21                                         | 14,7 | 54                       | 37,1 | 31                 | 21,2 | 0         | 0,0 | 145   | 100 |
| <b>Traje</b>             | 1            | 0,3 | 23                 | 3,8  | 55                           | 9,1  | 134                                   | 22,3 | 120                                        | 19,9 | 176                      | 29,2 | 85                 | 14,1 | 8         | 1,3 | 602   | 100 |
| <b>Arqueológico</b>      | 2            | 0,3 | 34                 | 4,1  | 68                           | 8,2  | 144                                   | 17,2 | 160                                        | 19,1 | 265                      | 31,7 | 157                | 18,9 | 4         | 0,5 | 834   | 100 |
| <b>Sefardí</b>           | 11           | 0,6 | 75                 | 4,5  | 100                          | 6,0  | 240                                   | 14,3 | 317                                        | 18,9 | 544                      | 32,4 | 333                | 19,9 | 57        | 3,4 | 1.677 | 100 |
| <b>Arte Romano</b>       | 9            | 0,8 | 123                | 10,8 | 129                          | 11,3 | 311                                   | 27,4 | 222                                        | 19,5 | 249                      | 21,9 | 91                 | 8,0  | 5         | 0,5 | 1.139 | 100 |
| <b>Altamira</b>          | 2            | 0,2 | 134                | 9,4  | 119                          | 8,4  | 320                                   | 22,4 | 322                                        | 22,6 | 377                      | 26,5 | 119                | 8,4  | 32        | 2,2 | 1.425 | 100 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 0            | 0,0 | 7                  | 7,4  | 4                            | 4,7  | 18                                    | 20,0 | 19                                         | 20,9 | 29                       | 32,3 | 11                 | 12,5 | 2         | 2,2 | 90    | 100 |
| <b>San Gregorio</b>      | 2            | 0,6 | 47                 | 11,6 | 45                           | 11,2 | 74                                    | 18,4 | 71                                         | 17,6 | 108                      | 26,9 | 47                 | 11,6 | 8         | 2,1 | 402   | 100 |
| <b>Cerámica</b>          | 2            | 0,2 | 53                 | 7,5  | 50                           | 7,1  | 122                                   | 17,3 | 157                                        | 22,3 | 199                      | 28,2 | 93                 | 13,2 | 29        | 4,1 | 705   | 100 |
| <b>Total</b>             | 36           | 0,4 | 564                | 6,8  | 659                          | 7,9  | 1.609                                 | 19,3 | 1.618                                      | 19,5 | 2473                     | 29,7 | 1.203              | 14,5 | 159       | 1,9 | 8.321 | 100 |

**Tabla 21**  
**Actividad actual de los visitantes**

| Actividad actual                                        | n     | %    |
|---------------------------------------------------------|-------|------|
| Trabaja por cuenta ajena o asalariado                   | 3.999 | 48,1 |
| Trabaja como autónomo, profesional liberal o empresario | 1.077 | 12,9 |
| Está jubilado                                           | 998   | 12,0 |
| Estudiante universitario                                | 855   | 10,3 |
| Busca empleo                                            | 322   | 3,9  |
| Es artista                                              | 314   | 3,8  |
| Se dedica exclusivamente a las tareas domésticas        | 266   | 3,2  |
| Tiene otro tipo de actividad                            | 239   | 2,9  |
| Estudiante de ESO                                       | 170   | 2,0  |
| Estudiante de Bachillerato                              | 149   | 1,8  |
| Estudiante de Enseñanza Primaria                        | 33    | 0,4  |

**Tabla 22**  
**Ocupación actual de los visitantes según cada uno de los museos del estudio**

|                          | Estudiante Enseñanza Primaria |     | Estudiante ESO |     | Estudiante Bachillerato |     | Estudiante Universitario |      | Tareas domésticas |     | Busca empleo |     | Trabajo por cuenta ajena o asalariado |      | Autónomo Profesional liberal o empresario |      | Artista |     | Jubilado |      | Otro tipo de actividad |     |
|--------------------------|-------------------------------|-----|----------------|-----|-------------------------|-----|--------------------------|------|-------------------|-----|--------------|-----|---------------------------------------|------|-------------------------------------------|------|---------|-----|----------|------|------------------------|-----|
|                          | n                             | %   | n              | %   | n                       | %   | n                        | %    | n                 | %   | n            | %   | n                                     | %    | n                                         | %    | n       | %   | n        | %    | n                      | %   |
| <b>América</b>           | 2                             | 0,5 | 9              | 2,7 | 11                      | 3,3 | 58                       | 17,4 | 10                | 3,0 | 12           | 3,8 | 127                                   | 38,4 | 39                                        | 11,7 | 11      | 3,4 | 46       | 13,7 | 15                     | 4,4 |
| <b>Antropología</b>      | 2                             | 0,8 | 4              | 1,5 | 3                       | 1,1 | 28                       | 10,5 | 9                 | 3,3 | 19           | 7,2 | 123                                   | 46,9 | 35                                        | 13,2 | 10      | 3,9 | 32       | 12,1 | 4                      | 1,7 |
| <b>Sorolla</b>           | 1                             | 0,1 | 12             | 1,6 | 11                      | 1,6 | 77                       | 10,9 | 20                | 2,8 | 23           | 3,2 | 340                                   | 48,1 | 100                                       | 14,2 | 36      | 5,1 | 95       | 13,4 | 18                     | 2,5 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 1                             | 0,4 | 1              | 0,8 | 0                       | 0   | 14                       | 9,5  | 4                 | 2,4 | 4            | 2,9 | 60                                    | 40,8 | 17                                        | 11,8 | 7       | 4,6 | 35       | 23,9 | 4                      | 2,9 |
| <b>Traje</b>             | 2                             | 0,4 | 13             | 2,2 | 17                      | 2,9 | 107                      | 17,8 | 17                | 2,9 | 34           | 5,7 | 267                                   | 44,5 | 71                                        | 11,8 | 34      | 5,6 | 58       | 9,7  | 6                      | 1,0 |
| <b>Arqueológico</b>      | 4                             | 0,5 | 29             | 3,5 | 23                      | 2,7 | 116                      | 13,9 | 18                | 2,1 | 32           | 3,8 | 408                                   | 48,9 | 110                                       | 13,2 | 22      | 2,7 | 76       | 9,1  | 18                     | 2,2 |
| <b>Sefardí</b>           | 13                            | 0,8 | 5              | 0,3 | 20                      | 1,2 | 174                      | 10,4 | 57                | 3,4 | 43           | 2,6 | 794                                   | 47,3 | 256                                       | 15,3 | 67      | 4,0 | 133      | 7,9  | 104                    | 6,2 |
| <b>Arte Romano</b>       | 2                             | 0,2 | 53             | 4,6 | 25                      | 2,2 | 80                       | 7,0  | 68                | 6,0 | 49           | 4,3 | 563                                   | 49,4 | 133                                       | 11,7 | 39      | 3,4 | 144      | 12,6 | 17                     | 1,5 |
| <b>Altamira</b>          | 3                             | 0,2 | 30             | 2,1 | 17                      | 1,2 | 99                       | 6,9  | 34                | 2,4 | 75           | 5,3 | 824                                   | 57,8 | 171                                       | 12,0 | 33      | 2,3 | 118      | 8,3  | 11                     | 0,8 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 0                             | 0,4 | 2              | 2,0 | 0                       | 0   | 7                        | 8,0  | 2                 | 1,7 | 2            | 2,1 | 44                                    | 49,1 | 12                                        | 13,0 | 2       | 2,1 | 17       | 18,8 | 1                      | 1,5 |
| <b>San Gregorio</b>      | 1                             | 0,3 | 4              | 1,0 | 5                       | 1,3 | 27                       | 6,6  | 16                | 3,9 | 10           | 2,5 | 160                                   | 39,6 | 49                                        | 12,1 | 11      | 2,8 | 104      | 25,9 | 9                      | 2,3 |
| <b>Cerámica</b>          | 1                             | 0,2 | 9              | 1,3 | 16                      | 2,2 | 69                       | 9,8  | 13                | 1,8 | 19           | 2,7 | 289                                   | 41,0 | 84                                        | 12,0 | 43      | 6,0 | 141      | 20,0 | 31                     | 4,4 |
| <b>Total</b>             | 33                            | 0,4 | 170            | 2,0 | 149                     | 1,8 | 855                      | 10,3 | 266               | 3,2 | 322          | 3,9 | 3.999                                 | 48,1 | 1.077                                     | 12,9 | 314     | 3,8 | 998      | 12,0 | 239                    | 2,9 |

**Tabla 23**  
**Ocupación actual en relación con la temática del Museo**

| ¿Su ocupación actual tiene alguna relación con la temática del Museo? | n     | %    |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|------|
| <b>No</b>                                                             | 7.002 | 84,1 |
| <b>Sí</b>                                                             | 1.038 | 12,5 |
| <b>NC</b>                                                             | 281   | 3,4  |

**Tabla 24**  
**Ocupación actual del visitante en relación con el Museo**

| Ocupación actual en relación con el Museo | n   | %    |
|-------------------------------------------|-----|------|
| Estudiantes                               | 230 | 22,1 |
| Docentes                                  | 175 | 16,9 |
| Investigadores/Historiadores              | 52  | 5,0  |
| Trabajadores museos                       | 33  | 3,2  |
| Trabajadores turismo                      | 25  | 2,4  |
| Artistas                                  | 99  | 9,5  |
| Otros                                     | 281 | 27,1 |
| NC                                        | 148 | 14,3 |

**Tabla 25**  
**Relación de la ocupación actual del visitante con la temática del Museo**

¿Su ocupación actual tiene alguna relación con la temática del Museo?

|                   | No    |      | Sí    |      | NC  |     |
|-------------------|-------|------|-------|------|-----|-----|
|                   | n     | %    | n     | %    | n   | %   |
| América           | 262   | 79,0 | 62    | 18,7 | 7   | 2,3 |
| Antropología      | 205   | 78,3 | 53    | 20,1 | 4   | 1,6 |
| Sorolla           | 607   | 85,8 | 89    | 12,5 | 12  | 1,7 |
| Artes Decorativas | 112   | 76,4 | 25    | 17,0 | 10  | 6,6 |
| Traje             | 460   | 76,6 | 124   | 20,5 | 17  | 2,9 |
| Arqueológico      | 687   | 82,3 | 132   | 15,8 | 15  | 1,8 |
| Sefardí           | 1,449 | 86,4 | 161   | 9,6  | 67  | 4,0 |
| Arte Romano       | 974   | 85,6 | 143   | 12,6 | 21  | 1,8 |
| Altamira          | 1,258 | 88,3 | 119   | 8,3  | 48  | 3,4 |
| Casa Cervantes    | 69    | 77,2 | 17    | 18,6 | 4   | 4,2 |
| San Gregorio      | 342   | 84,9 | 27    | 6,7  | 34  | 8,4 |
| Cerámica          | 575   | 81,6 | 88    | 12,4 | 42  | 6,0 |
| Total             | 7,002 | 84,1 | 1,038 | 12,5 | 281 | 3,4 |

107

**Tabla 26**  
**Nacionalidad del visitante**

| Nacionalidad                     | n     | %    |
|----------------------------------|-------|------|
| Espanoles                        | 5.639 | 67,8 |
| Extranjeros                      | 2.056 | 24,7 |
| Extranjeros residentes en España | 595   | 7,2  |
| NC                               | 31    | 0,3  |

**Tabla 27**  
**Lugar de residencia del visitante**

| Residencia   | n     | %    |
|--------------|-------|------|
| En España    | 6.234 | 75,2 |
| En otro país | 2.056 | 24,8 |

**Tabla 28**  
Residencia y nacionalidad de los visitantes en relación a cada uno de los museos del estudio

|                          | Residencia |      |              |      | Nacionalidad |      |            |      |                                  |      |
|--------------------------|------------|------|--------------|------|--------------|------|------------|------|----------------------------------|------|
|                          | En España  |      | En otro país |      | Español      |      | Extranjero |      | Extranjeros residentes en España |      |
|                          | n          | %    | n            | %    | n            | %    | n          | %    | n                                | %    |
| <b>América</b>           | 197        | 59,3 | 133          | 40,2 | 157          | 47,2 | 133        | 40,2 | 40                               | 12,0 |
| <b>Antropología</b>      | 207        | 78,9 | 55           | 20,9 | 167          | 63,7 | 55         | 20,9 | 40                               | 15,2 |
| <b>Sorolla</b>           | 556        | 78,6 | 150          | 21,2 | 499          | 70,5 | 150        | 21,2 | 57                               | 8,1  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 101        | 69,1 | 45           | 30,9 | 91           | 62,2 | 45         | 30,9 | 10                               | 6,8  |
| <b>Traje</b>             | 530        | 88,2 | 70           | 11,7 | 560          | 93,0 | 34         | 5,7  | 7                                | 1,2  |
| <b>Arqueológico</b>      | 574        | 68,8 | 259          | 31,1 | 497          | 59,5 | 259        | 31,1 | 78                               | 9,3  |
| <b>Sefardí</b>           | 1.003      | 59,8 | 662          | 39,5 | 903          | 53,9 | 662        | 39,5 | 99                               | 5,9  |
| <b>Arte Romano</b>       | 994        | 87,3 | 143          | 12,6 | 959          | 84,3 | 143        | 12,6 | 34                               | 3,0  |
| <b>Altamira</b>          | 1.187      | 83,3 | 233          | 16,3 | 1.130        | 79,3 | 233        | 16,3 | 58                               | 4,0  |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 65         | 72,0 | 25           | 27,5 | 58           | 64,3 | 25         | 27,5 | 7                                | 7,7  |
| <b>Gregorio</b>          | 333        | 82,9 | 67           | 16,8 | 313          | 77,9 | 67         | 16,8 | 20                               | 5,0  |
| <b>Cerámica</b>          | 487        | 69,1 | 213          | 30,3 | 431          | 61,1 | 213        | 30,3 | 56                               | 8,0  |
| <b>Total</b>             | 6.234      | 75,2 | 2.056        | 24,8 | 5.639        | 67,8 | 2.056      | 24,7 | 595                              | 7,2  |

**Tabla 29**  
Porcentaje de residencia según comunidades autónomas de los visitantes

| Comunidad Autónoma de residencia | n     | %    |
|----------------------------------|-------|------|
| COMUNIDAD DE MADRID              | 2.516 | 40,4 |
| ANDALUCÍA                        | 571   | 9,2  |
| COMUNIDAD VALENCIANA             | 538   | 8,6  |
| CASTILLA Y LEÓN                  | 447   | 7,2  |
| CATALUÑA                         | 374   | 6,0  |
| CASTILLA-LA MANCHA               | 287   | 4,6  |
| PAÍS VASCO                       | 278   | 4,5  |
| EXTREMADURA                      | 246   | 3,9  |
| GALICIA                          | 205   | 3,3  |
| CANTABRIA                        | 157   | 2,5  |
| ARAGÓN                           | 125   | 2,0  |
| CANARIAS                         | 102   | 1,6  |
| ASTURIAS                         | 92    | 1,5  |
| MURCIA                           | 90    | 1,4  |
| ISLAS BALEARES                   | 55    | 0,9  |
| NAVARRA                          | 44    | 0,7  |
| LA RIOJA                         | 36    | 0,6  |
| CEUTA Y MELILLA                  | 7     | 0,1  |
| NC                               | 63    | 1,0  |

**Tabla 30 (1)**  
**País de residencia de los visitantes extranjeros**

| Si no vive en España ¿en qué país vive? | n            | %           |
|-----------------------------------------|--------------|-------------|
| <b>EUROPA</b>                           | <b>1.153</b> | <b>56,2</b> |
| <b>Unión Europea-15</b>                 |              |             |
| Francia                                 | 351          | 17,1        |
| Reino Unido                             | 155          | 7,6         |
| Alemania                                | 131          | 6,4         |
| Holanda                                 | 116          | 5,6         |
| Italia                                  | 95           | 4,6         |
| Bélgica                                 | 67           | 3,2         |
| Portugal                                | 40           | 1,9         |
| Irlanda                                 | 18           | 0,9         |
| Austria                                 | 18           | 0,9         |
| Dinamarca                               | 10           | 0,5         |
| Grecia                                  | 10           | 0,5         |
| Suecia                                  | 8            | 0,4         |
| Finlandia                               | 5            | 0,3         |
| Luxemburgo                              | 2            | 0,1         |
| <b>Resto de Europa</b>                  |              |             |
| Suiza                                   | 39           | 1,9         |
| Polonia                                 | 34           | 1,6         |
| Rumanía                                 | 14           | 0,7         |
| República Checa                         | 7            | 0,4         |
| Noruega                                 | 5            | 0,2         |
| Turquía                                 | 5            | 0,2         |
| Rusia                                   | 5            | 0,2         |
| Croacia                                 | 4            | 0,2         |
| Otros                                   | 14           | 0,8         |
| <b>AMÉRICA</b>                          | <b>765</b>   | <b>37,2</b> |
| Estados Unidos de América               | 331          | 16,1        |
| Méjico                                  | 90           | 4,4         |
| Argentina                               | 78           | 3,8         |
| Brasil                                  | 62           | 3,0         |
| Canadá                                  | 42           | 2,0         |
| Venezuela                               | 41           | 2,0         |
| Colombia                                | 34           | 1,6         |
| Chile                                   | 24           | 1,2         |
| Uruguay                                 | 10           | 0,5         |
| Perú                                    | 9            | 0,5         |
| Guatemala                               | 7            | 0,3         |
| Bolivia                                 | 7            | 0,3         |
| Ecuador                                 | 6            | 0,3         |
| Costa Rica                              | 4            | 0,2         |
| Paraguay                                | 4            | 0,2         |
| Otros                                   | 16           | 0,8         |

**Tabla 30 (y 2)**  
**País de residencia de los visitantes extranjeros**

| Si no vive en España ¿en qué país vive? |                 | n         | %          |
|-----------------------------------------|-----------------|-----------|------------|
| <b>ASIA</b>                             |                 | <b>64</b> | <b>3,2</b> |
|                                         | China           | 15        | 0,7        |
|                                         | Japón           | 15        | 0,7        |
|                                         | Israel          | 13        | 0,6        |
|                                         | Malasia         | 4         | 0,2        |
|                                         | Corea del Sur   | 4         | 0,2        |
|                                         | India           | 3         | 0,1        |
|                                         | Singapur        | 3         | 0,2        |
|                                         | Otros           | 7         | 0,5        |
| <b>OCEANÍA</b>                          |                 | <b>52</b> | <b>2,6</b> |
|                                         | Australia       | 47        | 2,3        |
|                                         | Nueva Zelanda   | 4         | 0,2        |
|                                         | Nueva Caledonia | 1         | 0,1        |
| <b>ÁFRICA</b>                           |                 | <b>10</b> | <b>0,4</b> |
| <b>NC</b>                               |                 | <b>8</b>  | <b>0,4</b> |



**Tabla 31 (1)**  
**País de origen de los visitantes no nacidos en España**

| <b>Si vive en España, pero no ha nacido aquí, ¿cuál es su país de origen?</b> | <b>n</b>   | <b>%</b>    |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| <b>AMÉRICA</b>                                                                | <b>270</b> | <b>45</b>   |
| Argentina                                                                     | 43         | 7,2         |
| Estados Unidos de América                                                     | 37         | 6,2         |
| Colombia                                                                      | 26         | 4,3         |
| Brasil                                                                        | 26         | 4,3         |
| Venezuela                                                                     | 25         | 4,1         |
| Méjico                                                                        | 23         | 3,8         |
| Perú                                                                          | 16         | 2,7         |
| Chile                                                                         | 13         | 2,1         |
| Ecuador                                                                       | 12         | 2,0         |
| Guatemala                                                                     | 10         | 1,7         |
| Bolivia                                                                       | 10         | 1,7         |
| Cuba                                                                          | 9          | 1,5         |
| República Dominicana                                                          | 4          | 0,7         |
| Uruguay                                                                       | 4          | 0,7         |
| Otros                                                                         | 12         | 2           |
| <b>EUROPA</b>                                                                 | <b>224</b> | <b>37,4</b> |
| Francia                                                                       | 61         | 10,2        |
| Reino Unido                                                                   | 35         | 5,9         |
| Italia                                                                        | 31         | 5,1         |
| Alemania                                                                      | 22         | 3,7         |
| Suiza                                                                         | 14         | 2,4         |
| Bélgica                                                                       | 10         | 1,7         |
| Polonia                                                                       | 9          | 1,5         |
| Portugal                                                                      | 7          | 1,2         |
| Rumanía                                                                       | 7          | 1,2         |
| Finlandia                                                                     | 4          | 0,7         |
| Suecia                                                                        | 3          | 0,6         |
| Rusia                                                                         | 4          | 0,6         |
| Holanda                                                                       | 3          | 0,5         |
| Bulgaria                                                                      | 3          | 0,5         |
| Otros                                                                         | 11         | 1,6         |

**Tabla 31 (y 2)**  
**País de origen de los visitantes no nacidos en España**

| <b>Si vive en España, pero no ha nacido aquí, ¿cuál es su país de origen?</b> | <b>n</b>  | <b>%</b>    |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|
| <b>ÁFRICA</b>                                                                 | <b>22</b> | <b>3,6</b>  |
| Gambia                                                                        | 6         | 1,0         |
| Marruecos                                                                     | 4         | 0,6         |
| Guinea                                                                        | 3         | 0,5         |
| Argelia                                                                       | 2         | 0,4         |
| Camerún                                                                       | 2         | 0,4         |
| Otros                                                                         | 5         | 0,7         |
| <b>ASIA</b>                                                                   | <b>9</b>  | <b>1,5</b>  |
| Japón                                                                         | 3         | 0,5         |
| Filipinas                                                                     | 2         | 0,3         |
| India                                                                         | 1         | 0,3         |
| Taiwán                                                                        | 1         | 0,2         |
| China                                                                         | 1         | 0,1         |
| Corea del Norte                                                               | 1         | 0,1         |
| <b>OCEANÍA</b>                                                                | <b>2</b>  | <b>0,4</b>  |
| Australia                                                                     | 2         | 0,4         |
| <b>NC</b>                                                                     | <b>73</b> | <b>12,1</b> |

**Tabla 32**  
**Tiempo de residencia en España de los visitantes no nacidos en este país**

| <b>Si vive en España, pero no ha nacido aquí,<br/>¿Cuánto tiempo hace que reside en España?</b> | <b>n</b> | <b>%</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| <b>Menos de 1 año</b>                                                                           | 178      | 29,9     |
| <b>De 1 a 5 años</b>                                                                            | 120      | 20,1     |
| <b>De 5 a 10 años</b>                                                                           | 81       | 13,6     |
| <b>Más de 10 años</b>                                                                           | 129      | 21,7     |
| <b>NC</b>                                                                                       | 87       | 14,7     |

**Tabla 33**  
**Cómo viene acompañado el visitante**

| <b>Hoy, usted ha venido al Museo ...</b>  | <b>n</b>     | <b>%</b> |
|-------------------------------------------|--------------|----------|
| <b>Acompañado</b>                         | 7.205        | 86,6     |
| <b>¿De cuántas personas? (media (dt))</b> | 3,94 (8,685) |          |
| <b>Solo</b>                               | 1.107        | 13,3     |
| <b>NC</b>                                 | 10           | 0,1      |

113

**Tabla 34**  
**Con quién viene acompañado el visitante**

| <b>Si ha venido acompañado, ¿quién le acompaña?</b>                     | <b>n</b>    | <b>%</b> |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|
| Ha venido acompañado de su cónyuge, pareja,...                          | 4.661       | 56,0     |
| Ha venido acompañado de uno o varios amigos o colegas                   | 1.917       | 23,0     |
| Ha venido acompañado de sus hijo/s                                      | 1.066       | 12,8     |
| N.º medio de hijos que le acompañan (dt)                                | 1,54 (0,69) |          |
| Ha venido acompañado de uno o varios parientes                          | 681         | 8,2      |
| Ha venido acompañado de sus padres                                      | 618         | 7,4      |
| Ha venido acompañado de amigos de sus hijos u otros niños de la familia | 155         | 1,9      |
| N.º medio de niños que le acompañan (dt)                                | 1,65 (0,96) |          |

**Tabla 35**  
**Cómo viene acompañado el visitante en cada uno de los museos del estudio**

|                          | Personas que han venido acompañadas |      | N.º medio de acompañantes (dt) | Ha venido acompañado de... |      |            |     |       |      |             |     |           |      |        |      |
|--------------------------|-------------------------------------|------|--------------------------------|----------------------------|------|------------|-----|-------|------|-------------|-----|-----------|------|--------|------|
|                          |                                     |      |                                | Su cónyuge o pareja        |      | Sus padres |     | Hijos |      | Otros niños |     | Parientes |      | Amigos |      |
|                          | n                                   | %    |                                | n                          | %    | n          | %   | n     | %    | n           | %   | n         | %    | n      | %    |
| <b>América</b>           | 250                                 | 75,4 | 2,39 (3,087)                   | 129                        | 38,9 | 32         | 9,5 | 47    | 14,2 | 2           | 0,6 | 27        | 8,1  | 63     | 18,9 |
| <b>Antropología</b>      | 178                                 | 67,8 | 2,22 (3,322)                   | 109                        | 41,7 | 13         | 5,0 | 35    | 13,5 | 3           | 1,1 | 11        | 4,0  | 26     | 9,9  |
| <b>Sorolla</b>           | 543                                 | 76,7 | 1,57 (1,729)                   | 331                        | 46,8 | 57         | 8,0 | 63    | 8,9  | 11          | 1,6 | 50        | 7,1  | 118    | 16,7 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 108                                 | 73,4 | 2,81 (5,133)                   | 57                         | 39,2 | 6          | 3,9 | 12    | 7,9  | 2           | 1,4 | 11        | 7,5  | 33     | 22,2 |
| <b>Traje</b>             | 527                                 | 87,7 | 3,45 (5,963)                   | 220                        | 36,5 | 56         | 9,3 | 85    | 14,1 | 16          | 2,6 | 56        | 9,3  | 236    | 39,3 |
| <b>Arqueológico</b>      | 584                                 | 69,9 | 2,29 (4,101)                   | 336                        | 40,3 | 60         | 7,2 | 117   | 14,1 | 22          | 2,7 | 55        | 6,6  | 126    | 15,2 |
| <b>Sefardí</b>           | 1.540                               | 91,9 | 2,90 (6,070)                   | 1.094                      | 65,2 | 118        | 7,0 | 196   | 11,7 | 45          | 2,7 | 156       | 9,3  | 344    | 20,5 |
| <b>Arte Romano</b>       | 1.066                               | 93,7 | 4,91 (9,424)                   | 745                        | 65,5 | 101        | 8,9 | 125   | 11,0 | 10          | 0,9 | 114       | 10,0 | 358    | 31,5 |
| <b>Altamira</b>          | 1.366                               | 95,9 | 6,62 (13,403)                  | 1.019                      | 71,5 | 86         | 6,0 | 256   | 18,0 | 28          | 2,0 | 113       | 7,9  | 307    | 21,5 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 67                                  | 74,9 | 2,00 (3,702)                   | 45                         | 49,6 | 5          | 5,8 | 11    | 12,6 | 0           | 0,3 | 8         | 9,2  | 13     | 14,0 |
| <b>San Gregorio</b>      | 363                                 | 90,2 | 6,29 (12,760)                  | 197                        | 49,1 | 24         | 6,0 | 35    | 8,7  | 5           | 1,3 | 35        | 8,8  | 129    | 32,0 |
| <b>Cerámica</b>          | 612                                 | 86,9 | 3,12 (6,775)                   | 378                        | 53,6 | 61         | 8,6 | 83    | 11,7 | 11          | 1,5 | 46        | 6,5  | 165    | 23,4 |
| <b>Total</b>             | 7.205                               | 86,6 | 3,94 (8,685)                   | 4.661                      | 56,0 | 618        | 7,4 | 1.066 | 12,8 | 155         | 1,9 | 681       | 8,2  | 1.917  | 23,0 |

**Tabla 36**  
**Porcentaje de visitantes en grupo organizado con visita previa**

| ¿Ha venido en grupo organizado concertando previamente la visita? | n     | %    |
|-------------------------------------------------------------------|-------|------|
| <b>No</b>                                                         | 7.444 | 89,5 |
| <b>Sí</b>                                                         | 633   | 7,6  |
| <b>NC</b>                                                         | 244   | 2,9  |

**Tabla 37**  
**Tipos de grupos de visitantes**

| Tipo de grupo               | n   | %*   |
|-----------------------------|-----|------|
| <b>Tercera edad</b>         | 170 | 26,9 |
| <b>Turístico</b>            | 163 | 25,8 |
| <b>Asociación cultural</b>  | 103 | 16,3 |
| <b>Educación de adultos</b> | 87  | 13,8 |
| <b>Otro tipo</b>            | 88  | 13,9 |
| <b>NC</b>                   | 21  | 3,3  |

\*% sobre aquellos que visitaron el museo en un grupo organizado.

**Tabla 38**  
**Porcentaje de visitantes en grupo organizado que habían concertado previamente la visita en cada uno de los museos del estudio**

|                          | ¿Ha venido usted en grupo organizado concertando previamente la visita? |      |               |      |           |      |                     |      |                      |      |           |      |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------|---------------|------|-----------|------|---------------------|------|----------------------|------|-----------|------|
|                          | Sí                                                                      |      | ¿De qué tipo? |      |           |      |                     |      |                      |      |           |      |
|                          |                                                                         |      | Tercera edad  |      | Turístico |      | Asociación Cultural |      | Educación de adultos |      | Otro tipo |      |
|                          | n                                                                       | %    | n             | %    | n         | %    | n                   | %    | n                    | %    | n         | %    |
| <b>América</b>           | 19                                                                      | 5,7  | 4             | 20,0 | 1         | 5,0  | 6                   | 30,0 | 5                    | 25,0 | 4         | 20,0 |
| <b>Antropología</b>      | 16                                                                      | 6,1  | 2             | 11,8 | 0         | 0,0  | 5                   | 29,4 | 6                    | 35,3 | 4         | 22,5 |
| <b>Sorolla</b>           | 9                                                                       | 1,3  | 1             | 12,5 | 3         | 37,5 | 1                   | 15,5 | 2                    | 25,0 | 1         | 12,5 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 10                                                                      | 6,8  | 3             | 33,3 | 1         | 11,1 | 3                   | 33,3 | 1                    | 11,1 | 1         | 11,1 |
| <b>Traje</b>             | 58                                                                      | 10,1 | 9             | 15,8 | 2         | 3,5  | 10                  | 17,5 | 16                   | 28,1 | 17        | 29,8 |
| <b>Arqueológico</b>      | 28                                                                      | 3,4  | 1             | 3,7  | 5         | 18,5 | 10                  | 37,0 | 0                    | 0,0  | 9         | 33,3 |
| <b>Sefardí</b>           | 58                                                                      | 9,6  | 3             | 5,2  | 23        | 39,7 | 15                  | 25,9 | 9                    | 15,5 | 6         | 10,3 |
| <b>Arte Romano</b>       | 98                                                                      | 8,6  | 32            | 33,3 | 26        | 27,1 | 6                   | 6,3  | 22                   | 22,9 | 8         | 8,3  |
| <b>Altamira</b>          | 222                                                                     | 15,6 | 66            | 29,6 | 84        | 38,0 | 28                  | 12,7 | 12                   | 5,2  | 26        | 11,6 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 2                                                                       | 2,2  | 1             | 33,3 | 1         | 33,3 | 1                   | 33,3 | 0                    | 0,0  | 0         | 0,0  |
| <b>San Gregorio</b>      | 58                                                                      | 14,4 | 31            | 52,5 | 6         | 10,2 | 14                  | 23,7 | 5                    | 8,5  | 2         | 3,4  |
| <b>Cerámica</b>          | 55                                                                      | 7,8  | 17            | 30,9 | 11        | 20,0 | 4                   | 7,3  | 9                    | 16,4 | 10        | 18,2 |
| <b>Total</b>             | 633                                                                     | 7,6  | 170           | 26,9 | 163       | 25,8 | 103                 | 16,3 | 87                   | 13,8 | 88        | 13,9 |



# La previsión de la visita

Antes de acudir al museo, el visitante se forma una imagen previa del mismo y prevé su asistencia a través de una serie de expectativas sobre lo que puede hacer y la satisfacción que puede obtenerse durante la visita. Las expectativas condicionan el uso real del museo y el tipo de visita que finalmente se lleva a cabo. Por su parte, los motivos tienen que ver con las razones concretas, personales e inmediatas que responden a necesidades puntuales.

Como ocurre con otras actividades de ocio cultural, el conocimiento de los hábitos de visita así como de las expectativas y los motivos concretos es decisivo para estudiar los procesos previos que el visitante pone en marcha, antes de entrar en el museo, pero que condicionan tanto la decisión de realizar la visita como su desarrollo posterior y la satisfacción obtenida por la misma.

117

Frecuencia de las visitas al museo

Expectativas de la visita

Motivos de la visita

Actividades preferidas en tiempo de ocio

La frecuencia de la visita y su relación con los motivos, expectativas y tipo de ocios de los visitantes de los museos del estudio. Síntesis de resultados

Tablas de resultados



## Frecuencia de las visitas al museo

Bajo este epígrafe se contempla la visita al museo como una actividad que puede hacerse por primera vez o que puede repetirse. La frecuencia con que el visitante interrogado visita el museo en el que está (entendiendo por frecuencia la cantidad de visitas realizadas en un periodo determinado) permite clasificar a los visitantes que repiten la visita entre aquellos que realizan 3 visitas al año o más, a los que denominaremos asiduos siguiendo la categorización realizada por Hood (1994); los que realizan como máximo 2 visitas al año, es decir, la que están haciendo y otra anterior, a los que denominaremos ocasionales; y los que realizan una visita, la que están realizando en el momento de ser encuestados, cada dos años o más, a los que llamaremos esporádicos. Entre estos tres tipos de visitantes, según dicha autora, hay diferencias radicales, que esperamos poder contrastar con nuestros visitantes.

También es importante, en relación con la frecuencia, su repercusión en el conteo de visitas, que no de visitantes y, por tanto, el necesario ajuste de la cantidad total de visitantes, si se desea tener datos reales. La dificultad de calcular con precisión el número real de visitantes, diferenciándolos del número de visitas, es un hecho bastante generalizado en los museos (Kotler y

Kotler, 2001). El problema no reside tanto, como ellos dicen, en el hecho frecuente de que un visitante entre y salga varias veces en el mismo día y cada vez que lo hace se le contabilice, sino en constatar verazmente si han crecido los nuevos visitantes o si, al contrario, son siempre los mismos visitantes repitiendo la visita.

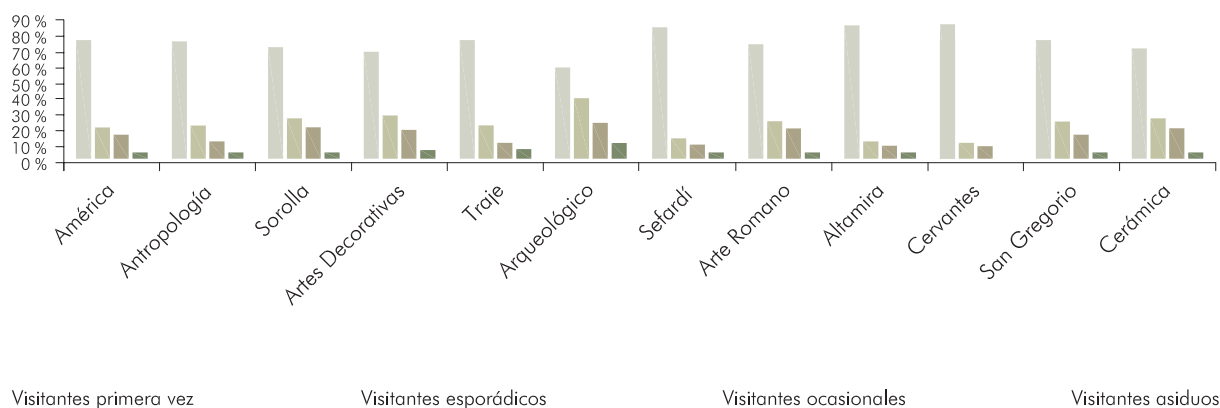
Según las respuestas globales, algo más de las tres cuartas partes de los visitantes entrevistados en esta investigación (77,3%) se hallaban haciendo su primera visita al museo, mientras que casi la cuarta parte restante (22,5%) repetía la visita.

La distribución de los visitantes que repiten en relación con la muestra total de visitantes es la siguiente: el 13% es esporádico, el 3,3% ocasional y el 4,5% asiduo.

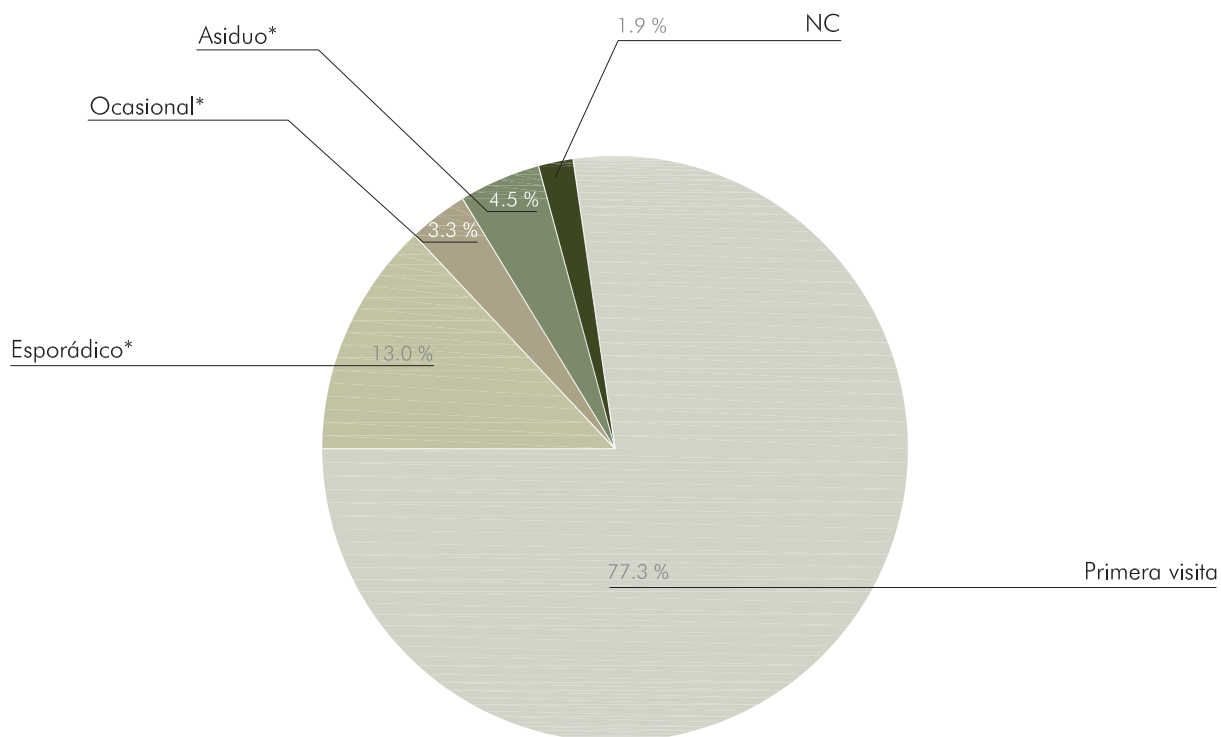
### Resultados por museos

Los museos que tienen más visitantes que lo visitan por primera vez son: Museo Casa de Cervantes, Museo de Altamira y Museo Sefardí con un porcentaje de primerizos más o menos del 85% y, consecuentemente, son también los que menos visitantes fidelizados tienen. A la inversa, el Museo Arqueológico es el que tiene más: el 40,3% de los visitantes repite visita, seguido del Museo de Artes Decorativas (29,1%), Museo de Cerámica (27,8%) y Museo Sorolla (27,4%).

Visitantes según la frecuencia de la visita en cada uno de los museos de la investigación



### Tipología de visitantes según frecuencia de la visita



119

\* Esporádico = Menos de 1 vez al año; Ocasional = 1 vez al año; Asiduo = 2 o más veces al año (sin contar la visita actual)

### Comparación con otros estudios

En relación con el estudio de García Blanco y otros (1999) el porcentaje de visitantes que hacen su primera visita ha aumentado notablemente (del 56% de entonces al 77% actual) y, consecuentemente, también es importante el descenso de los visitantes fidelizados (del 40% de entonces al 22,5% actual), así como del número medio de visitas que realizan (media de entonces 5, media actual casi 3)

En cuanto a la frecuencia con la que los visitantes repetidores visitan el museo en el que están, los porcentajes más altos en todos los museos, excepto en el Arqueológico y el Museo del Traje, son los de los visitantes que hicieron su última visita hace 2 años o más. En cambio, en el Museo Arqueológico, del 40% que repite, algo más de la mitad lo ha visitado en el último año y, en el del Traje, del 23% que repite, el 70% lo ha hecho igualmente en el último año.

En consonancia con estos datos resulta que los museos visitados con más frecuencia son: el Museo Arqueológico, en el que, del 40% de visitantes que repite visita, el 36% es asiduo, es decir, lo ha visitado al menos 3 veces en el año, y el 63,5% ocasional; el Museo del Traje que, del 23 % de visitantes que repite, casi se reparten por igual los asiduos (48,5%) y los ocasionales (51,5%); y el Museo de Artes Decorativas que, de su 29,5% de repetidores, el 30% es asiduo y el 70% restante, ocasional. La frecuencia de visitas previas en estos museos está en torno a 3, con escasas variaciones entre ellos: 3,24 visitas en el Museo del Traje, 3,18 en el Museo de Artes Decorativas, 2,97 en el Museo Sefardí y 2,87 en

el Museo Arqueológico. De todos ellos, es destacable el Museo del Traje que, a pesar de ser un museo relativamente joven, tiene un alto porcentaje de visitantes asiduos que realizan una media de más de 3 visitas al año.

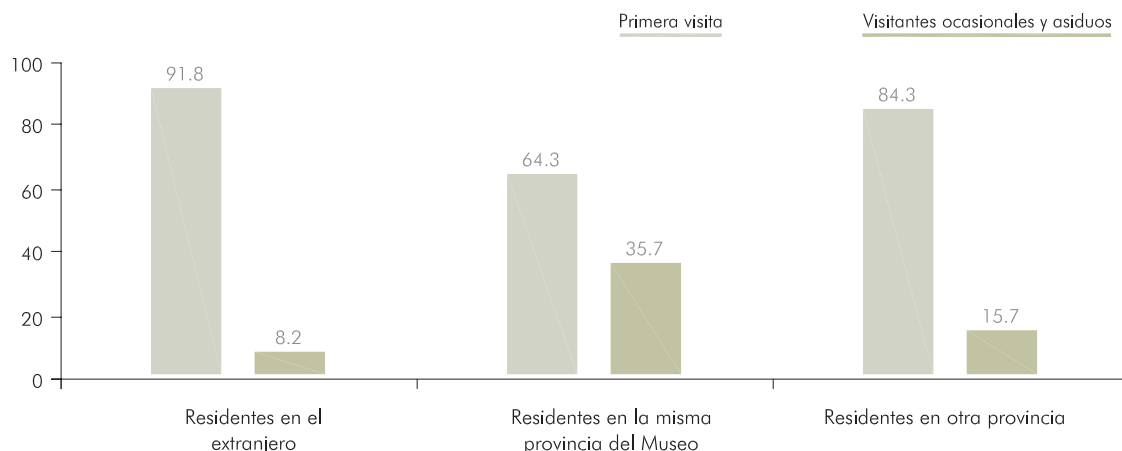
En cambio, los museos con menos visitantes asiduos son: Casa de Cervantes (10% del 14% de los visitantes que repite visita); Museo de Arte Romano (14,5% del 25,5% que repite); Museo de Altamira (19,5% del 22% que repite) y Museo Sorolla (20% del 27% que repite). Los visitantes de estos museos realizan, además, menos visitas anuales.

Estas diferencias entre los museos respecto a la frecuencia con la que son visitados posiblemente tengan relación con la residencia de sus visitantes mayoritarios, además de con otros posibles factores, pero su comprobación requiere un análisis particular, que podrá tener lugar en otro momento.

Por último, la conversión de estos porcentajes en números reales permite diferenciar el número de visitantes del de visitas realizadas, resultado que se obtiene calculando la repercusión del número de visitas realizadas por los mismos visitantes en el cómputo final.

### La frecuencia con la que se visita el museo se relaciona de forma significativa con el lugar de residencia y la ocupación

Como era de esperar, la frecuencia con la que se visita el museo correlaciona significativamente con el lugar de residencia, de manera que entre los que hacen la primera visita predominan los turistas, ya sean extranjeros o españoles, y entre los que repiten, los visitantes locales. También correlaciona significativamente con la ocupación, ya que, entre los visitantes que hacen la primera visita, es más probable encontrar a estudiantes y personas laboralmente activas que personas laboralmente no activas (desempleados, jubilados o dedicados a las tareas domésticas).



## Expectativas de la visita

En este apartado, se analizan los resultados obtenidos sobre lo que esperan los visitantes de la visita al museo en el que están. Según Kotler y Kotler (2001), la visita a un museo no suele ser accidental o imprevista; cada visitante ha escogido voluntariamente entre varias alternativas de actividades de ocio. Optar por visitar un museo supone elegir un conjunto concreto de expectativas y valores en detrimento de otros. Las expectativas tienen que ver con la imagen mental previa que se tiene del museo. Se genera en el entorno social, a partir de la información directa o indirecta que se tiene de él y de las experiencias personales en dicho museo o en otros similares.

La imagen del museo está constituida por múltiples aspectos: el edificio y sus espacios, la colección, el ambiente, el personal de atención al público, etcétera, y genera ciertas expectativas respecto a las necesidades que la visita puede satisfacer: aprender, descubrir, disfrutar, recordar, etcétera. Estas previsiones acerca de lo que se puede hacer en el museo y los diversos tipos de satisfacciones que se pueden obtener en él se supone que influyen en la decisión de visitarlo y condiciona el uso real del mismo y el tipo de visita que se haga. La pregunta pretende, por tanto, conocer cuáles son los valores que más aprecia el visitante del museo en el que está y que le han influido en la decisión de visitarlo, dándole preferencia respecto a otra actividad.

La cuestión se ha formulado de tal manera que permite respuestas múltiples porque las expectativas que generan los museos son variadas y complementarias, en ningún caso excluyentes y pueden estar condicionadas por la frecuencia con la que se visita el museo.

Por esta razón, en el análisis de los datos se pretende también comprobar si esta correlación es significativa. Se ha planteado también como una pregunta cerrada y, para cerrarla, se han tenido en cuenta las respuestas obtenidas en su formulación abierta en investigaciones anteriores y los resultados de investigaciones similares (Rieu, 1989; Lehalle, 1993; García Blanco, 1995; Pérez Santos, 2000). El escasísimo porcentaje de personas que ha contestado “otros” permite pensar que las opciones propuestas se correspondían bien con las posibles, de manera que:

- Apreciar piezas, objetos u obras de arte recoge el tópico que sobre cualquier museo tienen los ciudadanos, es decir, que hay cosas dignas

de ser admiradas y que son visualmente significativas. De ahí que los públicos también aspiren a admirar objetos en los que se puedan apreciar cualidades artísticas (Moral, 2008).

- Conocer nuestra historia alude a la idea que puede generar gran parte de los museos de que, al exponer obras que proceden del pasado, muestran sus colecciones desde una perspectiva histórica. También esta opción pretende recoger un tópico social y que, como tal, tiene su parte de verosimilitud: en los museos se ofrecen evidencias del pasado, objetos que tienen la capacidad de remitirnos a las sociedades de las que proceden.
- Aprender, sin ninguna otra especificación, se vincula con la educación formal, académica, aunque actualmente se diferencian distintas modalidades de aprendizaje y, además, se sabe que el visitante no desea aprender en el museo como se haría en la escuela, sino conseguir que los objetos tengan un sentido relevante para ellos (Dufresné-Tassé y Lefebvre, 1996). Sin embargo, no se puede olvidar que hay un importante segmento de visitantes para el que su vinculación con los museos se ha establecido o se establece en relación con el aprendizaje formal de una disciplina y esta relación puede haber marcado o marcar sus expectativas respecto a los museos.
- Descubrir algo nuevo sitúa la expectativa en el campo de lo cognitivo y de lo emocional porque pretende lograr un conocimiento que produzca satisfacción, bien porque responda a un esfuerzo personal, bien porque esté asociado a determinadas sensaciones. Descubrir requiere explorar, indagar, imaginar... con el deseo de encontrar respuestas a cuestiones previas.
- El disfrute de un ambiente especial es una de las expectativas que crean los museos. Es el ambiente generado por los amplios e impresionantes espacios, la estudiada iluminación, la temperatura adecuada, la calidad de los materiales decorativos y el confort de las zonas de descanso, o bien por los espacios recogidos, la media luz, las paredes forradas de obras de arte, etcétera.
- El concepto de diversidad cultural se suele entender como referido a otras culturas extranjeras, diferentes a la nuestra y a su vez diferentes entre sí. Es casi un tópico vincular determinados museos que exponen objetos

pertenecientes a otras culturas, del pasado o actuales, con el conocimiento y la comprensión de dichas culturas, en la creencia de que los objetos las representan aunque su traslado a un museo supone su introducción en una nueva red de significados y, por consiguiente, un cambio respecto de la que tenía originalmente (Moral, 2008).

- La evocación del pasado es consustancial a los museos que exponen objetos pertenecientes a dicho pasado, pero no todos los objetos históricos facilitan la evocación. La evocación pertenece al campo de lo emocional y tiene la virtud de poner en relación, por vía del recuerdo o la imaginación, lo ya conocido con la realidad que se observa. Es precisamente la percepción de los objetos expuestos la que activa la imaginación, el recuerdo, la asociación, los sentimientos. La evocación tiene también algo de añoranza, de vuelta a un pasado vivido o imaginado.
- Los museos se presentan también como lugares especiales, en los que se ven cosas diferentes a las habituales y cotidianas, no necesariamente relacionadas con el trabajo, en los que de vez en cuando se puede pasar el rato, distraerse, conocer algo nuevo y estar con otras personas.
- Por último, los museos sirven también para recordar cosas ya sabidas, aprendidas anteriormente y relacionadas con las piezas que se exponen. En este sentido, y los profesores lo saben bien, los objetos ayudan a memorizar porque visualizan la teoría.

En definitiva, las expectativas pueden pertenecer al campo de lo cognitivo y de lo emocional y el encuestado podía marcar un máximo de 3 de ellas.

Los resultados globales muestran que, entre las expectativas que los visitantes dicen tener para visitar el museo en el que están, la apreciación de los objetos u obras de arte destaca como la más señalada (46,4%) tal y como era de esperar, dado que hay un reconocimiento socialmente compartido de que los objetos expuestos en los museos son dignos de ser contemplados, admirados y estimados, llegando a considerarse las colecciones de todos los museos como artísticas.

Sigue de cerca a la anterior la expectativa de conocer nuestra historia, señalada por el 43,6% de los visitantes. En tercer y cuarto lugar figuran las de aprender y descubrir algo nuevo, mencionadas por algo más de la tercera parte de los visitantes (38,5% y 36,3%, respectivamente).

A juzgar por los resultados, interesa casi por igual disfrutar de un ambiente especial y comprender la diversidad cultural, ya que ambas expectativas son mencionadas por algo más de la quinta parte de los visitantes (23,2% y 22%, respectivamente), seguidas por evocar tiempos pasados (16,9%).

Con valores más bajos están representadas las expectativas de recordar cosas ya sabidas y hacer algo diferente a lo cotidiano.

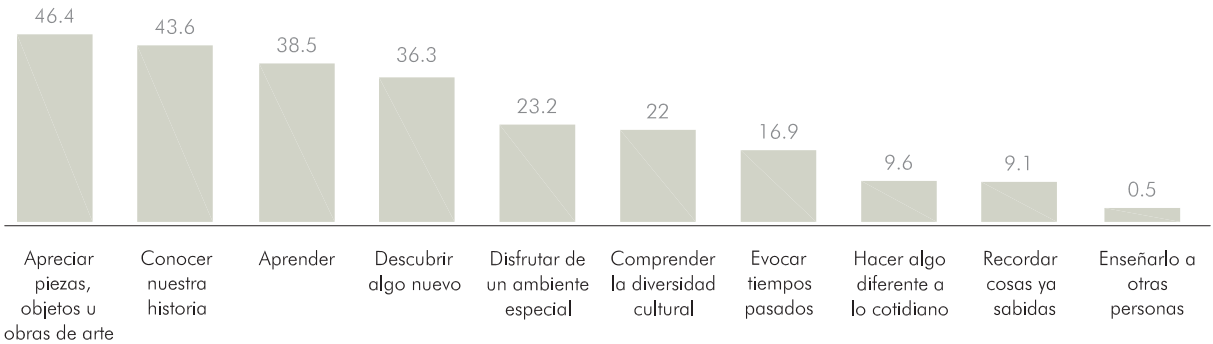
De estas respuestas resulta que hay cierto equilibrio entre las expectativas que pertenecen al campo de lo cognitivo (las que tienen que ver con aprender, comprender, recordar lo aprendido); al campo de lo emocional (las que se relacionan con el disfrute, el placer, la evocación, la sorpresa, etcétera) y a ambos campos a la vez por participar de lo cognitivo y de lo emocional (las que tienen que ver con el descubrimiento, la experimentación, manipulación, demostración, etcétera).

En definitiva, a juzgar por los resultados obtenidos, el visitante de museos no limita sus expectativas al plano cognitivo, sino que incluye aspectos referentes al plano afectivo e imaginativo.

## Comparación con otros estudios

En relación con el estudio de García Blanco y otros (1999), las expectativas han cambiado bastante, aunque la comparación no puede hacerse de forma estricta ya que las cuestiones planteadas no son las mismas totalmente. En las que coinciden, se aprecian las diferencias siguientes: incremento notable de las respuestas que aluden a la contemplación de objetos bonitos (del 26,5% al 46% en el estudio actual); descenso importante en las expectativas referentes al conocimiento, ya sea por la vía de lo cognitivo o de lo emocional: aprender (del 77% al 38,5%), comprender la diversidad cultural (del 52,8% al 22% ahora); evocar tiempos pasados (del 33% al 17%).

Expectativas de los visitantes



Resultados por museos

Dada la diversidad de museos que forman parte de este estudio, es lógico suponer que las expectativas que generan en sus visitantes son diferentes y están relacionadas con las características artísticas, antropológicas o arqueológicas de la colección; aspecto éste, el de la naturaleza de la colección, que es uno de los más influyentes, pero no es el único que conforma la imagen del museo, como ya hemos visto.

La expectativa de apreciar obras de arte es la más mencionada por parte de todos los encuestados. Los museos cuyos visitantes destacan por relacionar los museos con la idea de apreciar obras de arte son: Museo Sorolla (69,6%), Colegio de San Gregorio (63%), Museo de Artes Decorativas (61,5%) Museo de Arte Romano (57,5%) y Museo de Cerámica (55,9%). Efectivamente, estos museos forman parte de la categoría de museos de Arte y las respuestas de los visitantes demuestran que así lo perciben.

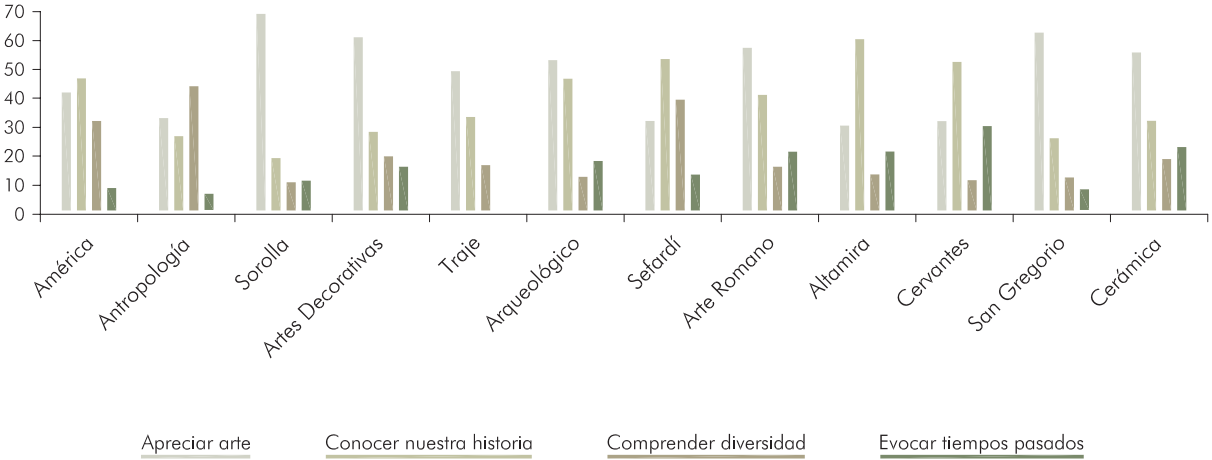
Los visitantes que esperan del museo en el que están que les facilite el conocimiento de nuestra historia son, en primer lugar, los del Museo de Altamira (61%), seguidos por los del Museo Sefardí, Casa de Cervantes, Museo Arqueológico y Museo de América, en los que más o menos la mitad de sus visitantes se manifiestan en este sentido, acorde con el valor histórico de las piezas que exponen y, no en todos, con el discurso histórico de la exposición.

La perspectiva de descubrir algo nuevo la mencionan más los visitantes del Museo de Antropología, el Museo del Traje, el Museo de América y el Museo Sefardí (entre el 44,7% y el 41,7 %) y, en cambio, los visitantes del Colegio de San Gregorio, la Casa de Cervantes y el Museo Sorolla son los que la señalan menos (entre el 26,7% y el 28,7%).

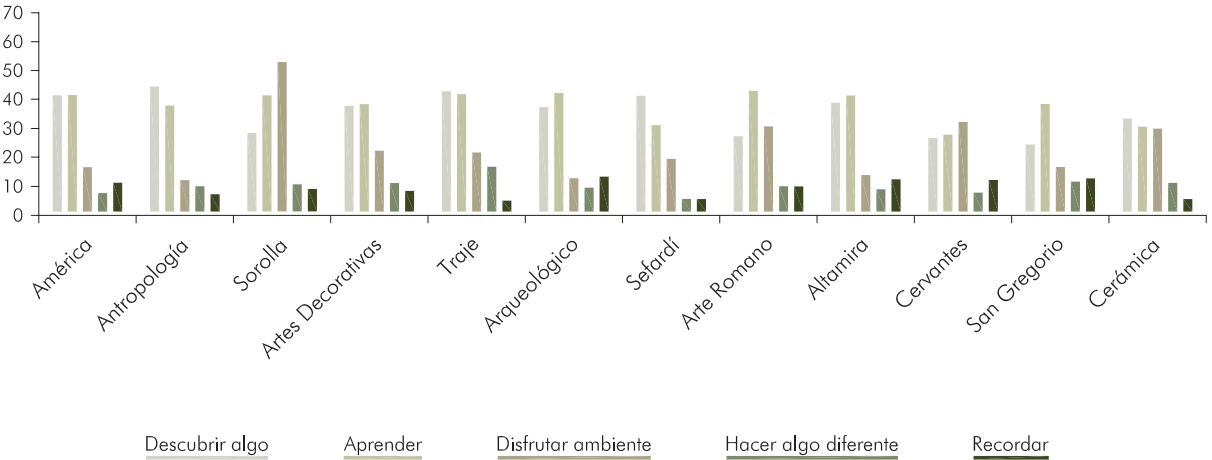
Se registra bastante más unanimidad respecto a la expectativa de aprender, aunque los valores sean ligeramente inferiores a los anteriores: alrededor del 40% de los visitantes del Museo de Arte Romano, Museo Arqueológico, Museo del Traje, Museo Sorolla, Museo de Altamira y Museo de América la han mencionado, mientras que sólo lo ha hecho el 27% de los visitantes de Casa de Cervantes. Quizá no sea casual que tres de los museos mencionados (Arqueológico, Traje y América) sean los que tienen mayor porcentaje de estudiantes.

En cuanto a comprender la diversidad cultural, son los visitantes del Museo de Antropología los que más la señalan (44,6%), seguidos a distancia por los del Museo Sefardí y el Museo de América (39,5% y 32,4% respectivamente), manifestando con sus respuestas cierta coherencia con el museo en el que están. Los museos en los que se han señalado menos esta respuesta son: Casa de Cervantes, Museo Sorolla, Colegio de San Gregorio y Museo de Altamira, con valores entre el 11% y el 13,5%.

Expectativas más frecuentes en los visitantes en cada uno de los museos de la investigación



Expectativas más frecuentes en los visitantes en cada uno de los museos de la investigación





En relación con la expectativa de disfrutar de un ambiente especial, destacan los visitantes del Museo Sorolla: el 53,4% la ha mencionado, mientras que los museos que menos generan esta expectativa son: Museo de Antropología, Museo Arqueológico y Museo de Altamira, con porcentajes de respuesta entre el 12% y 14%.

Recordar cosas sabidas es una expectativa representada con valores más bajos que las anteriores y los museos en los que más se ha señalado esta respuesta son: Museo Arqueológico, Museo de Altamira, Colegio de San Gregorio y Casa de Cervantes, con valores entre el 12% y 13%.

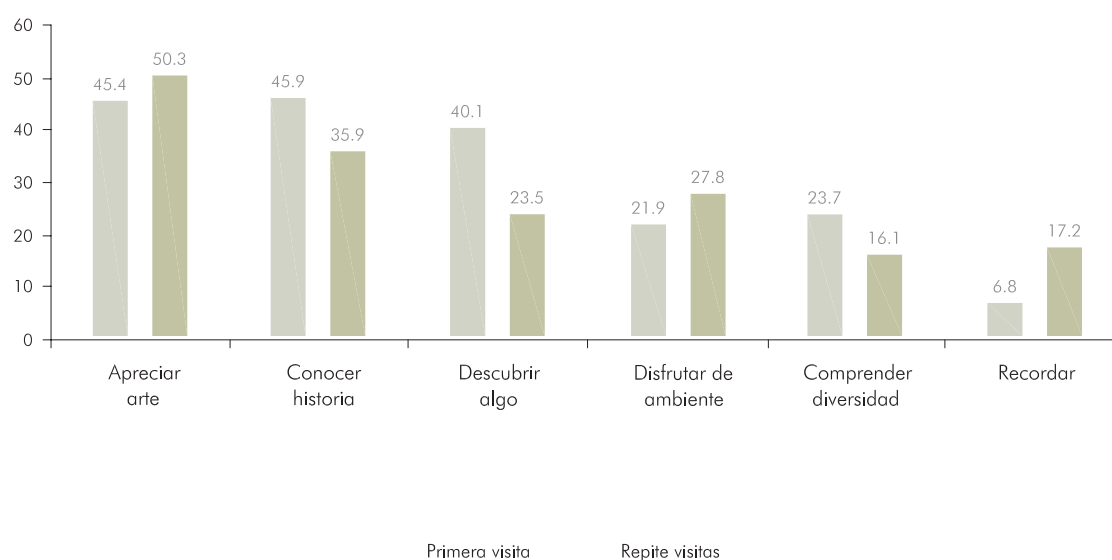
La evocación de tiempos pasados se ha mencionado más por los visitantes del Museo Casa de Cervantes y Museo de Cerámica (30,5% y 23,3%, respectivamente) y menos en el Museo de Antropología, en el Colegio de San Gregorio y el Museo de América (entre el 7% y el 9% de los visitantes), en consonancia con los ambientes intencionadamente evocativos de aquellos y la ausencia de los mismos en éstos.

Por último, también la expectativa de hacer algo diferente a lo cotidiano está representada con valores muy bajos en todos los museos: donde más se menciona es en el Museo del Traje (16,8% de los visitantes) y donde menos, en el Museo de América (el 6,3%).

## Las expectativas están relacionadas con la frecuencia de las visitas

Las expectativas de los visitantes que hacen la primera visita al museo en el que están son significativamente diferentes de los que repiten. Así, entre los primeros son más frecuentes las de descubrir cosas nuevas, conocer nuestra historia y comprender la diversidad cultural, expectativas que, como hemos dicho ya, enfatizan los aspectos cognitivos de la visita; entre los segundos, las de disfrutar del ambiente, apreciar obras de arte o recordar cosas ya sabidas, expectativas que muestran un mayor aprecio por sus aspectos emocionales, sensitivos e imaginativos.

Expectativas de los visitantes en función de la frecuencia de la visita



## Motivos de la visita

Los motivos, como las expectativas, tienen que ver con necesidades que se desean satisfacer en la visita, pero en este caso las razones son más concretas, personales e inmediatas y responden a la cuestión ¿por qué ha venido hoy al museo? Los motivos, al ser más concretos, tienen que ver con la resolución de deseos y necesidades circunstanciales relacionadas con la identidad de las personas y su estatus social, y evidentemente presuponen la existencia de una idea previa sobre el museo que se visita.

La formulación de esta pregunta admite respuestas múltiples, sin limitación. El motivo, como desencadenante de la visita, puede responder a factores o razones internas, intrínsecas a la persona, o a factores externos entre los que juega un importante papel, como luego veremos, la información sobre el museo.

El motivo más frecuente para visitar el museo en el que se está es la curiosidad, motivo señalado por la mitad de los visitantes y que puede interpretarse como un deseo de “ver lo que hay”, comprobar su interés y, consecuentemente, implicarse o no en procesos cognitivos o emocionales más complejos. La curiosidad supone una mente expectante, dispuesta a detectar y captar, a esforzarse si compensa.

Ocupar el tiempo de ocio es el siguiente motivo más frecuentemente señalado por los visi-

tantes (20,9%) y que denota la realización de esta actividad en un tiempo de descanso, vacación, ocio o desocupación.

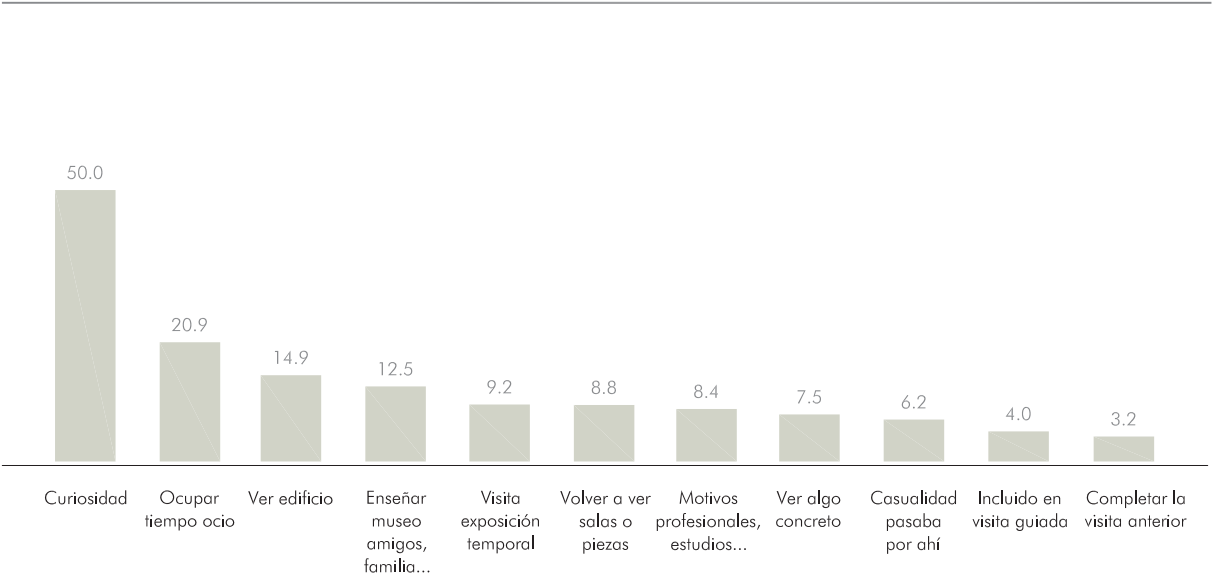
Lo mismo se podría decir respecto al contexto vacacional o de descanso de los que alegan (4%) como motivo de la visita el que está contemplada dentro de la ruta turística a la ciudad, aunque con una diferencia importante: en este caso, la visita al museo no responde tanto a motivos y decisiones personales como a la programación turística de los operadores.

Los restantes motivos se refieren claramente a aspectos concretos y bien definidos del museo e implican disponer de cierta información previa a la decisión de hacer la visita para, por ejemplo, ver el edificio (14,9% de los visitantes señala este motivo), visitar la exposición temporal o asistir a una actividad (10,7%) y ver algo concreto de lo que se ha oído hablar (7,5%). También hay otros motivos que suponen haber estado anteriormente en el museo, como los que se refieren a volver a ver salas o piezas (8,8% de los visitantes), enseñar el museo a amigos (12,5%) o completar una visita anterior (3,2%).

La necesidad de hacer la visita aparece reflejada en los motivos profesionales o de estudio que menciona el 8,4% de los visitantes. Por último, el 6,2% de los visitantes ha hecho la visita por casualidad, sin ningún motivo más que el de que pasaba por allí, estaba lloviendo o tenía que ocupar un tiempo de espera, etcétera.

126

Motivos más frecuentes para realizar la visita



## Comparación con otros estudios

El estudio comparativo con los datos obtenidos para estas mismas cuestiones por García Blanco y otros (1999) pone de manifiesto un descenso de todos los motivos que implican un conocimiento del museo previo a la visita y que, por tanto, suponen repetición de la misma, tales como: volver a ver salas o piezas (del 17% al 8,8%), enseñar el museo a otros (del 14% al 12,5%), o hacerla por motivos profesionales o de estudios (del 14,5% de visitantes que alegaba los estudios como motivo de la visita y del 5% que decía hacerla por razones profesionales en 1998 se ha pasado al 8,4% que dice hacer la visita por razones profesionales o de estudios). También han descendido los valores referidos a la asistencia a exposiciones temporales (del 11% al 9,2%) o a las actividades (7% al 1,5%). A la inversa, han aumentado los valores que se refieren a la curiosidad (del 41% al 50%) y a la casualidad (5,5% al 6,2%).

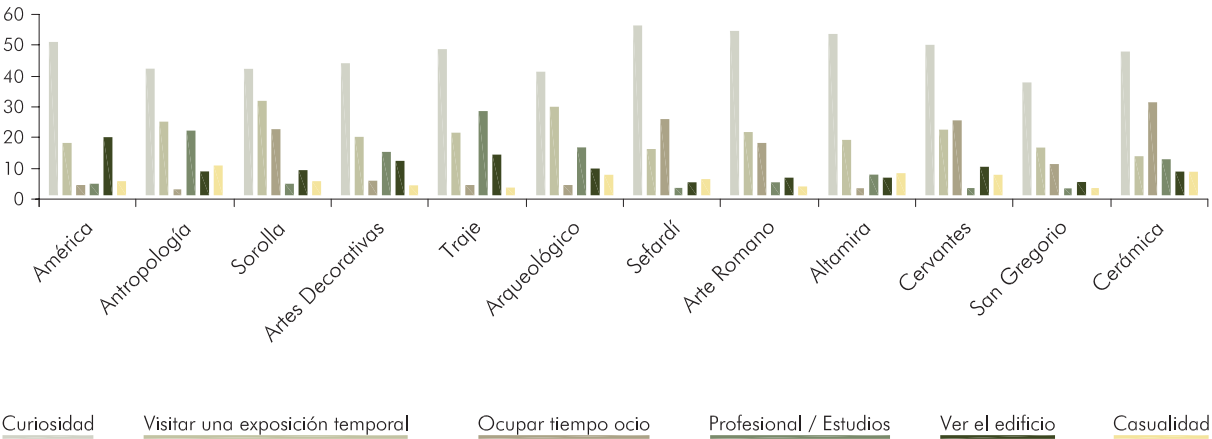
## Resultados por museos

Hay motivos para hacer la visita que comparten todos los museos, aunque sea en distinta medida, y motivos que podemos considerar más específicos o propios de algunos museos. El motivo más frecuente en todos los museos es el de la curiosidad, por ser el más mencionado por los visitantes de todos ellos (entre el 40%-50%). No obstante, son los visitantes del Museo Sefardí los que más han señalado este motivo (el 56,8% de sus visitantes) y los del Colegio de San Gregorio, los que menos (el 38,1%).

En relación con los restantes motivos, destacan los visitantes del Museo de América por ser los que más hacen la visita por motivos de estudio o profesionales (20%), como corresponde al alto porcentaje de estudiantes que tiene; los del Museo Sorolla, Museo Arqueológico y Museo de Antropología, por hacer la visita para ocupar el tiempo de ocio (entre el 25% y 32,5%), motivo que se da con más frecuencia entre los visitantes que hacen la visita solos, como se verá, y que en estos museos están más representados que en los restantes; también destacan los visitantes del

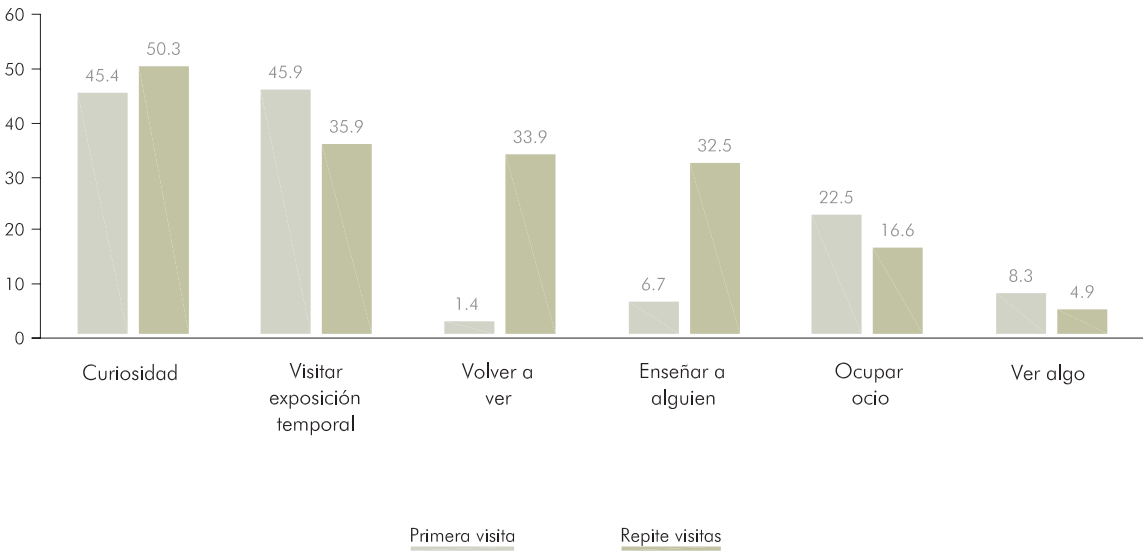
Museo Sorolla por hacer la visita con la intención de enseñarlo a otras personas o volver a ver salas o piezas (18%); los del Museo de Artes Decorativas por ser los que más han señalado el motivo de ver algo de lo que han oído hablar (14%); los del Museo de Antropología, por ser los que más han mencionado la casualidad (10%) como motivo para visitar el museo, resultado que no causa asombro porque su proximidad a la estación de Atocha favorece la visita improvisada mientras se espera la salida del tren; los del Museo del Traje, por señalar el motivo de ver una exposición temporal (28%), resultado que es coherente con la destacada actividad expositiva de este museo, al igual que lo es que los visitantes del Museo de Cerámica de Valencia destaquen por ser los que más mencionan el motivo de ver el edificio (31,5%). Es de destacar, igualmente, que ver el edificio es un motivo importante también para los visitantes del Museo Sefardí, el Museo Casa de Cervantes, el Museo Sorolla y el Museo de Arte Romano de Mérida. Los restantes motivos están representados con valores muy bajos en todos los museos.

Motivos más frecuentes en los visitantes de los distintos museos



### Los motivos son significativamente distintos en función de la frecuencia con la que se hace la visita

Al igual que las expectativas, los motivos para hacer la visita de los que la hacen por primera vez y de los que la repiten son significativamente diferentes. Los primeros alegan como motivos principales la curiosidad, ocupar el tiempo de ocio, visitar la exposición temporal y ver algo concreto de lo que han oído hablar; mientras que los segundos, mencionan más volver a ver salas o piezas que les interesaron en una visita anterior y enseñar el museo a amigos, conocidos o familiares.



Los motivos son significativamente distintos en función de la ocupación de los visitantes

Los motivos no sólo son diferentes en función de la frecuencia con la que se visita el museo, sino que también correlacionan con la ocupación de los visitantes. Los estudiantes se diferencian significativamente por moverles a hacer la visita la curiosidad, el deseo de ocupar el tiempo de ocio, la necesidad de estudio y la casualidad. A los visitantes laboralmente activos les motiva, al igual que a los estudiantes, su intención de ocupar el tiempo de ocio o la casualidad, pero se diferencian significativamente de éstos y de los visitantes laboralmente no activos en hacer la visita para ver la exposición temporal. Por último, las personas laboralmente no activas (desempleados, jubilados y dedicados a tareas domésticas) no comparten motivos con los anteriores y se diferencian de ellos por su intención de volver a ver salas o piezas y hacer la visita por estar incluida en un viaje turístico.

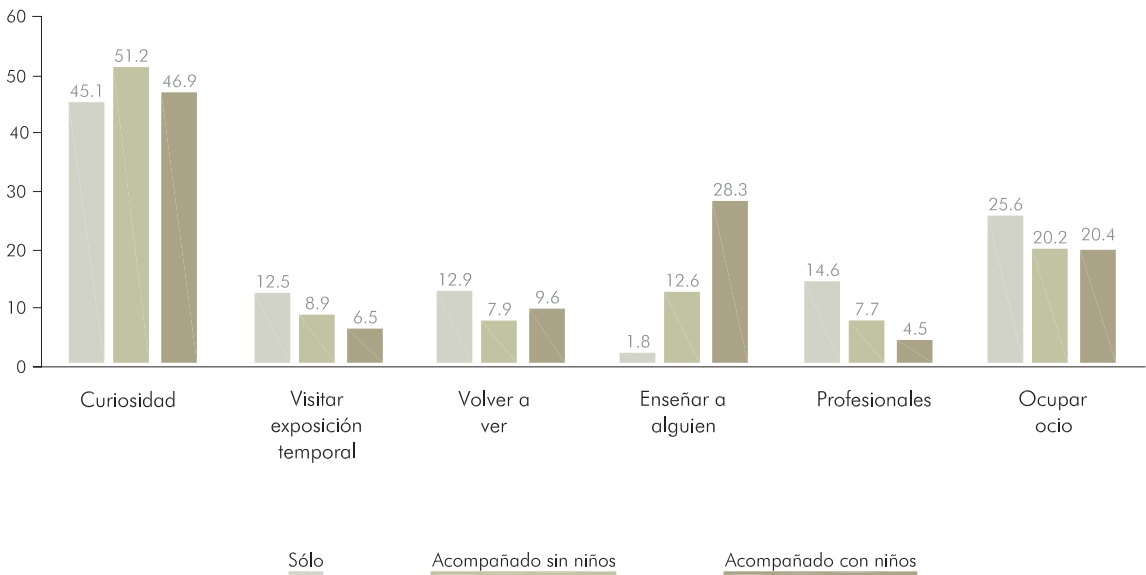
Motivos de los visitantes en función de la ocupación



### Los motivos son significativamente distintos en función de la compañía durante la visita

Los motivos de la visita son diferentes para las personas que vienen solas y acompañadas. Además, el tipo de compañía está significativamente relacionado con unos motivos u otros. Las personas que vienen acompañadas de niños tienen como motivación principal, además de la curiosidad, mostrar el museo a los niños, mientras que los que vienen acompañados de la pareja, los amigos o los familiares, les mueve más a hacer la visita la curiosidad y su deseo de ver algo de lo que han oído hablar. En cambio, los motivos profesionales y ocupar el tiempo de ocio son los motivos principales, además de la curiosidad, para las personas que realizan la visita en solitario.

Motivos de los visitantes en función de la compañía durante la visita



## Actividades preferidas en tiempo de ocio

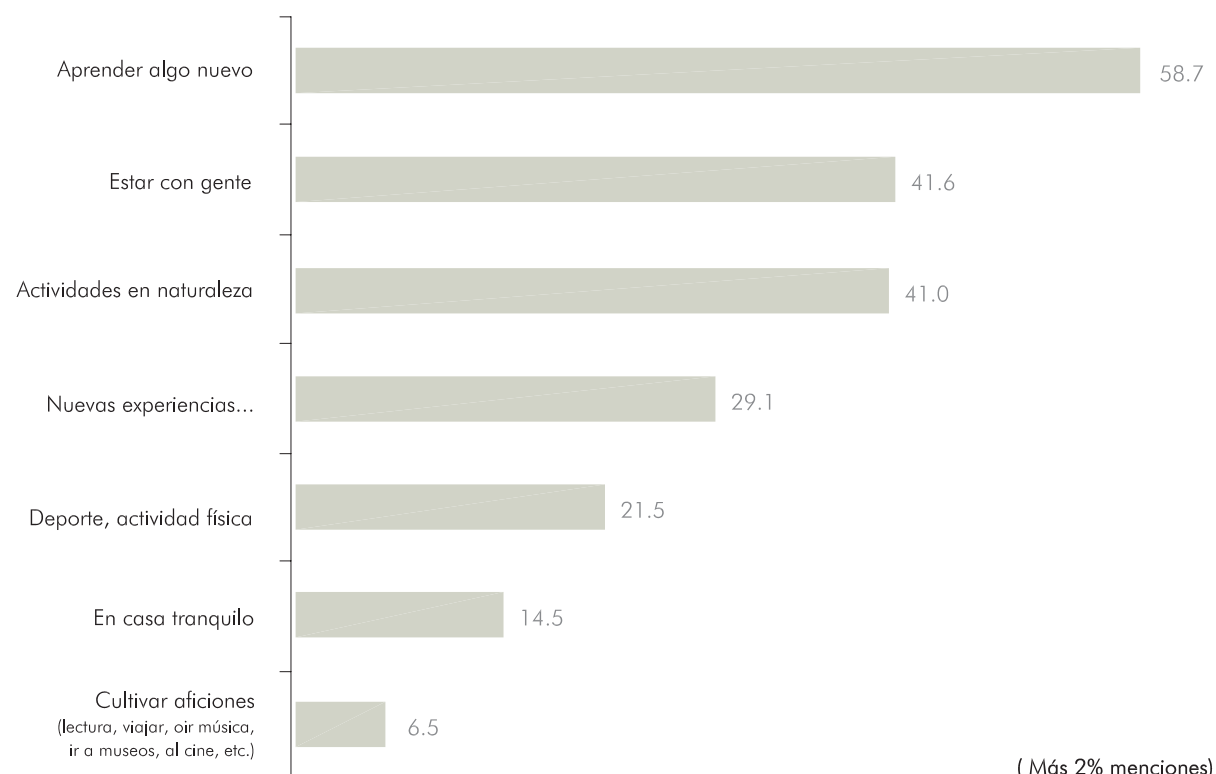
La cuestión que aquí se plantea a los encuestados se fundamenta en los resultados de la investigación llevada a cabo por Hood (1981, 1983, 1993) que, después de numerosos estudios realizados en Estados Unidos, consiguió relacionar la frecuencia de visita a los museos con las actividades de ocio de las personas, de manera que: los visitantes de museos más asiduos valoran más las actividades de ocio que les reportan beneficios de tipo cognitivo (aprender, vivir nuevas experiencias) y los ocasionales y no visitantes prefieren, por encima de otras, experimentar sensaciones de confort, “estar a gusto” con su alrededor, participar activamente en algo y compartir experiencias con otras personas (estar en casa o en contacto con la Naturaleza, estar con gente), algo que, para ellos, parece incompatible con la visita a un museo.

De los resultados obtenidos en los museos del estudio, llama la atención el alto porcentaje de visitantes (casi el 60%) que valora expresamente que sus experiencias o actividades de ocio les reporte algún tipo de conocimiento. Por su parte “vivir experiencias nuevas y diferentes a las coti-

dianas”, es la opción elegida por el 29,1% de los encuestados. Dotadas con cierto componente de novedad, riesgo, aventura y exploración, pueden concretarse en actividades muy diferentes, tales como las que pueden tener lugar en un parque de atracciones, en un viaje a países más o menos exóticos o en la exploración de ámbitos inéditos. Estas dos respuestas conformarían el perfil básico del tipo de actividad de ocio preferido por los visitantes de los museos, según Hood (1981, 1983, 1993) y conforma, también en nuestro caso, algunas de las opciones de respuestas más elegidas. Siguen en importancia porcentual las respuestas que suponen una valoración del componente social de la actividad de ocio: el 41,6% ha señalado el deseo de poder compartirla con otras personas como, por otra parte, parece natural si se piensa que un elemento esencial del tiempo de vacación y ocio es el de ser compartido.

A otro tipo de ocio remiten las respuestas de los que desean realizar actividades en contacto con la naturaleza, señalada también por el 41% de los encuestados, o hacer deporte o alguna otra actividad física, elegida por el 21,5%. Estas personas desean actividades que les permitan moverse, participar, hacer ejercicio o plantearse retos.

Actividades preferidas en su tiempo de ocio por los visitantes de los museos del estudio





También hay visitantes (14,5%) que desean emplear su tiempo de ocio en estar tranquilamente en casa, posiblemente disfrutando del consumo de los media: escuchar la radio; ver televisión en directo, programas o películas registrados, películas alquiladas; leer libros, periódicos o revistas; escuchar música o conectarse a internet, etcétera. En definitiva, el universo de las actividades de ocio cultural en casa es muy amplio, variado y, además, de alta calidad técnica por lo que hay que contar con esta realidad que hoy es preferida por un 14,5% de los visitantes, pero que puede ir en aumento y representar una competencia digna de tenerse en cuenta.

No así el cultivo de las aficiones que, señalado sólo por el 6,5% de los visitantes, suele derivar hacia el consumo cultural relacionado con la afición. Así lo muestran determinados sondeos, mencionados por Pronovost (1996).

Algunas personas prefirieron contestar en opción abierta señalando actividades concretas, que han sido recogidas en el análisis general de las respuestas, como leer, viajar, ir a conciertos o realizar otras visitas culturales o ir al cine. Todas estas respuestas conforman el perfil de un visitante de museos interesado en otras actividades culturales, hecho éste ya destacado por la Encuesta de hábitos y prácticas culturales (2007).

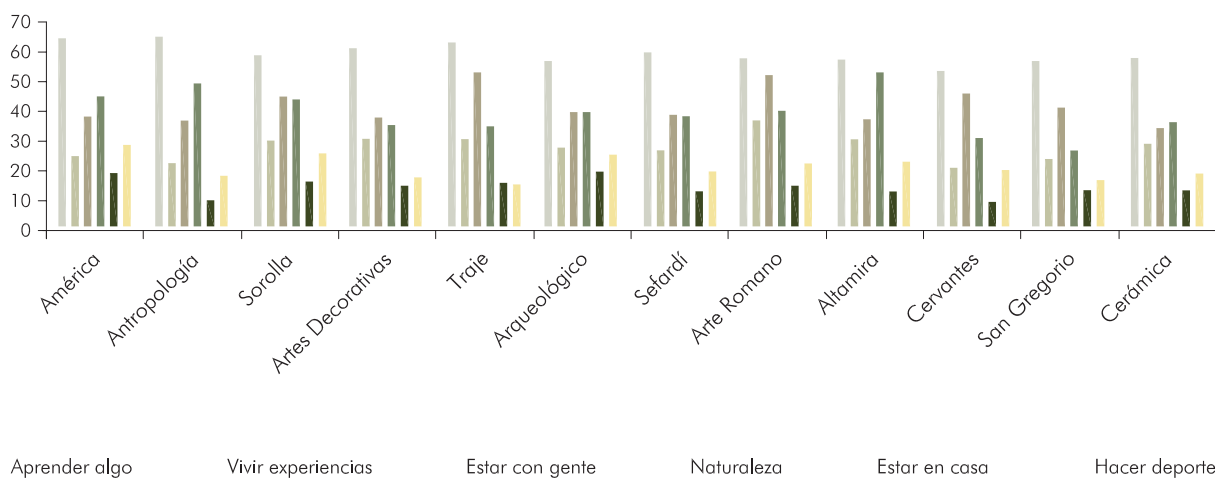
tes de todos los museos destacan principalmente aprender como su actividad preferida en el tiempo de ocio, también aparecen respuestas diferenciadas en algunos de los museos de la investigación. Así, los visitantes del Museo del Traje y el Museo de Arte Romano destacan más que los de los restantes museos por su deseo de poder compartir la actividad de ocio, aunque para los visitantes de todos los museos este aspecto social del ocio tiene bastantes partidarios, al igual que los que desean realizar actividades en contacto con la naturaleza, muy importante en el Museo de Altamira (con el 52,8%) permitiéndonos suponer, una vez más, que la visita la hacen en un contexto de turismo cultural y de disfrute de la naturaleza, que influye en su contestación.

Siguiendo el orden de preferencias, los visitantes del Museo de Arte Romano son los que más prefieren realizar actividades que les procuren nuevas experiencias y los del Museo Casa de Cervantes son los que menos señalan este tipo de actividades; los del Museo de América son los que más desean hacer deporte o ejercicios físicos y los del Museo del Traje, el Museo de Artes Decorativas y el Colegio de San Gregorio los que menos; por último, los visitantes que más han mencionado que se quedan en casa tranquilamente en su tiempo de ocio son los del Museo de América y el Museo Arqueológico (un 19%), y los del Museo de Artes Decorativas son los que más prefieren cultivar sus aficiones.

## Resultados por museos

En el estudio comparativo, aunque los visitan-

Actividades preferidas en su tiempo de ocio por los visitantes en cada uno de los museos del estudio

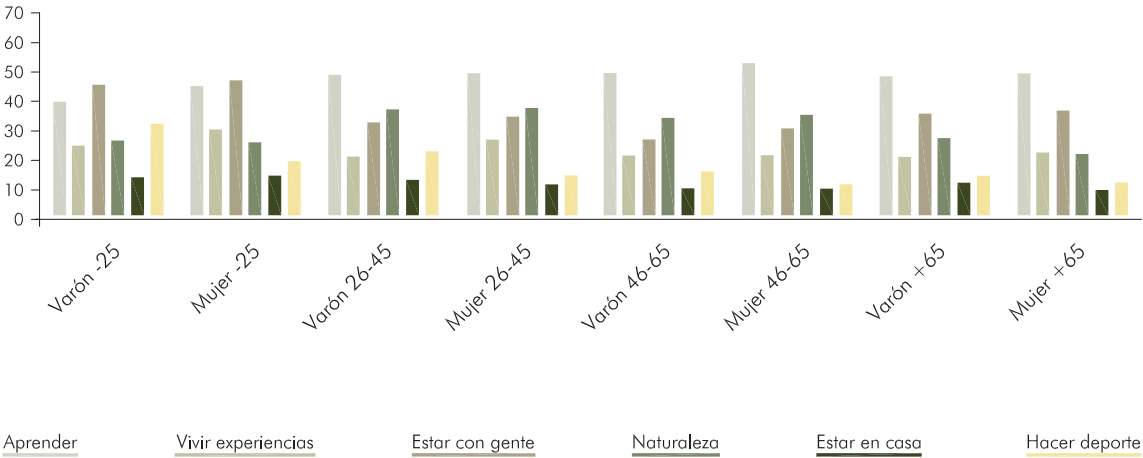


### Las actividades preferidas en el tiempo de ocio varían en función del género y la edad de los visitantes

Debe tenerse en cuenta que las actividades preferidas de ocio se relacionan, como es lógico, con el género y la edad de los visitantes. Así, se hallaron diferencias significativas en las preferencias de algunas actividades de ocio que pueden contribuir a explicar la importante asistencia de las mujeres a los museos. Ellas prefieren, en mayor medida que los varones, las actividades de ocio que les permitan estar con gente y tener nuevas experiencias diferentes a las cotidianas, mientras que los varones eligen hacer deporte o realizar alguna actividad física más que las mujeres. Por edades, destaca el hecho de que, según aumenta la edad, aprender parece más importante, mientras que, por debajo de 25 años, vivir nuevas experiencias y estar con la gente son las actividades más elegidas. Las mujeres jóvenes destacan, más que los varones, aprender y vivir nuevas experiencias y, conforme avanza la edad, las diferencias tienden a igualarse especialmente en el grupo de 46 a 65 años.

Sin duda, estos datos pueden explicar una parte importante de las diferencias halladas entre la población general y los visitantes de los museos del estudio en relación a la edad y el género, pero no debe olvidarse que aquí sólo se recogen las actividades de ocio preferidas por los que son visitantes de museos y que, como señala Hood, las diferencias son aún mayores con los que no los visitan.

Actividades preferidas en su tiempo de ocio por los visitantes según género y edad



## **La frecuencia de la visita y su relación con los motivos, expectativas y tipo de ocio de los visitantes de los museos del Estudio.**

### **Síntesis de resultados**

La visita al museo es una actividad que puede hacerse por primera vez o que puede repetirse. La frecuencia de la visita (cantidad de visitas en un periodo determinado) permite clasificar a los visitantes en asiduos (3 visitas al año o más), ocasionales (2 visitas al año) y esporádicos (menos de una visita al año). La frecuencia de visitas es un indicador de la capacidad de captación y fidelización que tiene el museo.

En relación con la frecuencia, más de las tres cuartas parte de los visitantes realizan su primera visita, mientras que casi la cuarta parte restante repite. De los visitantes que repiten, más de la mitad son esporádicos y representan el 13% en relación con la totalidad de los visitantes mientras que, entre los que han hecho su última visita dentro del año en curso, son ocasionales el 3,3% en relación con la muestra y asiduos el 4,5%.

Como era de esperar, la frecuencia correlaciona significativamente con el lugar de residencia, de manera que entre los que hacen la primera visita predominan los turistas, ya sean extranjeros o españoles, y entre los que repiten, los visitantes locales. También correlaciona con la ocupación, ya que, entre los visitantes que hacen la primera visita, es más probable encontrar a estudiantes y personas laboralmente activas que personas laboralmente no activas.

La relación entre nuevos visitantes y visitantes fidelizados varía mucho entre los museos, ya que hay algunos que llegan a tener hasta un 85% de visitantes que realizan su primera visita y otros que tienen un 40% de visitantes que repiten. Aunque debe tenerse en cuenta que una parte importante de los visitantes que vuelven al museo lo hacen para realizar alguna actividad organizada por el mismo y en algunos de los museos incluidos en esta investigación no fue posible recoger datos de este tipo de visitantes, porque o bien no accedieron a las salas expositivas directamente o no lo hicieron en el horario o por el itinerario habitual de visita.

La frecuencia con la que se visita se relaciona significativamente con las dos variables que configuran la previsión de la visita: la expectativa que genera el propio museo y los motivos concretos que el visitante puede tener para visitarlo.

Las expectativas son lo que los visitantes esperan del museo y tienen que ver con la imagen que se tiene del mismo. Estas previsiones acerca de lo que se puede hacer en el museo y las satisfacciones que se pueden obtener en él influyen en la decisión de visitarlo y condicionan el uso real del mismo.

Según las respuestas obtenidas, las expectativas más compartidas son las de poder apreciar objetos u obras de arte y conocer nuestra historia, señaladas por un porcentaje alto y muy parecido de visitantes, seguidas por las de aprender y descubrir algo nuevo. Menos compartidas son las expectativas de poder disfrutar de un ambiente especial, comprender la diversidad cultural o evocar tiempos pasados. De estos resultados se deduce que la mayor parte de los visitantes espera del museo que le reporte beneficios de tipo emocional y cognitivo, es decir, que le facilite el aprecio estético de las obras, su significado histórico y el descubrimiento de sus nuevos valores.

Aunque aprender es la expectativa que más comparten los visitantes de diferentes museos, también hay diferencias derivadas de las propias características de las distintas colecciones que los museos estudiados albergan. Así, los visitantes que destacan su deseo de apreciar obras de arte son precisamente los que están en un museo de arte; los que más mencionan sus deseos de conocer nuestra historia son los de los museos cuya colección destaca por su valor histórico y los que más han señalado las expectativas de descubrir y comprender la diversidad cultural son los de los museos que muestran obras de otras culturas.

Por último, las expectativas también son diferentes en función de la frecuencia con la que se visita el museo. Entre los que hacen su primera visita, son más frecuentes las de descubrir cosas nuevas, conocer nuestra historia y comprender la diversidad cultural, expectativas de tipo cognitivo; entre los segundos, las de disfrutar del ambiente, apreciar obras de arte o recordar cosas ya sabidas, muestran un mayor aprecio por sus aspectos emocionales y sensitivos.

En cuanto a los motivos, el más frecuente para visitar el museo en el que se está es la curiosidad, señalado por la mitad de los visitantes.

Ocupar el tiempo de ocio es el siguiente motivo más frecuentemente señalado por los visitantes y denota la realización de esta actividad en un tiempo de descanso, vacación, ocio o desocupación, al igual que los que la hacen por estar contemplada dentro de la ruta turística a la ciudad.

Los restantes motivos son más concretos y definidos como, por ejemplo, ver el edificio, visitar la exposición temporal o asistir a una actividad, enseñar el museo, ver algo concreto de lo que se ha oído hablar o volver a ver algo.

Al igual que las expectativas, los motivos son significativamente diferentes para los que hacen la visita por primera vez y para los que repiten.

Los primeros alegan la curiosidad, ocupar el tiempo de ocio, visitar la exposición temporal y ver algo concreto de lo que han oído hablar. Los segundos: volver a ver salas o piezas o enseñar el museo a amigos, conocidos o familiares, motivos que denotan cierto conocimiento previo del museo.

Los motivos también son diferentes según se haga la visita solo o acompañado. A las personas que hacen la visita con niños, les mueve la curiosidad y el deseo de enseñarles el museo y a las que la hacen con la pareja, amigos o familiares, la curiosidad y su deseo de ver algo de lo que han oído hablar. En cambio, las personas que realizan la visita solas alegan motivos profesionales o su intención de ocupar el tiempo de ocio.

Los motivos también son diferentes según cuál sea la ocupación de los visitantes. A los estudiantes les mueve más que a los restantes visitantes la curiosidad, el deseo de ocupar el tiempo de ocio, la necesidad de estudio y la casualidad. También a los visitantes laborablemente activos les motiva ocupar el tiempo de ocio o la casualidad, pero se diferencian significativamente de aquéllos y de los visitantes laborablemente no activos en hacer la visita para ver la exposición temporal. Por último, las personas laborablemente no activas (desempleados, jubilados y dedicados a tareas domésticas) no comparten motivos con los anteriores y se diferencian de ellos por su intención de volver a ver salas o piezas y hacer la visita por estar incluida en un viaje turístico.

Por último, y como en el caso de las expectativas, hay motivos que se señalan casi por igual en todos los museos, como es el de la curiosidad, y motivos que destacan en algunos museos, bien porque lo sean de los visitantes predominantes en ellos, bien porque respondan a determinadas circunstancias o rasgos propios del museo. De esta manera, la curiosidad es un motivo que destaca

en aquellos museos en los que predominan los visitantes que hacen su primera visita; el del estudio, en los museos con mayor porcentaje de estudiantes; el de visitar la exposición temporal, en el museo que tiene una gran actividad expositiva; y el de ver el edificio, en los museos cuyo edificio tiene especial relevancia arquitectónica.

El último aspecto que aporta interesantes datos acerca del contexto personal de los visitantes es el tipo de actividades de ocio que prefieren hacer en su tiempo libre y qué valores estiman en ellas.

Las actividades de ocio mayoritariamente preferidas son las que reportan algún tipo de conocimiento, como puede ser la visita a museos; las que se pueden realizar en compañía, ya que un elemento esencial del tiempo de vacación y ocio es el de ser compartido; y las que se realizan en contacto con la naturaleza, cuestión que los aleja, en principio, de la mayor parte de los museos, al igual que la realización de actividades que les permitan moverse, participar, hacer ejercicio o plantearse retos, que mencionan otras personas.

Estas actividades de ocio están, por supuesto, relacionadas con la edad y el género de los visitantes. Así, las mujeres dicen preferir más que los varones las actividades de ocio que les permitan estar con gente y tener nuevas experiencias diferentes a las cotidianas, mientras que los varones eligen, más que las mujeres, hacer deporte o realizar alguna actividad física. Las mujeres jóvenes destacan, más que los varones, aprender y vivir nuevas experiencias y, conforme se avanza en edad, las diferencias tienden a igualarse entre ellos y ellas. Es muy probable que estas diferencias en la concepción del ocio puedan explicar las diferencias halladas en cuanto a la mayor asistencia a los museos de las mujeres jóvenes en comparación con los varones de la misma edad.

## Tablas de resultados

**Tabla 39**  
**Asiduidad de la visita**

| ¿Es su primera visita a este museo?  | n     | %    |
|--------------------------------------|-------|------|
| Sí                                   | 6.434 | 77,3 |
| No, ya había venido con anterioridad | 1.888 | 22,7 |

**Tabla 40**  
**Asiduidad de la visita en cada uno de los museos del estudio**

|                          | Por primera vez |      | Ya había venido |      | Ocasional y esporádico |      | Asiduo |      | NC  |     |
|--------------------------|-----------------|------|-----------------|------|------------------------|------|--------|------|-----|-----|
|                          | n               | %    | n               | %    | n                      | %    | n      | %    | n   | %   |
| <b>América</b>           | 257             | 77,4 | 75              | 22,5 | 59                     | 17,8 | 8      | 2,4  | 14  | 2,4 |
| <b>Antropología</b>      | 201             | 76,4 | 61              | 23,4 | 35                     | 13,3 | 13     | 4,9  | 14  | 5,3 |
| <b>Sorolla</b>           | 513             | 72,6 | 194             | 27,4 | 153                    | 21,6 | 27     | 3,8  | 18  | 2,0 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 103             | 70,5 | 43              | 29,1 | 30                     | 20,4 | 11     | 7,5  | 3   | 2,0 |
| <b>Traje</b>             | 462             | 76,7 | 138             | 22,9 | 71                     | 11,8 | 51     | 8,5  | 20  | 3,0 |
| <b>Arqueológico</b>      | 499             | 59,8 | 336             | 40,3 | 210                    | 25,1 | 101    | 12,1 | 25  | 3,0 |
| <b>Sefardí</b>           | 1.435           | 85,6 | 241             | 14,4 | 182                    | 10,9 | 40     | 2,4  | 15  | 1,2 |
| <b>Arte Romano</b>       | 846             | 74,3 | 291             | 25,5 | 243                    | 21,4 | 41     | 3,6  | 8   | 0,7 |
| <b>Altamira</b>          | 1.234           | 86,6 | 187             | 13,1 | 144                    | 10,1 | 32     | 2,2  | 13  | 1,1 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 78              | 87,6 | 11              | 12,2 | 9                      | 10,1 | 0      | 0,0  | 2   | 2,2 |
| <b>San Gregorio</b>      | 300             | 76,2 | 103             | 25,5 | 75                     | 18,7 | 21     | 5,1  | 0   | 0,0 |
| <b>Cerámica</b>          | 506             | 71,8 | 196             | 27,8 | 146                    | 20,7 | 33     | 4,7  | 20  | 2,8 |
| <b>Total</b>             | 6.434           | 77,3 | 1.888           | 22,7 | 1.357                  | 16,3 | 371    | 4,5  | 160 | 1,9 |

137

\*Ocasional y esporádico= 1 vez al año o menos; Asiduo = 2 o más veces al año (sin contar la visita actual).

**Tabla 41**  
**Frecuencia de la visita**

| Si ya había venido antes, cuando visitó este Museo por última vez | n   | %*   |
|-------------------------------------------------------------------|-----|------|
| <b>En los últimos 3 meses</b>                                     | 303 | 16,1 |
| <b>En los últimos 6 meses</b>                                     | 181 | 9,6  |
| <b>En los últimos 12 meses</b>                                    | 250 | 13,3 |
| <b>En los últimos 2 años</b>                                      | 267 | 14,3 |
| <b>Hace más de 2 años</b>                                         | 819 | 43,7 |
| <b>NC</b>                                                         | 55  | 2,9  |

\*% sobre aquellos que habían visitado el museo con anterioridad.

**Tabla 42**  
Frecuencia de la visita en cada uno de los museos del estudio

|                          | En los últimos 3 meses |      | En los últimos 6 meses |      | En los últimos 12 meses |      | En los últimos 2 años |      | Hace más de 2 años |      | NC |      |
|--------------------------|------------------------|------|------------------------|------|-------------------------|------|-----------------------|------|--------------------|------|----|------|
|                          | n                      | %    | n                      | %    | n                       | %    | n                     | %    | n                  | %    | n  | %    |
| <b>América</b>           | 11                     | 15,0 | 9                      | 11,5 | 3                       | 3,5  | 12                    | 16,2 | 39                 | 52,5 | 1  | 1,3  |
| <b>Antropología</b>      | 4                      | 5,8  | 8                      | 12,8 | 10                      | 15,8 | 7                     | 12,1 | 20                 | 33,4 | 12 | 20,1 |
| <b>Sorolla</b>           | 20                     | 10,5 | 19                     | 9,9  | 33                      | 17,1 | 29                    | 15,0 | 90                 | 46,4 | 2  | 1,2  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 8                      | 19,7 | 6                      | 12,9 | 6                       | 13,1 | 8                     | 18,7 | 15                 | 34,7 | 0  | 0,8  |
| <b>Traje</b>             | 43                     | 31,3 | 30                     | 21,5 | 24                      | 17,6 | 23                    | 16,4 | 17                 | 12,2 | 1  | 0,9  |
| <b>Arqueológico</b>      | 66                     | 19,6 | 51                     | 15,2 | 55                      | 16,4 | 43                    | 12,8 | 115                | 34,1 | 6  | 1,9  |
| <b>Sefardí</b>           | 32                     | 13,1 | 20                     | 8,1  | 40                      | 16,7 | 37                    | 15,2 | 109                | 45,3 | 4  | 1,6  |
| <b>Arte Romano</b>       | 36                     | 12,4 | 12                     | 4,2  | 28                      | 9,5  | 40                    | 13,9 | 169                | 58,0 | 6  | 1,9  |
| <b>Altamira</b>          | 30                     | 15,8 | 11                     | 6,0  | 18                      | 9,5  | 25                    | 13,3 | 96                 | 51,2 | 8  | 4,2  |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 1                      | 2,5  | 1                      | 11,9 | 2                       | 15,8 | 1                     | 6,4  | 6                  | 56,7 | 1  | 6,7  |
| <b>San Gregorio</b>      | 15                     | 14,5 | 5                      | 4,8  | 11                      | 10,3 | 11                    | 10,4 | 55                 | 53,2 | 7  | 6,8  |
| <b>Cerámica</b>          | 38                     | 19,4 | 10                     | 4,9  | 22                      | 11,1 | 32                    | 16,2 | 88                 | 45,0 | 7  | 3,5  |
| <b>Total</b>             | 303                    | 16,1 | 181                    | 9,6  | 250                     | 13,3 | 267                   | 14,3 | 819                | 43,7 | 55 | 2,9  |

**Tabla 43**  
Frecuencia en los últimos 12 meses

| Si ha venido en los últimos 12 meses ¿cuántas veces lo ha visitado en este tiempo sin incluir la visita de hoy? | n        | Media (dt)  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------|
|                                                                                                                 | 641      | 2,64 (2,95) |
| <b>Número de visitas previas</b>                                                                                | <b>n</b> | <b>%</b>    |
| <b>1 vez</b>                                                                                                    | 271      | 42,2        |
| <b>2 veces</b>                                                                                                  | 172      | 26,7        |
| <b>3 veces</b>                                                                                                  | 82       | 12,8        |
| <b>4 veces</b>                                                                                                  | 41       | 6,5         |
| <b>5 veces</b>                                                                                                  | 15       | 2,3         |
| <b>&gt; 5 veces</b>                                                                                             | 61       | 9,5         |

\*% sobre aquellos que habían visitado el Museo con anterioridad en los últimos 12 meses.



**Tabla 44**  
Frecuencia en los últimos 12 meses en cada uno de los museos del estudio

|                          | Media | Dt   | Número de visitas previas |       |         |      |                |      |
|--------------------------|-------|------|---------------------------|-------|---------|------|----------------|------|
|                          |       |      | 1 vez                     |       | 2 veces |      | Más de 2 veces |      |
|                          |       |      | n                         | %*    | n       | %*   | n              | %*   |
| <b>América</b>           | 2,42  | 2,37 | 8                         | 50    | 4       | 25,0 | 4              | 25,0 |
| <b>Antropología</b>      | 2,48  | 2,06 | 7                         | 36,8  | 6       | 31,6 | 6              | 31,6 |
| <b>Sorolla</b>           | 1,72  | 1,07 | 34                        | 54,8  | 18      | 29,0 | 10             | 16,1 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 2,90  | 2,83 | 7                         | 38,9  | 5       | 27,8 | 6              | 33,3 |
| <b>Traje</b>             | 3,24  | 3,89 | 31                        | 38,3  | 20      | 24,7 | 30             | 37,0 |
| <b>Arqueológico</b>      | 2,79  | 2,31 | 52                        | 34,2  | 39      | 25,7 | 61             | 40,1 |
| <b>Sefardí</b>           | 2,97  | 3,96 | 36                        | 47,7  | 18      | 23,7 | 22             | 28,9 |
| <b>Arte Romano</b>       | 2,56  | 3,30 | 34                        | 45,3  | 24      | 32,0 | 17             | 22,7 |
| <b>Altamira</b>          | 2,45  | 2,06 | 23                        | 41,8  | 16      | 29,1 | 16             | 29,1 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 1,24  | 0,74 | 3                         | 100,0 | 0       | 0,0  | 0              | 0,0  |
| <b>San Gregorio</b>      | 2,49  | 1,94 | 10                        | 40,0  | 6       | 24,0 | 9              | 36,0 |
| <b>Cerámica</b>          | 2,16  | 1,62 | 26                        | 44,8  | 16      | 27,6 | 16             | 27,6 |
| <b>Total</b>             | 2,64  | 2,95 | 271                       | 42,2  | 172     | 26,7 | 199            | 31,1 |

139

\*% sobre aquellos que habían visitado el Museo con anterioridad en los últimos 12 meses.

**Tabla 45**  
Expectativas de la visita

|                                                 | n     | %    |
|-------------------------------------------------|-------|------|
| <b>¿Qué espera de su visita a este museo?</b>   |       |      |
| <b>Apreciar piezas, objetos u obras de arte</b> | 3.862 | 46,4 |
| <b>Conocer nuestra Historia</b>                 | 3.624 | 43,6 |
| <b>Aprender</b>                                 | 3.207 | 38,5 |
| <b>Descubrir algo nuevo</b>                     | 3.024 | 36,3 |
| <b>Disfrutar de un ambiente especial</b>        | 1.927 | 23,2 |
| <b>Comprender la diversidad cultural</b>        | 1.827 | 22,0 |
| <b>Evocar tiempos pasados</b>                   | 1.408 | 16,9 |
| <b>Hacer algo diferente a lo cotidiano</b>      | 796   | 9,6  |
| <b>Recordar cosas ya sabidas</b>                | 759   | 9,1  |
| <b>Otros</b>                                    | 41    | 0,5  |

**Tabla 46**  
**Expectativas de la visita en cada uno de los museos del estudio**

|                          | Conocer nuestra Historia |      | Apreciar piezas, objetos, obras de arte |      | Descubrir algo nuevo |      | Aprender |      | Comprender la diversidad cultural |      | Disfrutar de un ambiente especial |      | Recordar cosas ya sabidas |      | Evocar tiempos pasados |      | Hacer algo diferente a lo cotidiano |      | Otros |     |
|--------------------------|--------------------------|------|-----------------------------------------|------|----------------------|------|----------|------|-----------------------------------|------|-----------------------------------|------|---------------------------|------|------------------------|------|-------------------------------------|------|-------|-----|
|                          | n                        | %    | n                                       | %    | n                    | %    | n        | %    | n                                 | %    | n                                 | %    | n                         | %    | n                      | %    | n                                   | %    | n     | %   |
| <b>América</b>           | 156                      | 47,1 | 141                                     | 42,5 | 138                  | 41,7 | 137      | 41,2 | 107                               | 32,4 | 53                                | 15,8 | 34                        | 10,3 | 30                     | 9,0  | 21                                  | 6,3  | 3     | 0,9 |
| <b>Antropología</b>      | 71                       | 27,0 | 87                                      | 33,1 | 117                  | 44,7 | 100      | 38,3 | 117                               | 44,6 | 32                                | 12,4 | 20                        | 7,5  | 18                     | 6,8  | 27                                  | 10,3 | 3     | 1,0 |
| <b>Sorolla</b>           | 139                      | 19,7 | 493                                     | 69,6 | 203                  | 28,7 | 298      | 42,2 | 79                                | 11,1 | 378                               | 53,4 | 62                        | 8,8  | 83                     | 11,7 | 77                                  | 10,9 | 3     | 0,4 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 42                       | 28,7 | 90                                      | 61,5 | 56                   | 38,3 | 57       | 38,5 | 29                                | 19,9 | 42                                | 28,7 | 12                        | 8,2  | 24                     | 16,6 | 16                                  | 11,0 | 1     | 0,1 |
| <b>Traje</b>             | 204                      | 33,9 | 298                                     | 49,5 | 258                  | 42,9 | 252      | 42,0 | 100                               | 16,7 | 133                               | 22,1 | 30                        | 5,0  | 130                    | 21,7 | 101                                 | 16,8 | 4     | 0,7 |
| <b>Arqueológico</b>      | 394                      | 47,2 | 448                                     | 53,6 | 313                  | 37,5 | 353      | 42,3 | 154                               | 18,4 | 108                               | 12,9 | 112                       | 13,4 | 113                    | 13,6 | 80                                  | 9,6  | 5     | 0,6 |
| <b>Sefardí</b>           | 901                      | 53,7 | 539                                     | 32,1 | 705                  | 42,0 | 530      | 31,6 | 662                               | 39,5 | 331                               | 19,7 | 97                        | 5,8  | 229                    | 13,7 | 97                                  | 5,8  | 5     | 0,3 |
| <b>Arte Romano</b>       | 468                      | 41,1 | 654                                     | 57,5 | 311                  | 27,4 | 494      | 43,4 | 188                               | 16,5 | 349                               | 30,6 | 112                       | 9,9  | 250                    | 21,9 | 111                                 | 9,8  | 5     | 0,4 |
| <b>Altamira</b>          | 869                      | 61,0 | 437                                     | 30,6 | 560                  | 39,3 | 588      | 41,2 | 196                               | 13,8 | 201                               | 14,1 | 179                       | 12,6 | 305                    | 21,4 | 130                                 | 9,1  | 5     | 0,3 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 48                       | 52,8 | 29                                      | 32,4 | 24                   | 26,6 | 25       | 27,9 | 10                                | 11,4 | 29                                | 32,7 | 11                        | 12,5 | 27                     | 30,5 | 7                                   | 8,0  | 1     | 1,0 |
| <b>San Gregorio</b>      | 106                      | 26,4 | 254                                     | 63,0 | 100                  | 24,8 | 155      | 38,5 | 52                                | 12,8 | 68                                | 16,9 | 52                        | 12,9 | 34                     | 8,4  | 48                                  | 11,8 | 1     | 0,2 |
| <b>Cerámica</b>          | 227                      | 32,2 | 394                                     | 55,9 | 238                  | 33,8 | 219      | 31,0 | 133                               | 18,9 | 212                               | 30,1 | 38                        | 5,4  | 164                    | 23,3 | 80                                  | 11,3 | 5     | 0,7 |
| <b>Total</b>             | 3.624                    | 43,6 | 3.862                                   | 46,4 | 3.024                | 36,3 | 3.207    | 38,5 | 1.827                             | 22,0 | 1.927                             | 23,2 | 759                       | 9,1  | 1.408                  | 16,9 | 796                                 | 9,6  | 41    | 0,5 |

**Tabla 47**  
**Motivos de la visita**

| <b>¿Por qué motivo/s ha visitado hoy el museo?</b>                    | <b>n</b> | <b>%</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| Por curiosidad                                                        | 4.162    | 50,0     |
| Ocupar el tiempo de ocio                                              | 1.740    | 20,9     |
| Ver el edificio                                                       | 1.239    | 14,9     |
| Enseñar el museo a amigos, conocidos o familiares                     | 1.044    | 12,5     |
| Visitar la exposición temporal                                        | 765      | 9,2      |
| Volver a ver salas o piezas que le interesaron en una visita anterior | 729      | 8,8      |
| Por motivos profesionales o de estudios                               | 696      | 8,4      |
| Ver algo concreto de lo que ha oído hablar                            | 626      | 7,5      |
| Por casualidad                                                        | 517      | 6,2      |
| Estar incluido en una visita guiada turística                         | 336      | 4,0      |
| Completar una visita anterior que no pudo terminar                    | 264      | 3,2      |
| Asistir a una actividad organizada por el museo                       | 128      | 1,5      |
| Por otros motivos                                                     | 221      | 2,6      |

**Tabla 48**  
**Motivos para visitar el museo en cada uno de los museos del estudio (1)**

|                          | Por curiosidad |      | Motivos profesionales o de estudios |      | Ocupar tiempo de ocio |      | Enseñar el museo a amigos ... |      | Volver a ver salas o piezas |      | Ver algo concreto |      |
|--------------------------|----------------|------|-------------------------------------|------|-----------------------|------|-------------------------------|------|-----------------------------|------|-------------------|------|
|                          | n              | %    | n                                   | %    | n                     | %    | n                             | %    | n                           | %    | n                 | %    |
| <b>América</b>           | 170            | 51,2 | 66                                  | 20,0 | 60                    | 18,2 | 41                            | 12,3 | 33                          | 9,9  | 21                | 6,3  |
| <b>Antropología</b>      | 111            | 42,4 | 23                                  | 8,7  | 66                    | 25,3 | 21                            | 8,0  | 21                          | 7,9  | 13                | 5,0  |
| <b>Sorolla</b>           | 301            | 42,5 | 65                                  | 9,1  | 225                   | 31,9 | 132                           | 18,7 | 125                         | 17,6 | 74                | 10,5 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 65             | 44,5 | 18                                  | 12,4 | 29                    | 20,0 | 14                            | 9,9  | 15                          | 10,3 | 20                | 14,0 |
| <b>Traje</b>             | 293            | 48,8 | 85                                  | 14,1 | 131                   | 21,7 | 72                            | 12,0 | 41                          | 6,8  | 46                | 7,6  |
| <b>Arqueológico</b>      | 347            | 41,5 | 82                                  | 9,8  | 248                   | 29,8 | 118                           | 14,1 | 108                         | 12,9 | 83                | 9,9  |
| <b>Sefardi</b>           | 952            | 56,8 | 89                                  | 5,3  | 272                   | 16,2 | 195                           | 11,6 | 83                          | 4,9  | 72                | 4,3  |
| <b>Arte Romano</b>       | 621            | 54,6 | 77                                  | 6,8  | 245                   | 21,5 | 151                           | 13,2 | 109                         | 9,5  | 43                | 3,8  |
| <b>Altamira</b>          | 767            | 53,8 | 98                                  | 6,9  | 276                   | 19,4 | 160                           | 11,2 | 82                          | 5,7  | 164               | 11,5 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 45             | 50,2 | 9                                   | 10,2 | 20                    | 22,6 | 9                             | 9,9  | 3                           | 3,3  | 2                 | 2,5  |
| <b>San Gregorio</b>      | 154            | 38,1 | 21                                  | 5,3  | 68                    | 16,8 | 51                            | 12,8 | 48                          | 12,0 | 28                | 7,1  |
| <b>Cerámica</b>          | 336            | 47,7 | 63                                  | 8,9  | 99                    | 14,0 | 79                            | 11,2 | 63                          | 9,0  | 59                | 8,4  |
| <b>Total</b>             | 4.162          | 50,0 | 696                                 | 8,4  | 1.740                 | 20,9 | 1.044                         | 12,5 | 729                         | 8,8  | 626               | 7,5  |

**Tabla 49**  
**Motivos para visitar el museo en cada uno de los museos del estudio (y 2)**

|                          | Por casualidad |      | Visitar la exposición temporal |      | Ver el edificio |      | Completar una visita anterior |     | Incluido en visita guiada |     | Asistir a una actividad |     | Por otros motivos |     |
|--------------------------|----------------|------|--------------------------------|------|-----------------|------|-------------------------------|-----|---------------------------|-----|-------------------------|-----|-------------------|-----|
|                          | n              | %    | n                              | %    | n               | %    | n                             | %   | n                         | %   | n                       | %   | n                 | %   |
| <b>América</b>           | 18             | 5,6  | 16                             | 4,8  | 15              | 4,4  | 12                            | 3,7 | 6                         | 1,7 | 8                       | 2,4 | 11                | 3,3 |
| <b>Antropología</b>      | 28             | 10,4 | 57                             | 21,9 | 3               | 1,0  | 12                            | 4,5 | 8                         | 2,9 | 9                       | 3,5 | 2                 | 0,9 |
| <b>Sorolla</b>           | 24             | 3,4  | 37                             | 5,3  | 160             | 22,6 | 13                            | 1,8 | 11                        | 1,5 | 1                       | 0,2 | 19                | 2,7 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 7              | 4,5  | 22                             | 15,3 | 8               | 5,7  | 4                             | 2,5 | 4                         | 2,7 | 7                       | 4,5 | 4                 | 3,0 |
| <b>Traje</b>             | 15             | 2,5  | 170                            | 28,3 | 26              | 4,3  | 9                             | 1,5 | 3                         | 0,5 | 14                      | 2,3 | 7                 | 1,1 |
| <b>Arqueológico</b>      | 66             | 7,9  | 138                            | 16,5 | 37              | 4,5  | 35                            | 4,2 | 11                        | 1,3 | 16                      | 2,0 | 17                | 2,0 |
| <b>Sefardí</b>           | 108            | 6,4  | 45                             | 2,7  | 441             | 26,3 | 58                            | 3,5 | 37                        | 2,2 | 18                      | 1,1 | 83                | 4,9 |
| <b>Arte Romano</b>       | 46             | 4,1  | 61                             | 5,4  | 209             | 18,4 | 60                            | 5,3 | 64                        | 5,6 | 12                      | 1,0 | 42                | 3,7 |
| <b>Altamira</b>          | 122            | 8,6  | 112                            | 7,9  | 48              | 3,4  | 37                            | 2,6 | 137                       | 9,6 | 29                      | 2,1 | 23                | 1,6 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 7              | 7,9  | 1                              | 1,4  | 23              | 25,6 | 1                             | 1,0 | 2                         | 1,8 | 1                       | 0,8 | 1                 | 0,8 |
| <b>San Gregorio</b>      | 13             | 3,3  | 14                             | 3,5  | 45              | 11,2 | 7                             | 1,8 | 33                        | 8,1 | 8                       | 1,9 | 3                 | 0,7 |
| <b>Cerámica</b>          | 63             | 9,0  | 90                             | 12,8 | 223             | 31,6 | 16                            | 2,3 | 23                        | 3,3 | 5                       | 0,8 | 9                 | 1,3 |
| <b>Total</b>             | 517            | 6,2  | 765                            | 9,2  | 1.239           | 14,9 | 264                           | 3,2 | 336                       | 4,0 | 128                     | 1,5 | 221               | 2,6 |

**Tabla 50**  
**Tipo de experiencias que el visitante prefiere en su tiempo de ocio**

| <b>Tipo de experiencias que prefiere en su tiempo de ocio:</b>    | <b>n</b> | <b>%</b> |
|-------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| Aprender algo nuevo                                               | 4.888    | 58,7     |
| Estar con gente                                                   | 3.461    | 41,6     |
| Realizar actividades en contacto con la Naturaleza                | 3.412    | 41,0     |
| Vivir nuevas experiencias diferentes a las actividades cotidianas | 2.421    | 29,1     |
| Hacer deporte o realizar alguna actividad física                  | 1.786    | 21,5     |
| Estar en casa tranquilamente                                      | 1.207    | 14,5     |
| Cultivar mis aficiones                                            | 542      | 6,5      |
| Otro tipo                                                         | 66       | 0,8      |

**Tabla 51**  
**Tipo de experiencias que prefiere en su tiempo de ocio en cada uno de los museos del estudio**

|                          | Estar con la gente |      | Actividades en contacto con la Naturaleza |      | Estar en casa tranquilamente |      | Aprender algo nuevo |      | Vivir nuevas experiencias diferentes |      | Deporte o actividad física |      | Cultivar mis aficiones |     | Otro tipo |     |
|--------------------------|--------------------|------|-------------------------------------------|------|------------------------------|------|---------------------|------|--------------------------------------|------|----------------------------|------|------------------------|-----|-----------|-----|
|                          | n                  | %    | n                                         | %    | n                            | %    | n                   | %    | n                                    | %    | n                          | %    | n                      | %   | n         | %   |
| <b>América</b>           | 126                | 38,1 | 148                                       | 44,6 | 63                           | 19,0 | 213                 | 64,3 | 82                                   | 24,9 | 96                         | 28,8 | 21                     | 6,3 | 2         | 0,5 |
| <b>Antropología</b>      | 96                 | 36,5 | 128                                       | 49,0 | 26                           | 9,8  | 170                 | 64,9 | 59                                   | 22,5 | 48                         | 18,2 | 13                     | 5,0 | 2         | 0,8 |
| <b>Sorolla</b>           | 319                | 45,0 | 311                                       | 44,0 | 115                          | 16,2 | 413                 | 58,4 | 211                                  | 29,8 | 181                        | 25,6 | 57                     | 8,0 | 12        | 1,8 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 55                 | 37,7 | 51                                        | 35,1 | 22                           | 14,9 | 89                  | 60,9 | 45                                   | 30,7 | 26                         | 17,5 | 14                     | 9,8 | 1         | 1,0 |
| <b>Traje</b>             | 318                | 52,8 | 202                                       | 34,6 | 95                           | 15,8 | 380                 | 63,0 | 182                                  | 30,3 | 92                         | 15,2 | 44                     | 7,3 | 0         | 0,0 |
| <b>Arqueológico</b>      | 329                | 39,4 | 330                                       | 39,6 | 161                          | 19,3 | 475                 | 56,9 | 229                                  | 27,5 | 211                        | 25,2 | 63                     | 7,6 | 4         | 0,4 |
| <b>Sefardí</b>           | 650                | 38,8 | 637                                       | 38,0 | 213                          | 12,7 | 995                 | 59,3 | 447                                  | 26,6 | 330                        | 19,7 | 105                    | 6,2 | 19        | 1,1 |
| <b>Arte Romano</b>       | 592                | 52,0 | 455                                       | 40,0 | 171                          | 15,0 | 655                 | 57,6 | 416                                  | 36,6 | 254                        | 22,4 | 72                     | 6,3 | 6         | 0,5 |
| <b>Altamira</b>          | 528                | 37,1 | 752                                       | 52,8 | 185                          | 13,0 | 816                 | 57,2 | 432                                  | 30,3 | 328                        | 23,0 | 72                     | 5,0 | 10        | 0,7 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 41                 | 45,6 | 28                                        | 30,9 | 8                            | 9,4  | 48                  | 53,1 | 19                                   | 21,0 | 18                         | 19,8 | 5                      | 5,4 | 1         | 1,4 |
| <b>San Gregorio</b>      | 164                | 40,8 | 102                                       | 26,8 | 53                           | 13,2 | 228                 | 56,7 | 95                                   | 23,6 | 67                         | 16,8 | 23                     | 5,7 | 6         | 1,4 |
| <b>Cerámica</b>          | 242                | 34,4 | 254                                       | 36,0 | 95                           | 13,4 | 407                 | 57,8 | 204                                  | 29,0 | 135                        | 19,2 | 54                     | 7,7 | 3         | 0,4 |
| <b>Total</b>             | 3.461              | 41,6 | 3.412                                     | 41,0 | 1.207                        | 14,5 | 4.888               | 58,7 | 2.421                                | 29,1 | 1.786                      | 21,5 | 542                    | 6,5 | 66        | 0,8 |



144



Arriba, Museo de América. Madrid. Abajo, Museo del Traje. CIPE. Madrid.

# La planificación de la visita

Para visitar el museo, además de haber tomado previamente la decisión de hacerlo, debe planificarse la visita dentro del tiempo de ocio del visitante. En la decisión y planificación influye la información que se tenga acerca del museo y la facilidad de acceso al mismo. Por esta razón, el objetivo de este análisis es conocer las dificultades para acceder al museo y los medios de comunicación utilizados para informarse acerca de él. La importancia de estos datos para evaluar y diseñar las campañas de publicidad sobre los museos es incuestionable.

145

Accesibilidad del museo

Fuentes de información sobre el museo

La planificación de la visita. Síntesis de resultados

Tablas de resultados



## Accesibilidad del museo

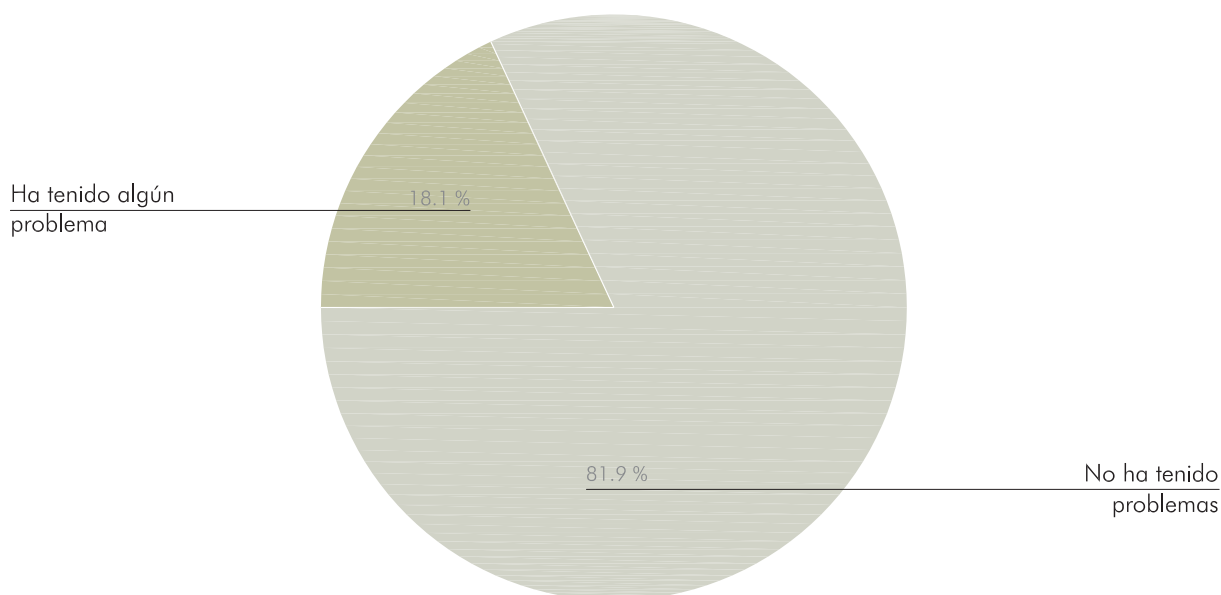
### 1. Conocimiento previo sobre su ubicación y dificultades de localización

Entre las dificultades que pueden disuadir al visitante potencial de hacer la visita, figura la percepción que tenga acerca de su ubicación y localización, así como de alguna de las condiciones de entrada, como el precio. Por ello, es importante saber si alguno de estos dos factores, o si los dos, han podido influir en la decisión de los visitantes.

La mayor parte de los visitantes conocía previamente la ubicación exacta del museo que está visitando, mientras que el 46,1% dice que no la conocía previamente, de manera que parece que

hay visitantes que sin haber venido antes (conviene recordar que el 77% hace su primera visita) sabían dónde estaba el museo. No obstante, y a pesar de este desconocimiento, tan sólo un 18,1% de los visitantes ha tenido dificultad para localizar el museo y la razón más señalada (76,7% de los que han tenido dificultad) es la falta de señalización exterior, y, a bastante distancia, la información inadecuada (según opinión del 14,2% de los visitantes que han tenido dificultad) y la señalización incorrecta (según el 5,3%).

Problemas de localización del museo por parte de los visitantes

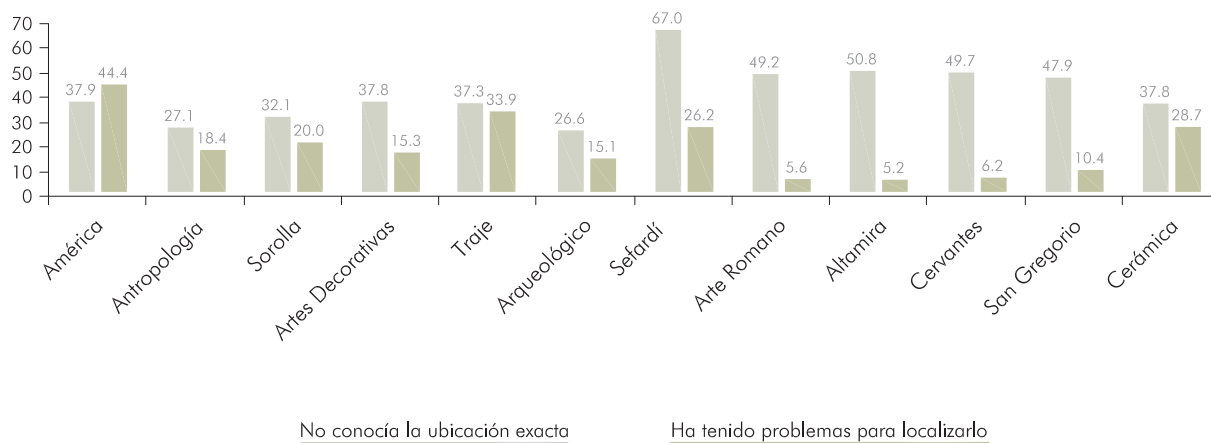


## Resultados por museos

En relación con esta variable hay una gran diferencia entre los museos. Destaca el alto porcentaje de visitantes que conocía previamente la ubicación del Museo Arqueológico y del Museo de Antropología (73,4% y 72,9% respectivamente) frente al escaso porcentaje de visitantes del Museo Sefardí (32,5%) que sabía dónde estaba. Aunque la señalización urbana pueda explicar

estas diferencias, es más probable que esté influyendo en ellas otros aspectos más personales, tales como que, en los dos primeros casos, los visitantes conocieran la ubicación del museo simplemente por pasar delante de él, por haberlo visitado anteriormente, etcétera y, en el tercer caso, que los visitantes no fueran del lugar y, además, hicieran su primera visita.

Desconocimiento de la ubicación exacta y problemas de localización en cada uno de los museos de la investigación



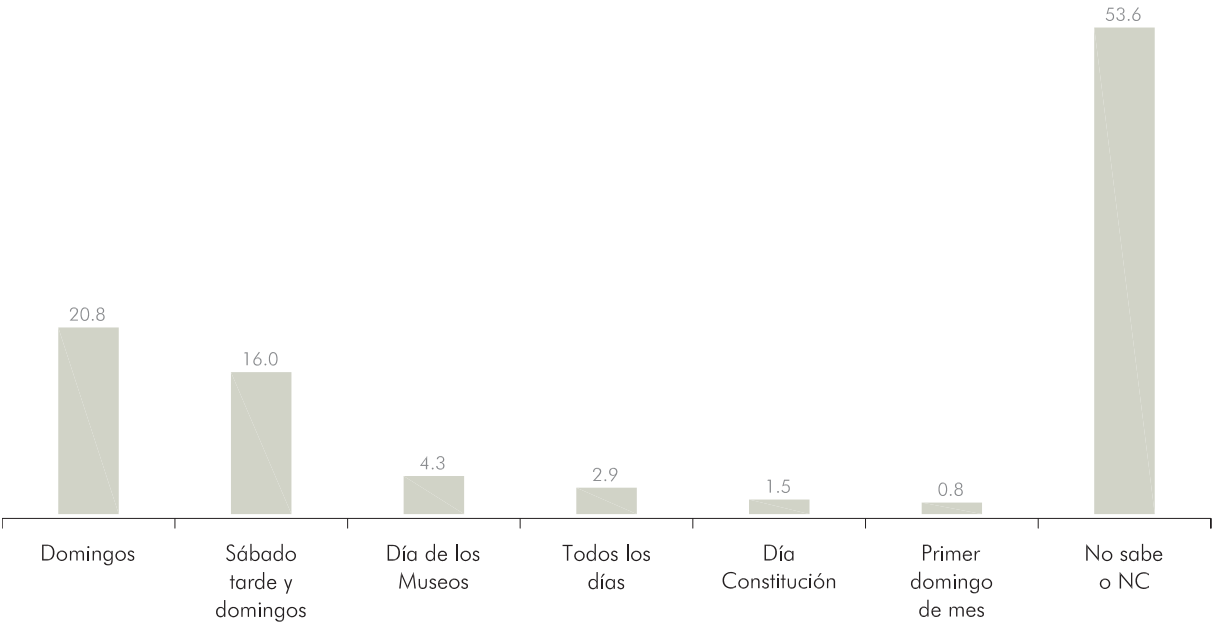
## 2. Conocimiento de los días de gratuidad del museo

Entre las medidas para favorecer la accesibilidad a los museos, la gratuidad durante determinados días de la semana es preceptiva en los museos del estudio para que todos los ciudadanos puedan satisfacer su derecho constitucional a conocer los bienes culturales que forman parte del Patrimonio. Los museos ofrecen entrada gratuita los sábados por la tarde y los domingos por la mañana durante todas las semanas del año. Aunque hay que tener en cuenta que algunos museos no abren el sábado por la tarde: el Museo de Artes Decorativas y el Museo de América (que sí abren el jueves en la tarde de manera gratuita) y la Casa de Cervantes. Además, la entrada a museos es también gratuita en determinados días del año, tales como el 18 de mayo, Día Internacional de los Museos, y 6 de diciembre, Día de la Constitución, etcétera.

Más de la mitad de los visitantes (53,6%) desconoce cuándo es gratuita la entrada al museo y, sencillamente, así lo expresan. Una quinta parte (20,8%) responde que son los domingos, aunque, como hemos visto, la respuesta es incompleta para la mayor parte de los museos. Tan sólo el 16% de los visitantes señala la respuesta correcta: sábados por la tarde y domingos por la mañana.

Las respuestas que no se corresponden con la realidad están representadas con valores muy bajos pero, sumando los porcentajes correspondientes a estas respuestas, resulta que un 9,5% de los visitantes está equivocado respecto a los días de gratuidad. Entre éstos destacan los que dicen que sólo es gratuito el Día Internacional de los Museos (4,3%), quizá influidos porque ellos mismos se animaran a visitarlo este día.

Conocimiento sobre los días de gratuidad de los museos del estudio por parte de los visitantes



## Resultados por museos

Los visitantes del Museo Sefardí son los que mayoritariamente (61,3%) declaran no saber cuándo la visita a museos es gratuita. Quizá tenga que ver con que también aquí se dé el mayor porcentaje de visitantes en grupos organizados y la visita al museo forme parte del paquete turístico.

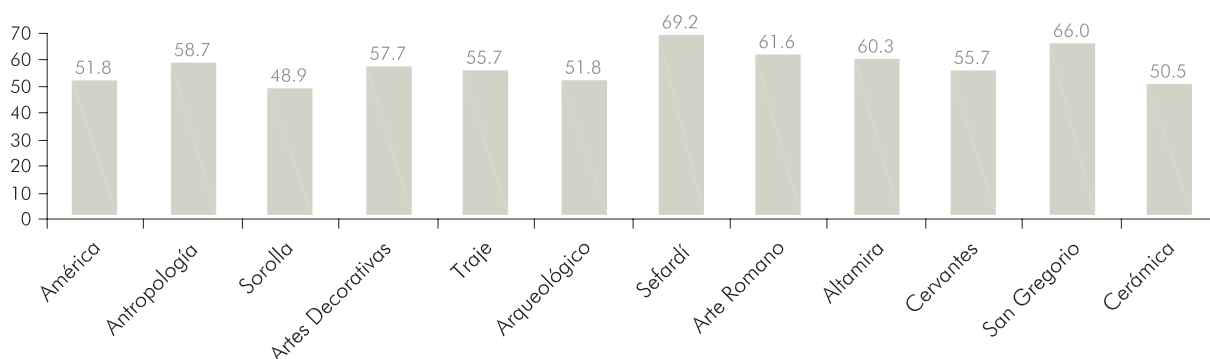
El Museo de Arte Romano y el Museo de Antropología tienen los porcentajes más altos de visitantes bien informados (el 24,6% en el primero y el 20,7% en el segundo), mientras que el Museo de América y el Museo de Artes Decorativas tienen los porcentajes más bajos de visitantes correctamente informados (1,6% y 2,6%, respectivamente). Los visitantes de estos dos museos, junto con los del Museo Sorolla, son también los que más dicen que los museos son gratuitos los domingos, error que puede estar provocado por el hecho que comparten estos 3 museos: abrir y ofrecer entrada gratuita los jueves por la tarde.

Un porcentaje importante de visitantes del Museo de América (40,8%), Museo Sorolla

(39,7%) y Museo de Artes Decorativas (37,3%) cree que la visita es gratuita sólo los domingos. En los dos primeros museos la respuesta es más errónea, ya que en ambos se abre otro día de forma gratuita (en el Museo de América, el jueves y en el Museo Sorolla, el sábado), mientras que los visitantes del Museo de Artes Decorativas respondieron correctamente, ya que éste, en el momento de la investigación, sólo es gratuito los domingos.

Las respuestas erróneas se reparten casi por igual en todos los museos, salvo la que señala que la gratuidad tiene lugar todos los días. En relación con esta respuesta destacan los visitantes del Museo Arqueológico: el 19,3% la ha señalado, mientras que en los restantes museos esta respuesta está representada con valores mucho más bajos (máximo un 3%). No parece que sea casual ya que aquél es el único museo donde esta respuesta responde a la realidad, al ofrecer la visita gratuita durante las obras de remodelación del edificio.

Porcentaje de visitantes que desconocen o no contestan sobre días gratuitos en cada uno de los museos de la investigación



### Fuentes de información sobre el museo

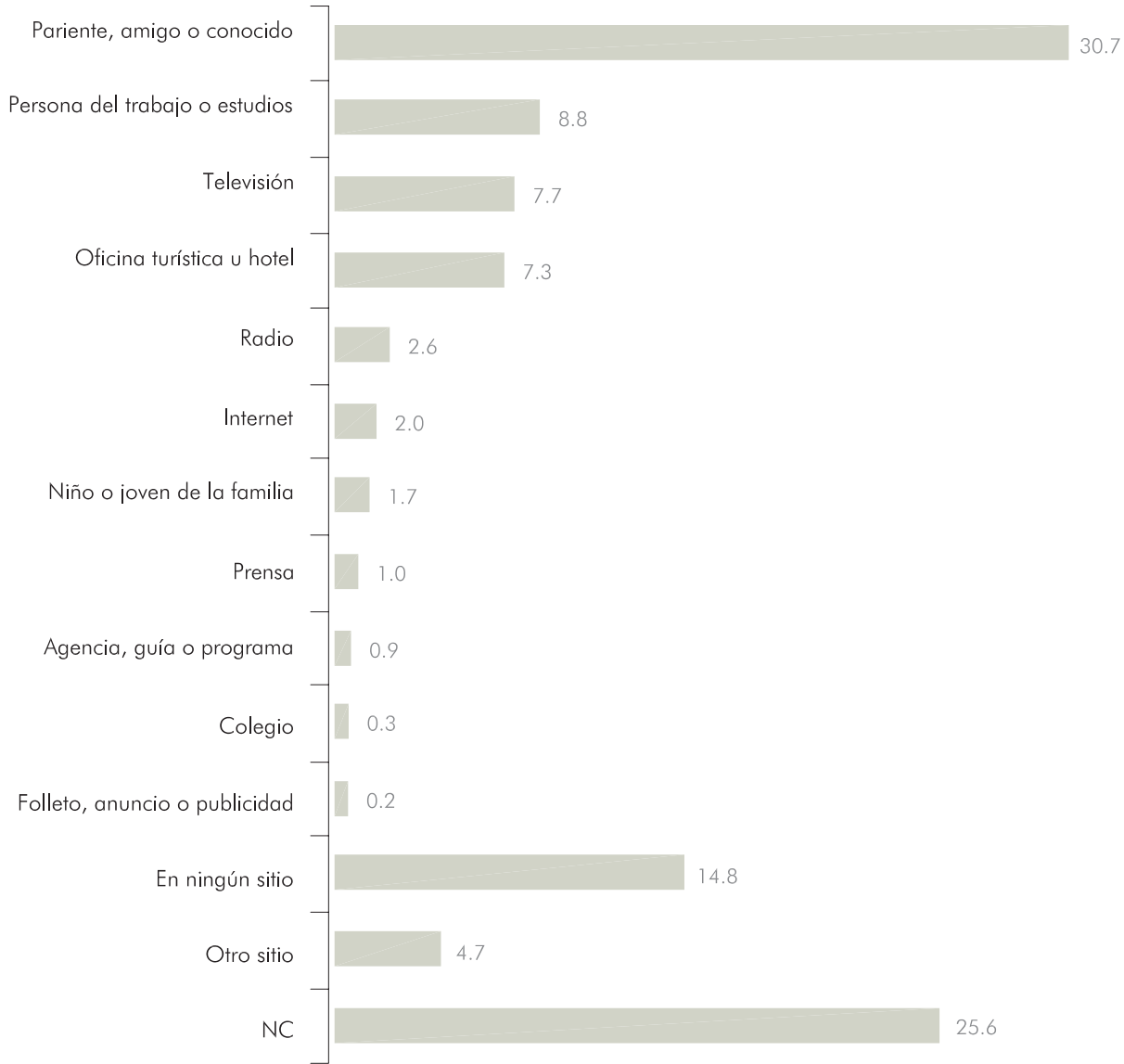
Con las preguntas referentes a los medios utilizados para informarse se pretende que los encuestados puedan identificar cualquier modo que hayan tenido para informarse acerca del museo en el que están. La pormenorizada categorización de medios informativos y publicitarios ha favorecido la precisión, pero también la diversificación y bajos valores de algunas respuestas.

Por otra parte, la posibilidad que se ofrecía en el cuestionario de añadir “Otros sitios” o so-

portes informativos o publicitarios ha sido utilizada por algunos encuestados para mencionar espontáneamente medios que, antes o después, figuraban en el propio cuestionario.

Por una y otra razón, se ha elaborado un cuadro-resumen, que se muestra al final de este apartado, en el que las respuestas referentes a la utilización de un mismo medio se suman, aunque diferenciando entre los medios informativos y los publicitarios.

Porcentaje de visitantes que ha oído hablar recientemente a alguien de los museos del estudio



## 1. ¿Ha oído hablar del museo recientemente?

En relación con esta pregunta concreta se ha tenido en cuenta que, entre las fuentes de información más utilizadas en la vida diaria, destaca la comunicación directa, de persona a persona, y los medios de comunicación orales, tales como la radio y la televisión. Por esta razón, se les plantea a los visitantes en primer lugar si han oído hablar del museo a través de estas vías.

La mediación personal es con mucho la vía más utilizada para conocer el museo, si a los que dicen haber oído hablar de él a parientes o amigos (30,7%) añadimos los que dicen haberlo hecho a compañeros en el lugar de trabajo o es-

tudios (casi un 9%) o a un mediador profesional en una oficina de turismo (7,3%) o, por último, a un niño (1,7%), valor este último que, aunque muy pequeño, es importante por lo que denota.

En su conjunto, esta vía de persona a persona ha sido utilizada casi por la mitad de los visitantes. En comparación, a esta fuente de información se le concede más confianza que a ninguna otra, como por ejemplo a la televisión y radio que, en conjunto, han sido mencionadas por el 10,8% de los visitantes (7,7% de los visitantes cita a la primera, un 2,6% a la segunda y un 0,5% a las dos).

### Comparación con otros estudios

En relación con el estudio de García Blanco y otros (1999) la frecuencia con la que se han utilizado determinadas fuentes de información ha cambiado bastante. Así, la influencia de la opinión de familiares o amigos ha crecido 8 puntos (del 22,4% al 30,7%), mientras que ha descendido la del centro de trabajo o estudios en 12,5 puntos (de 21,3% a 8,8%). La utilización de la televisión ha aumentado en 5 puntos (de 2,3% a 7,7%), mientras que la de la radio y la de un niño o joven de la familia se ha mantenido casi igual.

151

## Resultados por museos

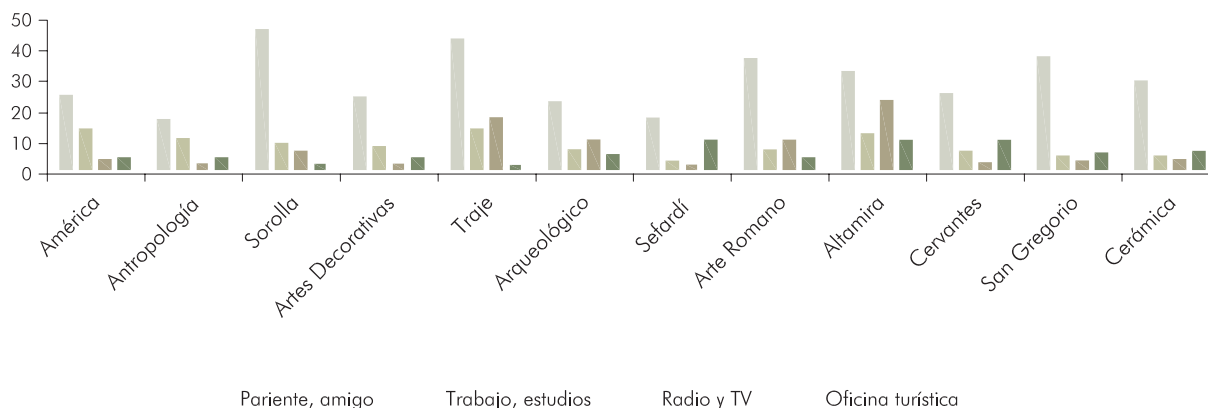
Comparando los resultados obtenidos en los museos, se aprecian coincidencias y diferencias interesantes. La vía más utilizada en todos es la transmisión personal, con preferencia por la opinión de los allegados (parientes, amigos o conocidos). Destacan en la utilización de esta vía los visitantes del Museo Sorolla y Museo del Traje (46,9% y 43,7%, respectivamente), frente a los del Museo de Antropología, Museo Sefardí y Museo Arqueológico, que son los que menos la han utilizado (alrededor del 18% en los dos primeros y el 23,4% en el tercero). Siguen, a bastante distancia, los visitantes que dicen haber obtenido la información en el centro de trabajo o de estudios. Destacan en la utilización de estas vías los visitantes del Museo de América, Museo del Traje y Museo de Altamira (14,5% de los visitantes en los dos primeros y 12,8%, en el tercero) y quizá no sea casual, ya que los dos primeros museos

tienen los porcentajes más altos de estudiantes universitarios y el tercero, el más alto de visitantes que trabajan.

En la obtención de información en una oficina turística, destacan los visitantes del Museo Casa de Cervantes, Museo de Altamira y Museo Sefardí: alrededor del 11% señala haberlo hecho así.

Por último, la recomendación de un niño o joven de la familia es una fuente de información porcentualmente menos importante, pero muy relevante en cuanto a la repercusión que puede tener una experiencia positiva temprana. Son los visitantes del Museo de América, Museo Arqueológico y Museo de Altamira los que más la han mencionado (entre el 4% y 3% de los visitantes) seguidos por los del Museo del Traje y Museo de Antropología (el 2%), quizá debido tanto a las visitas escolares, como a las actividades para niños que organizan estos museos.

Fuentes de información de los visitantes en cada uno de los museos de la investigación



En cuanto a otras fuentes de información utilizadas por los visitantes, la televisión es donde el 19% de los visitantes del Museo de Altamira y el 14,3% de los visitantes del Museo del Traje han oído hablar recientemente de ellos, posiblemente debido a la mayor presencia de ambos museos en este medio, mientras que los visitantes de los restantes museos apenas la señalan. Lo mismo ocurre con la radio: son los visitantes del Museo de Altamira y Museo del Traje los que más la señalan (el 5,1% y 3,9%, respectivamente), posiblemente por la misma razón anterior.

Si, como acabamos de ver, se habla sobre los museos y son estos comentarios, al dar cuenta de lo que ofrecen, los que más confianza dan y los que muy probablemente estén en el origen de la decisión de hacer la visita, podemos también concluir, sin temor a equivocarnos, que los museos gozan de cierta notoriedad, aunque unos más que otros.

Los museos sobre los que más se habla y, por tanto, los que tienen más notoriedad son el Museo Sorolla y el Museo del Traje, porque más del 60% de sus visitantes ha oído algo sobre ellos; les siguen el Museo de Altamira, el Colegio de San Gregorio y el Museo de Arte Romano porque, de igual modo, el 50% o algo más de sus visitantes se ha fiado de las recomendaciones orales transmitidas por otras personas. A la notoriedad que concede la gente a estos museos, se añade, en el caso del Museo del Traje y Museo Altamira, la de los medios de comunicación: televisión y radio.

Aunque las apariciones en radio y TV posiblemente no respondan a campañas publicitarias sino a otro tipo de acciones de comunicación distintas a la publicidad, como a la repercusión obtenida por las actividades difundidas por estos museos.

## 2. ¿Ha visto o leído algo sobre este museo?

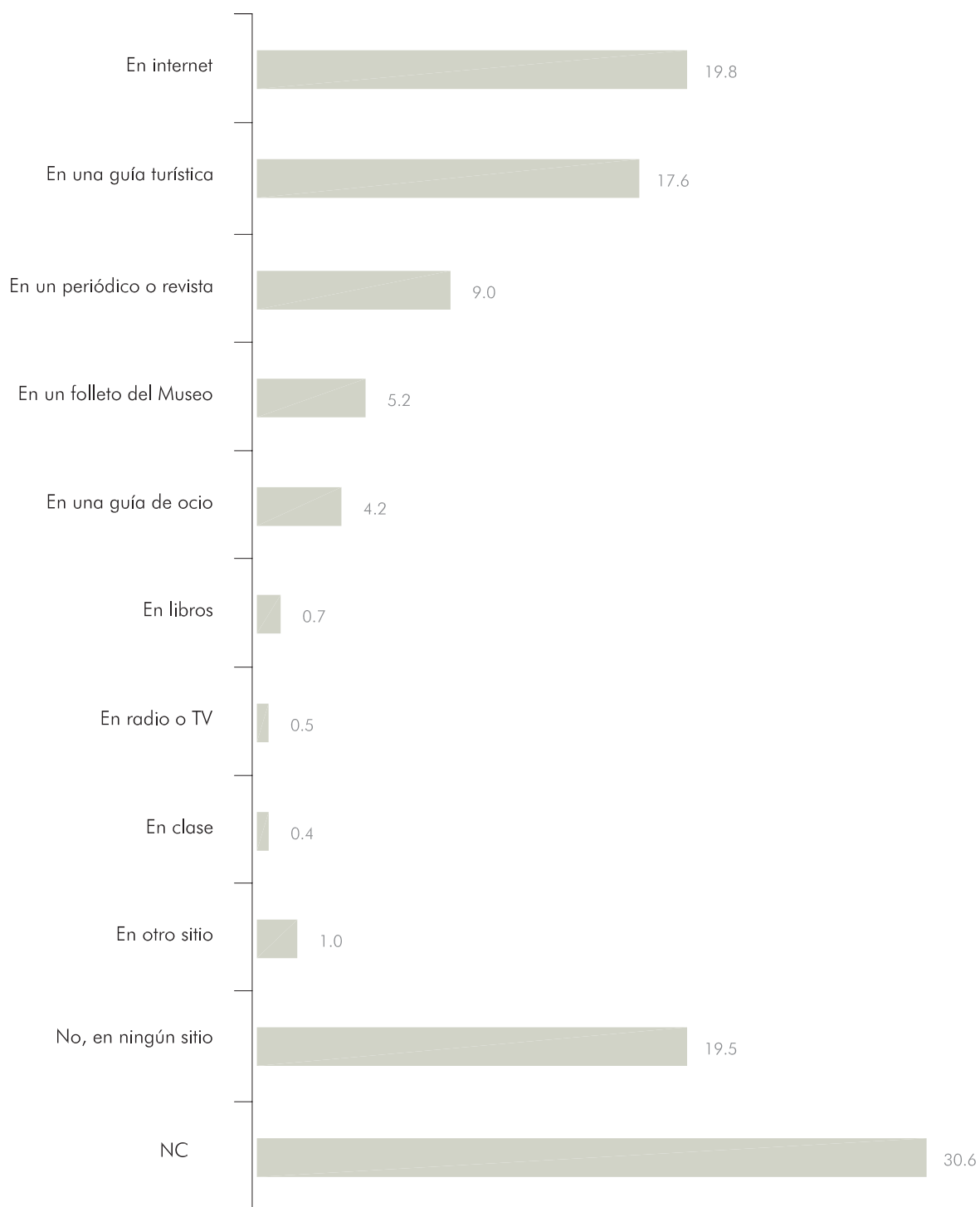
Se le facilita al encuestado la respuesta a esta pregunta mediante la presentación de los medios escritos en los que probablemente se puede encontrar más información sobre los museos y las exposiciones que en ellos se realizan. Además, como ya se ha dicho, se ofrece la posibilidad de añadir algún otro medio utilizado.

Entre los medios que se sirven del lenguaje escrito para transmitir contenidos informativos, destaca en primer lugar Internet, mencionado por el 19,8% de los visitantes, seguido muy de cerca por las guías, que han sido mencionadas por el 21,8% de los visitantes. De este porcentaje corresponde el 17,6% a los visitantes que han utilizado las guías turísticas y el 4,2% a los que han utilizado las de ocio.

La prensa escrita ha sido mencionada por el 9% de los visitantes. El folleto del museo, ya sea éste interpretado como el plano-guía de la exposición o como la publicación en la que se difunden sus actividades culturales o educativas, es una fuente de información más minoritaria (5,2%).



Porcentaje de visitantes que han visto o leído algo sobre los museos del estudio antes de realizar la visita



## Comparación con otros estudios

La comparación de estos resultados con los obtenidos sobre esta misma cuestión en el estudio de García Blanco y otros (1999) muestra que el cambio más notable se refiere a la utilización de Internet: el incremento que se ha producido en 10 años es de 17,5 puntos (tan sólo el 2,3% de los visitantes lo utilizaron entonces, frente al 19,8% de ahora). Importante incremento, aunque quizá no sea tan satisfactorio el ritmo de crecimiento, si se compara con el ritmo de crecimiento de los internautas. En cambio, baja la utilización de periódicos y revistas (del 13,9% de antes al 9% de ahora) y se mantiene casi igual la utilización de guías turísticas o folletos.

La utilización preferente de Internet se corresponde con el fuerte incremento de equipamiento informático que se ha producido en los hogares españoles en los últimos años y la mayor utilización de este medio por parte de la población. Esta apreciación es corroborada por los datos obtenidos en la Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. 2006-2007, según los cuales el 60,8% de los ciudadanos españoles dispone de ordenador y el 43% tiene acceso a Internet. La actualización de estos datos por parte del Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) arroja que el 65% de la población utilizó Internet en el primer trimestre del 2009, lo cual supone que los internautas crecen a un ritmo de casi un millón por año.

## Resultados por museos

En el estudio comparativo entre los museos, destacan de nuevo los visitantes del Museo del Traje porque son los que más se han informado a través de periódicos o revistas (23%), Internet (27,6%) o guía del ocio (9,2%). No en vano este museo se menciona frecuentemente en la prensa escrita con ocasión de sus exposiciones temporales, entrega de premios y eventos de resonancia social y cultural relacionados con sus fondos, además de disponer de una página web, como medio de difusión de sus actividades, informativamente ágil. Aunque no hay que descartar la consulta de la página web para localizarlo, dada su situación a distancia del centro de la ciudad, al igual que ocurre con el Museo de Altamira, que comparte con aquel la utilización preferente de Internet por parte de un porcentaje importante de sus visitantes (27,8%).

Los visitantes del Museo de Altamira son también los que más han mencionado la utilización de folletos del museo para informarse acerca de él (8,9%).

A su vez, los visitantes del Museo de Artes Decorativas y Museo Sefardí coinciden en ser los que más han leído algo sobre dichos museos en una guía turística (24,9% y 23,7%, respectivamente) y los que menos han utilizado Internet. Estas coincidencias posiblemente tengan que ver, en el caso

del Museo de Artes Decorativas, con la edad media de sus visitantes, 48 años, la más alta junto con la de los visitantes del Colegio de San Gregorio y, consecuentemente, su falta de familiaridad con este medio.

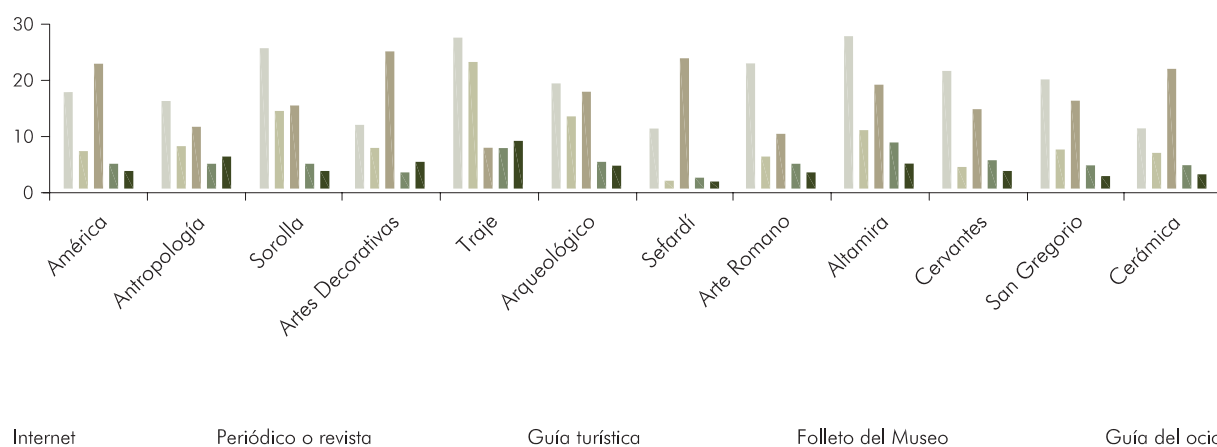
Internet es, sin embargo, el medio mayoritariamente utilizado por los visitantes de todos los museos y en el que hay mayor coincidencia en su utilización (horquilla comprendida entre 27,6% de los visitantes del Museo del Traje y el 11,1% del Museo Sefardí).

A la importancia lograda por Internet sigue la de las guías turísticas. Su utilización está representada por valores que oscilan entre el 24,9% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas o el 23,7% de los del Museo Sefardí y el 7,9% de los del Museo del Traje.

A las guías turísticas siguen los periódicos y revistas, con unos porcentajes de consulta comprendidos entre el 23% de los visitantes del Museo del Traje y 1,9% de los del Museo Sefardí.

Los demás medios están representados con valores muy bajos en todos los museos, aunque cabe destacar la utilización de las guías de ocio por parte del 9,2% de los visitantes del Museo del Traje y algo más del 6% por parte de los visitantes del Museo Sorolla y Museo de Antropología, así como alrededor del 5% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas y Museo Arqueológico.

Porcentaje de visitantes que han visto o leído algo sobre el museo antes de la visita en cada uno de los museos de la investigación



## Las fuentes de información sobre el museo varían en función de la frecuencia de la visita, la compañía y el lugar de residencia

Los visitantes que realizan su primera visita utilizan más las oficinas turísticas y las guías turísticas que los que repiten, mientras que éstos utilizan más los periódicos, revistas y guías de ocio.

Los visitantes que hacen la visita acompañados, ya sea sin niños o con niños, utilizan más la recomendación de parientes, amigos o conocidos que los que hacen la visita solos. Cuando la visita se hace con niños, también utilizan Internet.

En función de la ocupación, la utilización de los medios de información sobre el museo cambia. Así, los estudiantes prefieren informarse a través de parientes, amigos o conocidos e Internet; los visitantes laboralmente activos han utilizado Internet, junto con periódicos y revistas; por último los jubilados, desocupados o dedicados a tareas domésticas se han informado también por medio de los periódicos y revistas.

Los visitantes residentes en la provincia donde se ubica el museo utilizan más los periódicos, revistas y guías del ocio. Estos visitantes también destacan por haber utilizado los folletos del museo y la información transmitida por un niño. En cambio, los residentes en el resto de España dicen haberse informado a través de parientes, amigos o conocidos. También les ha influido la información que sobre el museo han oído o visto en la radio y la televisión, así como lo que les han dicho en su lugar de trabajo o estudio.

Por último, los residentes fuera de España han obtenido la información en la oficina turística, en el hotel o a través de una guía turística. En cambio, su utilización de Internet es irrelevante.

### 3. ¿Ha visto alguna publicidad sobre el museo?

Interesa también conocer el impacto de las campañas publicitarias que se han llevado a cabo con ocasión de determinados eventos y exposiciones temporales. En concreto, y coincidiendo con la toma de datos del 14 al 20 de mayo y con ocasión de la celebración de la Noche de los Museos y del Día internacional de los Museos, se realizó una campaña de publicidad en los siguientes soportes: autobuses, folletos y *postal free* (con formato de folleto) para su distribución en oficinas de turismo. Posteriormente y un poco antes de la siguiente toma de datos, que tuvo lugar del 22 al 27 de julio, también se publicitaron las actividades de verano de los museos del estudio en autobuses, folletos y *postal free*.

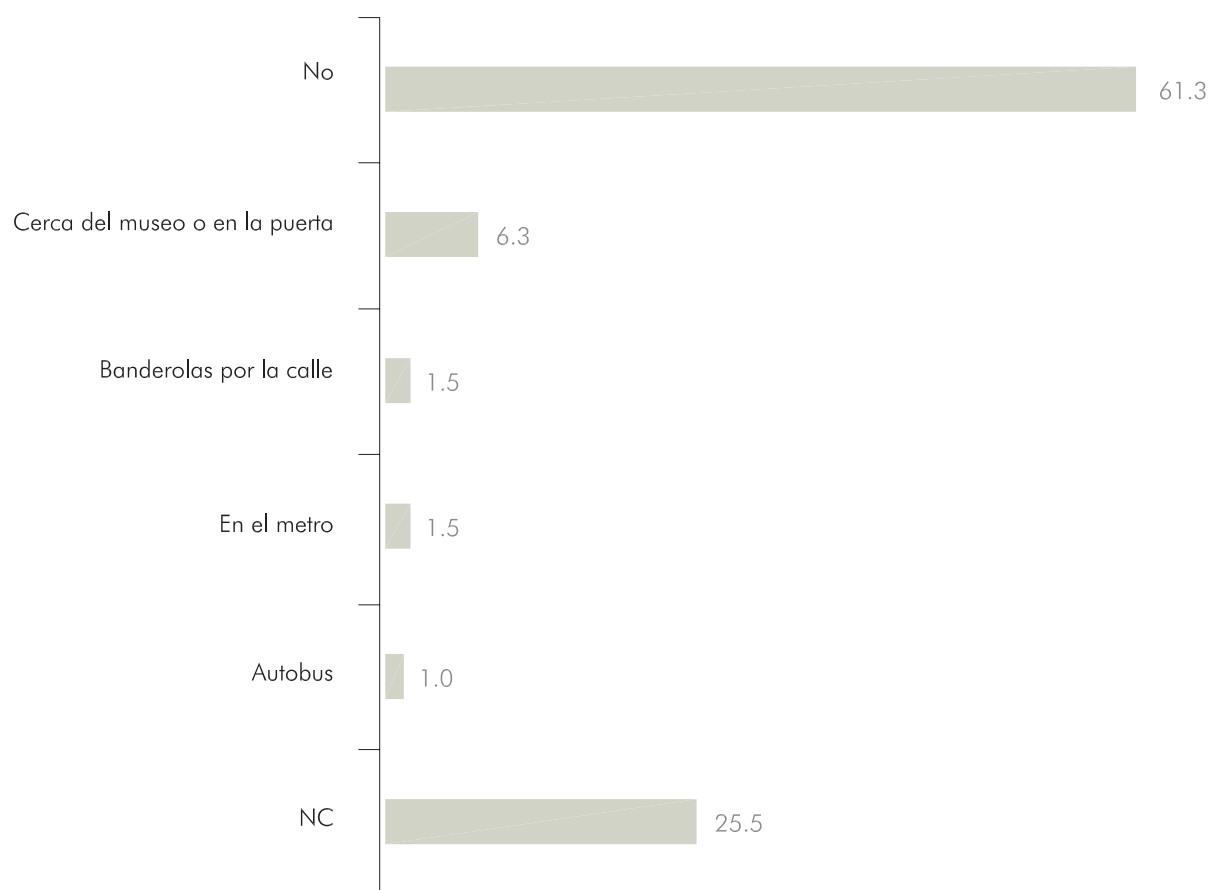
Aunque las campañas publicitarias se referían a todos los museos del estudio abiertos, no todos

se beneficiaron de igual modo de ellas, ya que la distribución de folletos y *postal free* se hizo tan sólo en Madrid e, igualmente, se utilizaron sólo los autobuses y oficinas de turismo de esta ciudad.

Además, por parte de la Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes del Ministerio de Cultura se realizaron campañas de publicidad en relación con las exposiciones temporales gestionadas por dicha Subdirección y que tenían como sede las salas de exposiciones temporales de los museos del estudio.

Las primeras recogidas de datos coincidieron con las campañas publicitarias de lanzamiento de exposiciones que tuvieron lugar en el Museo del Traje y Museo de América. También las tomas de datos correspondiente a los meses de noviembre-diciembre del 2008 y febrero del 2009 coincidieron con exposiciones que tuvieron lugar en el Museo de Antropología y, de nuevo, en

Porcentaje de visitantes que han visto alguna publicidad antes de realizar la visita



el Museo del Traje. Estas campañas publicitarias utilizaron como soportes: autobuses, metro, reclamos de prensa, revistas especializadas, revistas de ocio y cultura, Internet (*banners*), folletos y la página web del Ministerio de Cultura.

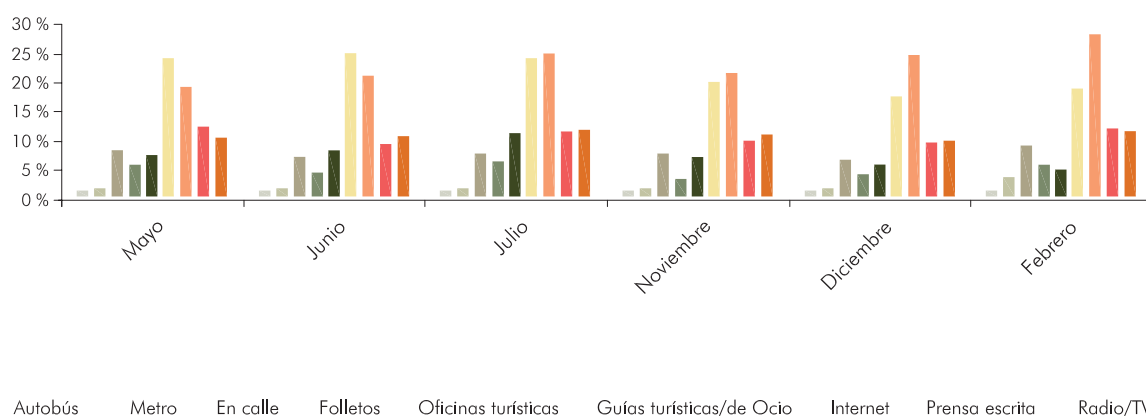
El dato que más llama la atención respecto a la publicidad es el alto porcentaje de visitantes que no ha visto publicidad relativa a los museos en ningún sitio. Tan sólo el 10,3% de los visitantes dice haber visto publicidad y, de ellos, más de la mitad (6,3%) lo ha hecho cerca del museo, probablemente cuando ya había tomado la decisión de visitarlo.

Los porcentajes de visitantes que han visto publicidad de los museos en el Metro (de todas las ciudades involucradas en el estudio, tan sólo Madrid tiene este medio de transporte con señalización de salidas más próximas al museo cercano), banderolas o autobuses son muy bajos (de 1,5% a 1%), mientras que en los folletos (recuérdese que las *postal free* tenían formato de folleto y este mismo formato sirve para publicitar las actividades de algunos museos) y en la puerta del museo los porcentajes son algo mayores (5,2% y 6,3%, respectivamente).

## Los medios de comunicación sobre el museo no variaron significativamente en las distintas tomas de datos

Curiosamente, no se hallaron diferencias significativas entre los resultados obtenidos en los distintos periodos de tomas de datos, aunque en algunas de ellas el esfuerzo publicitario haya sido mayor que en otras.

Evolución a lo largo de la toma de datos de los porcentajes de visitantes que dicen haber visto o leído algo sobre los museos del estudio en los distintos medios de comunicación



Resultados por museos

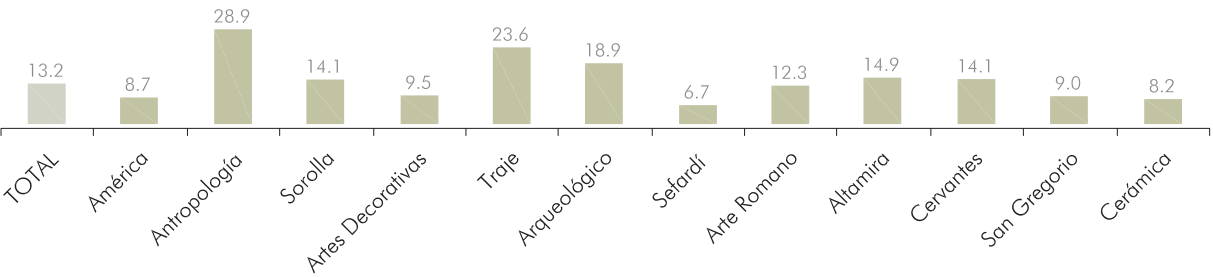
En el conjunto de los visitantes, destacan los del Museo de Arte Romano como los que menos han visto publicidad (83,7%) y los del Museo de Antropología y Casa de Cervantes como los que más (39% y 41%, respectivamente).

Respecto a la publicidad en el Metro, los visitantes de todos los museos coinciden en que no la han visto; en cuanto a la realizada en los autobuses durante las campañas mencionadas, son los visitantes del Museo Sorolla, Museo del Traje y Museo de Altamira los que más se percataron de ella, aunque sea con valores muy bajos.

Las banderolas de la calle son mencionadas por el 4,5% de los visitantes del Museo Arqueológico y del Museo del Traje. Estos museos coinciden en tener banderolas: uno, en la fachada y otro, dentro del recinto en un lugar visible desde la vía de acceso.

Por último, la información situada en la puerta del museo (el nombre del museo en grandes caracteres y las condiciones de acceso) o en sus proximidades (señalización urbana) fue percibida por el 20,2% de los visitantes del Museo de Antropología y el 10,1% de los visitantes del Museo Arqueológico. En el extremo opuesto, tan sólo el 2,2% y 3% de los visitantes del Museo de Cerámica y Museo de América dicen que vieron este tipo de información.

Porcentaje de visitantes que ha visto algún tipo de publicidad de cada uno de los museos de la investigación



## La planificación de la visita.

### Síntesis de resultados

Aunque no todos los visitantes sabían antes de llegar dónde estaba ubicado el museo, la gran mayoría no ha tenido problemas para encontrarlo, por lo que podemos suponer que la localización del museo no parece ser un factor que impida realizar la visita.

Tampoco parece serlo el precio de la entrada, porque la mayoría de los visitantes no sabía cuándo es gratuita la entrada a los museos del estudio. Sin embargo, llama la atención el gran porcentaje de visitantes que desconocen o tienen ideas equivocadas sobre los días de entrada gratuita.

El modo favorito de obtener información es el directo de persona a persona, casi un 40% de los visitantes lo señalan como el medio principal para obtener información sobre el museo. La recomendación personal, ya sea de parientes, amigos o conocidos o de compañeros de trabajo o profesores, es especialmente relevante para los visitantes turistas españoles, las personas que acuden acompañadas y los estudiantes.

Si consideramos todos los datos obtenidos en cuanto a medios de comunicación, podemos observar que las guías turísticas e Internet son los medios más utilizados por los visitantes para buscar información sobre el museo antes de realizar la visita. Este medio, Internet, es especialmente utilizado por los visitantes que hacen la visita con niños, los estudiantes y las personas laboralmente activas. Mientras que las guías turísticas y de ocio parecen ser más utilizadas por los que visitan por primera vez el museo.

Los periódicos y revistas son los medios preferidos para los visitantes ya fidelizados y que residen en la misma provincia donde se halla el museo. En cambio, ni la radio ni la televisión, los grandes medios de comunicación por excelencia, están entre los utilizados para informarse sobre los museos.

Aunque los efectos de la publicidad de calle, en banderolas o en las puertas del museo no son desdeñables, el impacto de la publicidad general ha sido escaso, a juzgar por los resultados y, lo que es más relevante, los resultados no difieren significativamente entre las distintas tomas de datos, aunque el esfuerzo publicitario de las campañas que han coincidido con ellas haya sido diferente.



**Tabla resumen de la influencia de los medios en los visitantes  
y evolución a lo largo del año**

| MEDIOS                               | Formato de la respuesta                        | TOTAL (%) | POR OLEADAS (%) |       |       |      |      |      |
|--------------------------------------|------------------------------------------------|-----------|-----------------|-------|-------|------|------|------|
|                                      |                                                |           | MAYO            | JUNIO | JULIO | NOV  | DIC  | FEBR |
| <b>AUTOBÚS</b>                       | Ha visto alguna publicidad en ...              | 1,0       | 1,1             | 0,8   | 0,8   | 0,8  | 1,0  | 2,0  |
| <b>METRO</b>                         | Ha visto alguna publicidad en ...              | 1,5       | 1,3             | 1,2   | 1,0   | 1,3  | 1,5  | 3,7  |
| <b>FOLLETOS</b>                      | Ha visto o leído algo ...                      | 5,2       | 5,8             | 4,5   | 6,4   | 3,4  | 4,4  | 5,8  |
| <b>GUÍAS TURÍSTICAS/<br/>DE OCIO</b> | Ha visto o leído algo ... Guía turística       | 17,6      | 18,8            | 21,3  | 19,2  | 15,3 | 13,2 | 14,6 |
|                                      | Ha visto o leído algo ... Guía de ocio         | 4,2       | 4,9             | 3,3   | 4,0   | 4,3  | 4,3  | 4,2  |
|                                      | Ha visto alguna publicidad en ...              | 0,5       | 0,3             | 0,3   | 0,9   | 0,6  | 0,3  | 0,1  |
|                                      | Suma                                           | 22,3      | 24,0            | 24,9  | 24,1  | 20,2 | 17,8 | 18,9 |
| <b>INTERNET</b>                      | Ha oído hablar de este Museo...                | 2,0       | 0,7             | 1,3   | 2,4   | 2,3  | 3,3  | 3,1  |
|                                      | Ha visto o leído algo ...                      | 19,8      | 18,0            | 17,8  | 21,2  | 18,5 | 20,5 | 24,2 |
|                                      | Ha visto alguna publicidad en ...              | 0,8       | 0,6             | 0,7   | 1,2   | 0,8  | 0,9  | 0,8  |
|                                      | Suma                                           | 24,6      | 19,3            | 21,1  | 24,8  | 21,6 | 24,7 | 28,1 |
| <b>PRENSA ESCRITA</b>                | Ha oído hablar de este Museo...                | 1,0       | 0,4             | 0,1   | 1,5   | 1,3  | 1,3  | 1,8  |
|                                      | Ha visto o leído algo ... Periódico o revista  | 9,0       | 10,6            | 8,7   | 9,1   | 7,8  | 7,1  | 9,8  |
|                                      | Ha visto alguna publicidad en ...              | 0,9       | 1,2             | 0,7   | 0,8   | 0,7  | 1,3  | 0,5  |
|                                      | Suma                                           | 10,9      | 12,2            | 9,5   | 11,4  | 9,8  | 9,7  | 12,1 |
| <b>TELEVISIÓN Y/<br/>O RADIO</b>     | Ha oído hablar de este Museo... En TV          | 7,7       | 6,7             | 8,0   | 9,1   | 7,1  | 6,8  | 8,1  |
|                                      | Ha oído hablar de este Museo... En Radio       | 2,6       | 3,0             | 1,9   | 2,3   | 3,2  | 2,5  | 2,4  |
|                                      | Ha visto o leído algo ... En Radio o TV        | 0,5       | 0,8             | 0,4   | 0,3   | 0,5  | 0,2  | 0,7  |
|                                      | Ha visto alguna publicidad en ... TV           | 0,2       | 0,0             | 0,3   | 0,1   | 0,3  | 0,3  | 0,2  |
|                                      | Suma                                           | 11,0      | 10,5            | 10,6  | 11,8  | 11,1 | 9,8  | 11,4 |
| <b>OFICINA TURÍSTICA Y<br/>HOTEL</b> | Ha oído hablar de este Museo...                | 7,3       | 6,7             | 8,0   | 10,0  | 6,7  | 5,4  | 4,8  |
|                                      | Ha visto alguna publicidad en... Of. turismo   | 0,3       | 0,7             | 0,0   | 0,6   | 0,1  | 0,1  | 0,1  |
|                                      | Ha visto alguna publicidad en ... Hotel        | 0,4       | 0,2             | 0,4   | 0,7   | 0,3  | 0,3  | 0,3  |
|                                      | Suma                                           | 8,0       | 7,6             | 8,4   | 11,3  | 7,1  | 5,8  | 5,2  |
| <b>PUBLICIDAD EN CALLE</b>           | Ha visto alguna publicidad en ... Banderolas   | 1,5       | 1,9             | 1,6   | 1,6   | 1,2  | 0,8  | 1,6  |
|                                      | Ha visto alguna publicidad en ... Puerta Museo | 6,3       | 6,3             | 5,6   | 6,2   | 6,5  | 6,0  | 7,6  |
|                                      | Suma                                           | 7,8       | 8,2             | 7,2   | 7,8   | 7,7  | 6,8  | 9,2  |

## Tablas de resultados

**Tabla 52**  
Conocimiento de la ubicación del museo por parte del visitante

| ¿Conocía la ubicación exacta de este museo antes de su visita de hoy? | n     | %    |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|------|
| <b>Sí</b>                                                             | 4.458 | 53,6 |
| <b>No</b>                                                             | 3.837 | 46,1 |
| <b>NC</b>                                                             | 27    | 0,3  |

161

**Tabla 53**  
Problemas para localizar el museo por parte del visitante

| ¿Ha tenido problemas para localizar el museo?         | n     | %     |
|-------------------------------------------------------|-------|-------|
| <b>No ha tenido ningún problema</b>                   | 3.052 | 81,9  |
| <b>Ha tenido algún problema</b>                       | 673   | 18,1  |
| <b>Falta de señalización exterior</b>                 | 517   | 76,7* |
| <b>La información de que disponía no era adecuada</b> | 96    | 14,2* |
| <b>Señalización incorrecta</b>                        | 36    | 5,3*  |

\*% sobre aquellos que habían tenido algún problema para localizar el museo.

**Tabla 54**  
Problemas para localizar el museo por parte del visitante en cada uno de los museos del estudio

|                          | No conocía la ubicación exacta del museo |      | Ha tenido algún problema para encontrar el museo |      | Problemas encontrados          |      |                               |      |                                               |      |
|--------------------------|------------------------------------------|------|--------------------------------------------------|------|--------------------------------|------|-------------------------------|------|-----------------------------------------------|------|
|                          |                                          |      |                                                  |      | Falta de señalización exterior |      | La señalización es incorrecta |      | La información de que disponía era incorrecta |      |
|                          | n                                        | %    | n                                                | %    | n                              | %*   | n                             | %*   | n                                             | %*   |
| <b>América</b>           | 126                                      | 37,9 | 55                                               | 44,4 | 39                             | 70,7 | 3                             | 4,8  | 7                                             | 13,4 |
| <b>Antropología</b>      | 71                                       | 27,1 | 12                                               | 18,4 | 6                              | 51,1 | 0                             | 0,0  | 5                                             | 42,6 |
| <b>Sorolla</b>           | 227                                      | 32,1 | 45                                               | 20,0 | 38                             | 85,5 | 1                             | 3,3  | 3                                             | 6,6  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 55                                       | 37,8 | 8                                                | 15,3 | 5                              | 65,7 | 1                             | 8,6  | 2                                             | 21,3 |
| <b>Traje</b>             | 224                                      | 37,3 | 71                                               | 33,9 | 52                             | 73,7 | 4                             | 5,2  | 16                                            | 21,9 |
| <b>Arqueológico</b>      | 222                                      | 26,6 | 33                                               | 15,1 | 20                             | 62,4 | 2                             | 6,3  | 6                                             | 17,4 |
| <b>Sefardí</b>           | 1.124                                    | 67,0 | 287                                              | 26,2 | 231                            | 80,4 | 12                            | 4,0  | 33                                            | 16,6 |
| <b>Arte Romano</b>       | 560                                      | 49,2 | 31                                               | 5,6  | 22                             | 72,4 | 8                             | 24,6 | 0                                             | 0,0  |
| <b>Altamira</b>          | 723                                      | 50,8 | 37                                               | 5,2  | 22                             | 58,4 | 3                             | 8,1  | 11                                            | 29,2 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 45                                       | 49,7 | 3                                                | 6,2  | 2                              | 74,6 | 0                             | 0,0  | 0                                             | 0,0  |
| <b>San Gregorio</b>      | 193                                      | 47,9 | 19                                               | 10,4 | 15                             | 81,2 | 0                             | 0,0  | 1                                             | 4,9  |
| <b>Cerámica</b>          | 266                                      | 37,8 | 73                                               | 28,7 | 63                             | 86,5 | 12                            | 16,8 | 0                                             | 0,0  |
| <b>Total</b>             | 3.837                                    | 46,1 | 673                                              | 18,1 | 517                            | 76,7 | 36                            | 5,3  | 96                                            | 4,2  |

\* % sobre aquellos que habían tenido algún problema para localizar el museo.

**Tabla 55**  
Conocimiento del visitante de los días de gratuidad del museo

| ¿Sabe usted qué día es gratuito este museo?    | n     | %    |
|------------------------------------------------|-------|------|
| <b>No lo sé</b>                                | 4.458 | 53,6 |
| <b>Los domingos</b>                            | 1.731 | 20,8 |
| <b>Los sábados por la tarde y los domingos</b> | 1.334 | 16,0 |
| <b>Sólo el Día Internacional de los Museos</b> | 355   | 4,3  |
| <b>Todos los días</b>                          | 240   | 2,9  |
| <b>Sólo el Día de la Constitución</b>          | 123   | 1,5  |
| <b>El primer domingo de cada mes</b>           | 63    | 0,8  |

**Tabla 56**  
Conocimiento del visitante de los días de gratuidad de cada uno de los museos del estudio

| ¿Sabe usted qué día es gratuito este museo? |              |      |                               |     |                                         |     |                                |     |                                         |      |                |      |               |      |
|---------------------------------------------|--------------|------|-------------------------------|-----|-----------------------------------------|-----|--------------------------------|-----|-----------------------------------------|------|----------------|------|---------------|------|
|                                             | Los domingos |      | El primer domingo de cada mes |     | Sólo el Día Internacional de los Museos |     | Sólo el Día de la Constitución |     | Los sábados por la tarde y los domingos |      | Todos los días |      | No lo sé o NC |      |
|                                             | n            | %    | n                             | %   | n                                       | %   | n                              | %   | n                                       | %    | n              | %    | n             | %    |
| <b>América</b>                              | 135          | 40,8 | 1                             | 0,4 | 21                                      | 6,5 | 14                             | 4,1 | 5                                       | 1,6  | 5              | 1,6  | 163           | 49,3 |
| <b>Antropología</b>                         | 51           | 19,3 | 0                             | 0,0 | 12                                      | 4,5 | 6                              | 2,2 | 54                                      | 20,7 | 9              | 3,3  | 135           | 58,7 |
| <b>Sorolla</b>                              | 281          | 39,7 | 6                             | 0,8 | 64                                      | 9,0 | 23                             | 3,2 | 54                                      | 7,6  | 4              | 0,6  | 318           | 45,0 |
| <b>Artes Decorativas</b>                    | 55           | 37,3 | 1                             | 0,5 | 8                                       | 5,5 | 3                              | 2,3 | 4                                       | 2,6  | 1              | 0,5  | 71            | 48,6 |
| <b>Traje</b>                                | 162          | 27,0 | 3                             | 0,5 | 23                                      | 3,8 | 8                              | 1,4 | 103                                     | 17,1 | 4              | 0,6  | 311           | 51,8 |
| <b>Arqueológico</b>                         | 155          | 18,5 | 5                             | 0,6 | 20                                      | 2,4 | 4                              | 0,5 | 96                                      | 11,5 | 161            | 19,3 | 398           | 47,7 |
| <b>Sefardí</b>                              | 223          | 13,3 | 6                             | 0,4 | 58                                      | 3,5 | 15                             | 0,9 | 259                                     | 15,4 | 7              | 0,4  | 1.027         | 61,3 |
| <b>Arte Romano</b>                          | 136          | 12,0 | 10                            | 0,9 | 16                                      | 1,4 | 9                              | 0,8 | 280                                     | 24,6 | 12             | 1,0  | 665           | 58,4 |
| <b>Altamira</b>                             | 235          | 16,5 | 27                            | 1,9 | 92                                      | 6,4 | 27                             | 1,9 | 261                                     | 18,3 | 24             | 1,7  | 795           | 55,8 |
| <b>Casa Cervantes</b>                       | 28           | 30,8 | 0                             | 0,0 | 8                                       | 8,7 | 4                              | 4,1 | 7                                       | 7,8  | 0              | 0,0  | 36            | 39,8 |
| <b>San Gregorio</b>                         | 66           | 16,4 | 1                             | 0,2 | 24                                      | 6,1 | 9                              | 2,4 | 58                                      | 14,3 | 3              | 0,8  | 232           | 57,7 |
| <b>Cerámica</b>                             | 205          | 29,1 | 3                             | 0,4 | 9                                       | 1,2 | 1                              | 0,2 | 153                                     | 21,8 | 10             | 1,4  | 307           | 43,6 |
| <b>Total</b>                                | 1.731        | 20,8 | 63                            | 0,8 | 355                                     | 4,3 | 123                            | 1,5 | 1.334                                   | 16,0 | 240            | 2,9  | 4.458         | 53,6 |

163

**Tabla 57**  
Fuentes de información general del visitante del museo

| Ha oído hablar recientemente de este museo a...      | n     | %    |
|------------------------------------------------------|-------|------|
| <b>Un pariente, amigo o conocido</b>                 | 2.557 | 30,7 |
| <b>Una persona de su trabajo o lugar de estudios</b> | 729   | 8,8  |
| <b>En la televisión</b>                              | 642   | 7,7  |
| <b>En alguna oficina turística u hotel</b>           | 605   | 7,3  |
| <b>En la radio</b>                                   | 214   | 2,6  |
| <b>Un niño o joven de su familia</b>                 | 139   | 1,7  |

**Tabla 58**  
Fuentes de información general del visitante de cada uno de los museos del estudio

|                          | Ha oído hablar recientemente de este museo a... |      |                               |     |                  |      |             |     |                              |      |                                     |      |
|--------------------------|-------------------------------------------------|------|-------------------------------|-----|------------------|------|-------------|-----|------------------------------|------|-------------------------------------|------|
|                          | Un pariente, amigo ...                          |      | Un niño o joven de su familia |     | En la televisión |      | En la radio |     | Una persona de su trabajo... |      | En alguna oficina turística u hotel |      |
|                          | n                                               | %    | n                             | %   | n                | %    | n           | %   | n                            | %    | n                                   | %    |
| <b>América</b>           | 84                                              | 25,3 | 13                            | 3,9 | 12               | 3,5  | 5           | 1,4 | 48                           | 14,5 | 17                                  | 5,3  |
| <b>Antropología</b>      | 47                                              | 17,9 | 5                             | 2,0 | 4                | 1,5  | 3           | 1,3 | 30                           | 11,4 | 14                                  | 5,2  |
| <b>Sorolla</b>           | 332                                             | 46,9 | 9                             | 1,2 | 33               | 4,7  | 19          | 2,6 | 71                           | 10,1 | 20                                  | 2,8  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 37                                              | 25,0 | 1                             | 0,3 | 2                | 1,4  | 1           | 0,5 | 13                           | 8,9  | 7                                   | 5,1  |
| <b>Traje</b>             | 263                                             | 43,7 | 12                            | 1,9 | 86               | 14,3 | 23          | 3,9 | 88                           | 14,6 | 11                                  | 1,8  |
| <b>Arqueológico</b>      | 195                                             | 23,4 | 25                            | 3,0 | 66               | 7,9  | 24          | 2,9 | 65                           | 7,8  | 52                                  | 6,2  |
| <b>Sefardí</b>           | 306                                             | 18,3 | 15                            | 0,9 | 29               | 1,7  | 16          | 1,0 | 71                           | 4,2  | 182                                 | 10,8 |
| <b>Arte Romano</b>       | 427                                             | 37,5 | 6                             | 0,5 | 91               | 8,0  | 32          | 2,8 | 89                           | 7,8  | 61                                  | 5,4  |
| <b>Altamira</b>          | 475                                             | 33,3 | 44                            | 3,1 | 270              | 19,0 | 73          | 5,1 | 183                          | 12,8 | 152                                 | 10,7 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 24                                              | 26,2 | 1                             | 0,5 | 2                | 1,9  | 2           | 1,8 | 7                            | 7,3  | 10                                  | 10,8 |
| <b>San Gregorio</b>      | 154                                             | 38,2 | 2                             | 0,6 | 13               | 3,2  | 4           | 1,0 | 23                           | 5,7  | 27                                  | 6,8  |
| <b>Cerámica</b>          | 214                                             | 30,3 | 6                             | 0,9 | 34               | 4,8  | 12          | 1,7 | 42                           | 5,9  | 52                                  | 7,4  |
| <b>Total</b>             | 2.557                                           | 30,7 | 144                           | 1,7 | 642              | 7,7  | 214         | 2,6 | 729                          | 8,8  | 605                                 | 7,3  |

164

**Tabla 59**  
Fuentes de información específicas de publicidad del museo por parte del visitante (1)

| Ha visto alguna publicidad...         | n     | %    |
|---------------------------------------|-------|------|
| <b>No he visto nada</b>               | 5.104 | 61,3 |
| <b>Cerca del Museo o de la puerta</b> | 525   | 6,3  |
| <b>En el metro</b>                    | 129   | 1,5  |
| <b>Banderolas por la calle</b>        | 126   | 1,5  |
| <b>En el autobús</b>                  | 87    | 1,0  |
| <b>NC</b>                             | 2.123 | 25,5 |

**Tabla 60**  
Fuentes de información específicas del museo por parte del visitante (2)

| Ha visto o leído algo sobre este museo en los últimos días o meses en... | n     | %    |
|--------------------------------------------------------------------------|-------|------|
| <b>Internet</b>                                                          | 1.649 | 19,8 |
| <b>Una guía turística</b>                                                | 1.464 | 17,6 |
| <b>Un periódico o revista</b>                                            | 751   | 9,0  |
| <b>Un folleto del museo</b>                                              | 431   | 5,2  |
| <b>Una guía de actividades de ocio</b>                                   | 347   | 4,2  |
| <b>NC</b>                                                                | 2.536 | 30,6 |

**Tabla 61**  
**Fuentes de información específicas de publicidad del museo por parte del visitante en cada uno de los museos del estudio**

|                          | Ha visto alguna publicidad... |      |             |     |               |     |                            |     |                      |      | Ha visto o leído algo sobre este museo en los últimos días o meses en... |      |                |      |                   |     |          |      |              |     |
|--------------------------|-------------------------------|------|-------------|-----|---------------|-----|----------------------------|-----|----------------------|------|--------------------------------------------------------------------------|------|----------------|------|-------------------|-----|----------|------|--------------|-----|
|                          | No he visto nada              |      | En el Metro |     | En el autobús |     | En banderolas por la calle |     | Cerca museo o puerta |      | Periódico o revista                                                      |      | Guía turística |      | Folleto del museo |     | Internet |      | Guía de ocio |     |
|                          | n                             | %    | n           | %   | n             | %   | n                          | %   | n                    | %    | n                                                                        | %    | n              | %    | n                 | %   | n        | %    | n            | %   |
| <b>América</b>           | 209                           | 63,0 | 6           | 1,7 | 1             | 0,4 | 4                          | 1,3 | 10                   | 3,0  | 24                                                                       | 7,1  | 76             | 22,9 | 16                | 4,9 | 59       | 17,9 | 13           | 3,9 |
| <b>Antropología</b>      | 102                           | 38,9 | 2           | 0,9 | 2             | 0,6 | 2                          | 0,8 | 53                   | 20,2 | 22                                                                       | 8,2  | 30             | 11,5 | 13                | 4,9 | 43       | 16,4 | 16           | 6,2 |
| <b>Sorolla</b>           | 0                             | 0,0  | 2           | 0,3 | 37            | 5,3 | 5                          | 0,8 | 30                   | 4,3  | 101                                                                      | 14,3 | 107            | 15,2 | 21                | 3,0 | 181      | 25,6 | 47           | 6,6 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 89                            | 60,9 | 1           | 0,7 | 0             | 0,0 | 3                          | 1,8 | 5                    | 3,5  | 12                                                                       | 7,9  | 37             | 24,9 | 5                 | 3,5 | 17       | 11,9 | 8            | 5,3 |
| <b>Traje</b>             | 346                           | 57,6 | 33          | 5,5 | 19            | 3,2 | 27                         | 4,4 | 48                   | 7,9  | 138                                                                      | 23,0 | 47             | 7,9  | 48                | 7,9 | 166      | 27,6 | 55           | 9,2 |
| <b>Arqueológico</b>      | 444                           | 53,2 | 26          | 3,1 | 14            | 1,7 | 36                         | 4,3 | 85                   | 10,1 | 111                                                                      | 13,3 | 148            | 17,7 | 43                | 5,2 | 161      | 19,3 | 40           | 4,8 |
| <b>Sefardi</b>           | 1.032                         | 61,6 | 6           | 0,3 | 1             | 0,1 | 8                          | 0,5 | 61                   | 3,7  | 32                                                                       | 1,9  | 397            | 23,7 | 44                | 2,6 | 186      | 11,1 | 21           | 1,3 |
| <b>Arte Romano</b>       | 953                           | 83,7 | 1           | 0,1 | 2             | 0,2 | 17                         | 1,5 | 94                   | 8,3  | 73                                                                       | 6,4  | 118            | 10,4 | 56                | 5,0 | 258      | 22,7 | 40           | 3,5 |
| <b>Altamira</b>          | 889                           | 62,4 | 17          | 1,2 | 31            | 2,2 | 17                         | 1,2 | 88                   | 6,2  | 157                                                                      | 11,0 | 272            | 19,1 | 127               | 8,9 | 397      | 27,8 | 71           | 5,0 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 37                            | 40,7 | 0           | 0,0 | 0             | 0,0 | 1                          | 0,6 | 7                    | 7,3  | 4                                                                        | 4,3  | 13             | 14,6 | 5                 | 5,7 | 19       | 21,5 | 4            | 3,9 |
| <b>San Gregorio</b>      | 203                           | 50,5 | 2           | 0,4 | 1             | 0,3 | 3                          | 0,8 | 21                   | 5,3  | 30                                                                       | 7,5  | 65             | 16,1 | 19                | 4,6 | 80       | 19,9 | 11           | 2,8 |
| <b>Cerámica</b>          | 338                           | 48,0 | 5           | 0,7 | 13            | 1,8 | 3                          | 0,4 | 16                   | 2,2  | 48                                                                       | 6,8  | 154            | 21,8 | 33                | 4,7 | 80       | 11,3 | 22           | 3,1 |
| <b>Total</b>             | 5.104                         | 61,3 | 129         | 1,5 | 87            | 1,0 | 126                        | 1,5 | 525                  | 6,3  | 751                                                                      | 9,0  | 1.464          | 17,6 | 431               | 5,2 | 1.649    | 19,8 | 347          | 4,2 |





# La forma de realizar la visita

El tiempo dedicado a la visita, junto con la utilización de los servicios y facilidades que el museo pone a disposición de los visitantes, sirven para determinar el comportamiento del público en el contexto museístico.

El nivel de utilización de servicios como taquillas, guardarropa, tienda, cafetería, restaurante, aseos, etcétera, está unido forzosamente a la satisfacción de los usuarios con los mismos y con el personal de primera línea de contacto (repcionistas, taquilleros, vigilantes, guardias de seguridad, personal de tienda, etcétera).

167

Tiempo dedicado a la visita

Utilización de servicios y facilidades de la visita

Demanda de nuevos servicios y facilidades de visita

La forma de realizar la visita. Síntesis de resultados

Tablas de resultados



## Tiempo dedicado a la visita

Con respecto al tiempo de la visita, conviene puntualizar que al visitante se le pregunta por la hora de llegada y la hora de salida, planteamiento que da más validez a la respuesta, aunque dependa de la capacidad de recuerdo del visitante, que el de preguntarle por el tiempo que ha empleado en realizar la visita. Esta estimación subjetiva suele conllevar que haya diferencia entre el tiempo real y el estimado por el visitante, sin que ello suponga intención de engaño. Las razones por las que se puede producir una mala apreciación del tiempo son de distinta índole: unas se refieren a la capacidad del visitante para medir el tiempo o a la repercusión psicológica, medida en tiempo, que ha podido tener en él una visita en la que no ha conseguido implicarse; otras, al efecto llamado de deseabilidad social, por lo que el visitante contesta aquello que supone que el encuestador desea oír o que él cree que se corresponde con el estereotipo del visitante deseado (Pérez Santos y otros, 1993).

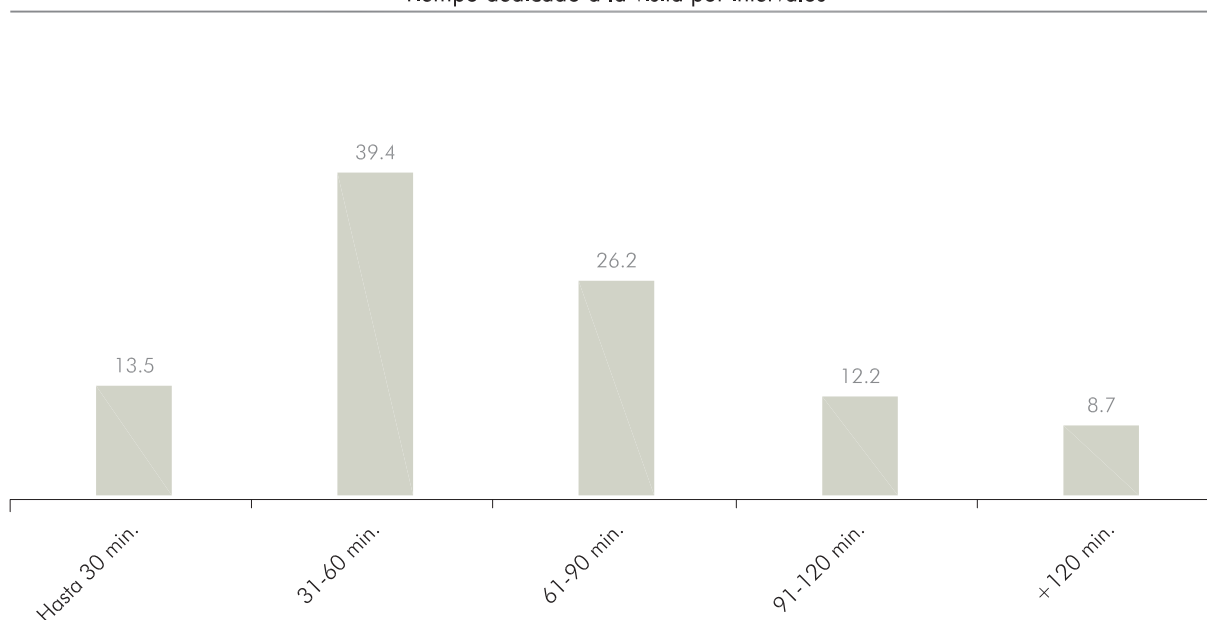
Por éstas y otras razones, la estimación subjetiva del tiempo de la visita conviene que sea contrastada con la observación directa, condición no

necesariamente imprescindible si de lo que se trata es de que el visitante diga aproximadamente a qué hora entró y con más precisión a qué hora salió, sin que esta pregunta suponga ninguna connotación valorativa que pueda influir en su respuesta.

Pues bien, según los resultados obtenidos en nuestra investigación, la duración de la visita oscila entre los 5 minutos que duró la más corta y los 415 minutos, es decir, las casi 7 horas que duró la más larga. La duración media es de 70 minutos.

Para conocer mejor la realidad, interesa analizar los tramos de tiempo más frecuentemente utilizados por los visitantes para hacer la visita. De donde resulta que la visita más frecuente es la que dura de media hora a 1 hora porque es la que hace la mayor parte de los visitantes (el 39,4%). Le sigue la visita de 1 hora a 1 hora y media de duración, que hace la cuarta parte de los visitantes (26,2%). Más minoritarias son las visitas de media hora o menos y las de más de 1 hora y media (13,5% y 12,2%, respectivamente) y, por último, un 8,7% de los visitantes hacen visitas de más de 2 horas.

Tiempo dedicado a la visita por intervalos



## Comparación con otros estudios

Los datos referentes a la duración real de la visita, obtenidos por observación en el estudio de García Blanco y otros (1999), difieren muy poco de la duración calculada en este estudio a partir de la hora de llegada y de salida dada por los visitantes. Así, la duración real media fue entonces de 80 minutos y ahora, de 70 minutos; la desviación típica entonces fue de 32,7 minutos y ahora, de 35,7. La duración mínima fue de 8 minutos entonces y de 5 minutos ahora; la máxima de 420 minutos entonces y de 415 ahora.

## Resultados por museos

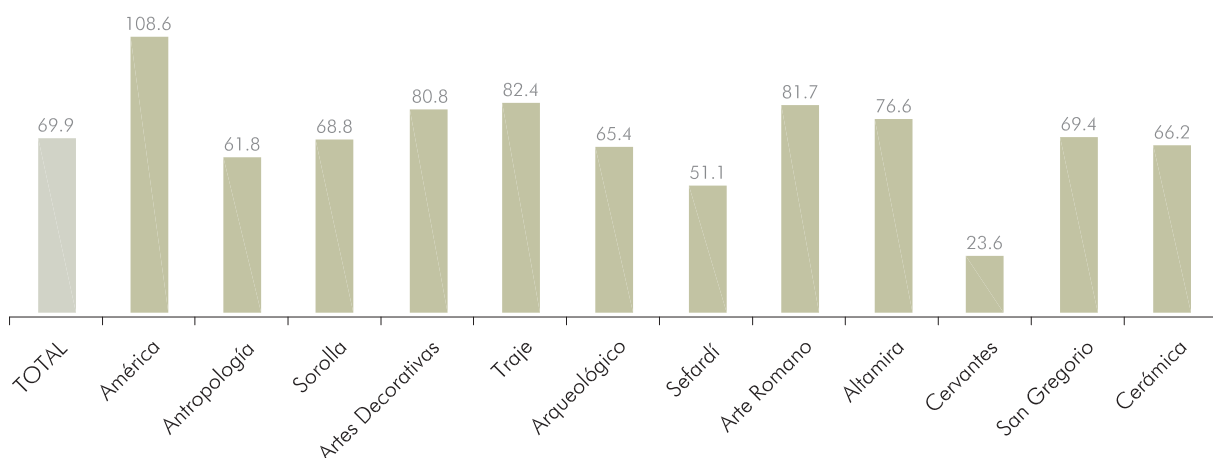
Evidentemente, estos datos globales referentes a la duración de la visita conviene analizarlos en cada museo y ponerlos en relación con la superficie expositiva, entendida en un sentido amplio, a sabiendas de que el tiempo de permanencia en el museo se reparte entre el tiempo necesario para adquirir la entrada e informarse; el dedicado a la exposición; el empleado en trasladarse, en conversar o comentar; el aplicado al descanso y a la utilización de determinados servicios. La suma de estos tiempos da el total del tiempo dedicado a la visita y de su calidad depende en gran medida su resultado.

Pues bien, el museo que se visita en menos tiempo es el de la Casa de Cervantes porque la gran mayoría de las visitas (76,4%) se ha realizado como máximo en media hora, mientras que en el Museo de América las visitas de esta duración apenas están representadas por un 1%.

Por el contrario, el Museo de América es el que registra las visitas de más duración, ya que algo más de la mitad de sus visitantes (56%) invierte en la visita más de 1 hora y media y los restantes (43%), entre 1 hora y 1 hora y media. Este museo es, sin duda, el que tiene más capacidad para retener a sus visitantes, que llegan a tener un tiempo medio de estancia de 108 minutos, es decir, 1 hora y 45 minutos. En el Museo del Traje, Museo de Arte Romano y Museo de Altamira, las estancias de 30 a 60 minutos y las de 60 a 90 minutos se reparten casi por igual y la media de tiempo supera 1 hora y cuarto. Por último, en los restantes museos predominan (con porcentajes que oscilan entre el 40-50%) las visitas que duran entre 30 y 60 minutos; tal es el caso del Museo de Antropología, Museo Sorolla, Museo Arqueológico, Colegio de San Gregorio y Museo de Cerámica, con un tiempo medio de estancia de poco más de 1 hora.

169

Tiempo medio de visita (en minutos) en cada uno de los museos de la investigación



## **Relación entre el tiempo de visita y la superficie recorrida en cada museo**

El tiempo invertido en visitar el museo dividido entre la superficie recorrida nos proporciona una medida de velocidad, en concreto, podemos establecer un índice de velocidad de recorrido. En línea con los principales estudios sobre el tema, un índice por debajo de 28 m<sup>2</sup> por minuto puede ser indicativo de un uso importante de la exposición por parte de los visitantes y, por tanto, puede reflejar eficacia en la atracción y motivación, lo que generalmente aumenta la probabilidad de adquisición de información (Serrell, 1993; 1996; 1997).

Para hacer este cálculo, refiriéndolo a los museos del estudio, se ha tenido en cuenta tan sólo la superficie de las zonas públicas de tránsito (entendiendo por zona pública todas las áreas por las que se desplaza un visitante durante una visita estándar), durante todas las tomas de datos para posibilitar así la comparación entre ellos. Este criterio conlleva que los resultados obtenidos sobre la velocidad de los recorridos sean sólo aproximativos, ya que un análisis que tuviera en cuenta una superficie mayor para un mismo tiempo de estancia daría como resultado un aumento de la velocidad de los recorridos. En definitiva, los resultados respecto a la velocidad han de ser interpretados como indicios de una realidad, más que como una descripción rigurosa de la misma.

De acuerdo con lo dicho, los visitantes que han recorrido la exposición a una velocidad muy superior a la señalada por Serrell como límite para asegurar una visita de calidad (28m<sup>2</sup>/min.) son, en primer lugar, los del Museo de Arte Romano (88,9 m<sup>2</sup>/min.) que es, por otra parte, el museo que tiene mayor superficie expositiva; le siguen los visitantes del Colegio de San Gregorio (56,1 m<sup>2</sup>/min.), Museo del Traje (54,6 m<sup>2</sup>/min.) y Museo de América (43,5 m<sup>2</sup>/min.). Estos últimos museos también siguen al anterior en cuanto a las dimensiones de su superficie expositiva, aunque su ordenación en función de ésta (Museo de América, Museo del Traje y Colegio de San Gregorio) no se corresponde exactamente con su ordenación en función de la velocidad de recorrido.

Los visitantes que han visitado la exposición a una velocidad muy próxima a la propuesta por Serrell son los del Museo de Cerámica (26,6 m<sup>2</sup>/min.) y los del Museo de Altamira (30,2 m<sup>2</sup>/min.).

Las exposiciones de los restantes museos, con superficies expositivas menores a las de los ya mencionados, han sido recorridas a una velocidad inferior a la marcada por Serrell y que oscila entre los 13,6 m<sup>2</sup>/min. correspondiente a los visitantes del Museo Casa Cervantes y los 19,8 m<sup>2</sup>/min. correspondiente a los del Museo Sorolla y Museo Sefardí.

**Metros cuadrados de las zonas públicas en los diferentes museos del estudio  
y velocidad de la visita**

| MUSEO                         | m <sup>2</sup> zonas públicas | Tiempo de visita | Velocidad (zona expositiva) |
|-------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| MUSEO DE AMÉRICA              | 4.718,75                      | 108,56 min.      | 43,5 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO DE ANTROPOLOGÍA         | 1.109,56                      | 61,75 min.       | 18 m <sup>2</sup> /min.     |
| MUSEO SOROLLA                 | 1.362,8                       | 68,82 min.       | 19,8 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO DE ARTES DECORATIVAS    | 1.663,31                      | 80,78 min.       | 20,6 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO DEL TRAJE               | 4.497,22                      | 82,39 min.       | 54,6 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO ARQUEOLÓGICO            | 1.053,06                      | 65,35 min.       | 16,1 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO SEFARDÍ                 | 1.010,93                      | 51,06 min.       | 19,8 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO DE ARTE ROMANO          | 7.256,07                      | 81,65 min.       | 88,9 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO DE ALTAMIRA             | 2.315                         | 76,58 min.       | 30,2 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO CASA DE CERVANTES       | 320,19                        | 23,59 min.       | 13,6 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO COLEGIO DE SAN GREGORIO | 3.893,97                      | 69,37 min.       | 56,1 m <sup>2</sup> /min.   |
| MUSEO DE CERÁMICA             | 1.760,79                      | 66,15 min.       | 26,6 m <sup>2</sup> /min.   |

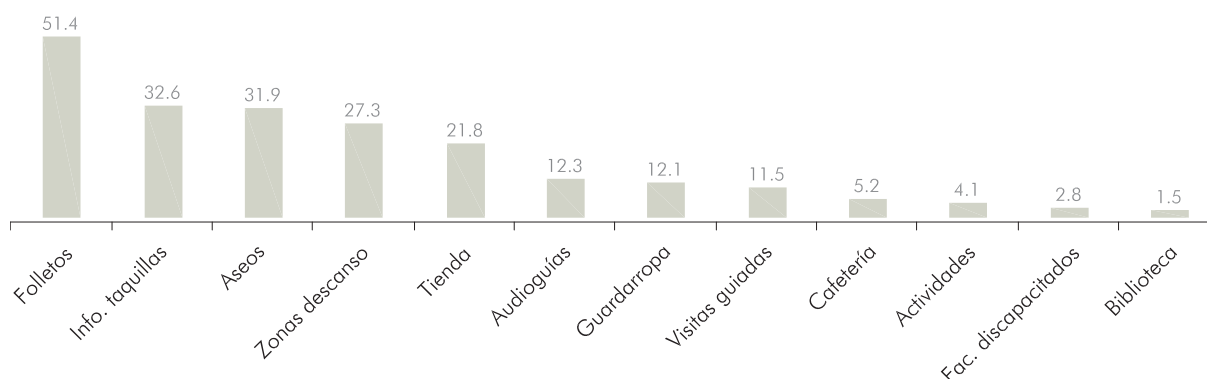
## Utilización de servicios y facilidades de la visita

El museo es un espacio simbólico que otorga un valor especial a todo lo que en él se aloja, incluidos los servicios generales de los que se espera que su calidad sea coherente con las características de la institución. Por esta razón, la importancia de los servicios y de las llamadas facilidades para hacer la visita es doble y radica, como si se tratara de las dos caras de una misma moneda, tanto en su contribución a crear una imagen acogedora del museo, como en posibilitar que la visita dure más tiempo y su resultado final sea satisfactorio.

Los servicios más utilizados por los visitantes son los relacionados con la obtención de información, ya sea en forma de folletos

(51,4%) o a través del contacto directo con el personal de taquilla o de las salas (32,6%). Le siguen las llamadas facilidades para hacer la visita, indispensables para realizarla cómodamente: los aseos (31,9%) y las zonas de descanso (27,3%). Las tiendas o puntos de venta fueron utilizadas por un 21,8% de los visitantes para comprar o mirar. Las audioguías y/o signoguías lo fueron por el 12,3%, porcentaje que, a pesar de parecer escaso, es importante si tenemos en cuenta que es un servicio disponible en pocos museos, en la época en que se recogieron los datos. El guardarropa o la consigna fue utilizado por el 12,1% y las visitas guiadas por el 11,5%.

## Porcentaje de visitantes que dicen haber utilizado los diferentes servicios que ofertan los museos de la investigación



Esta información que facilita el visitante es muy importante para entender el comportamiento durante la visita. Así, puede afirmarse que la visita a los museos de la investigación sigue unas pautas que permiten extraer una serie de conclusiones sobre la forma en que se realiza la misma:

- El hecho de que sólo el 31,9% de los visitantes utilicen los aseos o que no llegue a 30% aquellos que afirman utilizar las zonas de descanso, delata el escaso tiempo de duración de la visita (alrededor de 1 hora).
- Es interesante comprobar que los servicios más utilizados son los que tienen que ver con la búsqueda de información. Así, el folleto de información que se halla a la entrada del museo generalmente es utilizado por más de la mitad de los visitantes y casi la tercera parte de los mismos dice haber demandado y utilizado algún tipo de información al personal de la taquilla.
- También debe destacarse la alta utilización de las audioguías y/o signoguías (12,3% de los visitantes) sobre todo si tenemos en cuenta que este recurso prácticamente no estaba disponible en la mayoría de los museos evaluados. La única explicación posible de este fenómeno es que el público confunda estos servicios con otros dispositivos similares. Algo por debajo se sitúa el nivel de utilización de las visitas guiadas por personal del museo.
- Algo más de un 20% de los visitantes ha visitado o ha comprado algo en la tienda o punto de venta del museo. Es una cifra importante si tenemos en cuenta que en muchos de los museos de la investigación la tienda no

es más que un pequeño mostrador donde se venden algunos catálogos o libros.

- El escaso uso de las cafeterías, las bibliotecas o de las facilidades para los discapacitados sólo pone de manifiesto la ausencia de estos servicios o la dificultad de acceso a ellos en muchos de los museos de titularidad estatal.

### Resultados por museos

La utilización de los servicios está ligada a la oferta que existe en cada uno de los museos. Así, el nivel de utilización debe ser valorado en función de su presencia en el museo (muchos de ellos carecen de servicios como cafetería), su relevancia en el espacio museístico (en algunos, la tienda es el propio mostrador de taquilla, en otros ocupa un espacio relativamente grande y tiene una gran variedad de artículos) o de la accesibilidad a los mismos (algunas bibliotecas de museos sólo son accesibles para investigadores especializados y no para público general). Por ello, puede tener mayor interés destacar el nivel de utilización de estos servicios en cada uno de los museos incluidos en la investigación.

Por museos, el Museo de América, que destaca por tener el tiempo medio de visita más alto, es en el que más se utilizan servicios básicos como el guardarropa y los aseos. La tienda también parece muy frecuentada, después de la del Museo Arqueológico y la del Museo de Altamira. Sin embargo, su cafetería es la menos utilizada de los tres museos que poseen un espacio de este tipo (Museo de América, Museo de Altamira y Museo del Traje).

El Museo de Antropología es el museo donde más se utiliza el guardarropa o la consigna y donde menos se ha utilizado la tienda (que es sólo un pequeño mostrador) y las facilidades para discapacitados, quizás porque éstas son, en este museo, prácticamente inexistentes, siendo inaccesibles las salas de la primera y segunda planta y las personas con discapacidad simplemente no lo visitan.

El Museo Sorolla es uno de los museos donde el público ha hecho más uso de las zonas de descanso, seguramente en referencia a la gran cantidad de bancos y asientos que se hallan en el jardín interior del edificio donde se ubica este museo.

El nivel de utilización de servicios en el Museo de Artes Decorativas es bajo, en general, porque la oferta de éstos es muy limitada. La tienda es poco utilizada, pero este espacio es el propio mostrador de taquilla. Las facilidades para discapacitados son útiles para el 1,4% de los visitantes, pero es que apenas existen; en cambio las pocas zonas de descanso son utilizadas por un 21,1% del público.

El Museo del Traje se caracteriza por la elevada utilización del folleto informativo entre sus visitantes, casi las tres cuartas partes dice haberlo usado. Además, en este museo es donde más se ha utilizado el servicio de información en taquilla o en sala. Es también el museo donde más se utiliza el guardarropa y las zonas de descanso, quizás por su gran visibilidad a la entrada del recinto, y donde más personas dicen haber utilizado las facilidades para discapacitados.

En el Museo Arqueológico, debido a la reordenación de la exposición permanente realizada durante el periodo de obras, no existía ningún folleto general o plano-guía sobre la exposición durante la toma de datos, lo que sin duda es la causa de que sea el museo donde menos se ha utilizado el folleto de información e incluso es probable que los visitantes (29,5%) confundieran el inexistente folleto de información general, con otro tipo de folletos y dípticos sobre las actividades y contenidos de la exposición (Visitas singulares: Tesoro a tesoro) que sí estaban a disposición del público, por lo que los resultados deben analizarse con cautela. Por otro lado, destaca el nivel de utilización de la tienda que, aunque fue cerrada al público en febrero de 2009, y por lo tanto no estuvo disponible durante la fase final del periodo de toma de datos, su situación a la izquierda de la zona de taquilla y guardarropa,

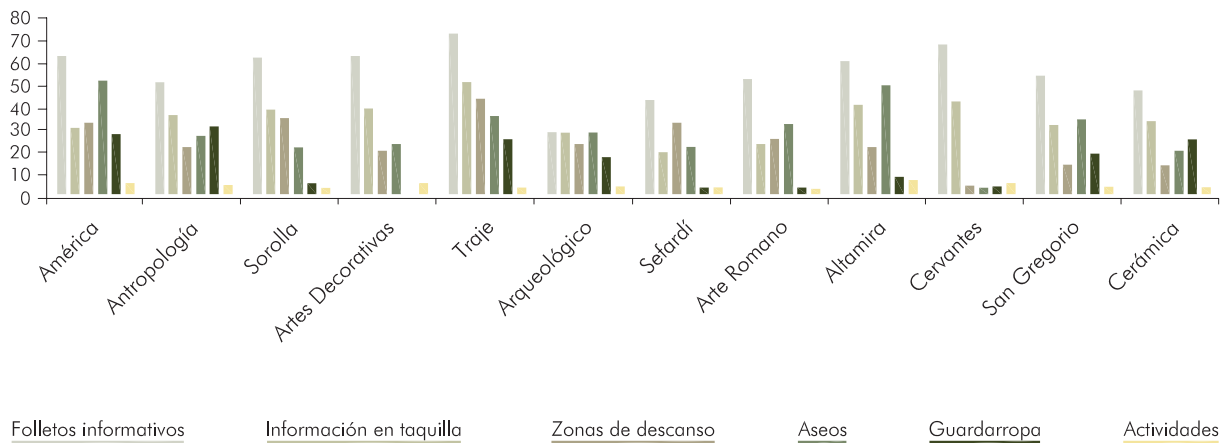
en una zona abierta, junto a las pantallas de información y en el camino obligado para acceder a los aseos, hizo que fuera especialmente visitada por el público en las primeras fases de la toma de datos.

El Museo Sefardí es uno de los museos donde menos se utiliza el folleto informativo y donde menos personas dicen haber solicitado información en taquilla o en sala; quizás sus pequeñas dimensiones y la facilidad de su recorrido sean las razones de esta situación.

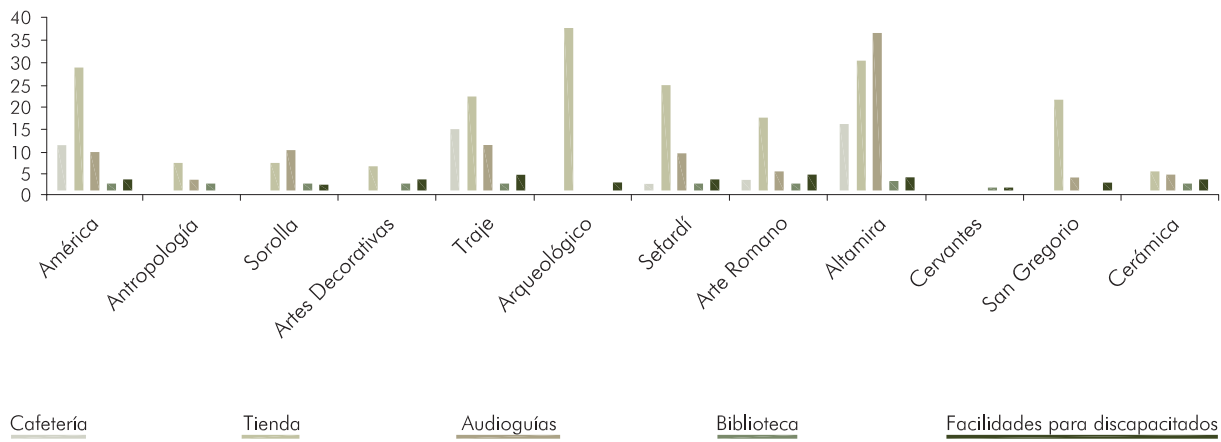
El Museo de Arte Romano destaca por ser el museo donde más se han utilizado las facilidades para discapacitados. A pesar de que algunas zonas del mismo no son accesibles o presentan dificultades de accesibilidad, es indudable que estos problemas son mucho menos importantes que los que presentan la mayoría de los museos de la investigación. Por otra parte, en este museo el porcentaje de personas que dicen haber participado en alguna actividad es muy bajo.

En el Museo de Altamira, el nivel de utilización de los servicios disponibles es considerablemente más alto que en el resto de los museos de la investigación. Así, casi la mitad de los visitantes afirma haber utilizado los aseos (seguramente este hecho está relacionado con la ubicación aislada del museo), más de la tercera parte utiliza las audioguías y/o signoguías (aunque en realidad se trata de “bastones de audio” integrados en las salas de exposición y que proporcionan información en 10 puntos del recorrido, y no de audioguías) y es uno de los museos donde más información en taquilla y/o salas se solicita. La cafetería-restaurante es la más utilizada de todas las instalaciones de este tipo que poseen los museos de la investigación y las facilidades para discapacitados de este museo son más utilizadas que en el resto de los museos. Además, el nivel de participación de sus visitantes en las actividades propuestas por el museo también es muy alto. La mitad de sus visitantes afirma haber realizado una visita guiada. Hay que tener en cuenta que el Museo de Altamira oferta cada día varias visitas guiadas a la Neocueva, una de las salas de la exposición estable del museo. Por otro lado, algunos visitantes acceden a la Neocueva en grupos guiados por Guías Oficiales de Cantabria, en el marco de un acuerdo verbal con las asociaciones profesionales; son visitantes que han contratado sus servicios para realizar un tour por Cantabria que incluya este museo.

Porcentaje de visitantes que ha utilizado los servicios ofertados por cada uno de los museos en la investigación (1)



Porcentaje de visitantes que ha utilizado los servicios ofertados por cada uno de los museos en la investigación (2)



En el Museo Casa de Cervantes, destaca la alta utilización de los servicios relacionados con la información, un 68,4% dice haber utilizado el folleto informativo y casi un 43,2% afirma haber solicitado información en taquilla o sala. Sin embargo, la limitada oferta de facilidades de la visita (la carencia de servicios de guardarropa, tienda, cafetería, audioguías, facilidades para discapacitados, zonas de descanso, etcétera) impide evaluar su posible utilización. Asimismo, las carencias en organización de actividades y visitas guiadas condicionan su bajo uso.

En el Colegio de San Gregorio destaca el uso de la tienda, aunque ésta era más que una tienda

un punto de venta en el mostrador de taquilla. También los visitantes señalaron haber utilizado el servicio de información y los folletos.

En el Museo de Cerámica el nivel de utilización de los servicios ofrecidos es también bajo. Destacan, sin embargo, el nivel de utilización medio-alto de los aseos y el folleto informativo; un uso medio del guardarropa (a pesar de que las normas del museo establecen la obligatoriedad de depositar en consigna mochilas, bultos grandes y paraguas) y de la información en taquilla o en salas y un muy escaso uso de otros servicios como la biblioteca, las visitas guiadas y las facilidades para los discapacitados.

## La utilización de algunos servicios está relacionada con la frecuencia de la visita

Existen diferencias significativas entre los porcentajes de utilización de algunos servicios por parte de los visitantes que vienen por primera vez y los que ya habían venido. Los primeros, utilizan más los folletos informativos y las audioguías. Los segundos compran o, al menos, visitan más la tienda.

Porcentaje de utilización de servicios en función de la frecuencia de la visita





Teniendo en cuenta todo el análisis anterior, podemos extraer algunas conclusiones provisionales en relación con la utilización por parte de los visitantes de las facilidades y servicios que, en principio, los museos ponen a disposición del público:

1. En la mayoría de los casos, un buen número de facilidades de visita no se utilizan o se utilizan poco porque, o bien son inexistentes en un buen número de museos, o bien su uso está restringido a condiciones, horarios o normativas muy restrictivas. Esto sucede en una buena parte de los museos con el uso de la biblioteca, las visitas guiadas o las facilidades para discapacitados.
2. El uso de muchos servicios está ligado más a las condiciones físicas de la visita y la ubicación del museo, que a la facilidad de uso o su calidad, como es el caso de la utilización de los aseos o el guardarropa.
3. Los visitantes utilizan más los servicios que tienen más facilidad de uso o simplemente están más visibles y presentan las condiciones idóneas en el lugar adecuado. Las zonas de descanso del Museo Sorolla o del Museo del Traje, el guardarropa de este último y las visitas guiadas del Museo de Altamira son un ejemplo de ello.
4. Existen servicios infrautilizados en la mayoría de los museos en relación con su importancia estratégica como posible reclamo y fuente adicional de ingresos. Es el caso de las cafeterías, apenas un 16%, en el mejor de los casos, admite haber tomado algo en la cafetería o restaurante en los escasos tres museos donde existe este servicio. Incluso, en aquellos museos donde es utilizado ampliamente, no parece que sea capaz de atraer al público visitante, sino que su uso se realiza al margen de la visita. Éste puede ser el caso de la cafetería del Museo del Traje.
5. Lo mismo ocurre con las tiendas o puntos de venta de los museos. Aunque una buena ubicación, un surtido amplio y una disposición adecuada reierten en una mayor utilización, como lo demuestra el mayor uso de este servicio en el Museo Arqueológico, el Museo de Altamira o el Museo de América, no termina de asentarse como un servicio popular, ya que es apenas utilizado por no

más del 30% de los visitantes, en el mejor de los casos. En algunos museos, la tienda es significativamente poco frecuentada si tenemos en cuenta sus características, lo que ocurre, por ejemplo, en el Museo de Arte Romano o el Museo del Traje. Si bien, debe considerarse que ambas tiendas se hallan a la salida separadas de las zonas expositivas, lo que posiblemente haya propiciado que los visitantes encuestados no las hubieran visitado antes de contestar al cuestionario utilizado para la recogida de datos en esta investigación.

6. A pesar de su utilidad, el uso de audioguías y/o signoguías no es, de momento, importante. Muy pocos museos disponían de este servicio en el momento en que se tomaron los datos y en muchos de ellos se ha introducido durante el último año, por lo que su nivel de utilización no refleja el verdadero uso por parte de los visitantes.
7. El hecho de conocer el museo que se visita o haber realizado alguna visita anterior hace que las personas utilicen menos algunos servicios, como los folletos informativos o las audioguías, y más otros, como la tienda.

## **Demanda de nuevos servicios y facilidades de visita**

Bajo este epígrafe se analizan las respuestas a una pregunta abierta sobre si falta algún servicio en el museo según el parecer del visitante y de una pregunta cerrada sobre qué favorecería más la visita a los museos.

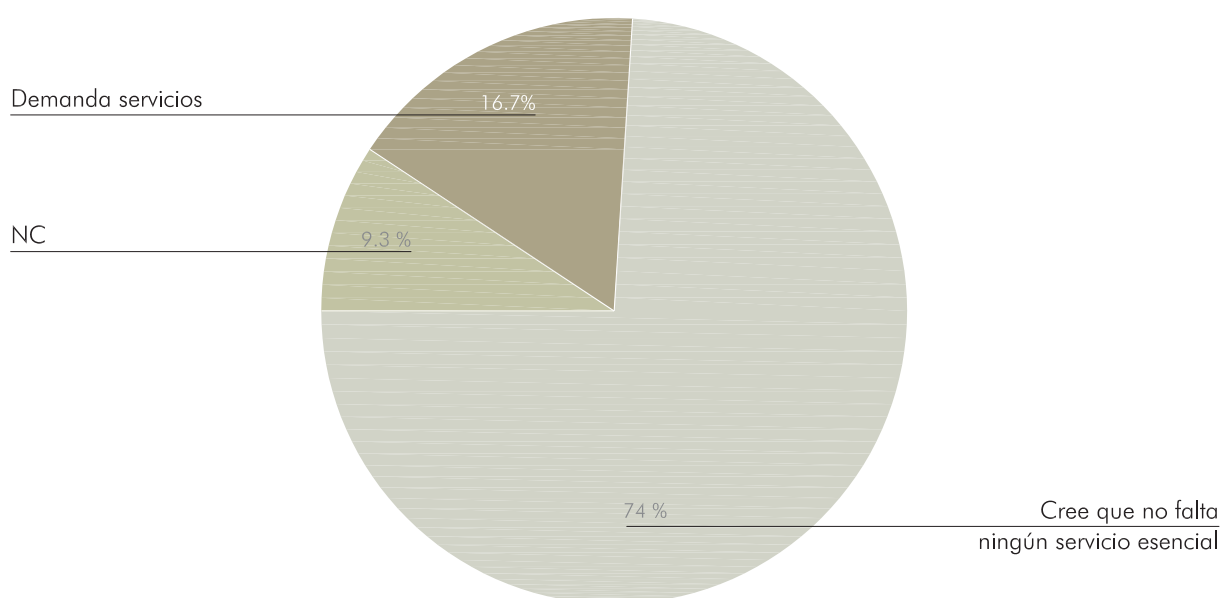
### **1. ¿Considera que falta algún servicio?**

Llama la atención que la mayoría del público visitante de los museos de la investigación considera que no falta ningún servicio o facilidad importante en dichos museos, a pesar de las carencias antes descritas. Sólo un 16,7% del público demanda servicios que ahora no existen o aprovecha la circunstancia para manifestar su deseo de mejora de algunos de los servicios existentes.

---

 Porcentajes de visitantes en función de la demanda de servicios en los museos de la investigación
 

---



177

En general, lo más demandado es el servicio de Información, citado por un 18,7% de los visitantes que demanda algún servicio, seguido de cafetería-restaurante y visitas guiadas.

Teniendo en cuenta que esta pregunta se realizó de forma abierta, es difícil saber con exactitud a qué se refieren los visitantes cuando piden un servicio u otro. Así, no está muy claro qué significado tiene la demanda de información, si no se considera en un contexto amplio, es decir, una petición de más información sobre el museo, fuera de él, y dentro también, en las propias salas expositivas.

Dada la gran variabilidad de respuestas obtenidas a esta pregunta, se ha considerado conveniente clasificarlas formando grupos de respuestas relacionadas y agrupadas en torno a significados próximos.

Un grupo importante de peticiones corresponde a las relacionadas con la información de todo tipo. Los visitantes piden acceder a más información, ya sea información general (información) o información relacionada con los contenidos expositivos (folletos o guías escritas, visitas guiadas, audioguías, señalización, información en otros idiomas). Aquí podría incluirse también la publicidad como forma de informarse sobre el museo antes de la visita. Este conjunto de respuestas supone un 44,9%.

En segundo lugar, conviene destacar la demanda de servicios de atención al visitante que pueden favorecer el confort en el museo, al mismo tiempo que amplían la oferta de ocio del mismo. Los visitantes demandan cafeterías-restaurantes, tiendas o mejoras o ampliaciones de la misma, bibliotecas, consignas o espacios para

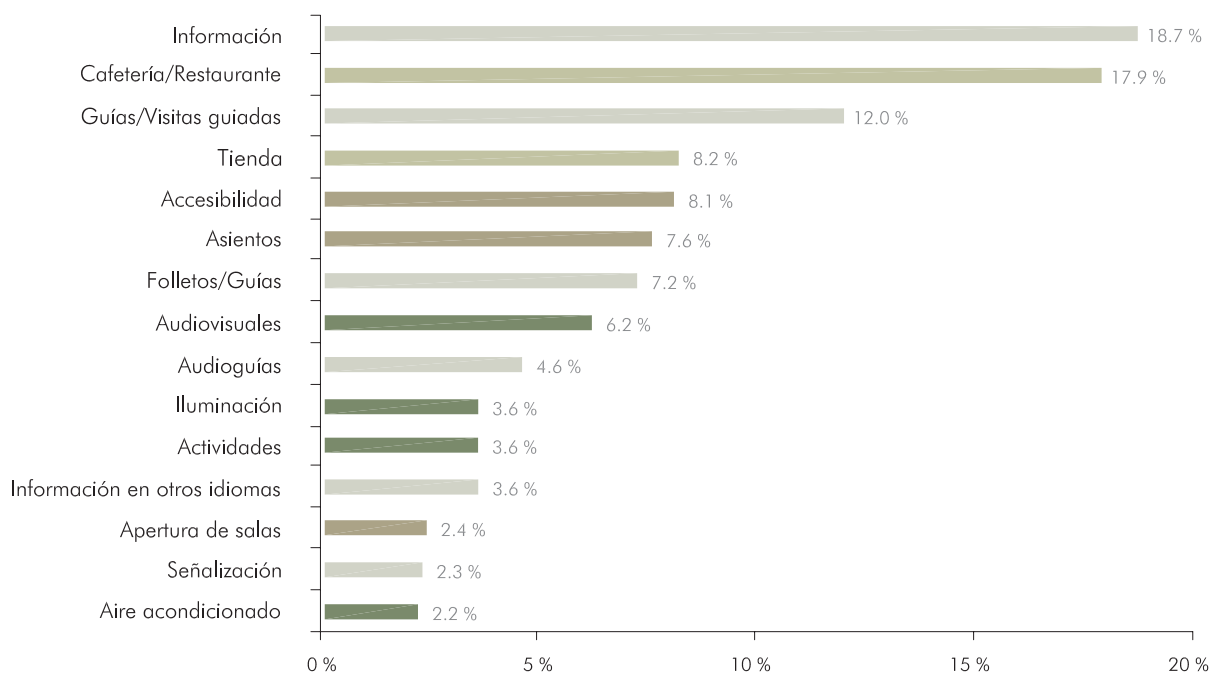
niños. Incluso pueden incluirse en este grupo infraestructuras imprescindibles para poder disfrutar de la visita. Tales como: sistemas de calefacción o aire acondicionado (inexistentes o con deficiente funcionamiento en algunos museos), más y/o mejor iluminación en las salas expositivas o demandas más básicas como que haya más aseos o que éstos se modernicen. El conjunto de estas demandas suponen el 36,2% de las respuestas.

En tercer lugar, se hallarían las demandas relacionadas con las facilidades de la visita. Facilidades físicas como la accesibilidad para discapacitados (rampas, ascensores, etcétera), el aparcamiento, o el aumento de bancos, asientos y/o lugares de descanso que permitan una visita

más cómoda, pero también facilidades de otro tipo como la apertura de todas las salas al público (debe tenerse en cuenta que es frecuente hallar salas cerradas por diversas causas en muchos museos de la investigación) o aumentar la franja horaria de visita (recuérdese que algunos museos sólo abren por la mañana la mayoría de los días de la semana). Todo ello supone el 20,2 % de las respuestas.

Por último, un grupo relativamente importante de las demandas (10,8%) se centra en los contenidos expositivos. Así, los visitantes piden más audiovisuales y/o vídeos, más actividades en torno a las exposiciones o incluso exposiciones más dinámicas, divertidas y entretenidas.

Servicios demandados en los museos de la investigación y porcentaje de visitantes que los demandan



Servicios

Servicios atención al visitante

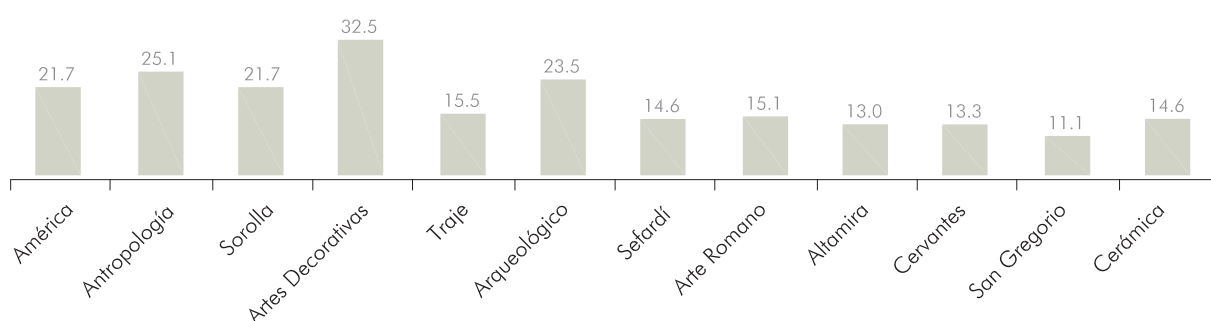
Facilidades de visita

Contenidos

## Comparación con otros estudios

Comparando estos resultados con los hallados en otros estudios, descubrimos que el porcentaje de los visitantes entrevistados por García Blanco y otros (1999) que demandaron algún servicio fue mucho mayor que el que se recoge en este trabajo (un 31,3%, frente al 16,7% de ahora), ya que, aunque los servicios más demandados en aquella investigación siguen siendo, básicamente, los mismos que ahora (cafetería, información, acceso para discapacitados, señalización, áreas de descanso, tienda, etcétera), el porcentaje de visitantes que los demanda con respecto al total es mucho menor.

Porcentajes de visitantes que demandan más servicios en cada uno de los museos de la investigación



## Resultados por museos

Al comprobar los servicios más demandados en cada museo, se aprecia que la cafetería/restaurante, la tienda o las facilidades de acceso para discapacitados son los más solicitados en los museos que carecen de ellos, como el Museo de Antropología, el Museo Sorolla, el Museo de Arte Romano o el Colegio de San Gregorio y que todo lo relacionado con el aumento de información se señala especialmente en los museos que ya poseen estos servicios básicos (Museo de Altamira, Museo de América, Museo del Traje). En el Museo de Artes Decorativas, el Museo Arqueológico, la Casa de Cervantes y el Museo de Cerámica, se demandan, por igual, ambos servicios.

## 2. ¿Qué aspectos favorecerían más la visita a éste y a otros museos?

Para favorecer la tasa de respuesta y obtener, así, más información sobre aquellos aspectos y servicios que el visitante demanda actualmente a los museos, se incluyó una pregunta indirecta con diferentes opciones de respuesta, que incluían aquellos aspectos que en otros estudios han resultado significativos para explicar la asistencia a los museos. Con esta pregunta se pide al visitante que dé su opinión acerca de determinados aspectos de la visita con vistas a facilitar la del museo en el que está y la de otros museos. Es, en realidad, una pregunta sobre las mejoras que introduciría en el museo en el que está y, por lo

tanto, indirectamente sobre las carencias o deficiencias que ha detectado en él. Pero también se le pide que, trascendiendo el museo en el que está, piense y seleccione qué servicios mejorarían la visita a cualquier otro museo.

En definitiva, no se trata tanto de evaluar determinados aspectos de la visita como de conocer el orden de valores de los visitantes al respecto de determinados servicios de los museos, a sabiendas de que la valoración puede ser hecha desde la conveniencia socialmente admitida y, por tanto, al margen de la experiencia personal o de la realidad del museo en el que se está (por ejemplo, señalar cafetería con precios asequibles en un museo que la tiene, porque es un servicio deseable en todos los museos aunque el visitante en cuestión no tenga la intención de utilizarla) o desde la subjetividad de la experiencia personal. Los encuestados podían señalar hasta tres respuestas entre las propuestas.

Para casi la mitad de los visitantes actuales de los museos de la investigación, el 49%, la gratuidad es un aspecto clave para aumentar la visita a los museos. Dado que en la gran mayoría de los visitantes no ha influido el precio en su decisión de visitar el museo, bien porque lo desconocieran o porque estaban equivocados, se puede deducir que, más que un deseo personal, refleja un valor socialmente aceptado.

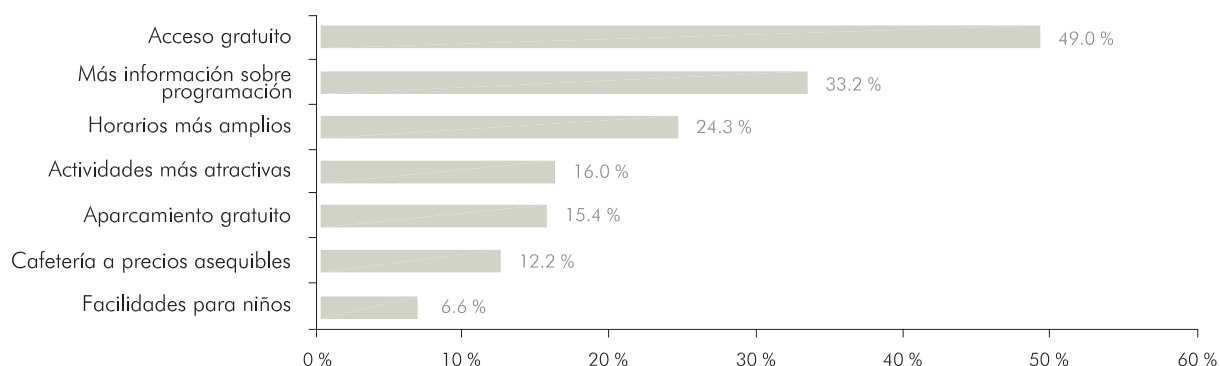
Además, una tercera parte de los visitantes señala ofrecer más información sobre la programación y una cuarta parte aumentar el horario de apertura. La demanda de más información

puede obedecer tanto a los inconvenientes sufridos por su carencia o falta de visibilidad como al sentir social de que los museos no ofrecen suficiente información. Posiblemente, la demanda del aumento de horarios de apertura se hace eco de la opinión de la calle que ve en los horarios restringidos y limitados a parte del día, precisamente la que coincide con el horario laboral, un serio obstáculo para compatibilizar la visita con obligaciones laborales o familiares.

La petición de que haya actividades más atractivas, hecha por el 16% de los visitantes, tiene un gran interés porque denota un deseo de lograr una visita que sea más atractiva para todos los miembros del grupo. Implica que los visitantes son conscientes de que los museos pueden ser más interesantes y participativos de lo que son y así lo reclaman. Es importante que esta demanda esté por delante de la de determinados servicios, como el aparcamiento gratuito (15,4%) o la cafetería (12,2%).

Los servicios concretos que hacen más cómoda la visita, como cafetería a precios asequibles o aparcamiento gratuito, no son destacados por más del 15,4% de los visitantes. Aunque los museos suelen tener escasas facilidades para la visita con niños, este aspecto es solamente destacado por el 6,6% de los visitantes, un porcentaje muy similar, aunque algo menor, al de los visitantes individuales que realizan la visita acompañados de niños menores de 12 años, lo que demuestra que esta preocupación está presente fundamentalmente en aquellos que acuden al museo acompañados de niños.

Servicios y facilidades que, según el visitante, favorecerían la visita a los museos



## Resultados por museos

El acceso gratuito como favorecedor de la visita es destacado por los visitantes de prácticamente todos los museos, pero especialmente por los del Museo Arqueológico Nacional (donde, durante la toma de datos, no se cobró entrada por hallarse en remodelación), el Museo del Traje y el Museo Sefardí.

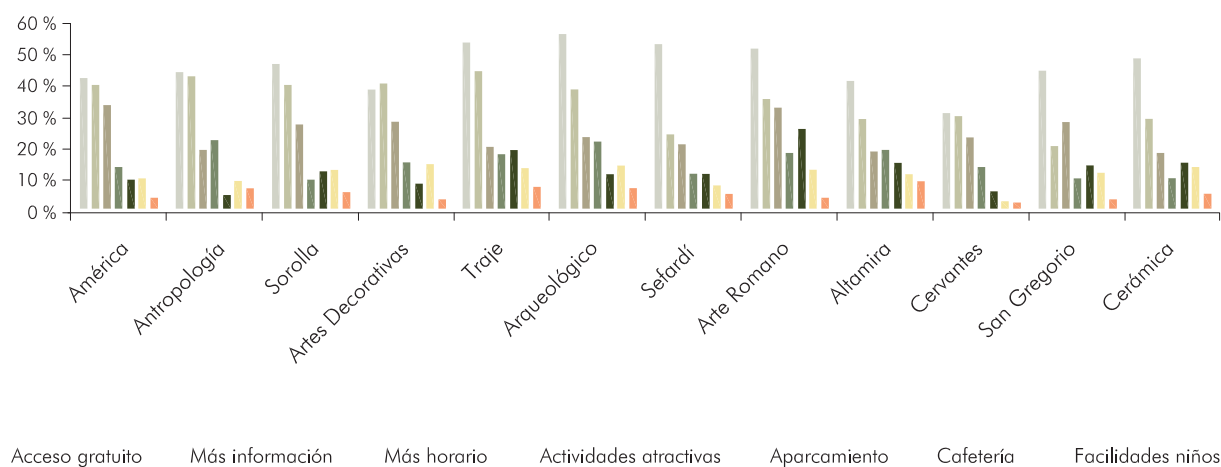
La demanda de más información sobre la programación es destacada, sobre todo, por los visitantes del Museo de Antropología y del Museo del Traje, mientras que es el Colegio de San Gregorio donde menos se elige esta opción. La ampliación de horarios es especialmente demandada por los visitantes del Museo de América y del Museo de Arte Romano. Actividades más atractivas se piden, especialmente, en el Museo de Antropología y en el Museo Arqueológico.

El aparcamiento gratuito es solicitado por la cuarta parte de los visitantes del Museo de Arte Romano y, en cambio, tan sólo lo mencionan

el 5,5% de los visitantes del Museo de Antropología. Le sigue en demanda la cafetería o restaurante con precios asequibles solicitada por el 15,3% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas y del Museo Arqueológico, quizás influidos por la carencia en los mismos de estos servicios o debido a los precios altos de las zonas donde se ubican, así como por el 14% de los del Museo del Traje, sin que podamos saber si es porque su atractivo restaurante no es percibido como de precios asequibles o porque el haberlo disfrutado les ha permitido valorar su necesidad. De cualquier modo, son los visitantes de estos museos los que más demandan este servicio y los de la Casa de Cervantes los que menos.

Por último, la facilidad para la visita con niños es más demandada en el Museo de Altamira, uno de los museos con más visitas infantiles y menos en la Casa de Cervantes, donde la visita infantil es muy escasa.

Servicios y facilidades que, según el visitante, favorecerían la visita en cada uno de los museos de la investigación



Acceso gratuito

Más información

Más horario

Actividades atractivas

Aparcamiento

Cafetería

Facilidades niños

## La forma de realizar la visita.

### Síntesis de resultados

La duración de la visita es un indicador de la capacidad de retención de la exposición, las actividades y los servicios de los museos. Aunque sea difícil hacer una valoración del tiempo real necesario para disfrutar de toda la oferta cultural de los museos del estudio y así poderlo comparar con el tiempo medio empleado por los visitantes en cada uno de ellos, parece a simple vista que la duración media de estancia en el museo (70 minutos) no permite suponer un aprovechamiento óptimo de sus recursos y espacios culturales. Además, existen indicios de que las exposiciones permanentes que ocupan amplias superficies se ven demasiado deprisa y las que ocupan espacios más reducidos y compartimentados, más despacio. Tan sólo hay dos museos, de tamaño medio, en los que la velocidad de recorrido se aproxima a la indicada por Serrell (28m<sup>2</sup>/min.): el Museo de Altamira y el Museo Colegio de San Gregorio.

A pesar de lo dicho, la dimensión temporal de la visita no puede ser contemplada tan sólo en relación con el espacio a recorrer, ya que en el tiempo de estancia influyen muchos otros factores: unos, referentes a la amplitud, variedad y calidad de servicios y actividades que ofrece el museo y de los que aquí ofrecemos una síntesis de su utilización; otros, referentes a la museografía y a sus efectos estimulantes del conocimiento y la participación o, al contrario, generadores de la llamada fatiga museal (Schouten, 1985) y cuya valoración por parte de los visitantes se analiza en el capítulo siguiente.

Pues bien, en el análisis realizado se han tenido en cuenta según la clasificación de Kotler (1999), los servicios referentes a: la comodidad física y el acceso fácil (áreas de descanso, bancos, cuartos de baño, etcétera); la acogida (comportamiento hospitalario de taquilleros, guías, informadores, vigilantes, etcétera); la información necesaria para orientarse, circular, identificar y comprender; y, por último, la diversión y el esparcimiento (restaurantes, cafetería, tienda).

Los resultados obtenidos apuntan, en primer lugar, hacia un limitado uso de los mismos, ya que el servicio más utilizado, el de los folletos, lo ha sido tan sólo por la mitad de los visitantes. No obstante, es precisamente la información el servicio más utilizado, bien a través de los mencionados folletos que se encuentran a la entrada de los museos, bien a través del personal de taquilla o de vigilancia. Los restantes servicios, incluidos los aseos, guardarropa o tienda, por ejemplo, son utilizados por un tercio o menos de los visitantes, lo cual es coherente con el escaso tiempo de duración de la visita y con la ausencia de alguno de ellos en bastantes museos, como es el caso de la cafetería; o su precaria situación, como ocurre con las tiendas en varios museos, o su limitada existencia, como pasa con las audioguías, ofertadas tan sólo en algunos museos.

En definitiva, la utilización de los servicios se corresponde con la oferta existente en cada museo siempre y cuando sea visible y presente las condiciones idóneas para su utilización (caso de las zonas de descanso del Museo Sorolla o del Museo de Altamira, uno de los mejores equipados y en el que el nivel de utilización de todos los servicios mencionados es el más alto) aunque algunos de ellos, como los restaurantes y tiendas de los museos que los tienen, es evidente que podrían ser más utilizados en el marco de una visita de más larga duración.

Otro resultado de interés, respecto a los servicios, es la diferente utilización de los mismos en función de la frecuencia con la que se visita el museo. Los visitantes que hacen la primera visita utilizan más los folletos y las audioguías que los que repiten y éstos, en cambio, utilizan más la tienda.

En cuanto a la demanda de servicios que hace el reducido número de visitantes que contesta a esta pregunta abierta, la coincidencia mayor se da en la petición de más información, tanto en general como referente a los contenidos expositivos (folletos, guías escritas, visitas guiadas, audioguías, audiovisuales, señalización, información en otros idiomas, etcétera). También demandan servicios referentes al confort y a la oferta de ocio, tales como cafetería, tienda y asientos.

Por último, los aspectos que, según los visitantes, favorecerían el aumento de visitas a los museos son principalmente, y en este orden: la gratuidad, la promoción de su programación ofreciendo información sobre la misma y la ampliación de horarios.

## Tablas de resultados

**Tabla 62**  
**Tiempo promedio de la visita**

| Tiempo visita (minutos)  |        | Tiempo de la visita (en intervalos) | n     | %    |
|--------------------------|--------|-------------------------------------|-------|------|
| <b>n</b>                 | 8.087  | 0 a 30 minutos                      | 1.122 | 13,5 |
| <b>Media</b>             | 69,93  | De 30 a 60 minutos                  | 3.279 | 39,4 |
| <b>Desviación típica</b> | 35,738 | De 60 a 90 minutos                  | 2.179 | 26,2 |
| <b>Valor Mínimo</b>      | 5      | De 90 a 120 minutos                 | 1.017 | 12,2 |
| <b>Valor Máximo</b>      | 415    | Más de 120 minutos                  | 724   | 8,7  |



**Tabla 63**  
**Tiempo promedio de la visita en cada uno de los museos del estudio**

|                          | Tiempo de la visita |        |        |                      |      |                 |      |                 |      |                  |      |                    |      |
|--------------------------|---------------------|--------|--------|----------------------|------|-----------------|------|-----------------|------|------------------|------|--------------------|------|
|                          | Tiempo (minutos)    |        |        | Tiempo en intervalos |      |                 |      |                 |      |                  |      |                    |      |
|                          | n                   | Media  | Dt     | 0 - 30 minutos       |      | 31 - 60 minutos |      | 61 - 90 minutos |      | 91 - 120 minutos |      | Más de 120 minutos |      |
|                          | n                   | Media  | Dt     | n                    | %    | n               | %    | n               | %    | n                | %    | n                  | %    |
| <b>América</b>           | 328                 | 108,56 | 42,818 | 4                    | 1,2  | 51              | 15,5 | 90              | 27,2 | 89               | 27,0 | 96                 | 29,1 |
| <b>Antropología</b>      | 259                 | 61,75  | 32,214 | 56                   | 21,5 | 111             | 42,4 | 49              | 18,7 | 32               | 12,2 | 14                 | 5,3  |
| <b>Sorolla</b>           | 705                 | 68,82  | 27,615 | 38                   | 5,4  | 352             | 49,8 | 234             | 33,1 | 61               | 8,6  | 23                 | 3,2  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 137                 | 80,78  | 38,861 | 10                   | 6,6  | 51              | 34,5 | 39              | 26,9 | 21               | 14,0 | 27                 | 18,1 |
| <b>Traje</b>             | 590                 | 82,39  | 37,945 | 43                   | 7,1  | 186             | 30,9 | 196             | 32,6 | 114              | 19,0 | 63                 | 10,5 |
| <b>Arqueológico</b>      | 796                 | 65,35  | 33,349 | 127                  | 15,2 | 366             | 43,9 | 190             | 22,8 | 73               | 8,8  | 79                 | 9,4  |
| <b>Sefardí</b>           | 1.645               | 51,06  | 23,175 | 456                  | 27,2 | 878             | 52,4 | 232             | 13,8 | 71               | 4,2  | 41                 | 2,4  |
| <b>Arte Romano</b>       | 1.134               | 81,65  | 36,627 | 73                   | 6,4  | 336             | 29,5 | 383             | 33,7 | 247              | 21,7 | 99                 | 8,7  |
| <b>Altamira</b>          | 1.373               | 76,58  | 40,128 | 149                  | 10,5 | 459             | 32,2 | 436             | 30,6 | 204              | 14,3 | 176                | 12,4 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 80                  | 23,59  | 12,519 | 69                   | 76,4 | 10              | 11,0 | 1               | 1,1  | 0                | 0,0  | 10                 | 11,5 |
| <b>San Gregorio</b>      | 382                 | 69,37  | 25,226 | 22                   | 5,5  | 170             | 42,3 | 137             | 34,2 | 42               | 10,6 | 30                 | 7,4  |
| <b>Cerámica</b>          | 657                 | 66,15  | 27,678 | 76                   | 10,8 | 309             | 43,8 | 191             | 27,1 | 62               | 8,8  | 67                 | 9,5  |
| <b>Total</b>             | 8.087               | 69,93  | 35,738 | 1.122                | 13,5 | 3.279           | 39,4 | 2.179           | 26,2 | 1.017            | 12,2 | 724                | 8,7  |

**Tabla 64**  
**Nivel de utilización de servicios**

|                                                                         | Lo ha utilizado |      | NC  |      |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|-----|------|
|                                                                         | n               | %    | n   | %    |
| <b>¿Ha utilizado el folleto de información facilitado por el Museo?</b> | 4.277           | 51,4 | 639 | 14,9 |
| <b>¿Ha utilizado el guardarropa o la consigna?</b>                      | 1.010           | 12,1 | 223 | 22,1 |
| <b>¿Ha utilizado los aseos?</b>                                         | 2.656           | 31,9 | 545 | 20,5 |
| <b>¿Ha tomado algo en la cafetería?</b>                                 | 436             | 5,2  | 91  | 20,8 |
| <b>¿Ha comprado algo o ha visitado la tienda?</b>                       | 1.810           | 21,8 | 427 | 23,6 |
| <b>¿Ha utilizado una audioguía o signoguía?</b>                         | 1.021           | 12,3 | 188 | 18,5 |
| <b>¿Ha pedido información en la taquilla o al personal de sala?</b>     | 2.717           | 32,6 | 543 | 20,0 |
| <b>¿Ha utilizado la biblioteca?</b>                                     | 127             | 1,5  | 35  | 28,0 |
| <b>¿Ha participado en una visita guiada por personal del Museo?</b>     | 958             | 11,5 | 184 | 19,2 |
| <b>¿Ha utilizado las facilidades para discapacitados?</b>               | 233             | 2,8  | 73  | 31,5 |
| <b>¿Ha utilizado las zonas de descanso?</b>                             | 2.269           | 27,3 | 567 | 25,0 |
| <b>¿Ha participado hoy en alguna actividad organizada por el Museo?</b> | 341             | 4,1  | 69  | 20,1 |

**Tabla 65**  
**Uso del folleto de información y del guardarropa o consigna por parte del visitante**

|                          | ¿Ha utilizado el folleto de información facilitado por el Museo? |      |     |      | ¿Ha utilizado el guardarropa o la consigna? |      |     |      |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------|------|-----|------|---------------------------------------------|------|-----|------|
|                          | Sí                                                               |      | NC  |      | Sí                                          |      | NC  |      |
|                          | n                                                                | %    | n   | %    | n                                           | %    | n   | %    |
| <b>América</b>           | 210                                                              | 63,2 | 33  | 15,9 | 94                                          | 28,4 | 23  | 24,7 |
| <b>Antropología</b>      | 135                                                              | 51,5 | 25  | 19,4 | 85                                          | 32,3 | 19  | 22,0 |
| <b>Sorolla</b>           | 441                                                              | 62,3 | 80  | 18,2 | 48                                          | 6,8  | 13  | 26,0 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 92                                                               | 62,9 | 18  | 19,3 |                                             |      |     |      |
| <b>Traje</b>             | 438                                                              | 72,9 | 62  | 14,1 | 158                                         | 26,3 | 32  | 20,5 |
| <b>Arqueológico</b>      | 246                                                              | 29,5 | 56  | 22,6 | 154                                         | 18,5 | 26  | 17,1 |
| <b>Sefardí</b>           | 734                                                              | 43,8 | 137 | 18,7 |                                             |      |     |      |
| <b>Arte Romano</b>       | 601                                                              | 52,8 | 13  | 2,1  | 41                                          | 3,6  | 5   | 12,0 |
| <b>Altamira</b>          | 873                                                              | 61,2 | 112 | 12,8 | 135                                         | 9,5  | 30  | 22,1 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 62                                                               | 68,4 | 12  | 19,7 |                                             |      |     |      |
| <b>San Gregorio</b>      | 219                                                              | 54,4 | 31  | 14,4 | 80                                          | 19,9 | 17  | 21,1 |
| <b>Cerámica</b>          | 338                                                              | 47,9 | 91  | 27,0 | 184                                         | 26,1 | 56  | 30,5 |
| <b>Total</b>             | 4.277                                                            | 51,4 | 639 | 14,9 | 1.010                                       | 12,1 | 223 | 22,1 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

185

**Tabla 66**  
**Uso de los aseos y de la cafetería por parte del visitante**

|                          | ¿Ha utilizado los aseos? |      |     |      | ¿Ha tomado algo en la cafetería? |      |    |      |
|--------------------------|--------------------------|------|-----|------|----------------------------------|------|----|------|
|                          | Sí                       |      | NC  |      | Sí                               |      | NC |      |
|                          | n                        | %    | n   | %    | n                                | %    | n  | %    |
| <b>América</b>           | 174                      | 52,4 | 44  | 25,4 | 38                               | 11,5 | 12 | 32,3 |
| <b>Antropología</b>      | 73                       | 28,0 | 11  | 15,2 |                                  |      |    |      |
| <b>Sorolla</b>           | 160                      | 22,6 | 45  | 28,2 |                                  |      |    |      |
| <b>Artes Decorativas</b> | 36                       | 24,3 | 11  | 30,1 |                                  |      |    |      |
| <b>Traje</b>             | 220                      | 36,6 | 55  | 24,8 | 91                               | 15,2 | 25 | 27,3 |
| <b>Arqueológico</b>      | 246                      | 29,5 | 56  | 22,6 |                                  |      |    |      |
| <b>Sefardí</b>           | 376                      | 22,4 | 121 | 32,3 |                                  |      |    |      |
| <b>Arte Romano</b>       | 371                      | 32,6 | 20  | 5,5  |                                  |      |    |      |
| <b>Altamira</b>          | 711                      | 49,9 | 113 | 15,9 | 230                              | 16,1 | 33 | 14,4 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 2                        | 1,9  | 1   | 43,8 |                                  |      |    |      |
| <b>San Gregorio</b>      | 140                      | 34,7 | 25  | 18,1 |                                  |      |    |      |
| <b>Cerámica</b>          | 148                      | 21,0 | 43  | 29,2 |                                  |      |    |      |
| <b>Total</b>             | 2.656                    | 31,9 | 545 | 20,5 | 436                              | 5,2  | 91 | 20,8 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 67**  
Uso de la tienda y de la audioguía o signoguía por parte del visitante

|                          | ¿Ha comprado algo o ha visitado la tienda? |      |     |      | ¿Ha utilizado una audioguía o signoguía? |      |     |      |
|--------------------------|--------------------------------------------|------|-----|------|------------------------------------------|------|-----|------|
|                          | Sí                                         |      | NC  |      | Sí                                       |      | NC  |      |
|                          | n                                          | %    | n   | %    | n                                        | %    | n   | %    |
| <b>América</b>           | 96                                         | 29,1 | 32  | 33,7 | 34                                       | 10,2 | 8   | 24,9 |
| <b>Antropología</b>      | 19                                         | 7,4  | 6   | 29,4 |                                          |      |     |      |
| <b>Sorolla</b>           | 53                                         | 7,5  | 22  | 41,9 | 73                                       | 10,3 | 13  | 17,9 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 10                                         | 6,9  | 5   | 48,4 |                                          |      |     |      |
| <b>Traje</b>             | 135                                        | 22,4 | 29  | 21,3 | 69                                       | 11,5 | 9   | 12,6 |
| <b>Arqueológico</b>      | 315                                        | 37,7 | 72  | 22,9 |                                          |      |     |      |
| <b>Sefardí</b>           | 417                                        | 24,9 | 150 | 36,1 | 163                                      | 9,7  | 49  | 29,8 |
| <b>Arte Romano</b>       | 201                                        | 17,7 | 19  | 9,4  | 63                                       | 5,6  | 5   | 8,2  |
| <b>Altamira</b>          | 437                                        | 30,6 | 62  | 14,3 | 523                                      | 36,7 | 76  | 14,5 |
| <b>Casa Cervantes</b>    |                                            |      |     |      |                                          |      |     |      |
| <b>San Gregorio</b>      | 87                                         | 21,6 | 18  | 20,5 | 16                                       | 4,0  | 4   | 26,9 |
| <b>Cerámica</b>          | 39                                         | 5,6  | 12  | 29,9 | 34                                       | 4,8  | 15  | 45,0 |
| <b>Total</b>             | 1.810                                      | 21,8 | 427 | 23,6 | 1.021                                    | 12,3 | 188 | 18,5 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 68**  
Petición de información al personal de sala y uso de la biblioteca por parte del visitante

|                             | ¿Ha pedido información en la taquilla o al personal de sala? |      |     |      | ¿Ha utilizado la biblioteca? |     |    |      |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------|------|-----|------|------------------------------|-----|----|------|
|                             | Sí                                                           |      | NC  |      | Sí                           |     | NC |      |
|                             | n                                                            | %    | n   | %    | n                            | %   | n  | %    |
| <b>América</b>              | 103                                                          | 31,1 | 26  | 25,7 | 7                            | 2,2 | 1  | 19,2 |
| <b>Antropología</b>         | 98                                                           | 37,3 | 20  | 20,4 | 2                            | 0,8 | 0  | 0,0  |
| <b>Sorolla</b>              | 279                                                          | 39,4 | 82  | 29,3 | 7                            | 0,9 | 2  | 36,3 |
| <b>Artes Decorativas</b>    | 58                                                           | 39,7 | 12  | 20,6 | 1                            | 1,0 | 0  | 0,0  |
| <b>Traje</b>                | 311                                                          | 51,8 | 54  | 17,5 | 11                           | 1,9 | 6  | 52,7 |
| <b>Arqueológico</b>         | 241                                                          | 28,9 | 69  | 28,5 |                              |     |    |      |
| <b>Sefardí</b>              | 345                                                          | 20,6 | 81  | 23,5 | 21                           | 1,2 | 9  | 42,3 |
| <b>Arte Romano</b>          | 277                                                          | 24,4 | 11  | 4,1  | 6                            | 0,6 | 1  | 17,8 |
| <b>Altamira</b>             | 593                                                          | 41,6 | 82  | 13,9 | 45                           | 3,2 | 8  | 17,1 |
| <b>Casa Cervantes</b>       | 39                                                           | 43,2 | 12  | 30,3 |                              |     |    |      |
| <b>Colegio San Gregorio</b> | 131                                                          | 32,7 | 24  | 18,1 |                              |     |    |      |
| <b>Cerámica</b>             | 241                                                          | 34,2 | 69  | 28,6 | 11                           | 1,6 | 4  | 37,4 |
| <b>Total</b>                | 2.717                                                        | 32,6 | 543 | 20,0 | 127                          | 1,5 | 35 | 28,0 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 69**  
Participación en visitas guiadas por el personal del museo y uso de las facilidades para discapacitados por parte del visitante

|                   | ¿Ha participado en una visita guiada por personal del Museo? |      |     |      | ¿Ha utilizado las facilidades para discapacitados? |     |    |      |
|-------------------|--------------------------------------------------------------|------|-----|------|----------------------------------------------------|-----|----|------|
|                   | Sí                                                           |      | NC  |      | Sí                                                 |     | NC |      |
|                   | n                                                            | %    | n   | %    | n                                                  | %   | n  | %    |
| América           | 12                                                           | 3,6  | 4   | 32,5 | 13                                                 | 3,9 | 5  | 41,1 |
| Antropología      | 16                                                           | 6,1  | 6   | 38,6 |                                                    |     |    |      |
| Sorolla           | 10                                                           | 1,4  | 2   | 22,8 | 5                                                  | 0,7 | 3  | 51,1 |
| Artes Decorativas | 8                                                            | 5,3  | 3   | 41,2 |                                                    |     |    |      |
| Traje             | 52                                                           | 8,6  | 12  | 23,6 | 31                                                 | 5,1 | 11 | 35,1 |
| Arqueológico      | 29                                                           | 3,5  | 9   | 29,2 | 9                                                  | 1,1 | 1  | 10,6 |
| Sefardí           | 15                                                           | 0,9  | 13  | 83,8 | 37                                                 | 2,2 | 19 | 52,3 |
| Arte Romano       | 46                                                           | 4,1  | 3   | 7,3  | 58                                                 | 5,1 | 4  | 7,4  |
| Altamira          | 721                                                          | 50,6 | 112 | 15,5 | 53                                                 | 3,7 | 14 | 25,8 |
| Casa Cervantes    | 8                                                            | 9,4  | 3   | 40,8 |                                                    |     |    |      |
| San Gregorio      | 19                                                           | 4,7  | 7   | 37,2 | 6                                                  | 1,5 | 3  | 54,2 |
| Cerámica          | 21                                                           | 3,0  | 9   | 42,6 | 18                                                 | 2,5 | 11 | 64,0 |
| Total             | 958                                                          | 11,5 | 184 | 19,2 | 233                                                | 2,8 | 73 | 31,5 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 70**  
Uso de las zonas de descanso y participación en actividades organizadas por el museo por parte del visitante

|                   | ¿Ha utilizado las zonas de descanso? |      |     |      | ¿Ha participado hoy en alguna actividad organizada por el Museo? |     |    |      |
|-------------------|--------------------------------------|------|-----|------|------------------------------------------------------------------|-----|----|------|
|                   | Sí                                   |      | NC  |      | Sí                                                               |     | NC |      |
|                   | n                                    | %    | n   | %    | n                                                                | %   | n  | %    |
| América           | 112                                  | 33,7 | 26  | 23,3 | 23                                                               | 6,8 | 8  | 37,1 |
| Antropología      | 60                                   | 22,7 | 15  | 25,6 | 16                                                               | 6,2 | 3  | 15,5 |
| Sorolla           | 254                                  | 36,0 | 85  | 33,4 | 24                                                               | 3,4 | 10 | 39,5 |
| Artes Decorativas | 31                                   | 21,1 | 8   | 27,0 | 10                                                               | 6,9 | 1  | 13,1 |
| Traje             | 265                                  | 44,1 | 59  | 22,3 | 29                                                               | 4,8 | 6  | 21,4 |
| Arqueológico      | 200                                  | 24,0 | 63  | 31,4 | 47                                                               | 5,7 | 10 | 21,2 |
| Sefardí           | 558                                  | 33,3 | 171 | 30,7 | 25                                                               | 1,5 | 5  | 20,8 |
| Arte Romano       | 296                                  | 26,0 | 20  | 6,7  | 22                                                               | 2,0 | 3  | 11,5 |
| Altamira          | 328                                  | 23,0 | 67  | 20,6 | 116                                                              | 8,1 | 17 | 14,4 |
| Casa Cervantes    | 4                                    | 4,2  | 1   | 21,0 | 4                                                                | 4,6 | 1  | 13,7 |
| San Gregorio      | 58                                   | 14,5 | 11  | 19,4 | 7                                                                | 1,7 | 1  | 10,7 |
| Cerámica          | 103                                  | 14,5 | 39  | 38,3 | 18                                                               | 2,5 | 5  | 27,2 |
| Total             | 2.269                                | 27,3 | 567 | 25,0 | 341                                                              | 4,1 | 69 | 20,1 |

**Tabla 71**  
**Aspectos que favorecerían la visita a los diferentes museos**

| ¿Qué aspectos favorecerían más la visita a éste y otros museos? | n     | %    |
|-----------------------------------------------------------------|-------|------|
| Acceso gratuito                                                 | 4.078 | 49,0 |
| Más información sobre su programación                           | 2.761 | 33,2 |
| Horario más amplio                                              | 2.018 | 24,3 |
| Actividades más atractivas                                      | 1.331 | 16,0 |
| Aparcamiento gratuito                                           | 1.283 | 15,4 |
| Cafetería y restaurante a precios asequibles                    | 1.014 | 12,2 |
| Facilidades para la visita con niños                            | 553   | 6,6  |

**Tabla 72**  
**Aspectos que favorecerían la visita a cada uno de los museos del estudio**

|                          | Acceso gratuito |      | Más información sobre programación |      | Horario más amplio |      | Actividades más atractivas |      | Aparcamiento gratuito |      | Cafetería a precios asequibles |      | Facilidad para la visita con niños |      |
|--------------------------|-----------------|------|------------------------------------|------|--------------------|------|----------------------------|------|-----------------------|------|--------------------------------|------|------------------------------------|------|
|                          | n               | %    | n                                  | %    | n                  | %    | n                          | %    | n                     | %    | n                              | %    | n                                  | %    |
| <b>América</b>           | 141             | 42,5 | 134                                | 40,5 | 114                | 34,3 | 48                         | 14,3 | 35                    | 10,5 | 36                             | 10,8 | 15                                 | 4,7  |
| <b>Antropología</b>      | 117             | 44,5 | 113                                | 43,1 | 51                 | 19,6 | 60                         | 22,9 | 14                    | 5,5  | 25                             | 9,7  | 20                                 | 7,6  |
| <b>Sorolla</b>           | 332             | 46,9 | 290                                | 41,0 | 198                | 28,0 | 72                         | 10,2 | 91                    | 12,9 | 95                             | 13,5 | 43                                 | 6,1  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 57              | 38,9 | 60                                 | 40,9 | 42                 | 28,7 | 23                         | 15,5 | 13                    | 9,1  | 22                             | 15,3 | 6                                  | 3,9  |
| <b>Traje</b>             | 323             | 53,7 | 270                                | 44,9 | 125                | 20,8 | 109                        | 18,2 | 119                   | 19,7 | 84                             | 14,0 | 49                                 | 8,2  |
| <b>Arqueológico</b>      | 471             | 56,5 | 325                                | 39,0 | 200                | 24,0 | 189                        | 22,6 | 101                   | 12,2 | 125                            | 14,9 | 63                                 | 7,6  |
| <b>Sefardí</b>           | 892             | 53,2 | 418                                | 24,9 | 362                | 21,6 | 206                        | 12,3 | 207                   | 12,3 | 145                            | 8,7  | 100                                | 6,0  |
| <b>Arte Romano</b>       | 595             | 52,2 | 406                                | 35,7 | 380                | 33,4 | 213                        | 18,7 | 301                   | 26,5 | 152                            | 13,3 | 52                                 | 4,6  |
| <b>Altamira</b>          | 597             | 41,9 | 425                                | 29,8 | 275                | 19,3 | 281                        | 19,7 | 226                   | 15,9 | 174                            | 12,2 | 145                                | 10,1 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 28              | 31,2 | 27                                 | 30,4 | 21                 | 23,6 | 13                         | 14,2 | 6                     | 6,7  | 3                              | 3,7  | 2                                  | 2,4  |
| <b>San Gregorio</b>      | 181             | 44,9 | 85                                 | 21,2 | 116                | 28,7 | 44                         | 11,0 | 60                    | 14,9 | 51                             | 12,6 | 17                                 | 4,2  |
| <b>Cerámica</b>          | 345             | 48,9 | 208                                | 29,5 | 134                | 18,9 | 74                         | 10,6 | 110                   | 15,6 | 101                            | 14,3 | 40                                 | 5,7  |
| <b>Total</b>             | 4.078           | 49,0 | 2.761                              | 33,2 | 2.018              | 24,3 | 1.331                      | 16,0 | 1.283                 | 15,4 | 1.014                          | 12,2 | 553                                | 6,6  |

**Tabla 73**  
**Valoración general de la falta de servicios por parte del visitante**

| ¿Considera usted que falta algún servicio en este museo en particular? | n     | %    |
|------------------------------------------------------------------------|-------|------|
| <b>No</b>                                                              | 6.159 | 74,0 |
| <b>Sí</b>                                                              | 1.391 | 16,7 |
| <b>NC</b>                                                              | 772   | 9,3  |

**Tabla 74**  
**Valoración general de la falta de servicios por parte del visitante en cada uno de los museos del estudio**

|                   | ¿Considera usted que falta algún servicio en este museo en particular? |      |       |      |     |      |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------|------|-------|------|-----|------|
|                   | Sí                                                                     |      | No    |      | NC  |      |
|                   | n                                                                      | %    | n     | %    | n   | %    |
| América           | 72                                                                     | 21,7 | 235   | 70,8 | 25  | 7,5  |
| Antropología      | 66                                                                     | 25,1 | 161   | 61,5 | 35  | 13,4 |
| Sorolla           | 154                                                                    | 21,7 | 494   | 69,8 | 60  | 8,5  |
| Artes Decorativas | 48                                                                     | 32,5 | 70    | 47,9 | 29  | 19,6 |
| Traje             | 93                                                                     | 15,5 | 433   | 72,0 | 76  | 12,6 |
| Arqueológico      | 196                                                                    | 23,5 | 528   | 63,3 | 110 | 13,2 |
| Sefardí           | 245                                                                    | 14,6 | 1.305 | 77,8 | 127 | 7,6  |
| Arte Romano       | 172                                                                    | 15,1 | 943   | 82,9 | 23  | 2,0  |
| Altamira          | 185                                                                    | 13,0 | 1.152 | 80,8 | 88  | 6,2  |
| Casa Cervantes    | 12                                                                     | 13,3 | 61    | 67,6 | 17  | 19,1 |
| San Gregorio      | 45                                                                     | 11,1 | 290   | 72,2 | 67  | 16,7 |
| Cerámica          | 103                                                                    | 14,6 | 487   | 69,1 | 115 | 16,3 |
| Total             | 1.391                                                                  | 16,7 | 6.159 | 74,0 | 772 | 9,3  |

**Tabla 75**  
**Servicios que se considera que faltan**

| Servicios que se considera que faltan          | n   | %    |
|------------------------------------------------|-----|------|
| Información                                    | 167 | 18,7 |
| Bar/Cafetería                                  | 160 | 17,9 |
| Guía/Visitas guiadas                           | 107 | 12,0 |
| Tienda/Mejorar tienda                          | 73  | 8,2  |
| Accesibilidad discapacitados/Rampas/Ascensores | 72  | 8,1  |
| Asientos/Bancos/Lugar descanso                 | 68  | 7,6  |
| Folleto/Guías                                  | 64  | 7,2  |
| Videos/Audiovisuales                           | 56  | 6,2  |
| Audioguías                                     | 41  | 4,6  |
| Iluminación                                    | 33  | 3,6  |
| Actividades                                    | 32  | 3,6  |
| Información en otros idiomas                   | 32  | 3,6  |
| Todas las salas (zonas cerradas)               | 22  | 2,4  |
| Señalización                                   | 21  | 2,3  |
| Aire acondicionado/Calefacción                 | 20  | 2,2  |
| Ampliar museo, colección                       | 16  | 1,7  |
| Biblioteca                                     | 14  | 1,5  |
| Aparcamiento                                   | 12  | 1,4  |
| Consigna                                       | 11  | 1,2  |
| Aseos                                          | 11  | 1,2  |
| Publicidad                                     | 10  | 1,1  |
| Más dinamismo, divertido, entretenido          | 9   | 1,0  |
| Horarios (ampliación)                          | 7   | 0,7  |
| Espacio para niños                             | 3   | 0,4  |





# El impacto de la visita

El término “impacto” de la visita alude a su resultado final tal y como queda en el ánimo del visitante. Es el resultado de las múltiples y diferentes interacciones que se han producido entre el visitante y su entorno durante la visita y que se expresa a través de la valoración de los servicios y de la experiencia en su conjunto, y en la intención de volver y de recomendar la visita.

191

Satisfacción con los servicios

Valoración general de la visita

Valoración sobre aspectos concretos de la visita

Intención de volver y de recomendar la visita

El impacto de la visita. Síntesis de resultados

Tablas de resultados



## Satisfacción con los servicios

Como ya se ha comentado anteriormente, el nivel de utilización de la mayoría de los servicios y las facilidades que los museos ponen a disposición de su público, no es muy alto. Pero ¿qué opinan las personas que sí han utilizado alguno de ellos sobre su funcionamiento? ¿Están satisfechos después de su utilización?, ¿son más utilizados aquellos servicios que, según el público, funcionan bien? O bien ¿pueden existir servicios y facilidades de visita poco utilizados pero muy bien valorados?

Los resultados generales obtenidos muestran que, en general, una valoración mayor de un servicio no implica, necesariamente, un mayor nivel de utilización. Así, las visitas guiadas y las actividades son muy valoradas, pero poco utilizadas, al menos en la visita actual. El servicio de guardarrropa es también muy valorado y poco utilizado. Aunque es posible que los visitantes que influyen en estas valoraciones hayan hecho uso de ellas en visitas anteriores. En sentido contrario, los folletos informativos son las facilidades más utilizadas y una de las peor valoradas.

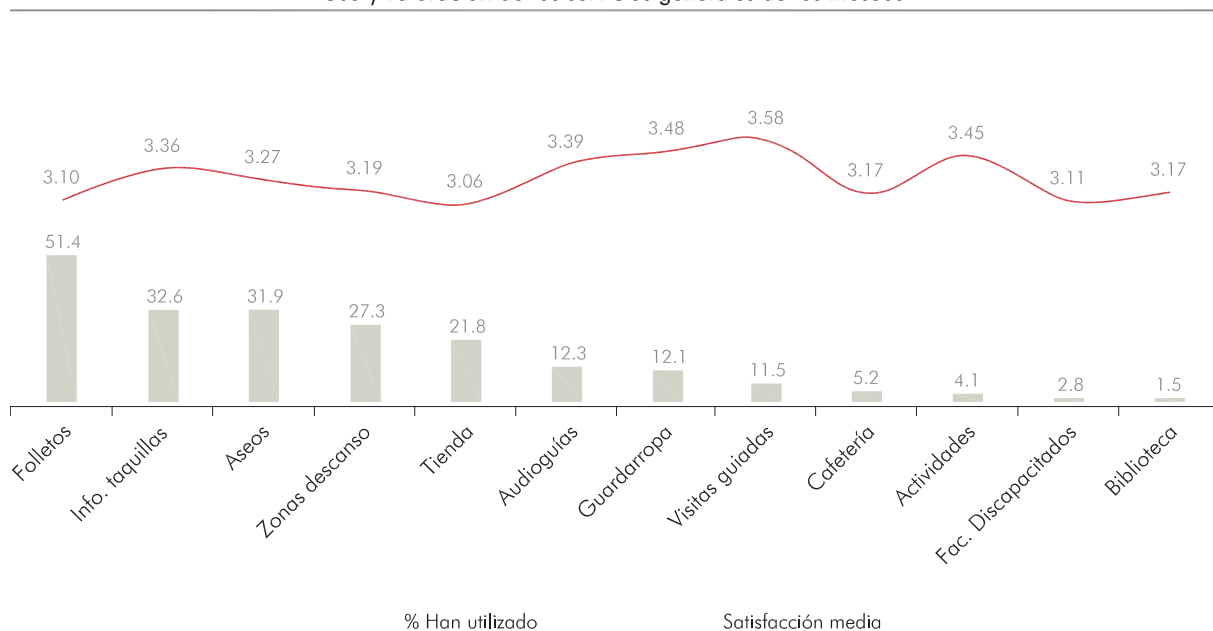
Aunque las medias obtenidas a partir de las puntuaciones otorgadas por los visitantes, en una escala de satisfacción de 1 a 4 puntos, pueden parecer similares y, en general, son relativamente altas, pequeñas variaciones decimales en dichas

valoraciones pueden ser significativas a la hora de discriminar el mejor o peor funcionamiento de cada uno de estos servicios. De esta manera, los servicios mejor valorados por el visitante son, por orden, los servicios de visitas guiadas, los guardarrropas, las actividades del museo, las audioguías, el servicio de información en taquillas o en salas y los aseos. Los aspectos menos valorados, las tiendas, los folletos informativos, las facilidades para los discapacitados, las bibliotecas, las cafeterías y las zonas de descanso.

Como puede apreciarse al observar la lista anterior, gran parte de las facilidades de la visita mejor valoradas está relacionada con la obtención de información, lo que puede interpretarse como una clara señal de la necesidad, por parte del visitante, de comprender lo que está ante sus ojos.

Claramente, las valoraciones más bajas se corresponden con servicios que presentan importantes limitaciones en la mayoría de los museos, como las tiendas o puntos de venta (excepto en el caso del Museo Sorolla, con una agradable acogida), que en muchos casos se hallan integradas en el mostrador de taquilla y ofrecen escasos productos; las facilidades para discapacitados, pocas y, en ocasiones, difíciles de utilizar; las bibliotecas, cuyo acceso es mayoritariamente restringido y con horarios reducidos; las cafeterías, con ofer-

Uso y valoración de los servicios generales de los museos



tas poco atractivas para el público o las zonas de descanso, pocas y, en la mayoría de los casos, mal ubicadas en lugares ocasionales y no donde se necesitan.

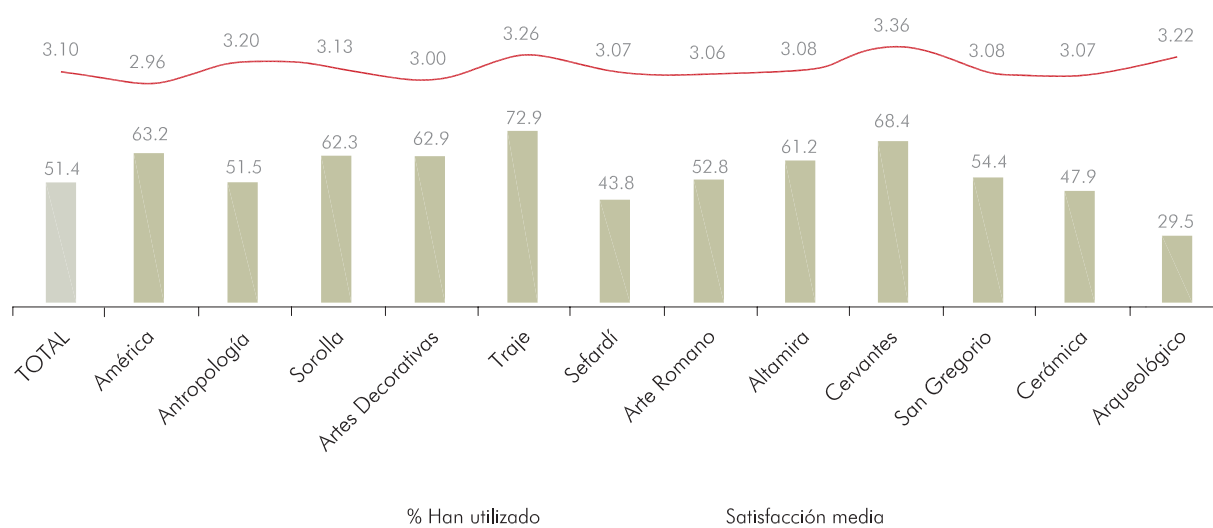
El caso de los folletos informativos es especialmente llamativo. Más del 50% de los visitantes de los museos dice haberlo utilizado y, sin embargo, la valoración que estos visitantes le otorgan no es tan alta si lo comparamos con otros medios informativos. Es posible que las características de los folletos no consigan cubrir las necesidades de información de los visitantes, aunque las verdaderas razones de este dato necesiten un estudio más profundo que el actual.

## Resultados por museos

Si analizamos los datos obtenidos para cada uno de los museos incluidos en el estudio, comprobamos que:

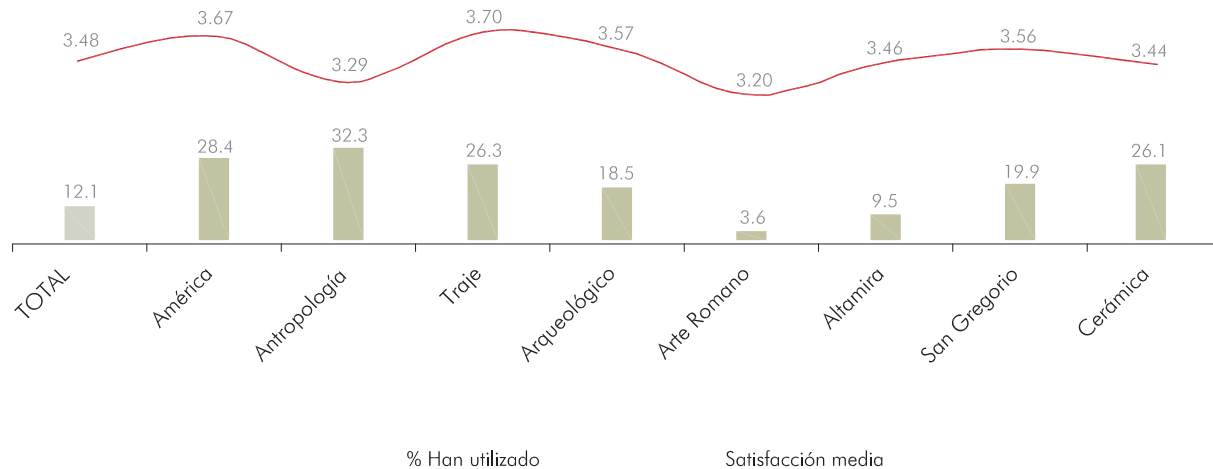
Los folletos de información obtienen poca valoración en todos los museos si los comparamos con otras facilidades de visita, aunque son más valorados en el Museo del Traje y en la Casa de Cervantes, mientras que en los Museos de América y Artes Decorativas, la satisfacción con ellos es algo más escasa, tal vez por la posible escasez de folletos en algún momento determinado, o la falta de ellos en idiomas que no sean español o inglés.

Uso y valoración de los folletos de información en cada uno de los museos del estudio



193

Uso y valoración del guardarropa o la consigna en cada uno de los museos del estudio



El guardarropa, muy valorado en general, es especialmente valorado tanto en el Museo del Traje como en el Museo de América y en el Museo de Arte Romano. Es posible que el alto tiempo de visita de estos museos haga que el visitante valore más el haber podido dejar sus pertenencias sin tener que llevarlas consigo durante la visita.

Los aseos más valorados se hallan en el Colegio de San Gregorio, también en el Museo de Altamira y en el Museo del Traje; los que menos, en el Museo de Arte Romano y en el Museo de la Cerámica.

Las cafeterías del Museo del Traje y del Museo de Altamira tienen una valoración similar y mayor que la del Museo de América, aunque, en general, obtienen valoraciones bajas si las comparamos con otros aspectos. En cualquier caso la cafetería de este último museo es también poco utilizada, ya que el acceso a ella, aunque señalizado, está lejos de la entrada principal y en sentido opuesto a la visita de la exposición. Además, su menú, aunque con precios económicos, es poco variado y su horario restringido.

Las tiendas o puntos de venta son poco valoradas en general, pero la del Museo Sorolla y la del Museo del Traje son las que más valoración alcanzan, aunque también destacan la del Museo de América, el Museo de Altamira y el Sefardí. Las del Museo de Artes Decorativas y el Museo de Antropología, son las que menos satisfacción

obtienen por parte de los visitantes. Hay que tener en cuenta que en estos dos últimos casos no se puede hablar de tienda sino de punto de venta en el mostrador de taquilla.

Aunque las audioguías son muy valoradas en los pocos museos donde se hallan, lo son especialmente en el Museo Sorolla.

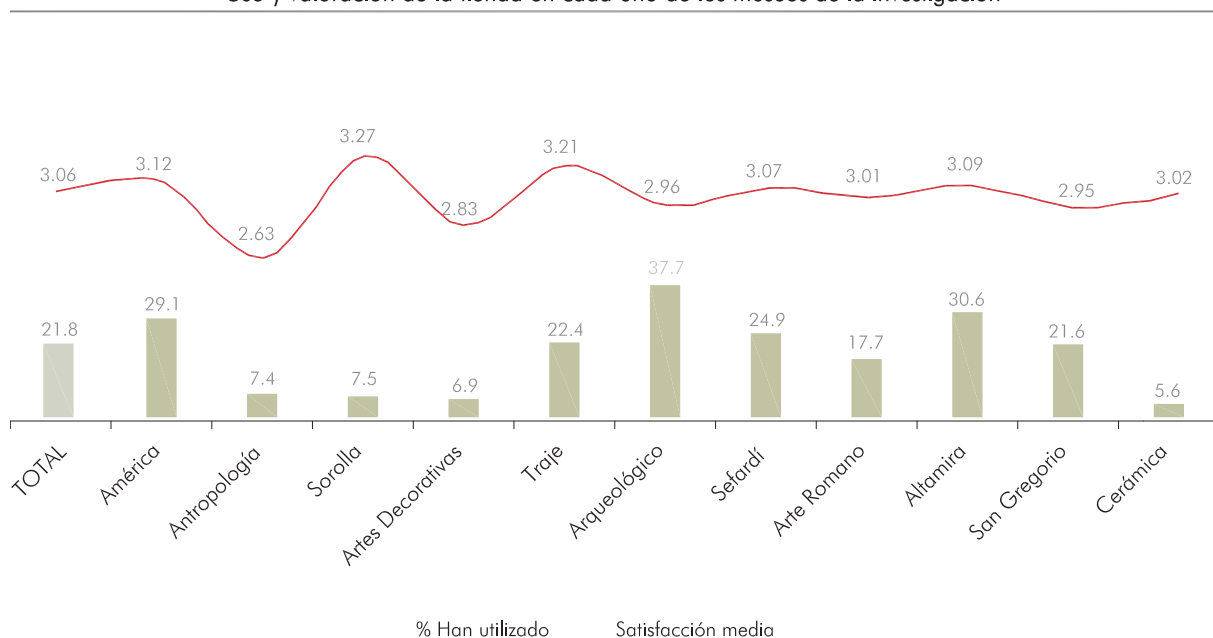
El servicio de información en taquilla o en salas es uno de los que alcanzan mejor valoración general en todos los museos. Los del Museo del Traje, Museo Sorolla, Casa de Cervantes, Museo de América, Museo de Cerámica y también los del Museo de Altamira y Colegio San Gregorio, son los que obtienen una valoración más alta. El Museo de Arte Romano, aunque consigue una puntuación media también alta, ésta es algo menor que en el resto de los museos.

Las bibliotecas, en general, son tan poco utilizadas que no es posible obtener datos fiables sobre su valoración. Muy pocas personas han podido valorar este servicio en todos los museos y por lo tanto sus valoraciones son poco representativas.

Algo parecido ocurre con las visitas guiadas, sólo en el Museo de Altamira un número representativo de personas valora esta actividad para obtener resultados concluyentes, por lo tanto no pueden establecerse comparaciones entre museos.

Las facilidades para los discapacitados también son poco utilizadas y por lo tanto se han

Uso y valoración de la tienda en cada uno de los museos de la investigación



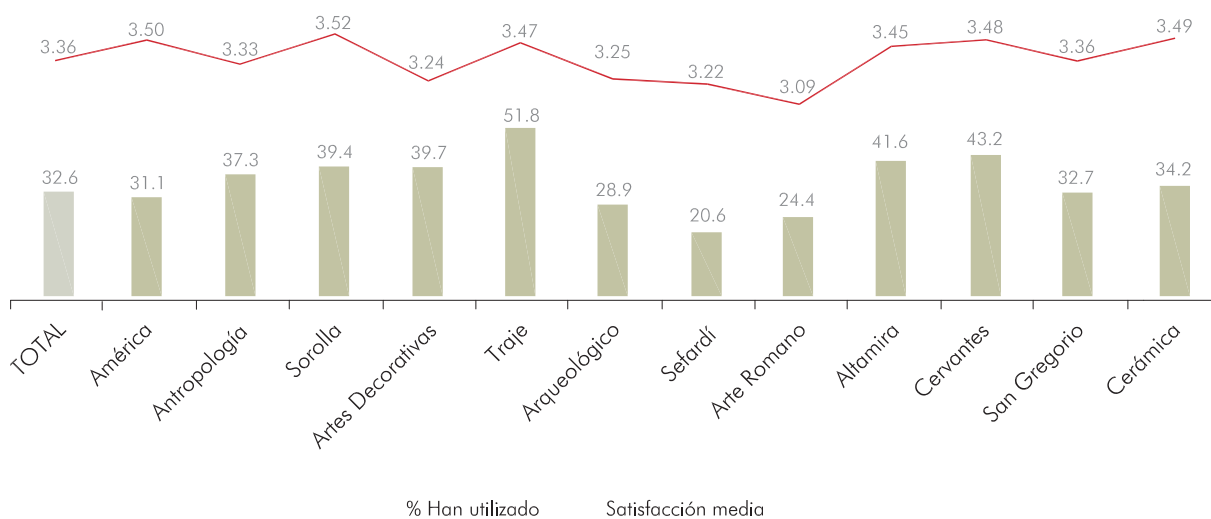
obtenido pocas valoraciones al respecto, aunque parece que la tendencia es a una menor valoración en aquellos museos con menores dispositivos para facilitar la visita a las personas con discapacidad, como son las del Museo de Antropología, el Museo de Artes Decorativas, el Museo Arqueológico y el Museo Sefardí.

Las zonas de descanso de la Casa de Cervantes, del Museo de América, del Museo Sorolla, del Museo de Antropología, del Museo del Traje

y del Colegio San Gregorio, son las que obtienen una mayor valoración. Las del Museo de Arte Romano, las que menos.

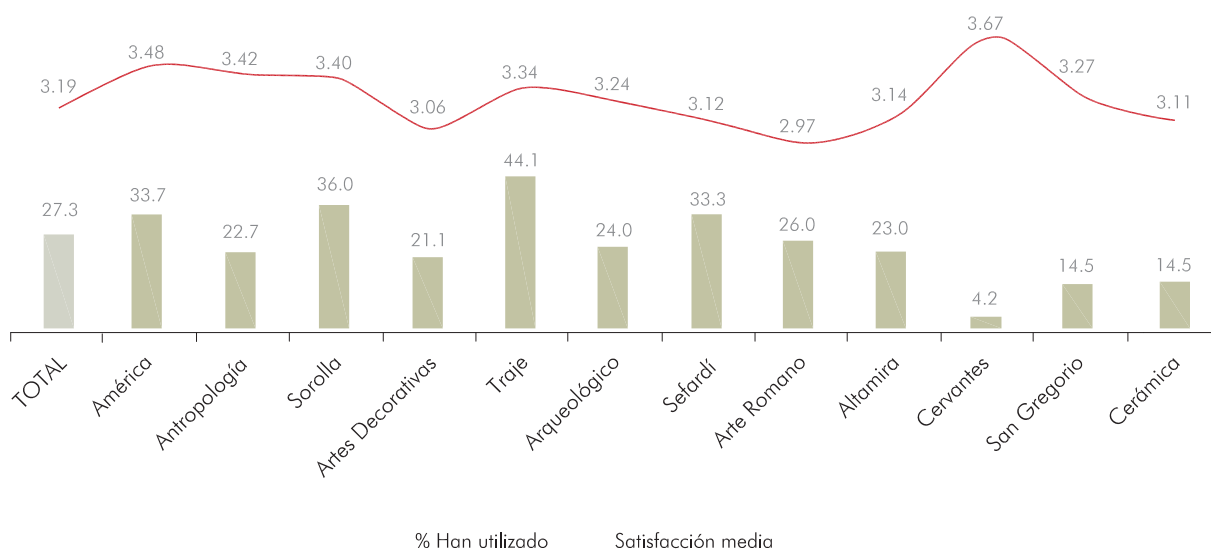
La participación en las actividades organizadas por los museos ha sido tan escasa por las razones ya dichas y relacionadas con el aforo y la concentración de asistencia, que no permite sacar conclusiones con respecto a la valoración de este servicio en cada uno de los museos.

Uso y valoración de la información en taquilla y del personal de la sala



195

Uso y valoración de las zonas de descanso



## Valoración general de la visita

La valoración numérica de la visita es uno de los métodos más utilizados para cuantificar la experiencia museística. Las valoraciones de los visitantes suelen reflejar su grado de satisfacción en relación con otras experiencias anteriores en el mismo y en otros museos. Suelen usarse escalas de 7 ó 10 puntos para facilitar la valoración y debe tenerse en cuenta que pequeñas variaciones en estas escalas pueden suponer importantes diferencias de satisfacción, ya que la deseabilidad social (la tendencia a dar una imagen positiva de uno mismo mostrando interés) y las tendencias escalares (la tendencia a puntuar en la línea media) son dos de las fuentes de error más frecuentes en este tipo de preguntas.

En una escala de 1 a 7, los visitantes otorgaron una valoración media de 5,65 a la visita realizada. En principio, puede afirmarse que esta valoración es media-alta, si consideramos como valor-criterio, únicamente, la escala propuesta. La moda (el valor más repetido) y la mediana

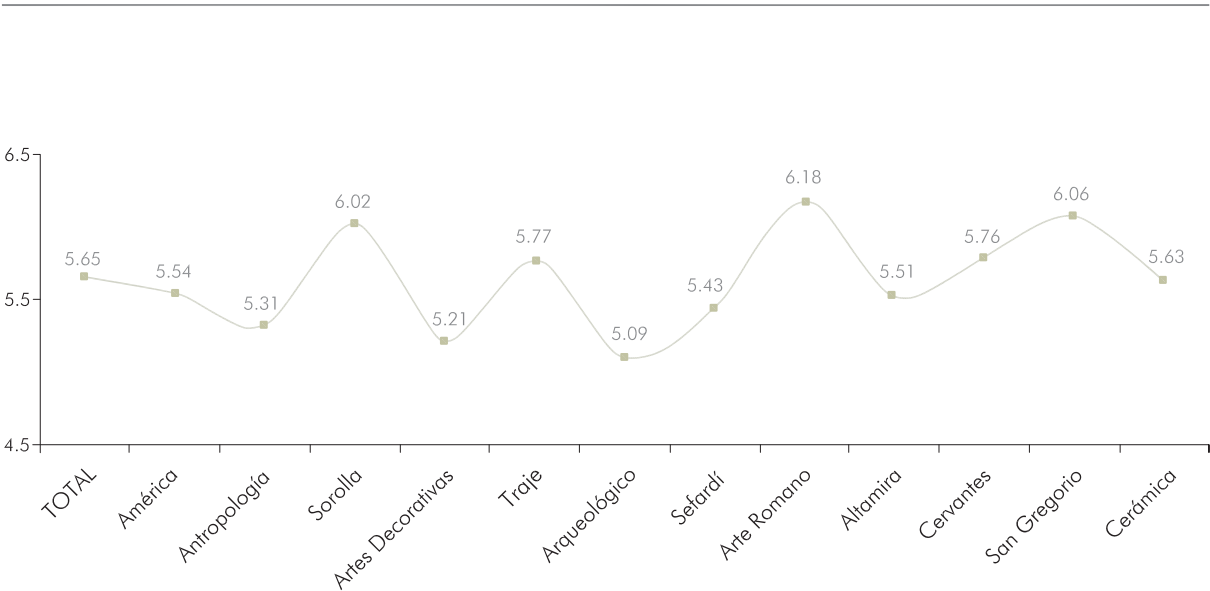
(aquel que deja por debajo de sí el 50% de las puntuaciones) fueron 6, lo que pone de manifiesto la escasa variabilidad de las respuestas de los entrevistados.

### Resultados por museos

Por museos, en el Museo de Arte Romano (6,18), en el Colegio de San Gregorio (6,06), en el Museo Sorolla (6,02) y en el Museo del Traje (5,77) se dan las puntuaciones más altas, por encima de la media general, mientras que en el Museo Arqueológico (5,09), en el Museo de Artes Decorativas (5,21) y en el Museo de Antropología (5,31), las puntuaciones otorgadas por los visitantes se hallan muy por debajo de la misma.

Aunque estas diferencias pueden parecer estrechas, son importantes porque ponen de manifiesto variaciones en la satisfacción del visitante, como antes se ha comentado.

Valoración general de los Museos



## Valoración sobre aspectos concretos de la visita

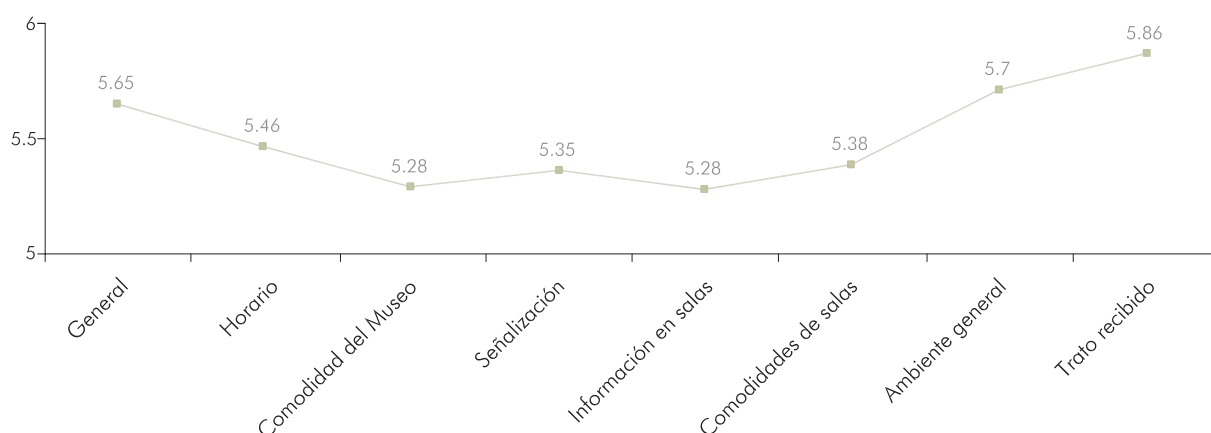
Tras la valoración global realizada, se solicita al visitante su valoración de determinados aspectos referidos a las comodidades de la visita, confort ambiental y visual, información y trato recibido.

El público parece valorar, muy especialmente, el trato recibido por parte del personal de sala, cercano a una puntuación de 6, y el ambiente general de las salas expositivas. Sin embargo, valora por debajo de la puntuación general el resto de los aspectos incluidos en la pregunta. Especialmente baja es la valoración dada a las comodidades del museo (asientos, guardarropa, etcétera) y a la información y explicaciones en las salas de exposición permanentes, que junto con la señalización dentro del museo y la comodidad para ver piezas y leer los textos, son los aspectos que alcanzan una valoración más baja. El horario alcanza un 5,46 en esta escala, por debajo, también, de la valoración general.

Es de destacar que si realizamos una media de las valoraciones particulares, es decir, de los aspectos concretos valorados, hallamos que ésta

es de 5,47 puntos, algo por debajo de la media que el propio visitante otorga a la visita en general. Parece, por tanto, que en esta valoración, o bien entran en juego otros factores que no han sido incluidos en el listado de elementos a valorar y que parecen influir positivamente en la misma, o las valoraciones más altas de aspectos como el ambiente y el trato recibido pesan de manera significativa en el resultado de la valoración global. En este sentido, se analizaron las correlaciones entre la puntuación general y las otorgadas a cada uno de los aspectos valorados, hallándose que la valoración general correlaciona positivamente con todas las valoraciones parciales entre 0,37 y 0,60. Sin embargo, esta correlación es significativamente mayor con el ambiente general de las salas y el trato recibido por parte del personal de sala y menor con la comodidad para ver piezas o textos. Parece, por tanto, que el ambiente general y el trato recibido pesan más en el visitante a la hora de valorar la experiencia global que otros, como las comodidades del museo.

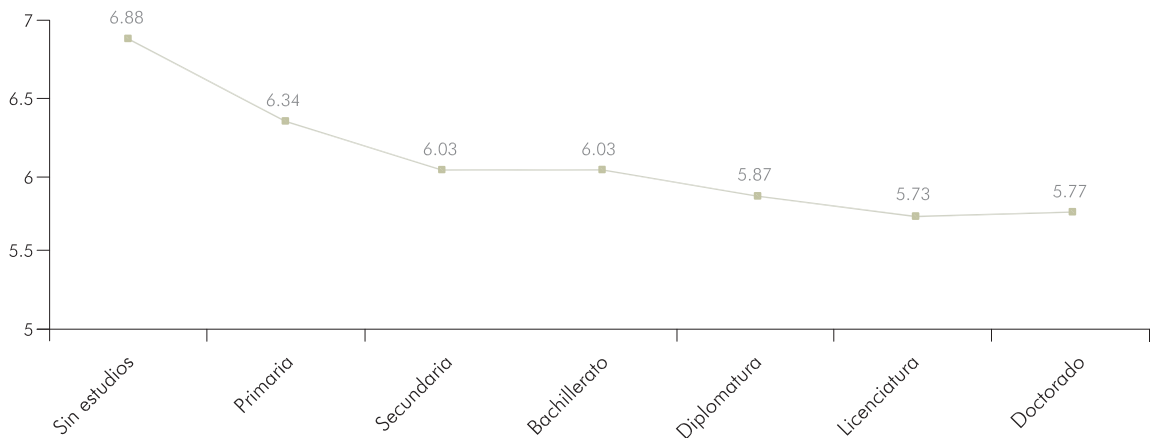
Valoración de determinados aspectos de la visita



## La valoración de la visita es menor cuanto más nivel de estudios tenga el visitante

Los visitantes con mayor nivel de estudios otorgan valoraciones generales más bajas que los que tienen un nivel de estudios menor. Así, los visitantes sin estudios otorgan valoraciones cercanas al máximo de 7, mientras que los que tienen estudios superiores, no llegan al 6 por término medio. Un mayor nivel de estudios, como cabía esperar, implica una actitud más crítica ante el museo y sus contenidos.

Nivel de valoración de la visita según el nivel de estudios



## Resultados por museos

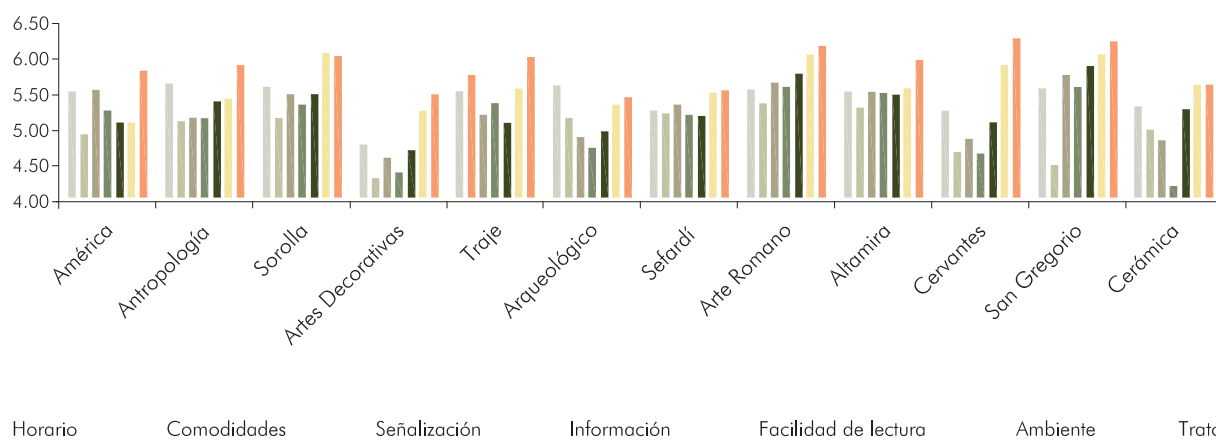
En algunos museos, las valoraciones de cada uno de estos aspectos son más bajas que en el resto, de manera sistemática. Es el caso del Museo de Artes Decorativas y el Museo Arqueológico. En otros, se valora de forma general con mayores puntuaciones la mayoría de los elementos, como ocurre en el Museo de Arte Romano, el Museo de Altamira, el Museo del Traje y el Museo Sorolla.

Las inflexiones que se observan en el gráfico adjunto muestran, por tanto, una valoración general de igual importancia que la obtenida a través de la puntuación general anterior. Sin embargo, es interesante comprobar cómo los visitantes destacan aspectos concretos dentro del conjunto

de sus valoraciones. Así, el Colegio de San Gregorio obtiene una buena valoración en todos los aspectos evaluados a excepción de las comodidades de la visita, que destaca por su baja puntuación, y algo parecido le ocurre al Museo de Cerámica con la información y explicaciones en las salas. En sentido positivo, los visitantes destacan el trato recibido y el ambiente creado en el Museo Casa de Cervantes, a pesar de la escasa valoración de los otros aspectos estudiados.

Si analizamos cada uno de los aspectos evaluados, hallamos que las comodidades es el peor valorado y que esta valoración es especialmente baja en el Museo de Artes Decorativas y en el Colegio de San Gregorio, aunque debe destacarse la alta puntuación otorgada por los visitantes al Museo del Traje en este aspecto concreto.

Valoración de los diferentes servicios en cada uno de los museos del estudio





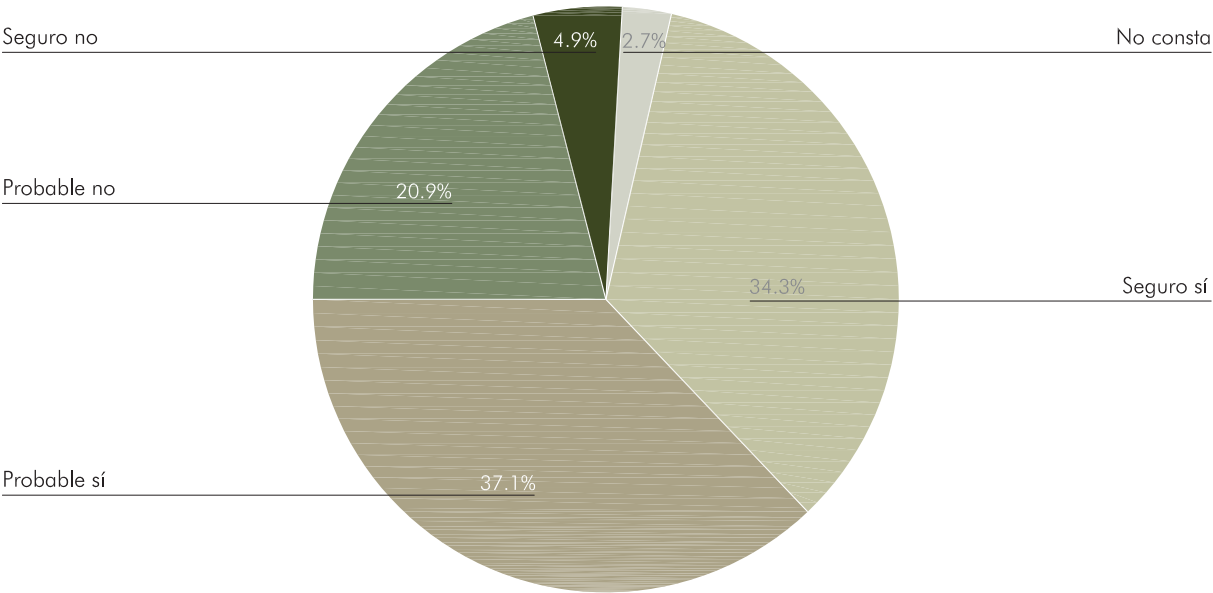
Intención de volver  
y de recomendar la visita

La intención de volver y de recomendar la exposición son dos de las variables que han demostrado predecir mejor la satisfacción del visitante. En numerosos estudios realizados en museos de todo el mundo, una contestación positiva, es decir, manifestar la intención de volver con mayor o menor seguridad y de reco-

mendar el museo a otras personas, correlaciona significativamente con la satisfacción general de la visita y una valoración positiva de la misma.

En el conjunto de los museos del estudio, un 71,4% de los visitantes totales manifestó su intención de volver y un aplastante 92,1% indicó que recomendaría la visita.

Intención de volver al museo

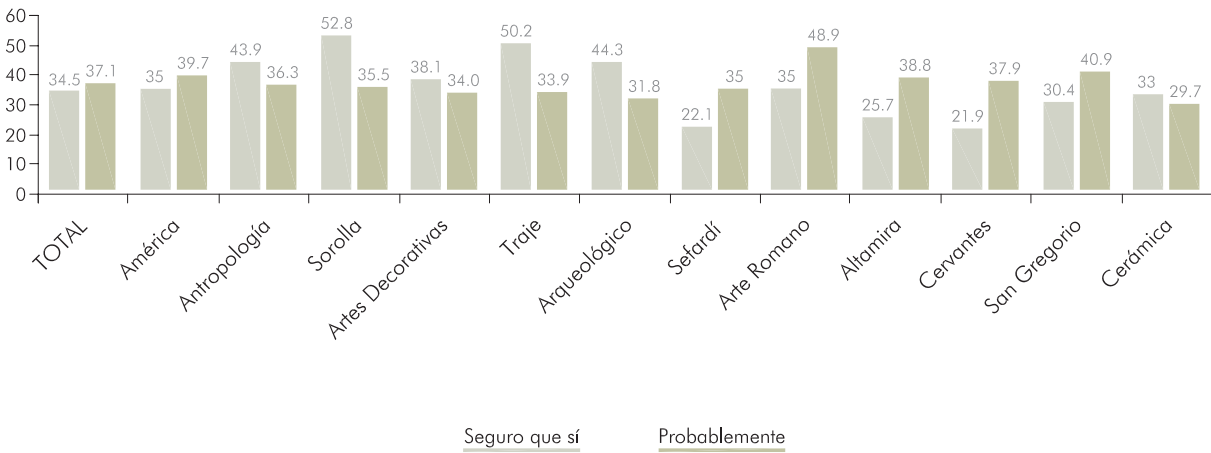


Resultados por museos

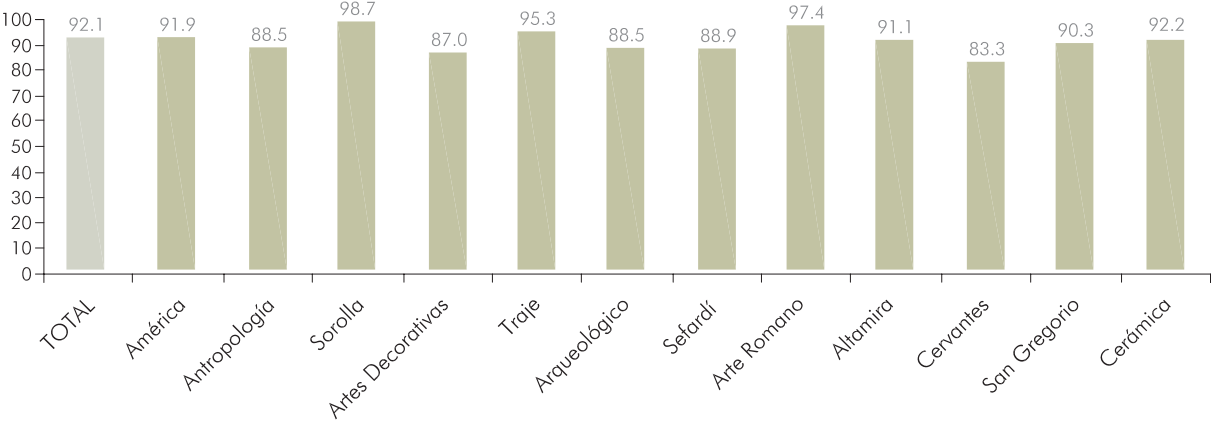
Por museos, la intención de volver fue más alta, por encima de la media, en el Museo Sorolla, el Museo del Traje, el Museo Arqueológico y el Museo de Antropología. Es indudable que la intención de volver puede estar influenciada tanto por la satisfacción con la visita realizada como por la posibilidad factible de realizar otra

visita. Por esta razón, en los museos con un alto porcentaje de visitantes extranjeros es mayor la probabilidad que la seguridad en volver, al igual que en los museos de fuera de Madrid, en los que buena parte del público visitante es precisamente madrileño, es decir, de fuera de la localidad.

Probabilidad de regreso de los visitantes a cada uno de los museos del estudio



Porcentaje de recomendación de la visita en cada uno de los museos del estudio



Por su parte, la intención de recomendar la visita es, por igual, muy alta en todos los museos, superando, en todos los casos, el 80% de respuestas, lo que en parte explica la importancia de la

recomendación personal como una de las principales fuentes de información a la hora de decidir la visita a los museos, como se pudo comprobar en el apartado correspondiente.

## Comparación con otros estudios

La intención de volver y de recomendar la visita son muy similares a las halladas por García Blanco y otros (1999); en este estudio, casi la mayoría (78%) de los visitantes dijo que volvería y una gran mayoría (94%) contestó que recomendaría la visita.

## El impacto de la visita. Síntesis de resultados

Los resultados de esta investigación muestran que el nivel de utilización de la mayoría de los servicios y las facilidades que los museos ponen a disposición de su público no es muy alto. Además, de forma general, una valoración alta del servicio evaluado no implica, necesariamente, un mayor nivel de utilización. Así, las visitas guiadas y las actividades o el guardarropa son muy valorados, pero poco utilizados, al menos en la visita actual (la que se está realizando en el momento de contestar al cuestionario de preguntas que sirven de base para la encuesta realizada). Aunque es posible que, en los visitantes influyan experiencias y valoraciones realizadas en visitas anteriores. En sentido contrario, los folletos informativos son las facilidades más utilizadas y una de las peor valoradas.

Los servicios mejor valorados por el visitante son, por orden, las visitas guiadas, los guardarropas, las actividades del museo, las audioguías, el servicio de información en taquillas o en salas y

los aseos. Los aspectos menos valorados, las tiendas, los folletos informativos, las facilidades para los discapacitados, las bibliotecas, las cafeterías y las zonas de descanso.

Claramente, la valoraciones más bajas corresponden con servicios que presentan importantes limitaciones en la mayoría de los museos, como las tiendas (en ocasiones sólo puntos de venta), las facilidades para discapacitados (muy limitadas en algunos museos debido a sus características arquitectónicas), las bibliotecas (cuyo acceso es, en ocasiones, restringido a investigadores), las cafeterías o las zonas de descanso. El caso de los folletos informativos es especialmente llamativo. Más del 50% de los visitantes de los museos dicen haberlo utilizado y, sin embargo, la valoración que estos visitantes le otorgan no es tan alta si lo comparamos con otras facilidades de carácter informativo. Es posible que las características de los folletos no consigan cubrir las necesidades de información de los visitantes, aunque las verdaderas razones de este dato necesiten un estudio más exhaustivo que el actual.

A pesar de todas estas puntualizaciones, la valoración general de la visita en su conjunto fue alta, 5,65 en una escala de 1 a 7. El Museo de Arte Romano, el Colegio de San Gregorio, el Museo Sorolla y el Museo del Traje fueron los museos más valorados, por encima de la media general, mientras que el Museo Arqueológico, el Museo de Artes Decorativas y el Museo de Antropología, obtuvieron valoraciones por debajo de la misma, aunque no precisamente bajas.

En relación con aspectos concretos, parece que el ambiente general de la visita y el trato recibido por parte del personal de sala pesan más en el visitante a la hora de valorar la experiencia global que otros como las comodidades del museo. Los horarios, la señalización y las comodidades son menos valorados, siendo mayor la insatisfacción con las comodidades (asientos, guardarropas, etcétera) y la información y explicaciones en las salas de exposición. En general, los visitantes valoran menos todos estos aspectos en el Museo de Artes Decorativas y el Museo Arqueológico y más en el Museo de Arte Romano, el Museo de Altamira, el Museo del Traje y el Museo Sorolla.

Por último, el 71,4% de los visitantes manifestó su intención de volver y un aplastante 92,1% indicó que recomendaría la visita. La intención de volver fue más alta en algunos museos, como el Museo Sorolla, el Museo del Traje, el Museo Arqueológico y el Museo de Antropología, aunque es indudable que ésta puede estar influenciada tanto por la satisfacción con la visita realizada como por la posibilidad factible de realizar otra visita. Por esta razón, en los museos que no se hallan en Madrid, donde una buena parte del público procede de otras comunidades autónomas, sobre todo de Madrid, y en aquellos con un alto porcentaje de visitantes extranjeros, es mayor la probabilidad que la seguridad en volver. Por su parte, la intención de recomendar la visita es, por igual, muy alta en todos los museos, superando, en todos los casos, el 80% de las respuestas, lo que en parte explica la importancia de la recomendación personal como una de las principales fuentes de información a la hora de decidir la visita a los museos.

A la vista de los resultados, puede concluirse que, a pesar de que los visitantes diferencian en sus valoraciones unos servicios de otros, incluso valoran mejor unos museos que otros, la experiencia global de la visita, entendida de forma amplia, es positiva. Parece que para los visitantes la visita ha merecido la pena, ya que su intención de volver a visitar y su decisión de recomendar la visita, así lo indican.

Tablas de resultados

| Tabla 76                                                         |       |             |
|------------------------------------------------------------------|-------|-------------|
| Uso del folleto de información facilitado por el museo           |       |             |
| ¿Ha utilizado el folleto de información facilitado por el museo? | n     | %           |
| Sí                                                               | 4.277 | 51,4        |
| Satisfacción con este servicio (media (dt))                      |       | 3,10 (0,64) |
| Mucha                                                            | 914   | 21,4        |
| Bastante                                                         | 2.197 | 51,4        |
| Poca                                                             | 503   | 11,8        |
| Ninguna                                                          | 25    | 0,6         |
| NC                                                               | 639   | 14,9        |

| Tabla 77                                    |       |             |
|---------------------------------------------|-------|-------------|
| Uso del guardarropa o la consigna           |       |             |
| ¿Ha utilizado el guardarropa o la consigna? | n     | %           |
| Sí                                          | 1.010 | 12,1        |
| Satisfacción con este servicio (media (dt)) |       | 3,48 (0,72) |
| Mucha                                       | 455   | 45,0        |
| Bastante                                    | 275   | 27,2        |
| Poca                                        | 32    | 3,2         |
| Ninguna                                     | 24    | 2,4         |
| NC                                          | 223   | 22,1        |

| Tabla 78                                                                               |                                                                  |      |                    |        |     |      |                                             |      |                    |        |     |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|---------------------------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|
| Uso del folleto de información y del guardarropa o la consigna por parte del visitante |                                                                  |      |                    |        |     |      |                                             |      |                    |        |     |      |
|                                                                                        | ¿Ha utilizado el folleto de información facilitado por el museo? |      |                    |        |     |      | ¿Ha utilizado el guardarropa o la consigna? |      |                    |        |     |      |
|                                                                                        | Sí                                                               |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      | Sí                                          |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      |
|                                                                                        | n                                                                | %    | Media              | Dt     | n   | %    | n                                           | %    | Media              | Dt     | n   | %    |
| América                                                                                | 210                                                              | 63,2 | 2,96               | (0,63) | 33  | 15,9 | 94                                          | 28,4 | 3,67               | (0,52) | 23  | 24,7 |
| Antropología                                                                           | 135                                                              | 51,5 | 3,20               | (0,70) | 25  | 19,4 | 85                                          | 32,3 | 3,29               | (0,78) | 19  | 22,0 |
| Sorolla                                                                                | 441                                                              | 62,3 | 3,13               | (0,62) | 80  | 18,2 | 48                                          | 6,8  | 3,43               | (0,75) | 13  | 26,0 |
| Artes Decorativas                                                                      | 92                                                               | 62,9 | 3,03               | (0,63) | 18  | 19,3 |                                             |      |                    |        |     |      |
| Traje                                                                                  | 438                                                              | 72,9 | 3,26               | (0,64) | 62  | 14,1 | 158                                         | 26,3 | 3,70               | (0,49) | 32  | 20,5 |
| Arqueológico                                                                           | 246                                                              | 29,5 | 3,22               | (0,69) | 56  | 22,6 | 154                                         | 18,5 | 3,57               | (0,62) | 26  | 17,1 |
| Sefardí                                                                                | 734                                                              | 43,8 | 3,07               | (0,63) | 137 | 18,7 |                                             |      |                    |        |     |      |
| Arte Romano                                                                            | 601                                                              | 52,8 | 3,06               | (0,53) | 13  | 2,1  | 41                                          | 3,6  | 3,20               | (0,40) | 5   | 12,0 |
| Altamira                                                                               | 873                                                              | 61,2 | 3,08               | (0,70) | 112 | 12,8 | 135                                         | 9,5  | 3,46               | (0,94) | 30  | 22,1 |
| Casa Cervantes                                                                         | 62                                                               | 68,4 | 3,36               | (0,55) | 12  | 19,7 | 2                                           | 2,5  |                    |        |     |      |
| San Gregorio                                                                           | 219                                                              | 54,4 | 3,08               | (0,64) | 31  | 14,4 | 80                                          | 19,9 | 3,56               | (0,57) | 17  | 21,1 |
| Cerámica                                                                               | 338                                                              | 47,9 | 3,07               | (0,64) | 91  | 27,0 | 184                                         | 26,1 | 3,44               | (0,61) | 56  | 30,5 |
| Total                                                                                  | 4.277                                                            | 51,4 | 3,10               | (0,64) | 639 | 14,9 | 1.010                                       | 12,1 | 3,48               | (0,72) | 223 | 22,1 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 79**  
**Uso de los aseos**

| ¿Ha utilizado los aseos?                           | n     | %           |
|----------------------------------------------------|-------|-------------|
| <b>Sí</b>                                          | 2.656 | 31,9        |
| <b>Satisfacción con este servicio (media (dt))</b> |       | 3,27 (0,71) |
| <b>Mucha</b>                                       | 872   | 32,8        |
| <b>Bastante</b>                                    | 961   | 36,2        |
| <b>Poca</b>                                        | 256   | 9,6         |
| <b>Ninguna</b>                                     | 22    | 0,8         |
| <b>NC</b>                                          | 545   | 20,5        |

**Tabla 80**  
**Uso de la cafetería**

| ¿Ha tomado algo en la cafetería?                   | n   | %           |
|----------------------------------------------------|-----|-------------|
| <b>Sí</b>                                          | 436 | 5,2         |
| <b>Satisfacción con este servicio (media (dt))</b> |     | 3,17 (0,80) |
| <b>Mucha</b>                                       | 129 | 29,6        |
| <b>Bastante</b>                                    | 158 | 36,4        |
| <b>Poca</b>                                        | 43  | 9,9         |
| <b>Ninguna</b>                                     | 14  | 3,3         |
| <b>NC</b>                                          | 91  | 20,8        |

205

**Tabla 81**  
**Uso de los aseos y de la cafetería por parte del visitante**

|                          | ¿Ha utilizado los aseos? |      |                    |        |     |      | ¿Ha tomado algo en la cafetería? |      |                    |        |    |      |
|--------------------------|--------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|----------------------------------|------|--------------------|--------|----|------|
|                          | Sí                       |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      | Sí                               |      | Satisfacción (1-4) |        | NC |      |
|                          | n                        | %    | Media              | Dt     | n   | %    | n                                | %    | Media              | Dt     | n  | %    |
| <b>América</b>           | 174                      | 52,4 | 3,35               | (0,71) | 44  | 25,4 | 38                               | 11,5 | 3,07               | (0,73) | 12 | 32,3 |
| <b>Antropología</b>      | 73                       | 28,0 | 3,24               | (0,79) | 11  | 15,2 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Sorolla</b>           | 160                      | 22,6 | 3,31               | (0,62) | 45  | 28,2 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Artes Decorativas</b> | 36                       | 24,3 | 3,10               | (0,76) | 11  | 30,1 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Traje</b>             | 220                      | 36,6 | 3,54               | (0,62) | 55  | 24,8 | 91                               | 15,2 | 3,17               | (0,78) | 25 | 27,3 |
| <b>Arqueológico</b>      | 246                      | 29,5 | 3,22               | (0,69) | 56  | 22,6 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Sefardi</b>           | 376                      | 22,4 | 3,05               | (0,73) | 121 | 32,3 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Arte Romano</b>       | 371                      | 32,6 | 2,88               | (0,65) | 20  | 5,5  |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Altamira</b>          | 711                      | 49,9 | 3,48               | (0,63) | 113 | 15,9 | 230                              | 16,1 | 3,23               | (0,82) | 33 | 14,4 |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 2                        | 1,9  |                    |        | 1   | 43,8 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>San Gregorio</b>      | 140                      | 34,7 | 3,66               | (0,53) | 25  | 18,1 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Cerámica</b>          | 148                      | 21,0 | 3,04               | (0,75) | 43  | 29,2 |                                  |      |                    |        |    |      |
| <b>Total</b>             | 2.656                    | 31,9 | 3,27               | (0,71) | 545 | 20,5 | 436                              | 5,2  | 3,17               | (0,80) | 91 | 20,8 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 82**  
**Uso de la tienda**

| ¿Ha comprado algo o ha visitado la tienda?         | n     | %           |
|----------------------------------------------------|-------|-------------|
| <b>Sí</b>                                          | 1.810 | 21,8        |
| <b>Satisfacción con este servicio (media (dt))</b> |       | 3,06 (0,71) |
| <b>Mucha</b>                                       | 356   | 19,6        |
| <b>Bastante</b>                                    | 781   | 43,2        |
| <b>Poca</b>                                        | 214   | 11,8        |
| <b>Ninguna</b>                                     | 31    | 1,7         |
| <b>NC</b>                                          | 427   | 23,6        |

**Tabla 83**  
**Uso de las audioguías o signoguías**

| ¿Ha utilizado una audioguía o signoguía?           | n     | %          |
|----------------------------------------------------|-------|------------|
| <b>Sí</b>                                          | 1.021 | 12,3       |
| <b>Satisfacción con este servicio (media (dt))</b> |       | 3,39(0,66) |
| <b>Mucha</b>                                       | 399   | 39,0       |
| <b>Bastante</b>                                    | 368   | 36,0       |
| <b>Poca</b>                                        | 58    | 5,7        |
| <b>Ninguna</b>                                     | 8     | 8          |
| <b>NC</b>                                          | 188   | 18,5       |

**Tabla 84**  
**Uso de la tienda y de la audioguía o signoguía por parte del visitante**

|                          | ¿Ha comprado algo o ha visitado la tienda? |      |                    |        |     |      | ¿Ha utilizado una audioguía o signoguía? |      |                    |        |     |      |
|--------------------------|--------------------------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|------------------------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|
|                          | Sí                                         |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      | Sí                                       |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      |
|                          | n                                          | %    | Media              | Dt     | n   | %    | n                                        | %    | Media              | Dt     | n   | %    |
| <b>América</b>           | 96                                         | 29,1 | 3,12               | (0,73) | 32  | 33,7 | 34                                       | 10,2 | 3,18               | (0,80) | 8   | 24,9 |
| <b>Antropología</b>      | 19                                         | 7,4  | 2,63               | (1,02) | 6   | 29,4 |                                          |      |                    |        |     |      |
| <b>Sorolla</b>           | 53                                         | 7,5  | 3,27               | (0,68) | 22  | 41,9 | 73                                       | 10,3 | 3,73               | (0,50) | 13  | 17,9 |
| <b>Artes Decorativas</b> | 10                                         | 6,9  | 2,83               | (1,14) | 5   | 48,4 |                                          |      |                    |        |     |      |
| <b>Traje</b>             | 135                                        | 22,4 | 3,21               | (0,72) | 29  | 21,3 | 69                                       | 11,5 | 3,47               | (0,63) | 9   | 12,6 |
| <b>Arqueológico</b>      | 315                                        | 37,7 | 2,96               | (0,73) | 72  | 22,9 |                                          |      |                    |        |     |      |
| <b>Sefardí</b>           | 417                                        | 24,9 | 3,07               | (0,59) | 150 | 36,1 | 163                                      | 9,7  | 3,10               | (0,72) | 49  | 29,8 |
| <b>Arte Romano</b>       | 201                                        | 17,7 | 3,01               | (0,54) | 19  | 9,4  | 63                                       | 5,6  | 3,36               | (0,60) | 5   | 8,2  |
| <b>Altamira</b>          | 437                                        | 30,6 | 3,09               | (0,76) | 62  | 14,3 | 523                                      | 36,7 | 3,45               | (0,61) | 76  | 14,5 |
| <b>Casa Cervantes</b>    |                                            |      |                    |        |     |      |                                          |      |                    |        |     |      |
| <b>San Gregorio</b>      | 87                                         | 21,6 | 2,95               | (0,73) | 18  | 20,5 | 16                                       | 4,0  | 3,17               | (0,57) | 4   | 26,9 |
| <b>Cerámica</b>          | 39                                         | 5,6  | 3,02               | (1,06) | 12  | 29,9 | 34                                       | 4,8  | 3,08               | (0,81) | 15  | 45,0 |
| <b>Total</b>             | 1.810                                      | 21,8 | 3,06               | (0,71) | 427 | 23,6 | 1.021                                    | 12,3 | 3,39               | (0,66) | 188 | 18,5 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 85**  
Uso de la información ofrecida por el personal de sala o de la información obtenida en taquilla

| ¿Ha pedido información en la taquilla o al personal de sala? | n     | %           |
|--------------------------------------------------------------|-------|-------------|
| Sí                                                           | 2.717 | 32,6        |
| Satisfacción con este servicio (media (dt)).                 |       | 3,36 (0,72) |
| Mucha                                                        | 1.072 | 39,5        |
| Bastante                                                     | 845   | 31,1        |
| Poca                                                         | 230   | 8,5         |
| Ninguna                                                      | 27    | 1,0         |
| NC                                                           | 543   | 20,0        |

**Tabla 86**  
Uso de la biblioteca

| ¿Ha utilizado la biblioteca?                | n   | %          |
|---------------------------------------------|-----|------------|
| Sí                                          | 127 | 1,5        |
| Satisfacción con este servicio (media (dt)) |     | 3,17(1,04) |
| Mucha                                       | 44  | 34,9       |
| Bastante                                    | 32  | 25,0       |
| Poca                                        | 2   | 1,6        |
| Ninguna                                     | 13  | 10,6       |
| NC                                          | 35  | 28,0       |

207

**Tabla 87**  
Uso de la información ofrecida por el personal de sala o la biblioteca por parte del visitante

|                   | ¿Ha pedido información en la taquilla o al personal de sala? |      |                    |        |     |      | ¿Ha utilizado la biblioteca? |     |                    |        |    |      |
|-------------------|--------------------------------------------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|------------------------------|-----|--------------------|--------|----|------|
|                   | Sí                                                           |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      | Sí                           |     | Satisfacción (1-4) |        | NC |      |
|                   | n                                                            | %    | Media              | Dt     | n   | %    | n                            | %   | Media              | Dt     | n  | %    |
| América           | 103                                                          | 31,1 | 3,50               | (0,63) | 26  | 25,7 | 7                            | 2,2 | 3,18               | (0,43) | 1  | 19,2 |
| Antropología      | 98                                                           | 37,3 | 3,33               | (0,77) | 20  | 20,4 | 2                            | 0,8 | 3,39               | (0,67) | 0  | 0,0  |
| Sorolla           | 279                                                          | 39,4 | 3,52               | (0,59) | 82  | 29,3 | 7                            | 0,9 | 3,25               | (0,49) | 2  | 36,3 |
| Artes Decorativas | 58                                                           | 39,7 | 3,24               | (0,77) | 12  | 20,6 | 1                            | 1,0 |                    |        | 0  | 9,3  |
| Traje             | 311                                                          | 51,8 | 3,47               | (0,66) | 54  | 17,5 | 11                           | 1,9 | 3,09               | (0,90) | 6  | 52,7 |
| Arqueológico      | 241                                                          | 28,9 | 3,25               | (0,80) | 69  | 28,5 |                              |     |                    |        |    |      |
| Sefardi           | 345                                                          | 20,6 | 3,22               | (0,78) | 81  | 23,5 | 21                           | 1,2 | 3,31               | (1,10) | 9  | 42,3 |
| Arte Romano       | 277                                                          | 24,4 | 3,09               | (0,73) | 11  | 4,1  | 6                            | 0,6 | 3,12               | (1,18) | 1  | 17,8 |
| Altamira          | 593                                                          | 41,6 | 3,45               | (0,70) | 82  | 13,9 | 45                           | 3,2 | 3,01               | (1,22) | 8  | 17,1 |
| Casa Cervantes    | 39                                                           | 43,2 | 3,48               | (0,52) | 12  | 30,3 |                              |     |                    |        |    |      |
| San Gregorio      | 131                                                          | 32,7 | 3,36               | (0,73) | 24  | 18,1 |                              |     |                    |        |    |      |
| Cerámica          | 241                                                          | 34,2 | 3,49               | (0,65) | 69  | 28,6 | 11                           | 1,6 | 3,56               | (1,14) | 4  | 37,4 |
| Total             | 2.717                                                        | 32,6 | 3,36               | (0,72) | 543 | 20,0 | 127                          | 1,5 | 3,17               | (1,04) | 35 | 28,0 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).



**Tabla 88**  
Porcentaje de participación en visitas guiadas por el personal del museo

| ¿Ha participado en una visita guiada por personal del museo? | n   | %           |
|--------------------------------------------------------------|-----|-------------|
| Sí                                                           | 958 | 11,5%       |
| Satisfacción con este servicio (media (dt))                  |     | 3,58 (0,67) |
| Mucha                                                        | 517 | 54,0        |
| Bastante                                                     | 205 | 21,4        |
| Poca                                                         | 38  | 4,0         |
| Ninguna                                                      | 14  | 1,5         |
| NC                                                           | 184 | 19,2        |

**Tabla 89**  
Porcentaje de uso de las facilidades para discapacitados

| ¿Ha utilizado las facilidades para discapacitados? | n   | %           |
|----------------------------------------------------|-----|-------------|
| Sí                                                 | 233 | 2,8         |
| Satisfacción con este servicio (media (dt))        |     | 3,11 (0,92) |
| Mucha                                              | 65  | 27,9        |
| Bastante                                           | 59  | 25,4        |
| Poca                                               | 24  | 10,2        |
| Ninguna                                            | 12  | 5,0         |
| NC                                                 | 73  | 31,5        |

**Tabla 90**

Participación en visitas guiadas por el personal del museo o uso de las facilidades para discapacitados por parte del visitante

|                   | ¿Ha participado en una visita guiada por personal del museo? |      |                    |        |     |      | ¿Ha utilizado las facilidades para discapacitados? |     |                    |        |    |      |
|-------------------|--------------------------------------------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|----------------------------------------------------|-----|--------------------|--------|----|------|
|                   | Sí                                                           |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      | Sí                                                 |     | Satisfacción (1-4) |        | NC |      |
|                   | n                                                            | %    | Media              | Dt     | n   | %    | n                                                  | %   | Media              | Dt     | n  | %    |
| América           | 12                                                           | 3,6  | 3,78               | (0,44) | 4   | 32,5 | 13                                                 | 3,9 | 3,63               | (0,77) | 5  | 41,1 |
| Antropología      | 16                                                           | 6,1  | 3,78               | (0,52) | 6   | 38,6 |                                                    |     |                    |        |    |      |
| Sorolla           | 10                                                           | 1,4  | 3,41               | (0,70) | 2   | 22,8 | 5                                                  | 0,7 | 3,75               | (0,56) | 3  | 51,1 |
| Artes Decorativas | 8                                                            | 5,3  | 3,56               | (0,61) | 3   | 41,2 |                                                    |     |                    |        |    |      |
| Traje             | 52                                                           | 8,6  | 3,72               | (0,49) | 12  | 23,6 | 31                                                 | 5,1 | 3,42               | (0,79) | 11 | 35,1 |
| Arqueológico      | 29                                                           | 3,5  | 3,69               | (0,57) | 9   | 29,2 | 9                                                  | 1,1 | 3,05               | (0,84) | 1  | 10,6 |
| Sefardí           | 15                                                           | 0,9  | 2,84               | (1,14) | 13  | 83,8 | 37                                                 | 2,2 | 3,15               | (1,05) | 19 | 52,3 |
| Arte Romano       | 46                                                           | 4,1  | 3,55               | (0,54) | 3   | 7,3  | 58                                                 | 5,1 | 3,18               | (0,67) | 4  | 7,4  |
| Altamira          | 721                                                          | 50,6 | 3,58               | (0,69) | 112 | 15,5 | 53                                                 | 3,7 | 2,59               | (1,12) | 14 | 25,8 |
| Casa Cervantes    | 8                                                            | 9,4  | 3,42               | (0,87) | 3   | 40,8 |                                                    |     |                    |        |    |      |
| San Gregorio      | 19                                                           | 4,7  | 3,48               | (0,82) | 7   | 37,2 | 6                                                  | 1,5 | 3,46               | (0,83) | 3  | 54,2 |
| Cerámica          | 21                                                           | 3,0  | 3,34               | (0,67) | 9   | 42,6 | 18                                                 | 2,5 | 3,75               | (0,47) | 11 | 64,0 |
| Total             | 958                                                          | 11,5 | 3,58               | (0,67) | 184 | 19,2 | 233                                                | 2,8 | 3,11               | (0,92) | 73 | 31,5 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 91**  
**Porcentaje de uso de las zonas de descanso**

| ¿Ha utilizado las zonas de descanso?        | n     | %           |
|---------------------------------------------|-------|-------------|
| Sí                                          | 2.269 | 27,3        |
| Satisfacción con este servicio (media (dt)) |       | 3,19 (0,71) |
| Mucha                                       | 617   | 27,2        |
| Bastante                                    | 807   | 35,6        |
| Poca                                        | 267   | 11,8        |
| Ninguna                                     | 11    | 0,5         |
| NC                                          | 567   | 25,0        |

**Tabla 92**  
**Porcentaje de participación en actividades organizadas por el museo**

| ¿Ha participado hoy en alguna actividad organizada por el museo? | n   | %           |
|------------------------------------------------------------------|-----|-------------|
| Sí                                                               | 341 | 4,1         |
| Satisfacción con este servicio (media (dt))                      |     | 3,45 (0,79) |
| Mucha                                                            | 164 | 48,1        |
| Bastante                                                         | 77  | 22,7        |
| Poca                                                             | 21  | 6,3         |
| Ninguna                                                          | 10  | 2,9         |
| NC                                                               | 69  | 20,1        |

209

**Tabla 93**  
**Uso de las zonas de descanso o participación en actividades organizadas por el museo por parte del visitante**

|                   | ¿Ha utilizado las zonas de descanso? |      |                    |        |     |      | ¿Ha participado hoy en alguna actividad organizada por el museo? |     |                    |        |    |      |
|-------------------|--------------------------------------|------|--------------------|--------|-----|------|------------------------------------------------------------------|-----|--------------------|--------|----|------|
|                   | Sí                                   |      | Satisfacción (1-4) |        | NC  |      | Sí                                                               |     | Satisfacción (1-4) |        | NC |      |
|                   | n                                    | %    | Media              | Dt     | n   | %    | n                                                                | %   | Media              | Dt     | n  | %    |
| América           | 112                                  | 33,7 | 3,48               | (0,73) | 26  | 23,3 | 23                                                               | 6,8 | 3,54               | (0,56) | 8  | 37,1 |
| Antropología      | 60                                   | 22,7 | 3,42               | (0,67) | 15  | 25,6 | 16                                                               | 6,2 | 3,77               | (0,54) | 3  | 15,5 |
| Sorolla           | 254                                  | 36,0 | 3,40               | (0,71) | 85  | 33,4 | 24                                                               | 3,4 | 3,45               | (0,68) | 10 | 39,5 |
| Artes Decorativas | 31                                   | 21,1 | 3,06               | (0,77) | 8   | 27,0 | 10                                                               | 6,9 | 3,39               | (0,66) | 1  | 13,1 |
| Traje             | 265                                  | 44,1 | 3,34               | (0,68) | 59  | 22,3 | 29                                                               | 4,8 | 3,78               | (0,42) | 6  | 21,4 |
| Arqueológico      | 200                                  | 24,0 | 3,24               | (0,69) | 63  | 31,4 | 47                                                               | 5,7 | 3,64               | (0,52) | 10 | 21,2 |
| Sefardí           | 558                                  | 33,3 | 3,12               | (0,70) | 171 | 30,7 | 25                                                               | 1,5 | 3,35               | (0,72) | 5  | 20,8 |
| Arte Romano       | 296                                  | 26,0 | 2,97               | (0,72) | 20  | 6,7  | 22                                                               | 2,0 | 3,41               | (0,61) | 3  | 11,5 |
| Altamira          | 328                                  | 23,0 | 3,14               | (0,68) | 67  | 20,6 | 116                                                              | 8,1 | 3,24               | (1,03) | 17 | 14,4 |
| Casa Cervantes    | 4                                    | 4,2  | 3,67               | (0,58) | 1   | 21,0 | 4                                                                | 4,6 | 3,73               | (0,52) | 1  | 13,7 |
| San Gregorio      | 58                                   | 14,5 | 3,27               | (0,64) | 11  | 19,4 | 7                                                                | 1,7 | 3,70               | (0,49) | 1  | 10,7 |
| Cerámica          | 103                                  | 14,5 | 3,11               | (0,75) | 39  | 38,3 | 18                                                               | 2,5 | 3,52               | (0,64) | 5  | 27,2 |
| Total             | 2.269                                | 27,3 | 3,19               | (0,71) | 567 | 25,0 | 341                                                              | 4,1 | 3,45               | (0,79) | 69 | 20,1 |

(Los espacios en blanco representan la carencia de estos servicios).

**Tabla 94**  
**Valoración general de la visita**

|                                                                        |       |
|------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>¿Qué valoración otorgaría usted, en general, a la visita? (1-7)</b> |       |
| <b>n</b>                                                               | 7.450 |
| <b>Media</b>                                                           | 5,65  |
| <b>Mediana</b>                                                         | 6     |
| <b>Moda</b>                                                            | 6     |
| <b>Desviación típica</b>                                               | 1,246 |

**Tabla 95**  
**Valoraciones específicas**

|                                                                              |          |              |           |
|------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------|-----------|
| <b>¿Qué valoración otorgaría usted a ...? (1-7)</b>                          | <b>n</b> | <b>Media</b> | <b>dt</b> |
| <b>El horario del museo</b>                                                  | 7.444    | 5,46         | 1,401     |
| <b>Las comodidades del museo (asientos, guardarropa, etcétera)</b>           | 7.124    | 5,28         | 1,445     |
| <b>La señalización dentro del museo</b>                                      | 7.523    | 5,35         | 1,497     |
| <b>La información y explicaciones en las salas de exposición permanentes</b> | 7.273    | 5,28         | 1,587     |
| <b>La comodidad para ver la piezas y leer los textos</b>                     | 7.611    | 5,38         | 1,508     |
| <b>El ambiente general creado en las salas de exposición</b>                 | 7.597    | 5,70         | 1,388     |
| <b>El trato recibido por parte del personal de sala e información</b>        | 7.555    | 5,86         | 1,402     |

**Tabla 96**  
**Correlaciones con la valoración general**

|                                                                             |          |                    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------|
| <b>Correlaciones con la valoración general</b>                              | <b>n</b> | <b>Correlación</b> |
| <b>El horario del museo</b>                                                 | 7.444    | 0,49               |
| <b>Las comodidades del museo (asientos, guardarropa, etcétera)</b>          | 7.124    | 0,52               |
| <b>La señalización dentro del museo</b>                                     | 7.523    | 0,55               |
| <b>La información y explicaciones en las salas de exposición permanente</b> | 7.273    | 0,45               |
| <b>La comodidad para ver la piezas y leer los textos</b>                    | 7.611    | 0,37               |
| <b>El ambiente general creado en las salas de exposición</b>                | 7.597    | 0,67               |
| <b>El trato recibido por parte del personal de sala e información</b>       | 7.555    | 0,60               |

**Tabla 97**  
**Valoración de diferentes servicios**

|                          |                                                     |           |                          |           |                              |           |                     |           |                                    |           |                  |           |                         |           |                       |           |
|--------------------------|-----------------------------------------------------|-----------|--------------------------|-----------|------------------------------|-----------|---------------------|-----------|------------------------------------|-----------|------------------|-----------|-------------------------|-----------|-----------------------|-----------|
|                          | <b>¿Qué valoración otorgaría usted a ...? (1-7)</b> |           |                          |           |                              |           |                     |           |                                    |           |                  |           |                         |           |                       |           |
|                          | <b>Visita realizada</b>                             |           | <b>Horario del museo</b> |           | <b>Comodidades del museo</b> |           | <b>Señalización</b> |           | <b>Información y explicaciones</b> |           | <b>Comodidad</b> |           | <b>Ambiente general</b> |           | <b>Trato recibido</b> |           |
|                          | <b>Med</b>                                          | <b>Dt</b> | <b>Med</b>               | <b>Dt</b> | <b>Med</b>                   | <b>Dt</b> | <b>Med</b>          | <b>Dt</b> | <b>Med</b>                         | <b>Dt</b> | <b>Med</b>       | <b>Dt</b> | <b>Med</b>              | <b>Dt</b> | <b>Med</b>            | <b>Dt</b> |
| <b>América</b>           | 5,54                                                | 1,272     | 5,54                     | 1,565     | 4,93                         | 1,454     | 5,56                | 1,506     | 5,27                               | 1,689     | 4,99             | 1,672     | 5,11                    | 1,424     | 5,83                  | 1,394     |
| <b>Antropología</b>      | 5,31                                                | 1,405     | 5,65                     | 1,394     | 5,13                         | 1,489     | 5,16                | 1,497     | 5,16                               | 1,528     | 5,37             | 1,440     | 5,43                    | 1,458     | 5,91                  | 1,439     |
| <b>Sorolla</b>           | 6,02                                                | 1,088     | 5,61                     | 1,424     | 5,17                         | 1,408     | 5,51                | 1,419     | 5,35                               | 1,488     | 5,45             | 1,462     | 6,09                    | 1,212     | 6,05                  | 1,286     |
| <b>Artes Decorativas</b> | 5,21                                                | 1,391     | 4,79                     | 1,627     | 4,32                         | 1,639     | 4,60                | 1,712     | 4,40                               | 1,792     | 4,71             | 1,687     | 5,28                    | 1,476     | 5,49                  | 1,557     |
| <b>Traje</b>             | 5,77                                                | 1,220     | 5,55                     | 1,430     | 5,78                         | 1,343     | 5,20                | 1,641     | 5,37                               | 1,600     | 5,07             | 1,695     | 5,59                    | 1,541     | 6,02                  | 1,409     |
| <b>Arqueológico</b>      | 5,09                                                | 1,339     | 5,62                     | 1,272     | 5,17                         | 1,417     | 4,89                | 1,557     | 4,76                               | 1,602     | 5,00             | 1,525     | 5,35                    | 1,436     | 5,46                  | 1,431     |
| <b>Sefardí</b>           | 5,43                                                | 1,151     | 5,28                     | 1,405     | 5,22                         | 1,344     | 5,35                | 1,423     | 5,21                               | 1,531     | 5,21             | 1,495     | 5,53                    | 1,331     | 5,57                  | 1,404     |
| <b>Arte Romano</b>       | 6,18                                                | 0,958     | 5,56                     | 1,393     | 5,37                         | 1,447     | 5,67                | 1,342     | 5,60                               | 1,477     | 5,81             | 1,342     | 6,06                    | 1,222     | 6,19                  | 1,202     |
| <b>Altamira</b>          | 5,51                                                | 1,317     | 5,55                     | 1,347     | 5,32                         | 1,495     | 5,54                | 1,427     | 5,53                               | 1,551     | 5,53             | 1,448     | 5,59                    | 1,449     | 5,97                  | 1,418     |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 5,76                                                | 1,156     | 5,27                     | 1,410     | 4,69                         | 1,635     | 4,87                | 1,598     | 4,66                               | 2,116     | 5,09             | 1,682     | 5,91                    | 1,282     | 6,29                  | 1,112     |
| <b>San Gregorio</b>      | 6,06                                                | 0,986     | 5,59                     | 1,255     | 5,49                         | 1,279     | 5,78                | 1,182     | 5,60                               | 1,419     | 5,94             | 1,175     | 6,06                    | 1,054     | 6,26                  | 1,102     |
| <b>Cerámica</b>          | 5,63                                                | 1,348     | 5,34                     | 1,417     | 5,00                         | 1,540     | 4,85                | 1,720     | 4,91                               | 1,693     | 5,29             | 1,515     | 5,64                    | 1,488     | 5,65                  | 1,610     |
| <b>Total</b>             | 5,65                                                | 1,246     | 5,46                     | 1,401     | 5,28                         | 1,445     | 5,35                | 1,497     | 5,28                               | 1,587     | 5,38             | 1,508     | 5,70                    | 1,388     | 5,86                  | 1,402     |

**Tabla 98**  
**Porcentaje de intención de volver al museo por parte del visitante**

| ¿Piensa volver al museo en los próximos meses o años? | n     | %    |
|-------------------------------------------------------|-------|------|
| Probablemente sí                                      | 3.086 | 37,1 |
| Seguro que sí                                         | 2.858 | 34,3 |
| Probablemente no                                      | 1.742 | 20,9 |
| Seguro que no                                         | 406   | 4,9  |
| NC                                                    | 229   | 2,7  |

**Tabla 99**  
**Porcentaje de recomendación de la visita por parte del visitante**

| ¿Recomendaría usted la visita a este museo a otras personas? | n     | %    |
|--------------------------------------------------------------|-------|------|
| Sí                                                           | 7.660 | 92,1 |
| No lo sé                                                     | 332   | 4,0  |
| No                                                           | 118   | 1,4  |
| NC                                                           | 211   | 2,5  |

**Tabla 100**  
**Porcentaje de intención de volver al museo y de recomendación de la visita en cada uno de los museos del estudio**

|                          | ¿Piensa volver al museo en los próximos meses o años? |      |                  |      |                  |      |               |     |     |      | ¿Recomendaría usted la visita a este museo a otras personas? |      |     |     |          |     |     |      |
|--------------------------|-------------------------------------------------------|------|------------------|------|------------------|------|---------------|-----|-----|------|--------------------------------------------------------------|------|-----|-----|----------|-----|-----|------|
|                          | Seguro que Sí                                         |      | Probablemente Sí |      | Probablemente NO |      | Seguro que NO |     | NC  |      | Sí                                                           |      | No  |     | No lo sé |     | NC  |      |
|                          | n                                                     | %    | n                | %    | n                | %    | n             | %   | n   | %    | n                                                            | %    | n   | %   | n        | %   | n   | %    |
| <b>América</b>           | 131                                                   | 35,0 | 116              | 39,7 | 68               | 20,9 | 14            | 4,3 | 2   | 0,5  | 305                                                          | 91,9 | 4   | 1,2 | 18       | 5,4 | 5   | 1,5  |
| <b>Antropología</b>      | 115                                                   | 43,9 | 95               | 36,3 | 31               | 11,8 | 12            | 4,5 | 9   | 3,4  | 232                                                          | 88,5 | 4   | 1,5 | 15       | 5,7 | 11  | 4,2  |
| <b>Sorolla</b>           | 373                                                   | 52,8 | 251              | 35,5 | 66               | 9,3  | 9             | 1,3 | 8   | 1,2  | 698                                                          | 98,7 | 0   | 0,0 | 4        | 0,6 | 5   | 0,7  |
| <b>Artes Decorativas</b> | 56                                                    | 38,1 | 50               | 34,0 | 28               | 19,1 | 7             | 4,8 | 6   | 4,0  | 127                                                          | 87,0 | 5   | 3,4 | 8        | 5,5 | 6   | 4,1  |
| <b>Traje</b>             | 302                                                   | 50,2 | 204              | 33,9 | 75               | 12,5 | 12            | 2,1 | 8   | 1,4  | 574                                                          | 95,3 | 3   | 0,5 | 17       | 2,8 | 8   | 1,3  |
| <b>Arqueológico</b>      | 369                                                   | 44,3 | 265              | 31,8 | 135              | 16,2 | 43            | 5,1 | 22  | 2,7  | 739                                                          | 88,5 | 30  | 3,6 | 45       | 5,4 | 21  | 2,5  |
| <b>Sefardí</b>           | 371                                                   | 22,1 | 588              | 35,0 | 533              | 31,8 | 117           | 7,0 | 68  | 4,1  | 1.491                                                        | 88,9 | 21  | 1,3 | 113      | 6,7 | 52  | 3,1  |
| <b>Arte Romano</b>       | 399                                                   | 35,0 | 556              | 48,9 | 156              | 13,7 | 20            | 1,7 | 7   | 0,6  | 1.108                                                        | 97,4 | 2   | 0,2 | 22       | 1,9 | 6   | 0,5  |
| <b>Altamira</b>          | 367                                                   | 25,7 | 553              | 38,8 | 379              | 26,6 | 107           | 7,5 | 19  | 1,3  | 1.299                                                        | 91,1 | 44  | 3,1 | 55       | 3,9 | 28  | 2,0  |
| <b>Casa Cervantes</b>    | 20                                                    | 21,9 | 34               | 37,9 | 22               | 24,4 | 4             | 4,7 | 10  | 11,1 | 75                                                           | 83,3 | 0   | 0,0 | 6        | 6,7 | 9   | 10,0 |
| <b>San Gregorio</b>      | 122                                                   | 30,4 | 165              | 40,9 | 65               | 16,2 | 18            | 4,5 | 32  | 8,1  | 364                                                          | 90,3 | 0   | 0,0 | 10       | 2,5 | 29  | 7,2  |
| <b>Cerámica</b>          | 232                                                   | 33,0 | 210              | 29,7 | 183              | 26,0 | 43            | 6,0 | 37  | 5,3  | 649                                                          | 92,2 | 5   | 0,7 | 20       | 2,8 | 30  | 4,3  |
| <b>Total</b>             | 2.858                                                 | 34,3 | 3.086            | 37,1 | 1.742            | 20,9 | 406           | 4,9 | 229 | 2,7  | 7.661                                                        | 92,1 | 118 | 1,4 | 333      | 4,0 | 210 | 2,5  |



# El conocimiento de los museos y el flujo de visitantes

En este capítulo se explica el conocimiento que los visitantes tienen de los museos del Ministerio de Cultura y si los han visitado alguna vez o recientemente. También en qué medida es conocido y ha sido frecuentado cada museo por los visitantes de los restantes museos. Con estos datos se pretende verificar la notoriedad de los museos del Ministerio de Cultura, la frecuencia con la que son visitados por los mismos visitantes y también si existe un flujo espontáneo entre los museos, lo que daría lugar a un solapamiento de visitantes.

213

Museos más conocidos y visitados por los visitantes de todos los museos

Museos conocidos por los visitantes de cada uno de los museos

Museos visitados alguna vez por los visitantes de cada uno de los museos

Museos visitados en los últimos dos años por los visitantes de los museos

Conocimiento y flujo de visitantes entre los museos. Síntesis de resultados

Tablas de resultados



## Museos más conocidos y visitados por los visitantes de todos los museos

Al preguntarles sobre los museos que conocen, además del museo donde están, los visitantes de los museos del Ministerio de Cultura incluidos en esta investigación, destacan el Museo Arqueológico: el 50,9% de los visitantes dicen conocerlo, seguido del Museo del Greco y del Museo de Altamira, conocidos por el 43% y 42% de los visitantes.

En el siguiente nivel de notoriedad están el Museo Sefardí, el Museo de Arte Romano y el Museo Sorolla, conocidos por un porcentaje de visitantes que oscila entre el 37% y el 34%. Le siguen el Museo de Antropología, Museo de América y Museo del Traje, conocidos por, más o menos, la cuarta parte de los visitantes. Los restantes museos lo son tan sólo por una quinta parte o menos, si bien hay que tener en cuenta que algunos de ellos han permanecido durante cierto tiempo cerrados y otros aún lo están.

Aunque el museo más conocido es el Museo Arqueológico, son más conocidos algunos museos de fuera de Madrid que la mayor parte de los de Madrid, a pesar de que un porcentaje importante de visitantes de estos museos son madrileños. Entre los que están fuera de Madrid, los que tienen más notoriedad son los ubicados en Toledo (Museo del Greco y Museo Sefardí), Mérida (Museo de Arte Romano) y Santillana del

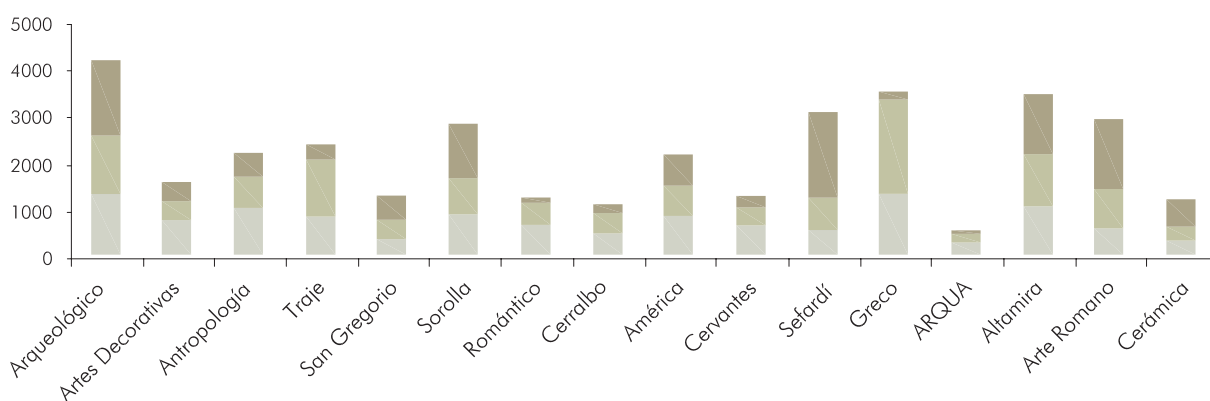
Mar, Cantabria (Museo de Altamira). Entre los que están en Madrid, los museos que tienen más notoriedad, después del Museo Arqueológico son, en primer lugar, el Museo Sorolla, seguido del Museo de Antropología, Museo de América y Museo del Traje.

El hecho de conocer o saber que existe un museo no implica necesariamente que se haya visitado. Por ello, son menores los porcentajes de visitantes que dicen haber estado en alguna ocasión en ellos que los que dicen conocerlos. Así, el museo más visitado alguna vez es también el Museo Arqueológico: el 34,5% de los visitantes dice haberlo hecho. Le siguen el Museo Sefardí (30,5%), el Museo de Altamira (28,6%), el Museo de Arte Romano (28,4%), el Museo del Greco (26,8%) y el Museo Sorolla (23,3%).

Tanto el Museo de América como el Museo de Antropología y el Museo del Traje han sido visitados alguna vez por porcentajes bastantes más bajos de visitantes (entre el 16% y el 14%), si bien es verdad que el último tiene bastante menos años de vida que los otros dos.

Por debajo de este nivel, están los museos menos conocidos y menos visitados: Museo de Artes Decorativas, Colegio de San Gregorio, Museo del Romanticismo, Museo Cerralbo, Casa Cervantes, Museo de Cerámica y, en último lugar, el Museo de Arqueología Subacuática.

Museos conocidos y visitados por los visitantes de museos



Lo conoce pero no lo ha visitado

Lo ha visitado alguna vez

Lo ha visitado en los últimos dos años

Si consideramos, más específicamente, aquellos museos que los visitantes dicen haber visitado en los últimos 2 años, hallamos que el museo más visitado en este periodo de tiempo es el Museo Sefardí (el 22% de todos los visitantes dice haberlo hecho) seguido del Museo Arqueológico (19,4%), el Museo de Arte Romano (18,3%), el Museo de Altamira (15,6%), el Museo Sorolla y el Museo de Antropología (14%).

Por último, el Museo del Traje y Museo de América, han sido visitados por el 10% y 8% de los visitantes, respectivamente, en los dos últimos años. Los museos menos visitados en los últimos 2 años son, por supuesto, aquellos que han permanecido cerrados en este periodo (Museo del Greco y Museo Cerralbo), aunque algunos de ellos hayan abierto sus puertas recientemente (Museo de Arqueología Subacuática y Museo del Romanticismo). Sin embargo, otros museos como la Casa de Cervantes, el Museo Nacional

de Artes Decorativas y el Museo Colegio de San Gregorio también han sido poco visitados en estos dos últimos años.

De las respuestas obtenidas, merece la pena destacar que tan sólo nueve museos del Ministerio de Cultura gozan del conocimiento de, al menos, la cuarta parte de los visitantes. Los visitados en alguna ocasión lo han sido por no más de la tercera parte de los mismos y el museo más visitado en los últimos 2 años lo ha sido por un 22% de los visitantes.

Hay seis museos que destacan sobre los otros por ser los que, en conjunto, más se conocen y, al mismo tiempo, más se han visitado alguna vez y más se han visitado en los 2 últimos años: el Museo Arqueológico, Museo Sefardí, Museo de Altamira, Museo de Arte Romano, Museo Sorolla y Museo de América. Otros, aunque son muy conocidos, o bien no se han visitado nunca o bien no aparecen como visitados en los últimos 2 años.

#### Museos más conocidos y visitados por los visitantes de museos

| Museos más conocidos              | Museos más visitados alguna vez   | Museos más visitados en 2 últimos años |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------|
| <b>Museo Arqueológico (51%)</b>   |                                   |                                        |
| Museo del Greco (43%)             |                                   |                                        |
| <b>Museo de Altamira (42%)</b>    |                                   |                                        |
| <b>Museo Sefardí (37,5%)</b>      | <b>Museo Arqueológico (34,5%)</b> |                                        |
| <b>Museo de Arte Romano (36%)</b> | <b>Museo Sefardí (30,5%)</b>      |                                        |
| <b>Museo Sorolla (34,3%)</b>      |                                   |                                        |
| Museo de Antropología (27%)       | <b>Museo de Arte Romano (28%)</b> | <b>Museo Sefardí (22%)</b>             |
| <b>Museo de América (26%)</b>     | <b>Museo de Altamira (28,6%)</b>  |                                        |
| Museo del Traje (25%)             | Museo del Greco (26,5%)           |                                        |
|                                   | <b>Museo Sorolla (23%)</b>        |                                        |
|                                   | <b>Museo de América (16%)</b>     | <b>Museo Arqueológico (19%)</b>        |
|                                   | Museo de Antropología (14%)       | <b>Museo de Arte Romano (18%)</b>      |
|                                   | Museo del Traje (14%)             | <b>Museo de Altamira (15,5%)</b>       |
|                                   |                                   | <b>Museo Sorolla (14%)</b>             |
|                                   |                                   | Museo del Traje (10%)                  |
|                                   | Museo de Artes Decorativas (9,9%) | <b>Museo de América (7,9%)</b>         |
|                                   |                                   | Museo del Greco (7,8%)                 |
|                                   |                                   | Colegio de S. Gregorio (6%)            |
|                                   |                                   | Museo de Antropología (6%)             |

En negrita: museos más conocidos, más visitados alguna vez y más visitados en los últimos 2 años, al mismo tiempo.



## Museos conocidos por los visitantes de cada uno de los museos

Si analizamos los museos que conocen los visitantes de cada uno de los museos, hallamos que un porcentaje muy alto de visitantes de los museos de Madrid conoce el Museo Arqueológico: casi el 70% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas, Museo del Traje, Museo Sorolla y Museo de América, así como casi un 60% de los visitantes del Museo de Antropología. Su conocimiento se extiende fuera de Madrid y vuelve a ser el más conocido por parte de casi el 50% de los visitantes del Museo de Arte Romano y un porcentaje algo menor (38%) de los visitantes del Museo de Altamira, aunque posiblemente no sea ajeno a este conocimiento el hecho de que un número importante de visitantes de estos museos sea madrileño, como acabamos de decir.

En cambio, la mayor parte de los visitantes del Museo Arqueológico no conoce los restantes museos del Ministerio de Cultura ya que tan sólo poco más de un tercio conoce el Museo del Greco, Museo Sorolla, Museo de América, Museo de Altamira y Museo de Antropología. Más o menos una cuarta parte conoce el Museo de Arte Romano, el Museo Sefardí y el Museo del Traje. Los restantes museos de Madrid, y de fuera de Madrid, son conocidos por menos de la cuarta parte de los visitantes del Museo Arqueológico.

De igual modo, los visitantes del Museo de Antropología destacan, entre los de los museos madrileños, por ser los que menos conocen otros museos. Exceptuando el Museo Arqueológico, que menciona algo más de la mitad de los visitantes, los restantes museos son conocidos tan sólo por la tercera parte de sus visitantes, de cuyas respuestas resulta que los más conocidos para ellos son: Museo Sorolla, Museo de América y Museo del Greco.

Los visitantes del Museo de Artes Decorativas y los del Museo del Traje se parecen bastante en cuanto al orden y distribución de frecuencias de los museos que más conocen: así, al Museo Arqueológico lo conocen casi el 70% de los visitantes; al Museo Sorolla y Museo del Greco, casi el 50%; al Museo de América y Museo de Antropología, casi el 40% de los visitantes de ambos museos. En cambio, difieren ligeramente en cuanto al conocimiento que los visitantes de un museo tienen del otro: más visitantes del Museo de Artes Decorativas conocen el Museo del Traje

(37,6%) que visitantes del Museo del Traje conocen el Museo de Artes Decorativas (31,9%).

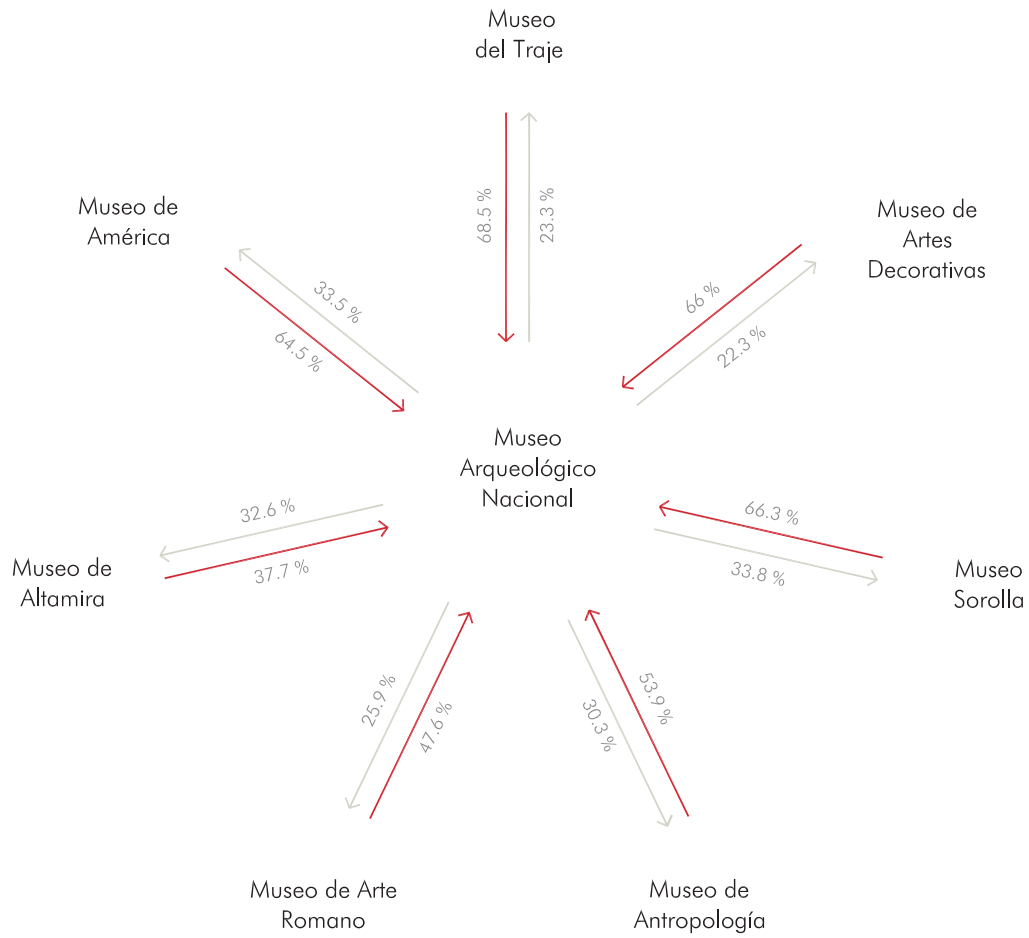
También los visitantes del Museo de Altamira y Museo de Arte Romano arrojan resultados muy parecidos en cuanto a la ordenación de los museos en función del conocimiento que tienen de ellos, aunque el conocimiento sea mayor entre los visitantes del Museo de Arte Romano que entre los del Museo de Altamira. Así, los museos más conocidos por los visitantes de ambos son el Museo Arqueológico y el Museo del Greco, aunque los porcentajes de visitantes que los conocen difieran: el 37% de los del primero y casi el 50% de los visitantes del segundo. En tercer lugar, los visitantes del Museo de Altamira (24%) mencionan el Museo de Arte Romano y los visitantes de éste, el Museo de Altamira (42%). A estos sigue un grupo de museos que mencionan los visitantes de ambos museos, aunque con diferentes porcentajes: Museo Sefardí, Museo de Antropología, Museo Sorolla y Museo de América.

En cuanto a los visitantes del Museo Sorolla, casi el 70% de sus visitantes conocen el Museo Arqueológico, seguido por el Museo del Greco (lo mencionan el 55% de los visitantes) y el Museo de Altamira (conocido por algo más del 40% de los visitantes). Por último, el 30% conoce el Museo de Arte Romano, Museo del Traje, Museo Sefardí, Museo de Antropología y Museo de América.

A su vez, entre los visitantes del Museo de Cerámica y el Museo Sefardí se da también cierta afinidad en cuanto al orden en que son conocidos los museos, aunque difieran ligeramente los valores. Los visitantes de ambos museos mencionan, en el mismo orden, el Museo del Greco, Museo Arqueológico, Museo de Altamira, Museo Sorolla y Museo de Arte Romano, aunque el porcentaje de visitantes que los mencionan sea un 10% mayor en el Museo Sefardí que en el de Cerámica. Otra diferencia a destacar es que, mientras la cuarta parte de los visitantes del Museo de Cerámica conoce el Museo Sefardí, tan sólo el 10% de los visitantes del Museo Sefardí conoce el Museo de Cerámica.

Los visitantes de los dos museos de Valladolid (Casa de Cervantes y Colegio de San Gregorio) comparten la distribución de conocimiento de los museos con la diferencia lógica de que el primer lugar en el conocimiento de los visitantes del Colegio de San Gregorio lo ocupa Casa Cervantes y a la inversa en el caso de los visitantes de este museo. Por lo demás el orden de los

Red de museos conocidos en torno al Museo Arqueológico



museos más mencionados es el mismo en ambos museos: Museo Arqueológico, Museo de Altamira, Museo del Greco, Museo Sorolla y Museo de Arte Romano.

Con la intención de conocer de qué museos son los visitantes que más museos conocen y la importancia porcentual de este conocimiento, se han registrado los museos en los que el conocimiento de cada uno de los museos se representa

con valores más altos. De este análisis ha resultado que los visitantes de determinados museos destacan por su conocimiento de los restantes museos del Ministerio de Cultura. Son los que aparecen reiteradamente en la columna de la derecha, es decir, los del Museo del Traje, Museo de Artes Decorativas y Museo Sorolla. Los visitantes de estos museos son los que más conocen los restantes museos.

**Conocimiento por parte de los visitantes de otros museos de cada uno de los museos participantes en el estudio**

| Conocimiento de este museo | Por visitantes de otros museos                                                                                                             | Conocimiento de este museo           | Por visitantes de otros museos                                                                              |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Museo de América           | Museo del Traje (45%)<br>Museo de Artes Decorativas (40%)                                                                                  | <b>Museo Colegio de San Gregorio</b> | <b>Museos Casa Cervantes (60%)</b><br>Museo de Artes Decorativas (21%)                                      |
| <b>Museo Arqueológico</b>  | <b>Museo del Traje (68,5%)</b><br><b>Museo Sorolla (66%)</b><br><b>Museo de Artes Decorativas (66%)</b><br><b>Museo de América (64,5%)</b> | Museo de Arte Romano                 | Museo Sorolla (34%)<br>Museo del Traje (32%)                                                                |
| Museo de Artes Decorativas | Museo del Traje (32%)<br>Museo Sorolla (25%)<br>Museo de América (23%)<br>Museo de Antropología (23%)                                      | <b>Museo Casa de Cervantes</b>       | <b>Museo Colegio San Gregorio (80%)</b><br>Museo Arte Romano (20%)                                          |
| Museo de Antropología      | Museo del Traje (40%)<br>Museo de Artes Decorativas (40%)<br>Museo de América (36,5%)                                                      | Museo Sefardí                        | Museo Sorolla (40%)<br>Museo Arte Romano (30%)<br>Museo de Artes Decorativas (29%)<br>Museo del Traje (29%) |
| Museo del Traje            | Museo de Artes Decorativas (37%)<br>Museo Sorolla (34%)<br>Museo de América (30%)                                                          | <b>Museo del Greco</b>               | <b>Museo Sorolla (56,5%)</b><br>Museo Sefardí (49%)                                                         |
| <b>Museo Sorolla</b>       | <b>Museo del Traje (51%)</b><br><b>Museo de Artes Decorativas (50%)</b>                                                                    | Arqueología Subacuática              | Museo del Traje (11%)<br>Museo de Artes Decorativas (9%)                                                    |
| Museo del Romanticismo     | Museo de Artes Decorativas (32%)<br>Museo Sorolla (25%)<br>Museo del Traje (25%)                                                           | Museo de Altamira                    | Museo Sorolla (42%)<br>Museo de Arte Romano (42%)<br>Museo del Traje (40,5%)                                |
| Museo Cerralbo             | Museo de Artes Decorativas (33,5%)<br>Museo del Traje (27,5%)                                                                              | Museo de Cerámica                    | Museo de Artes Decorativas (18%)<br>Museo del Traje (15%)                                                   |

En negrita: porcentajes más altos de visitantes que dicen conocer cada museo.

## Museos visitados alguna vez por los visitantes de cada uno de los museos

Conocer un museo, es decir, haber oído hablar de él o saber que existe, no significa necesariamente que se tenga consciencia de haberlo visitado en alguna ocasión, aunque sea remota. De ahí que los porcentajes de visitantes que, aunque conozcan un museo, dicen haberlo visitado alguna vez son mucho más bajos. En concreto, el Museo Arqueológico ha sido visitado por el 46,1% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas, el 42,2% de los del Museo de América, el 49% de los del Museo del Traje, el 37,5% de los del Museo de Antropología y por el 43,1% de los del Museo Sorolla.

El Museo de Antropología, Museo del Traje, Museo Sorolla y Museo del Romanticismo han sido visitados en los últimos dos años sobre todo por los visitantes del Museo de Artes Decorativas (entre el 20% y un 12%).

En cuanto al Museo de América, son los visitantes del Museo del Traje (28,7%), seguidos de los del Museo de Artes Decorativas (25,3%) los que más lo han visitado; al Museo Sefardí, los del Museo Sorolla (25,8%) y Museo de Artes Decorativas (20,8%); y, por último, al Museo del Greco, los visitantes del Museo Sorolla (43,1%) y Museo de Artes Decorativas (32,6%).

De igual modo, los visitantes del Colegio de San Gregorio son mejores visitantes que los de la Casa de Cervantes en la medida en que el 80% de aquellos han visitado ésta y tan sólo el 38,9% de ésta ha visitado aquél.

La visita a los restantes museos por parte de los encuestados registra valores por debajo del 10%.

A su vez, los visitantes de todos los museos han visitado alguna vez los restantes museos del Ministerio de Cultura en porcentajes que oscilan entre el 50% (visitantes del Museo del Traje que han visitado alguna vez el Museo Arqueológico) y el 0,1% (visitantes de Casa Cervantes, Colegio de San Gregorio y Museo de Artes Decorativas que han visitado el Museo de Arqueología Subacuática). En la distribución de frecuencias, hay museos como el citado de Arqueología Subacuática, Museo de Cerámica, Museo del Romanticismo y Museo Cerralbo que suelen presentar los valores más bajos, mientras que repiten con los más altos el Museo Arqueológico, Museo del Greco, Museo Sorolla, Museo de Altamira, Museo Sefardí y Museo de Arte Romano.

## Museos visitados en los últimos dos años por los visitantes de los museos

Una parte mucho menor de visitantes es la que ha visitado los museos en los dos últimos años. Si bien, debe tenerse en cuenta que aunque éstos forman parte a su vez de los que han visitado los museos alguna vez en su vida, aquí se han considerado los porcentajes sobre el total de visitantes y no sólo sobre los últimos.

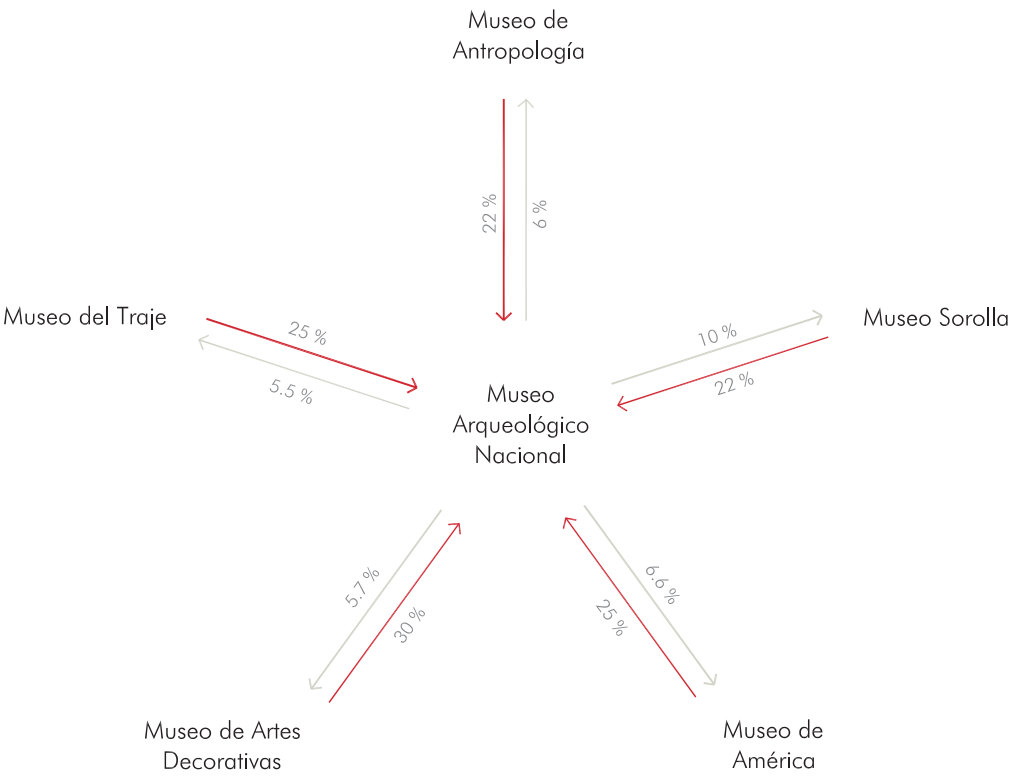
Entre los museos de Madrid, cabe destacar que el 30% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas ha visitado en este periodo el Museo Arqueológico, al igual que el 25% de los visitantes del Museo del Traje y el 22% el Museo Sorolla. También el 22% de los visitantes del Museo de Antropología y el 25% del Museo de América han visitado el Museo Arqueológico.

En definitiva, entre el 20% y el 25% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas, Museo del Traje, Museo Sorolla, Museo de Antropología y Museo de América han visitado el Museo Arqueológico en los 2 últimos años, mientras que tan sólo el 10% de los visitantes del Museo Arqueológico ha visitado el Museo Sorolla y menos aún los restantes museos. Estos resultados permiten hablar de un escaso intercambio de visitantes entre los museos madrileños. El flujo de visitantes entre los museos madrileños parece que tiende a iniciarse en el Museo Arqueológico porque son pocos los visitantes que han frecuentado otros museos en los 2 últimos años.

El flujo de visitantes entre los museos de fuera de Madrid es mucho más reducido. Los valores más elevados de visitantes que han estado en otro museo de los incluidos en el estudio, se refieren a los visitantes del Colegio de San Gregorio: el 80% ha visitado en los 2 últimos años el Museo Casa de Cervantes, aunque tan sólo el 22% de los visitantes del este museo ha visitado el Colegio de San Gregorio. Por ello, aunque es evidente que hay un flujo entre ambos museos de Valladolid es obvio que el sentido del flujo es más favorable para el Museo Casa de Cervantes que para el Colegio de San Gregorio.

Los visitantes de los restantes museos de fuera de Madrid que han visitado otros museos en los 2 últimos años están representados con valores más bajos, lo que parece apuntar a un escaso flujo de visitantes entre ellos. Curiosamente, aparece el Museo del Greco como museo más visitado en los 2 últimos años por los visitantes de otros museos como el Museo de Arte Romano,

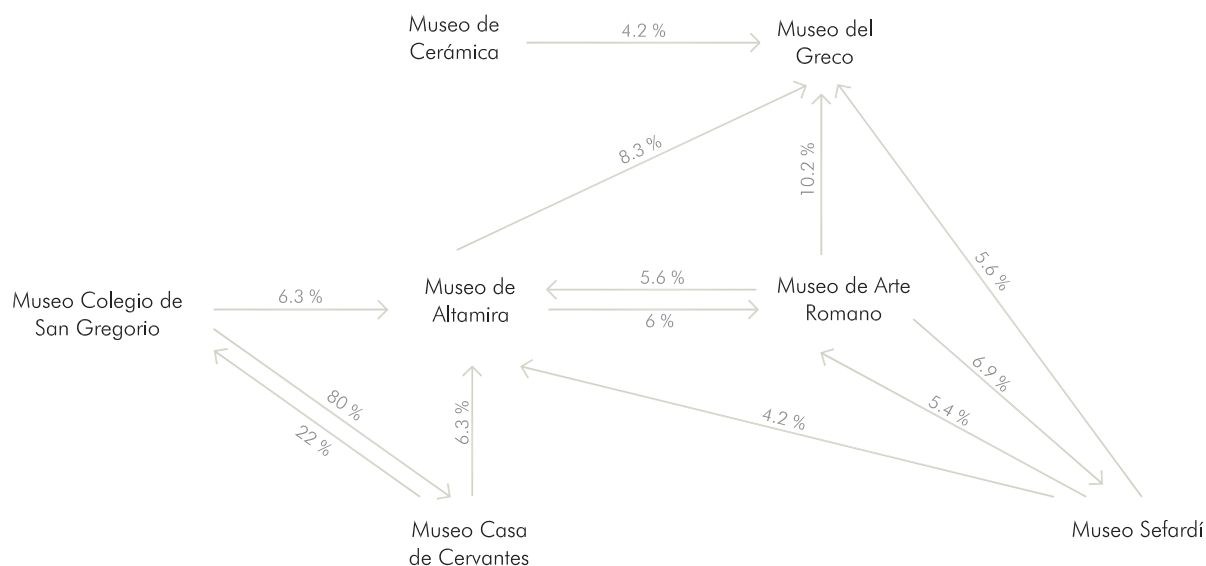
Flujo de visitantes entre el Museo Arqueológico Nacional y otros museos de Madrid



Visitantes del Museo Arqueológico que han visitado en los dos últimos años otros museos de Madrid

Visitantes del resto de museos de Madrid que han visitado en los dos últimos años el Museo Arqueológico

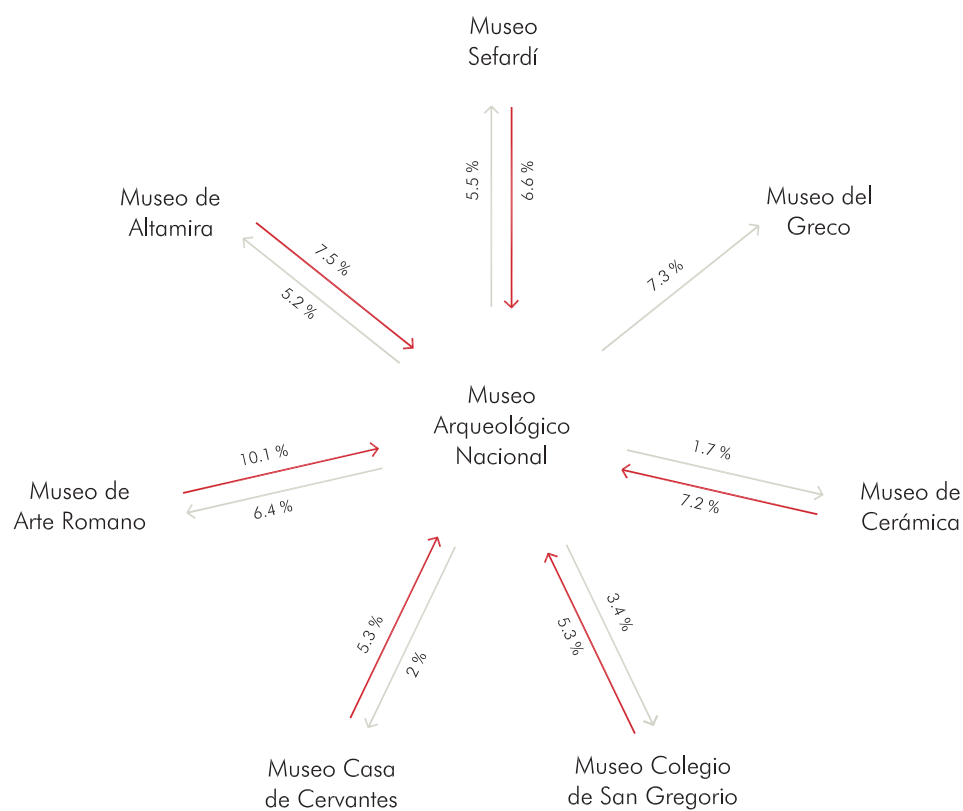
## Flujo de visitantes entre los museos de fuera de Madrid en los dos últimos años



el Museo de Altamira, el Museo Sefardí o el de Cerámica, a pesar de llevar cerrado desde 2008. Sin embargo, debe señalarse que todos los museos de fuera de Madrid mantienen cierto flujo de visitantes con algunos museos de la capital, especialmente con el Museo Arqueológico Nacional. Así, el 7,3% de los visitantes de este museo ha visitado en los 2 últimos años el Museo del Greco en Toledo, el 6,4% el Museo de Arte

Romano en Mérida, el 5,5% el Museo Sefardí en Toledo y el 5,2% el Museo de Altamira. Al mismo tiempo, un porcentaje similar pero algo más alto de visitantes de estos museos ha visitado el Museo Arqueológico en estos últimos años: el 10% de los visitantes del Museo de Arte Romano en Mérida, el 7,5% del Museo de Altamira en Cantabria, el 7,2% del Museo de Cerámica en Valencia o el 6,6% del Museo Sefardí en Toledo.

Flujo de visitantes entre el Museo Arqueológico Nacional y los museos de fuera de Madrid



Visitantes del Museo Arqueológico que han visitado en los dos últimos años otros museos de fuera de Madrid

Visitantes de los museos de fuera de Madrid que han visitado en los dos últimos años el Museo Arqueológico

## Conocimiento y flujo de visitantes entre los museos.

### Síntesis de resultados

La conclusión más importante que puede obtenerse del análisis efectuado es que el nivel de conocimiento que tienen los visitantes sobre los diferentes museos incluidos en el estudio y pertenecientes al Ministerio de Cultura, es muy superficial. Sólo nueve museos son identificados como conocidos por, al menos, la cuarta parte de los visitantes. Menos de la tercera parte de los visitantes totales ha visitado alguna vez otro museo que no sea en el que se le está realizando la encuesta y el museo más visitado en los últimos 2 años lo ha sido por un 22% de los visitantes. Es decir, la mayoría de los visitantes que van a los museos investigados desconocen la existencia de otros museos.

El museo más conocido por todos los visitantes es el Museo Arqueológico Nacional, entre el 50% y el 70% de los visitantes del resto de los museos de Madrid y entre el 40% y el 50% de los museos de fuera, conocen este museo. Sin embargo, una buena parte de sus visitantes desconocen estos museos. Es evidente que las personas que visitan el Museo Arqueológico poseen poco o ningún conocimiento de otros museos nacionales. Aumentar y promover el conocimiento del resto de los museos a través del Museo Arqueológico parece, pues, una tarea pendiente y una oportunidad de llegar a públicos que ya son visitantes de este museo y, por lo tanto, pueden estar más dispuestos a visitar otros museos.

En la notoriedad o conocimiento de los museos del Ministerio de Cultura no parece influir su localización, contenidos, dimensiones y tipología, porque entre los museos más conocidos y visitados por los visitantes, algunos se hallan en Madrid (Museo Arqueológico, Museo Sorolla y Museo de América), pero otros, como el Museo del Greco, Museo de Altamira, Museo Sefardí y Museo de Arte Romano, son igual o más conocidos y/o visitados que la mayor parte de los de la capital.

El conocimiento por parte del público de la existencia de los museos no implica que se haya visitado en alguna ocasión. Considerando el porcentaje de visitantes que afirman haber visitado en alguna ocasión algunos de los museos incluidos en este estudio, obtenemos que el museo más visitado es nuevamente el Museo Arqueológico, ya que la tercera parte de los visitantes dice haber estado en él alguna vez, aunque sólo el 19% de los visitantes afirma haberlo visitado en los últimos 2 años. Por su parte, el Museo Sefardí ha sido algo menos visitado que el Museo Arqueológico, pero más visitado en los últimos 2 años, lo cual parece lógico si se piensa que este último museo es el que tiene un mayor número de visitantes, de todos los que participan en este estudio, según las estadísticas del Ministerio de Cultura.

De los datos obtenidos se puede inferir el flujo de visitantes entre unos museos y otros en los 2 últimos años, así como establecer el funcionamiento de ciertos circuitos museísticos que podrían servir de base para una política de promoción. Es decir, los visitantes reales de cada museo son los visitantes potenciales de los otros. Sirva como ejemplo lo que ocurre con los visitantes del Museo Arqueológico Nacional que, una vez han visitado este museo, se dividen espontáneamente y visitan preferentemente determinados museos de Madrid, de manera que el 30% de los visitantes del Museo de Artes Decorativas, el 25% del Museo de América, el 22% del Museo Sorolla y Museo del Traje, y el 22% del Museo de Antropología lo han visitado anteriormente. Parece, por tanto, que el Museo Arqueológico puede ser el lugar idóneo para fomentar este comportamiento, que de



momento se da escasa y espontáneamente, dando la información pertinente y promocionando la visita al resto de los museos de Madrid. De igual modo se puede actuar en cada museo para que sus visitantes se animen a visitar los restantes.

De la misma forma, promocionar el Colegio de San Gregorio en el Museo Casa de Cervantes parece lógico si consideramos que tan sólo el 39% de este último museo había visitado previamente el primero y sólo un 21,6% había estado en él en los últimos 2 años, mientras que casi el 80% del público del Colegio de San Gregorio había visitado previamente la Casa de Cervantes.

En cuanto al resto de los museos de fuera de Madrid (Museo del Greco, Museo Sefardí, Museo de Altamira, Museo de Arte Romano, Museo de Cerámica y Museo de Arqueología Subacuática) parecen existir pocos vínculos entre sus visitantes. La situación descrita denota una red de museos poco cohesionada, porque, aunque está integrada por museos conocidos por el público, no parece existir relación entre sus visitantes.

Los beneficios de esta coordinación no serían pocos. La marca y su imagen gráfica facilitaría la publicidad de los museos y ésta daría más visibilidad a cada uno de ellos. Cada museo se convertiría en un emisor de publicidad y sería beneficiario de la publicidad realizada por los otros. Los visitantes de cada museo serían potenciales visitantes de los otros y se les facilitaría el reconocimiento de los museos restantes.

## Tablas de resultados

**Tabla 101**  
Conocimiento de los museos del estudio por parte de los visitantes

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 4.236     | 50,9 | 2.874                     | 34,5 | 1.613                                  | 19,4 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 1.635     | 19,7 | 827                       | 9,9  | 407                                    | 4,9  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 2.256     | 27,1 | 1.190                     | 14,3 | 511                                    | 6,1  |
| Museo del Traje                                                                          | 2.085     | 25,1 | 1.187                     | 14,3 | 861                                    | 10,3 |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 1.323     | 15,9 | 908                       | 10,9 | 525                                    | 6,3  |
| Museo Sorolla                                                                            | 2.854     | 34,3 | 1.943                     | 23,3 | 1.176                                  | 14,1 |
| Museo Romántico                                                                          | 1.287     | 15,5 | 601                       | 7,2  | 123                                    | 1,5  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 1.130     | 13,6 | 614                       | 7,4  | 188                                    | 2,3  |
| Museo de América                                                                         | 2.192     | 26,3 | 1.319                     | 15,9 | 654                                    | 7,9  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 1.308     | 15,7 | 625                       | 7,5  | 247                                    | 3,0  |
| Museo Sefardí                                                                            | 3.121     | 37,5 | 2.541                     | 30,5 | 1.838                                  | 22,1 |
| Museo del Greco                                                                          | 3.578     | 43,0 | 2.232                     | 26,8 | 188                                    | 2,3  |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 593       | 7,1  | 278                       | 3,3  | 85                                     | 1,0  |
| Museo de Altamira                                                                        | 3.496     | 42,0 | 2.384                     | 28,6 | 1.299                                  | 15,5 |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 2.992     | 36,0 | 2.363                     | 28,4 | 1.524                                  | 18,3 |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 1.268     | 15,2 | 911                       | 11,0 | 593                                    | 7,1  |

225

**Tabla 102**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo de América

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 214       | 64,6 | 140                       | 42,2 | 84                                     | 25,3 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 79        | 23,9 | 43                        | 13,0 | 21                                     | 6,4  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 122       | 36,8 | 61                        | 18,5 | 33                                     | 9,8  |
| Museo del Traje                                                                          | 103       | 30,9 | 52                        | 15,8 | 35                                     | 10,5 |
| Museo Sorolla                                                                            | 116       | 35,1 | 78                        | 23,6 | 42                                     | 12,6 |
| Museo Romántico                                                                          | 62        | 18,7 | 33                        | 9,9  | 5                                      | 1,4  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 65        | 19,5 | 38                        | 11,4 | 12                                     | 3,5  |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 38        | 11,5 | 22                        | 6,5  | 7                                      | 2,1  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 42        | 12,8 | 15                        | 4,5  | 10                                     | 3,0  |
| Museo Sefardí                                                                            | 75        | 22,5 | 44                        | 13,3 | 24                                     | 7,2  |
| Museo del Greco                                                                          | 124       | 37,4 | 77                        | 23,2 | 22                                     | 6,7  |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 20        | 6,1  | 12                        | 3,6  | 8                                      | 2,3  |
| Museo de Altamira                                                                        | 85        | 25,6 | 48                        | 14,4 | 18                                     | 5,4  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 73        | 21,9 | 49                        | 14,9 | 18                                     | 5,4  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 29        | 8,7  | 14                        | 4,2  | 5                                      | 1,5  |

**Tabla 103**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo de Antropología

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 141       | 53,9 | 98                        | 37,5 | 58                                     | 22,0 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 62        | 23,5 | 37                        | 14,0 | 19                                     | 7,2  |
| Museo del Traje                                                                          | 58        | 22,3 | 31                        | 11,7 | 19                                     | 7,4  |
| Museo Sorolla                                                                            | 92        | 35,2 | 62                        | 23,6 | 29                                     | 11,1 |
| Museo Romántico                                                                          | 51        | 19,6 | 22                        | 8,2  | 6                                      | 2,1  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 43        | 16,4 | 28                        | 10,6 | 10                                     | 4,0  |
| Museo de América                                                                         | 81        | 31,0 | 48                        | 18,3 | 26                                     | 9,8  |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 25        | 9,4  | 14                        | 5,2  | 5                                      | 1,8  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 32        | 12,4 | 13                        | 4,9  | 4                                      | 1,7  |
| Museo Sefardí                                                                            | 54        | 20,5 | 34                        | 12,9 | 11                                     | 4,4  |
| Museo del Greco                                                                          | 81        | 30,9 | 52                        | 19,9 | 14                                     | 5,3  |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 20        | 7,5  | 4                         | 1,6  | 3                                      | 1,0  |
| Museo de Altamira                                                                        | 63        | 23,9 | 28                        | 10,8 | 8                                      | 3,2  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 59        | 22,4 | 37                        | 14,3 | 10                                     | 3,7  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 25        | 9,4  | 10                        | 4,0  | 2                                      | 0,6  |

**Tabla 104**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo Sorolla

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 469       | 66,3 | 305                       | 43,1 | 150                                    | 21,2 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 176       | 24,9 | 86                        | 12,2 | 32                                     | 4,5  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 240       | 33,9 | 120                       | 16,9 | 50                                     | 7,1  |
| Museo del Traje                                                                          | 242       | 34,3 | 108                       | 15,3 | 66                                     | 9,4  |
| Museo Romántico                                                                          | 184       | 26,0 | 81                        | 11,5 | 21                                     | 2,9  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 147       | 20,8 | 76                        | 10,7 | 23                                     | 3,2  |
| Museo de América                                                                         | 235       | 33,2 | 132                       | 18,7 | 50                                     | 7,1  |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 99        | 14,0 | 61                        | 8,6  | 21                                     | 3,0  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 85        | 12,0 | 47                        | 6,6  | 19                                     | 2,6  |
| Museo Sefardí                                                                            | 240       | 33,9 | 183                       | 25,8 | 77                                     | 10,9 |
| Museo del Greco                                                                          | 400       | 56,6 | 305                       | 43,1 | 95                                     | 13,4 |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 44        | 6,3  | 24                        | 3,4  | 7                                      | 0,9  |
| Museo de Altamira                                                                        | 297       | 42,0 | 171                       | 24,2 | 36                                     | 5,1  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 243       | 34,3 | 169                       | 23,9 | 52                                     | 7,4  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 86        | 12,2 | 53                        | 7,6  | 21                                     | 2,9  |

**Tabla 105**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo de Artes Decorativas

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 97        | 66,0 | 68                        | 46,1 | 44                                     | 30,0 |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 58        | 39,7 | 36                        | 24,5 | 18                                     | 12,5 |
| Museo del Traje                                                                          | 55        | 37,6 | 33                        | 22,2 | 26                                     | 17,6 |
| Museo Sorolla                                                                            | 73        | 49,9 | 52                        | 35,1 | 30                                     | 20,7 |
| Museo Romántico                                                                          | 47        | 31,9 | 28                        | 18,8 | 7                                      | 4,7  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 49        | 33,6 | 29                        | 19,7 | 8                                      | 5,4  |
| Museo de América                                                                         | 59        | 40,0 | 37                        | 25,3 | 17                                     | 11,2 |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 32        | 21,8 | 19                        | 13,0 | 8                                      | 5,6  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 19        | 13,2 | 10                        | 6,7  | 3                                      | 1,8  |
| Museo Sefardí                                                                            | 43        | 29,3 | 31                        | 20,8 | 15                                     | 10,3 |
| Museo del Greco                                                                          | 70        | 47,4 | 48                        | 32,6 | 16                                     | 10,8 |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 14        | 9,3  | 3                         | 1,7  | 1                                      | 0,5  |
| Museo de Altamira                                                                        | 46        | 31,0 | 26                        | 17,5 | 7                                      | 4,5  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 42        | 28,7 | 29                        | 20,0 | 11                                     | 7,3  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 27        | 18,3 | 17                        | 11,2 | 8                                      | 5,3  |

**Tabla 106**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo del Traje

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 412       | 68,5 | 295                       | 49,0 | 147                                    | 24,4 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 192       | 31,9 | 119                       | 19,7 | 59                                     | 9,8  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 239       | 39,8 | 121                       | 20,2 | 52                                     | 8,7  |
| Museo Sorolla                                                                            | 311       | 51,7 | 219                       | 36,3 | 116                                    | 19,3 |
| Museo Romántico                                                                          | 152       | 25,4 | 87                        | 14,4 | 27                                     | 4,5  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 166       | 27,6 | 96                        | 16,0 | 34                                     | 5,7  |
| Museo de América                                                                         | 271       | 45,0 | 173                       | 28,7 | 76                                     | 12,6 |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 112       | 18,6 | 74                        | 12,3 | 28                                     | 4,6  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 99        | 16,5 | 45                        | 7,5  | 14                                     | 2,4  |
| Museo Sefardí                                                                            | 175       | 29,0 | 109                       | 18,2 | 45                                     | 7,5  |
| Museo del Greco                                                                          | 292       | 48,5 | 209                       | 34,7 | 58                                     | 9,7  |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 67        | 11,2 | 26                        | 4,4  | 18                                     | 3,0  |
| Museo de Altamira                                                                        | 244       | 40,6 | 146                       | 24,3 | 35                                     | 5,8  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 191       | 31,8 | 129                       | 21,5 | 35                                     | 5,8  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 93        | 15,4 | 57                        | 9,4  | 16                                     | 2,7  |

**Tabla 107**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo Arqueológico Nacional

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 186       | 22,3 | 94                        | 11,2 | 48                                     | 5,7  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 253       | 30,3 | 130                       | 15,5 | 50                                     | 6,0  |
| Museo del Traje                                                                          | 195       | 23,3 | 90                        | 10,8 | 49                                     | 5,8  |
| Museo Sorolla                                                                            | 282       | 33,8 | 182                       | 21,8 | 87                                     | 10,4 |
| Museo Romántico                                                                          | 154       | 18,4 | 80                        | 9,6  | 16                                     | 1,9  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 156       | 18,7 | 90                        | 10,8 | 26                                     | 3,1  |
| Museo de América                                                                         | 279       | 33,5 | 155                       | 18,5 | 55                                     | 6,6  |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 111       | 13,3 | 69                        | 8,3  | 28                                     | 3,4  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 91        | 10,9 | 48                        | 5,8  | 16                                     | 2,0  |
| Museo Sefardí                                                                            | 195       | 23,4 | 135                       | 16,2 | 46                                     | 5,5  |
| Museo del Greco                                                                          | 330       | 39,6 | 232                       | 27,8 | 61                                     | 7,3  |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 64        | 7,7  | 31                        | 3,7  | 11                                     | 1,4  |
| Museo de Altamira                                                                        | 272       | 32,6 | 156                       | 18,6 | 44                                     | 5,2  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 216       | 25,9 | 151                       | 18,1 | 53                                     | 6,4  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 76        | 9,1  | 40                        | 4,8  | 14                                     | 1,7  |

**Tabla 108**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo Sefardí

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|-----|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %   |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 683       | 40,8 | 350                       | 20,9 | 110                                    | 6,6 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 275       | 16,4 | 89                        | 5,3  | 26                                     | 1,5 |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 316       | 18,9 | 107                       | 6,4  | 22                                     | 1,3 |
| Museo del Traje                                                                          | 279       | 16,7 | 81                        | 4,8  | 34                                     | 2,0 |
| Museo de América                                                                         | 305       | 18,2 | 132                       | 7,9  | 37                                     | 2,2 |
| Museo Romántico                                                                          | 184       | 11,0 | 73                        | 4,4  | 11                                     | 0,6 |
| Museo Cerralbo                                                                           | 139       | 8,3  | 74                        | 4,4  | 20                                     | 1,2 |
| Museo Sorolla                                                                            | 395       | 23,5 | 194                       | 11,6 | 52                                     | 3,1 |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 161       | 9,6  | 93                        | 5,6  | 32                                     | 1,9 |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 209       | 12,5 | 93                        | 5,5  | 25                                     | 1,5 |
| Museo del Greco                                                                          | 822       | 49,0 | 347                       | 20,7 | 93                                     | 5,6 |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 110       | 6,6  | 62                        | 3,7  | 18                                     | 1,1 |
| Museo de Altamira                                                                        | 548       | 32,7 | 326                       | 19,5 | 70                                     | 4,2 |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 391       | 23,3 | 262                       | 15,6 | 90                                     | 5,4 |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 195       | 11,7 | 121                       | 7,2  | 41                                     | 2,4 |

**Tabla 109**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo de Arte Romano

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 542       | 47,6 | 382                       | 33,6 | 115                                    | 10,1 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 206       | 18,1 | 93                        | 8,2  | 21                                     | 1,9  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 332       | 29,2 | 193                       | 16,9 | 33                                     | 2,9  |
| Museo del Traje                                                                          | 212       | 18,6 | 113                       | 9,9  | 31                                     | 2,7  |
| Museo Sorolla                                                                            | 328       | 28,8 | 196                       | 17,2 | 61                                     | 5,4  |
| Museo Romántico                                                                          | 209       | 18,4 | 102                       | 9,0  | 6                                      | 0,6  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 172       | 15,1 | 88                        | 7,8  | 20                                     | 1,8  |
| Museo de América                                                                         | 256       | 22,5 | 155                       | 13,7 | 47                                     | 4,1  |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 132       | 11,6 | 87                        | 7,7  | 26                                     | 2,3  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 242       | 21,3 | 103                       | 9,1  | 22                                     | 1,9  |
| Museo Sefardí                                                                            | 344       | 30,2 | 229                       | 20,1 | 78                                     | 6,9  |
| Museo del Greco                                                                          | 540       | 47,5 | 379                       | 33,3 | 116                                    | 10,2 |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 97        | 8,5  | 44                        | 3,9  | 13                                     | 1,1  |
| Museo de Altamira                                                                        | 477       | 41,9 | 250                       | 22,0 | 64                                     | 5,6  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 77        | 6,7  | 43                        | 3,8  | 16                                     | 1,4  |

**Tabla 110**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo de Altamira

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|-----|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %   |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 538       | 37,7 | 296                       | 20,8 | 107                                    | 7,5 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 132       | 9,3  | 60                        | 4,2  | 21                                     | 1,5 |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 306       | 21,4 | 139                       | 9,7  | 31                                     | 2,2 |
| Museo del Traje                                                                          | 201       | 14,1 | 76                        | 5,3  | 41                                     | 2,9 |
| Museo de América                                                                         | 234       | 16,4 | 109                       | 7,7  | 36                                     | 2,5 |
| Museo Romántico                                                                          | 110       | 7,7  | 34                        | 2,4  | 11                                     | 0,8 |
| Museo Cerralbo                                                                           | 79        | 5,6  | 32                        | 2,2  | 13                                     | 0,9 |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 147       | 10,3 | 68                        | 4,8  | 22                                     | 1,6 |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 206       | 14,5 | 100                       | 7,0  | 34                                     | 2,4 |
| Museo Sefardí                                                                            | 249       | 17,4 | 151                       | 10,6 | 71                                     | 5,0 |
| Museo del Greco                                                                          | 442       | 31,0 | 302                       | 21,2 | 118                                    | 8,3 |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 81        | 5,7  | 41                        | 2,8  | 2                                      | 0,1 |
| Museo de Sorolla                                                                         | 278       | 19,5 | 136                       | 9,5  | 42                                     | 2,9 |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 341       | 23,9 | 231                       | 16,2 | 86                                     | 6,0 |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 128       | 9,0  | 74                        | 5,2  | 40                                     | 2,8 |

**Tabla 111**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo Casa de Cervantes

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 40        | 44,0 | 22                        | 24,3 | 5                                      | 5,3  |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 15        | 16,2 | 8                         | 8,7  | 2                                      | 2,6  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 17        | 19,4 | 8                         | 8,7  | 3                                      | 3,1  |
| Museo del Traje                                                                          | 15        | 16,5 | 6                         | 6,5  | 2                                      | 2,3  |
| Museo Sorolla                                                                            | 24        | 26,9 | 13                        | 14,1 | 3                                      | 3,6  |
| Museo Romántico                                                                          | 6         | 7,2  | 3                         | 3,2  | 0                                      | 0,0  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 11        | 12,3 | 5                         | 5,4  | 1                                      | 0,8  |
| Museo de América                                                                         | 16        | 17,9 | 8                         | 8,5  | 2                                      | 2,5  |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 54        | 60,2 | 35                        | 38,9 | 19                                     | 21,6 |
| Museo Sefardí                                                                            | 16        | 18,1 | 11                        | 11,8 | 4                                      | 4,6  |
| Museo del Greco                                                                          | 31        | 34,7 | 16                        | 17,6 | 3                                      | 3,4  |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 3         | 3,8  | 0                         | 0,0  | 0                                      | 0,0  |
| Museo de Altamira                                                                        | 33        | 36,7 | 17                        | 19,4 | 6                                      | 6,3  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 20        | 22,7 | 14                        | 15,8 | 3                                      | 2,9  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 11        | 12,5 | 6                         | 6,1  | 1                                      | 0,9  |

**Tabla 112**  
Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo Colegio de San Gregorio

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|------|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %    |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 40        | 44,0 | 22                        | 24,3 | 5                                      | 5,3  |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 15        | 16,2 | 8                         | 8,7  | 2                                      | 2,6  |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 17        | 19,4 | 8                         | 8,7  | 3                                      | 3,1  |
| Museo del Traje                                                                          | 15        | 16,5 | 6                         | 6,5  | 2                                      | 2,3  |
| Museo de América                                                                         | 16        | 17,9 | 8                         | 8,5  | 2                                      | 2,5  |
| Museo Romántico                                                                          | 6         | 7,2  | 3                         | 3,2  | 0                                      | 0,0  |
| Museo Cerralbo                                                                           | 11        | 12,3 | 5                         | 5,4  | 1                                      | 0,8  |
| Museo Sorolla                                                                            | 24        | 26,9 | 13                        | 14,1 | 3                                      | 3,6  |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 72        | 80,2 | 72                        | 80,2 | 71                                     | 78,4 |
| Museo Sefardí                                                                            | 16        | 18,1 | 11                        | 11,8 | 4                                      | 4,6  |
| Museo del Greco                                                                          | 31        | 34,7 | 16                        | 17,6 | 3                                      | 3,4  |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 3         | 3,8  | 0                         | 0,0  | 0                                      | 0,0  |
| Museo de Altamira                                                                        | 33        | 36,7 | 17                        | 19,4 | 6                                      | 6,3  |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 20        | 22,7 | 14                        | 15,8 | 3                                      | 2,9  |
| Museo Nacional de Cerámica                                                               | 11        | 12,5 | 6                         | 6,1  | 1                                      | 0,9  |

**Tabla 113**  
**Conocimiento de otros museos por parte de los visitantes del Museo de Cerámica**

| ¿Conoce, ha visitado alguna vez o en los últimos 2 años alguno de los siguientes museos? | Conoce... |      | Ha visitado alguna vez... |      | Ha visitado en los últimos dos años... |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------------|------|----------------------------------------|-----|
|                                                                                          | n         | %    | n                         | %    | n                                      | %   |
| Museo Arqueológico Nacional                                                              | 235       | 33,3 | 121                       | 17,1 | 51                                     | 7,2 |
| Museo Nacional de Artes Decorativas                                                      | 113       | 16,0 | 49                        | 7,0  | 25                                     | 3,6 |
| Museo Nacional de Antropología                                                           | 104       | 14,7 | 47                        | 6,7  | 16                                     | 2,3 |
| Museo del Traje                                                                          | 108       | 15,3 | 36                        | 5,1  | 19                                     | 2,8 |
| Museo Sorolla                                                                            | 188       | 26,6 | 101                       | 14,4 | 42                                     | 6,0 |
| Museo Romántico                                                                          | 70        | 9,9  | 34                        | 4,8  | 9                                      | 1,3 |
| Museo Cerralbo                                                                           | 61        | 8,6  | 37                        | 5,3  | 15                                     | 2,1 |
| Museo de América                                                                         | 107       | 15,1 | 56                        | 8,0  | 19                                     | 2,6 |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio                                                   | 82        | 11,6 | 46                        | 6,5  | 20                                     | 2,8 |
| Museo Casa de Cervantes                                                                  | 71        | 10,1 | 33                        | 4,7  | 10                                     | 1,4 |
| Museo Sefardí                                                                            | 160       | 22,7 | 98                        | 13,8 | 20                                     | 2,9 |
| Museo del Greco                                                                          | 276       | 39,1 | 167                       | 23,7 | 29                                     | 4,2 |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática                                                | 54        | 7,7  | 22                        | 3,1  | 3                                      | 0,4 |
| Museo de Altamira                                                                        | 219       | 31,0 | 114                       | 16,2 | 27                                     | 3,9 |
| Museo Nacional de Arte Romano                                                            | 183       | 26,0 | 103                       | 14,7 | 27                                     | 3,9 |





232



Arriba, Museo Nacional de Antropología. Madrid. Abajo, Museo Arqueológico Nacional. Madrid.

# Conclusiones y recomendaciones

Para terminar, en este capítulo se desarrollan las conclusiones generales de todo el estudio y una serie de recomendaciones derivadas de las mismas. Estas recomendaciones van dirigidas a distintos estamentos y puestos de gestión. En ocasiones, se trata de orientaciones en la forma de informar al visitante en el propio museo; en otras, de ofrecer un marco de referencia para la gestión integral del conjunto de museos del Ministerio de Cultura.

233

Sobre el papel social del museo

Sobre el museo como producto turístico cultural

Sobre la captación y fidelización de los visitantes

Sobre la visita como una actividad de aprendizaje informal y ocio cultural

Sobre la visita como una actividad social

Sobre el museo y la red de museos

Sobre el impacto de la visita y la satisfacción del visitante

Recomendaciones de actuación

## Sobre el papel social del museo

El perfil del visitante tipo de los museos del Ministerio de Cultura responde a las siguientes características: es mujer, española y con residencia, muy probablemente, en Madrid; es adulta (media de edad, 42 años), tiene estudios universitarios y trabaja; acude al museo acompañada de la pareja o los amigos y, en ocasiones, de niños menores de 12 años. Además de definir el visitante tipo, este estudio ha permitido conocer los perfiles socio-demográficos y funcionales de los visitantes de los museos que forman parte del mismo.

La conclusión más general que se puede obtener de las características de los visitantes de los museos es que son poco representativos de la sociedad española o, lo que es lo mismo, la composición de los visitantes en función de las variables que constituyen su perfil socio-demográfico (género, edad, nivel de estudios, ocupación, residencia-nacionalidad) no se corresponde con lo que cabría esperar en función de la distribución que en la población nacional tienen esas mismas variables.

Esta diferencia se manifiesta en el género. La mayor presencia de las mujeres en los museos se viene constatando también de un tiempo a esta parte en países de nuestro entorno, como han puesto de manifiesto los estudios de Lehalle y Mironer (1993) y Pronovost (1996), entre otros, así como estudios más recientes referidos a museos concretos de nuestro país, como el de Hervás y otros (2009). También se evidencia en la edad y, sobre todo, en el nivel de estudios, ya que los visitantes con estudios superiores están altamente sobredimensionados en los museos en relación con su representación en la población, mientras que los visitantes con estudios primarios están infrarrepresentados.

No obstante, los rasgos que caracterizan al visitante de los museos del estudio son, en lo esencial, compartidos con los visitantes de museos de los países de nuestro entorno y fundamenta la percepción social de que los museos son instituciones elitistas. Falk y Dierking (1992) sintetizan las características socio-demográficas del visi-



Cafetería del Museo de América, Madrid.

tante tipo de museos estadounidense como una persona blanca, de clase media, con un buen nivel educativo y razonablemente acomodada, como corresponde a su nivel de formación. De igual modo, Moore (2001), refiriéndose al Reino Unido, define a los visitantes que acuden a los museos con mayor frecuencia y asiduidad como personas con niveles de educación superiores y de clase social alta, mientras que, a la inversa, los miembros de clases sociales más desfavorecidas y con niveles de formación inferiores tienden a estar peor representados.

Aunque, según el análisis realizado en este estudio, todas las variables socio-demográficas influyen a favor o en contra de la probabilidad de que un ciudadano o ciudadana se convierta en visitante de museos, desde el estudio realizado en los años sesenta por Bourdieu y Darbel (1962) se viene aceptando como un paradigma incuestionable que existe una fuerte relación entre la frecuencia de la visita a museos y el nivel de estudios, y entre éste, la educación familiar y su nivel cultural. Estos autores también pusieron de manifiesto la diferencia radical entre la accesibilidad teórica de los museos y la accesibilidad real, ya que en la práctica, decían, las exposiciones se dirigen a las personas de nivel de instrucción alto y clase social elevada, que están de por sí en una situación favorable para apreciar lo que ven porque disponen del código de interpretación necesario.

Posteriormente, numerosos estudios han corroborado que el nivel de estudios es la variable con mayor capacidad de discriminar a los visitantes de los no visitantes, pero no es la única, ni tampoco facilita por sí misma, como decían Bourdieu y Darbel, la comprensión y valoración de los objetos del museo.

Efectivamente, los estudios llevados a cabo más recientemente por Dufresne-Tassé y otros (2003) han demostrado que un nivel de estudios elevado no facilita por sí mismo la interpretación de los objetos expuestos a los visitantes que lo tienen, porque la preparación específica que ello requiere no se deriva de la formación académica que tienen y, por lo tanto, los visitantes con estudios elevados no están en tan buena situación para apreciar lo que ven como Bourdieu y Darbel supusieron. En definitiva, la investigación evidencia que no hay diferencias entre los visitantes instruidos (los que tienen doctorado) y los que no lo son, porque tanto unos como otros carecen de conocimientos pertinentes y tienen dificultades para tratar los objetos. Luego hemos de suponer que disponer de un alto nivel de estudios facilita la resolución de otros aspectos inherentes a la visita, no necesariamente relacionados con los conocimientos previos y sí con la aplicación de destrezas intelectuales, hábitos de comportamiento, organización del conocimiento, etcétera.

Como quiera que sea, es evidente que los visitantes de museos se caracterizan por su alto nivel de estudios y que ello origina una situación discriminatoria que requiere ser corregida y que demanda de manera acuciante implementar políticas pro-activas que faciliten el acceso de todos los ciudadanos a los museos. Por esta razón, desde el año 2000 se vienen celebrando coloquios y congresos sobre la inclusión social en los museos y se ha iniciado, en los países de nuestro entorno cultural, la aplicación de políticas dirigidas a potenciar la ampliación de los públicos visitantes e impulsar la participación ciudadana en el marco de una nueva definición del papel de los museos en la sociedad (Loran y Gili, 2005).

#### Resumen del perfil del público visitante de museos

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| Mujer                   | 52,5 %  |
| Edad media              | 42 años |
| Estudios universitarios | 64 %    |
| En pareja               | 56 %    |
| Con niños               | 8,8%    |
| Trabajador en activo    | 61 %    |
| Reside en España        | 75 %    |
| Reside fuera de España  | 25 %    |



En el caso concreto de los museos del ámbito anglosajón que reciben financiación pública existe un expreso interés político en que dejen de ser percibidos por la sociedad como instituciones elitistas, razón por la que, a la vista de estos datos, se ha llamado la atención a los museos norteamericanos por parte de la American Association of Museums y a los británicos por parte del Department of Culture, Media and Sport para que atiendan los intereses de un público más amplio y den más cabida a la participación ciudadana (Loran y Gili, 2005).

En los museos canadienses, las políticas dirigidas a potenciar la inclusión social generan programas especiales para los jóvenes, mayores, grupos minoritarios, etcétera, en el marco de una nueva definición del papel y el lugar de los museos en la sociedad y con la intención de hacer factible el acceso a la cultura como un derecho del ciudadano y no como un privilegio reservado a unos pocos (Lemerise y Soucy, 1999; Lemerise y otros, 2004; Lussier-Desrochers y otros, 2004).

En cuanto a los museos sudamericanos, se puede decir que su acción social cuenta ya con

## El público no visitante de los museos

---

### Mayores de 65 años

Los mayores de 65 años acuden poco al museo (7,2%) si comparamos este porcentaje con su presencia en la población (17%), especialmente las mujeres, que representan el 2,8% de los visitantes totales, siendo su representación en la población general del 10%.

### Adolescentes y jóvenes varones

En el tramo de edad de 12 a 25 años, los varones están infrarrepresentados en los museos. Mientras que el porcentaje de varones de esta edad supone el 9% de la población general, en los museos sólo hallamos un 5,4% de visitantes con estas características en visita individual. La presencia de este grupo parece, sin embargo, más numerosa en la visita en grupo escolar.

### Personas con discapacidad

El uso de las facilidades para discapacitados es muy bajo. En esta investigación solamente un 2,8% de los visitantes afirmaron haber utilizado estas facilidades. Aunque no se incluyó en el cuestionario ninguna pregunta que discriminara a las personas con algún tipo de discapacidad, es obvio que este bajo nivel de utilización es un indicio del escaso número de personas con discapacidad que visitan los museos.

### Personas en paro

Las personas en paro no acuden a los museos del estudio. Tan sólo el 3,9% de los visitantes individuales se hallaban en dicha situación, a pesar de que la cifra de parados en España en el momento en que se recogieron los datos era aproximadamente del 8% de la población.

### Personas con estudios primarios o sin estudios

Sólo el 0,4% de los visitantes mayores de 12 años que acuden al museo en visita individual carece de algún tipo de estudios y un 6,8% posee el nivel más bajo, estudios primarios. En la población, el porcentaje de personas sin estudios es del 11% y del 20,82% los que tienen estudios primarios.

### Extranjeros residentes en España procedentes de países de emigración

El 7,2% de los visitantes de los museos del estudio es de origen extranjero, pero sólo una parte de ellos procede de países de emigración por razones económicas ya que la mayoría proceden de países de nuestro entorno económico como Francia (10,2%) y Reino Unido (5,9%).

### Turistas extranjeros de países con una gran presencia en otros museos y lugares históricos

Los turistas extranjeros que visitan España son aún escasos en los museos del estudio en relación con los que visitan otros museos y otros centros de interpretación del Patrimonio. Especialmente los turistas nórdicos y los japoneses están infrarrepresentados en nuestros museos.

### Niños menores de 12 años

Sólo el 8,8% de los visitantes que vienen en visita individual viene al museo con niños. Los niños suponen el 15% de los visitantes totales en el conjunto de los museos del estudio. Aunque existe una gran variabilidad entre todos ellos, en algunos museos la presencia de público infantil es casi anecdótica.

---

una larga trayectoria. La extraordinaria variedad e idoneidad de las experiencias que se han llevando a cabo y que se siguen desarrollando a tenor de la declaración de la ciudad de Salvador de Bahía en Brasil, Ibermuseos (2007), firmada por 22 países iberoamericanos y, entre ellos, España (junio 2007) merecen ser tenidas en cuenta. La contribución de estos museos al desarrollo de políticas culturales tendentes a desarrollar el ejercicio de la ciudadanía se ha traducido en acciones concretas para facilitar la participación de todos los ciudadanos en la construcción de significados en relación con el patrimonio, respetar la diversidad y hacer de ella un factor de crecimiento personal y enriquecimiento colectivo. También hay museos españoles que están aplicando programas específicos para favorecer la integración y la inclusión de determinados públicos que hasta ahora han tenido poca o nula presencia en ellos. La elaboración de dichos programas, conjuntamente con los profesionales que se ocupan de ellos, les ha permitido no sólo conocer sus necesidades, sino también construir con ellos el modo especial de participar activamente en las actividades del museo y aportar su punto de vista.

En relación con las políticas culturales mencionadas, este estudio no sólo ha demostrado la ausencia de determinados ciudadanos en los museos, sino también la carencia de programas, actividades, materiales, servicios y facilidades específicos para ellos, de manera que, al ofrecerse con normalidad, regularidad y por igual en todos los museos, fomenten y faciliten su acceso tanto físico a los espacios del museo, como intelectual a sus contenidos.

Por esta razón, la captación de los siguientes públicos debe contemplarse en el futuro como un objetivo: los jóvenes, cuyo descenso demográfico se acusa en los museos y que conviene compensar con una oferta cultural y de ocio atractiva para ellos; los mayores de 65 años y jubilados, que son los que disponen de más tiempo para este tipo de actividades y cuya ausencia en los museos puede relacionarse con la carencia de escolarización por no ser en su momento obligatoria, así como con el cansancio y las dificultades de desplazamiento derivadas de su edad (Merriman, 1993); los que buscan empleo; los extranjeros residentes en el país que procedan de países de emigración socio-económica y los ciudadanos con bajo nivel de estudios; los turistas extranjeros, con dificultades lingüísticas; las personas con discapacidades y necesidades específicas de integración social o, incluso, en

muchos de los museos analizados, los niños menores de 12 años.

Los motivos por los que estos grupos no frecuentan los museos pueden ser muy variados, a lo largo de este informe muchos de ellos se han puesto sobre la mesa. Las dificultades de la visita relacionadas con el bajo nivel de estudios, la falta de actividades atractivas para ciertos sectores de la población (adolescentes, personas mayores), la escasa presencia de facilidades para personas con discapacidad o con problemas de movilidad, la inexistencia de información en otros idiomas o la poca promoción turística de los museos en los medios adecuados, son algunas explicaciones posibles a esta situación de exclusión.

### Sobre el museo como producto turístico cultural

Una cuarta parte de los visitantes de los museos del estudio no reside en España, lo que pone de manifiesto la importancia que tiene, en ellos, la visita de turistas extranjeros. Aunque lejos de las cifras de otros museos, como el Museo del Prado que alcanza al 41% de sus visitantes (Instituto de estudios turísticos, 2009), estos museos muestran un cierto incremento respecto al 18% registrado hace diez años en el estudio de García Blanco y otros (1999).

Los museos son productos de turismo cultural per se, ya que reúnen como ningún otro las condiciones para serlo: ofrecer junto a los bienes patrimoniales su puesta en valor y su accesibilidad, que equivale a facilitar el acceso a los mismos y a su interpretación (Nieto, 1997; Grande y Álvarez, 1997). Sin embargo, el que los museos sean productos de turismo cultural no garantiza por sí solo que sean productos atractivos o que lo sean para un amplio público de turistas, entendiendo como tal a las personas que no residen en el lugar donde se localiza el museo que visitan. Así, los museos del estudio son más atractivos para los turistas españoles que para los extranjeros, que tan sólo representan la cuarta parte del total de los visitantes y, entre los extranjeros, son más atractivos para personas con determinado perfil.

El perfil del turista extranjero es el siguiente: es una persona adulta, algo mayor que el visitante tipo, y con alto nivel de estudios, aún más que el visitante tipo residente en España. Entre ellos, hay menos mujeres, menos trabajadores, más estudiantes universitarios y más jubilados que entre el público que reside en España. Casi todos visitan el museo por primera y única vez.

Hacen la visita en solitario y de forma individual, por cuenta propia y no como parte de una visita programada en grupo (un 6,6% viene en grupo organizado, fundamentalmente turístico). Su lengua materna es, para un 27%, el inglés; para un 24%, el francés; y para un 14,5%, el español.

El motivo para hacer la visita ha sido sobre todo satisfacer su curiosidad, aunque también hay quien la hace por casualidad y tan sólo el 10% por ver algo de lo que ha oído hablar. Es de destacar que un 20% dice haber venido para ver el edificio. Descubrir algo nuevo, apreciar las piezas u obras de arte y conocer nuestra historia, son las principales expectativas para algo más del 40% de estos visitantes. Valoran peor la visita que los visitantes residentes en nuestro país.

En cuanto al perfil de los visitantes extranjeros residentes en España hay diferencias significativas tanto en relación con el de los visitantes españoles, como con el de los turistas extranjeros: son más jóvenes, mayoritariamente mujeres, con más nivel de estudios que los españoles pero menos que los turistas extranjeros y se ocupan en estudiar o trabajar (casi una cuarta parte de este grupo). Vienen más en solitario o en grupo organizado y menos con niños, motivados en más de la mitad de las ocasiones por la curiosidad y con expectativas similares a las de los españoles: descubrir algo nuevo, apreciar piezas u obras de arte, o conocer nuestra historia. Su valoración de la visita realizada es algo mayor que la de los visitantes extranjeros, pero sensiblemente menor que la otorgada por los visitantes españoles.

Aunque los visitantes extranjeros que residen en nuestro país no pueden ser considerados estrictamente turistas extranjeros, por más que durante su estancia hagan viajes turístico-culturales en los que se incluya la visita a museos, los hemos considerado dentro de este capítulo porque unos y otros tienen en común el situarse ante unas manifestaciones culturales diferentes a las suyas, cuya aprehensión y entendimiento se puede suponer que les interesa. Ante esta situación, los museos se presentan como uno de los lugares especialmente idóneos para ofrecerles, en el idioma que conozcan, no sólo las explicaciones correspondientes a nuestra historia y creaciones artísticas, sino también para ayudarles a satisfacer sus deseos de comprender la relación del ayer con el hoy y con las formas actuales de vida (Nieto, 1997: 50).

Los museos son un vehículo muy adecuado para la integración social, como lo demuestran distintas iniciativas en museos europeos en los últimos años (Hooper-Greenhill y otros, 2000; Dodd Sandell, Jolly y Jones, 2008; Sandell, 2002). Desde este punto de vista, los museos son un factor muy importante de unión y cohesión entre las distintas poblaciones del mundo porque posibilitan el conocimiento de sus respectivas historias e identidades y conducen a fomentar la reflexión sobre lo que tienen en común, al mismo tiempo que promueven el respeto las diversidades particulares (Ramos, 2007). Razones por las que interesa promocionar este punto de vista en las exposiciones.

### Características diferenciadoras de los visitantes en función de su procedencia y lugar de residencia

| VISITANTES DE MUSEOS ESPAÑOLES<br>RESIDENTES EN ESPAÑA                                                                                      | VISITANTES DE MUSEOS<br>EXTRANJEROS RESIDENTES EN<br>ESPAÑA                                                                               | VISITANTES DE MUSEOS<br>RESIDENTES EN EXTRANJERO                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GÉNERO</b><br>Mujeres: 52,6%                                                                                                             | <b>GÉNERO</b><br>Mujeres: 60,5%                                                                                                           | <b>GÉNERO</b><br>Mujeres: 51,2%                                                                                                           |
| <b>EDAD</b><br>Media: 41,39<br>De 26 a 45: 47,4%<br>De 46 a 65: 30,7%                                                                       | <b>EDAD</b><br>Media: 36,67<br>De 26 a 45: 53,5%<br>De 46 a 65: 16,4%                                                                     | <b>EDAD</b><br>Media: 43,62<br>De 26 a 45: 36,4%<br>De 46 a 65: 39,1%                                                                     |
| <b>ESTUDIOS</b><br>Licenciados y doctores: 35,4%                                                                                            | <b>ESTUDIOS</b><br>Licenciados y doctores: 44,9%                                                                                          | <b>ESTUDIOS</b><br>Licenciados y doctores: 60,9%                                                                                          |
| <b>ASIDUIDAD</b><br>Primera visita: 72,2%                                                                                                   | <b>ASIDUIDAD</b><br>Primera visita: 78,5%                                                                                                 | <b>ASIDUIDAD</b><br>Primera visita: 91,8%                                                                                                 |
| <b>DESCONOCE</b> ubicación: 40,8%<br><b>PROBLEMAS PARA</b> localizarlo: 13,7%                                                               | <b>DESCONOCE</b> ubicación: 45,9%<br><b>PROBLEMAS PARA</b> localizarlo: 23,8%                                                             | <b>DESCONOCE</b> ubicación: 61,5%<br><b>PROBLEMAS PARA</b> localizarlo: 24,8%                                                             |
| <b>VALORACIÓN MEDIA DE LA VISITA</b><br>(1-7) 5,72                                                                                          | <b>VALORACIÓN MEDIA DE LA VISITA</b><br>(1-7) 5,67                                                                                        | <b>VALORACIÓN MEDIA DE LA VISITA</b><br>(1-7) 5,44                                                                                        |
| <b>COMPAÑÍA</b><br>Sólo: 10,7% Acompañado: 89,3%<br>(grupo: 7,8%; con niños: 10,6%)                                                         | <b>COMPAÑÍA</b><br>Sólo: 18,8% Acompañado: 80,2%<br>(grupo: 8,2%; con niños: 7,9%)                                                        | <b>COMPAÑÍA</b><br>Sólo: 18,8% Acompañado: 81,2%<br>(grupo: 6,6%; con niños: 4,4%)                                                        |
| <b>MOTIVOS</b><br>Curiosidad: 48,3%; Casualidad: 5,5%<br>Ver algo 7,2%; Ver el edificio: 14,2%                                              | <b>MOTIVOS</b><br>Curiosidad: 54,5%; Casualidad: 6,9%<br>Ver algo 6,8%; Ver el edificio: 13,9%                                            | <b>MOTIVOS</b><br>Curiosidad: 63,5%; Casualidad: 9,5%<br>Ver algo 10,2%; Ver el edificio: 20,2%                                           |
| <b>EXPECTATIVAS</b><br>Descubrir algo nuevo (33,3%)<br>Apreciar objetos, piezas u obras de arte (47,5%)<br>Conocer nuestra historia (44,5%) | <b>EXPECTATIVAS</b><br>Descubrir algo nuevo (39,7%)<br>Apreciar objetos, piezas u obras de arte (46,2%)<br>Conocer nuestra historia (46%) | <b>EXPECTATIVAS</b><br>Descubrir algo nuevo (46,6%)<br>Apreciar objetos, piezas u obras de arte (47%)<br>Conocer nuestra historia (36,7%) |
| <b>ACTIVIDAD</b><br>Estudiantes: 12,2% (7,6% universitarios)<br>Trabajador: 65,8%<br>Jubilado: 11,7%                                        | <b>ACTIVIDAD</b><br>Estudiantes: 27,6% (24,4% universitarios)<br>Trabajador: 48%<br>Jubilado: 7,7%                                        | <b>ACTIVIDAD</b><br>Estudiantes: 17,8% (14% universitarios)<br>Trabajador: 49,8%<br>Jubilado: 14%                                         |
| <b>PROCEDENCIA</b><br>Comunidad de Madrid: 44,6%<br>Resto de España: Andalucía (10%), Valencia (9,5%), Castilla y León (8%)                 | <b>PROCEDENCIA</b><br>UE-15: 30%<br>Resto Europa: 7,5%<br>América: 45%                                                                    | <b>PROCEDENCIA</b><br>UE-15: 56,2%<br>(Francia: 17,1%; Reino Unido: 7,6%)                                                                 |



## Sobre la captación y fidelización de los visitantes

Conseguir que los ciudadanos vuelvan y repitan la visita es un objetivo para todos los museos tan importante como el de la captación de nuevos visitantes, por más que, al no estar establecida la correlación deseable entre ambos tipos de público, corresponde a cada museo plantearse y, consecuentemente, elaborar políticas de captación y políticas de fidelización.

Pues bien, la mayor parte de los museos de este estudio tiene un porcentaje bajo de visitantes fidelizados, susceptible por tanto de incrementarse notablemente. Para favorecer la captación y la fidelización (evidentemente, en la medida en que la capacidad de carga de las salas de exposición y el aforo de sus espacios públicos lo permitan) conviene tener en cuenta las expectativas y motivos para hacer la visita de los que la hacen por primera vez y de los que la repiten, con el fin de elaborar una oferta cultural, educativa y de ocio acorde con las expectativas típicas de unos y otros, y que pueden ser igualmente atractivas para los ciudadanos que comparten sus mismas necesidades porque tienen su mismo perfil y, en concreto, su mismo nivel de estudios.

En definitiva, bastaría para atraer y fidelizar visitantes semejantes a los existentes con seguir proyectando una imagen de los museos vinculada al conocimiento (descubrir significados, conocer nuestra historia, comprender la diversidad cultural), para unos, o relacionada con aspectos más emocionales (disfrutar del ambiente y apreciar obras de arte), para otros. Ahora bien, esto no es suficiente si se quiere atraer a ciudadanos con otros perfiles, con diferentes niveles de estudio y, presumiblemente, con otras necesidades culturales.

La cuestión puede plantearse en estos términos ¿en qué se diferencia la percepción que tienen de los museos las personas que los visitan y las que no los visitan? La respuesta a esta pregunta, que evidentemente remite a las expectativas que genera la visita, tiene que ver, según Mc Manus (1991), con la percepción previa que se tiene de su accesibilidad y con la evaluación que las personas hacen acerca de lo que los museos les ofrecen, de lo que oyen sobre ellos y de su experiencia, es decir, de la impresión que les haya quedado de anteriores visitas. Lo

que desde luego parece seguro, según la misma autora, es que las expectativas respecto a los museos y las actitudes que éstas generan tienen más fuerza disuasoria o persuasiva respecto a visitarlos que otros factores, como el precio de entrada, la facilidad de transporte, el horario, la mala señalización urbana, etcétera, que se han tenido durante cierto tiempo como los más influyentes.

En el mismo sentido apunta Hooper-Grenhill (1998) al mencionar actitudes que pueden suponer importantes barreras para visitar museos, tales como el percibirlos como lugares para gente educada y con unos determinados intereses cultos o haber tenido experiencias personales negativas en el pasado y seguir pensando que los museos son lugares poco atractivos.

En definitiva, ampliar los visitantes requiere generar en los segmentos de público que constituyen los visitantes-objetivo expectativas que hagan a los museos atractivos. Para lograrlo, parece demostrado que es necesario que las propuestas de los museos conecten con sus intereses, valores y experiencias mediante técnicas de investigación apropiadas y estrategias de producción en las que sean partícipes. De esta manera, los mensajes de captación que lancen los museos responderán a la oferta que hacen y ésta estará constituida por una programación de exposiciones y actividades que responderá a las necesidades detectadas en los públicos a los que se dirigen porque se habrá tenido en cuenta su universo mental, sus puntos de vista, sus valores, capacidades y expectativas respecto a los contenidos y la manera de presentarlos.

Es decir, interesa asegurarse de que los contenidos conceptuales no sólo son significativos para los públicos a los que se dirigen porque disponen de los conocimientos o experiencias previas que les permiten reconocerlos como tales, sino que también despiertan su interés y les estimulan a participar e implicarse en procesos cognitivos por los beneficios que les reportan.

Además de estas condiciones referentes a la comprensión, la oferta cultural del museo y, consecuentemente, los mensajes de captación tienen que tener otros componentes emocionales (sensitivos, evocativos, imaginativos) para que sean capaces de ayudar al potencial visitante a construir una idea previa de lo que se puede hacer y sentir en el museo, de manera que esa idea genere sensaciones y actitudes positivas en él y, consecuentemente, tome la decisión de hacer la



Museo de América. Madrid.

visita. Interesa, por tanto, mostrarle situaciones que sean para él deseables y gratificantes, que supongan una experiencia intensa y compartida, una buena acogida, un clima de confort, el disfrute de la belleza, etcétera. Ni que decir tiene que estos componentes emocionales y sociales tienen que tener, como condición *sine qua non*, su correlato en la realidad: sólo así la promoción y publicidad que se haga sobre la oferta cultural de los museos tendrá capacidad de cambiar actitudes e inducir a visitarlos.

### Sobre la visita como una actividad de aprendizaje informal y ocio cultural

En el apartado anterior sacamos algunas conclusiones respecto a la utilidad de conocer las expectativas. En éste, consideraremos el interés de conocer los motivos para hacer la visita. Los motivos, como ya dijimos en su momento, tienen que ver con necesidades concretas, relacionadas con las características personales y circunstanciales de las personas, con su ocupación y con sus expectativas. Conocerlos interesa para facilitar su logro.

El motivo más importante para visitar un museo por primera vez es el de la curiosidad, también lo es para los estudiantes y para los que hacen la visita con niños. Definida por el diccionario de la RAE como el deseo de saber o averiguar lo que nos concierne, permite suponer, aplicada a los visitantes, una mente expectante ante lo que se expone, dispuesta a detectar y captar lo que, desde su punto de vista personal, puede haber de interesante en la exposición. Supone también un ánimo dispuesto a esforzarse en comprender el valor y el sentido de lo que se expone, si los resultados compensan el esfuerzo.

La curiosidad sugiere también un deseo de saber o de hallar respuestas siempre y cuando no requiera demasiado esfuerzo, una forma de aprendizaje “como quien no quiere la cosa” propia de un contexto de ocio, motivo éste que, como se ha visto en el análisis realizado, sigue en importancia al de la curiosidad.

Visitar el museo para aprender de un modo informal ocupando el tiempo de ocio es un motivo que, lejos de ser circunstancial, responde a los cambios sustanciales que se han producido en los museos y que los han convertido en lugares atractivos para compartir experiencias integrales

que, elegidas libremente, permiten aprender disfrutando porque se aprende por gusto, porque el tema interesa, es decir, de una manera voluntaria y espontánea; todo lo cual dota a la visita de un componente lúdico que la hace idónea como actividad de ocio cultural. Bajo la perspectiva de la educación del ocio, la visita al museo en la que se den estas condiciones contribuye muy positivamente al desarrollo personal (García Blanco, 1996; De la Cruz Ayuso, 2003).

Satisfacer la curiosidad requiere que se produzca un proceso de aprendizaje en el que el visitante se involucre, movido por el deseo de obtener respuesta a su curiosidad (Csikszentmihalyi y Hermanson, 1995; Hedge, 1995). A este modo de aprender motivado por el interés personal y, por lo tanto, voluntario; adaptado al interés propio de cada persona y, por ello, condicionado por éste; determinado en gran medida por sus motivaciones, expectativas y conocimientos previos y que se produce es una situación en la que el visitante aprende por gusto y en la medida que le interesa (Screven 1988; 1991; 1992; Miles, 1988), se le conoce como aprendizaje informal para diferenciarlo del aprendizaje formal, sistemático, estructurado, gradual y obligatorio, propio de las instituciones educativas.

Pues bien, al visitante que llega al museo movido por la curiosidad, al que Moussouri y otros (2006) denominan explorador y al que interesa fidelizar, conviene ofrecerle una exposición permanente que le atraiga, que retenga su atención, que le interpele, que le inquiete, que le seduzca, que le asombre... para facilitarle que se implique cognitivamente y emocionalmente. La curiosidad se puede convertir en implicación personal y en interacción con la exposición, si ésta ha conseguido despertar y mantener su interés (Csikszentmihalyi y Hermanson, 1995; Hedge, 1995).

En definitiva, se trata de que la exposición le permita alcanzar lo que más desea: obtener respuestas, lograr dar sentido a los objetos y lograrlo ayudándose no sólo de la información que se ofrece en la misma, sino también de sus capacidades intelectuales, estimuladas y dirigidas por la propia exposición. De este modo, el aprendizaje puede redundar en un reforzamiento de su identidad y autoestima, logros deseados por los visitantes adultos y necesarios para que la visita produzca satisfacción profunda, lo cual naturalmente conllevaría la predisposición a volver al museo para seguir disfrutando de la experiencia (Dufresne-Tassé, 1999).





## Sobre la visita como una actividad social

La mayor parte de los visitantes conciben la visita a museos como una actividad social, puesto que la hace acompañado de la pareja, los amigos y, en menor medida, con los hijos. Para este hecho hay varias explicaciones. Para unos autores, basándose en la teoría de Bourdieu y Darbel ya mencionada, es el temor a enfrentarse solos ante una situación desconocida y de la que no tiene el código interpretativo lo que lleva a los visitantes a buscar compañía. Para otros, con una visión más positiva, la visita es más gratificante cuando se comparte y así lo entienden los visitantes que la realizan acompañados. Como quiera que sea, estos resultados no asombran porque la visita a museos es también un actividad de ocio para un importante porcentaje de visitantes, como acabamos de ver, y un componente sustancial del ocio es poder compartirlo con otras personas, como se ha puesto de manifiesto en numerosas investigaciones (Mironer, 2001; Meguin, 1993; Mc Manus, 1991; Pérez Santos, 1994, 1995).

En cambio, en relación con estos resultados, es más sorprendente que la visita por adultos con niños esté relativamente peor representada en los museos del estudio. Este hecho es tanto más relevante cuanto que existe un reconocimiento generalizado del papel que juega la familia en la iniciación a las prácticas culturales. Así, para Merriman (1993), una persona socializada en determinadas actividades de ocio desarrolla su capacidad de ver éstas como posibilidades de ocio real. Es decir, la iniciación por parte de la familia en actividades culturales aumenta las probabilidades de que la persona las practique por sí mismo como opción personal.

Por otra parte, los estudios llevados a cabo por Hood (1993a) demuestran que hay un visitante potencial en las personas que valoran el componente social en sus prácticas de ocio, siempre y cuando la visita facilite satisfacer su concepción del ocio. Esta autora, tras numerosos estudios realizados en museos de Estados Unidos, consiguió relacionar la frecuencia de visita a museos con los factores que las personas tienen en cuenta a la hora de seleccionar sus actividades de ocio, de manera que los visitantes asiduos valoran las actividades de ocio que les reportan beneficios de tipo cognitivo, tales como

aprender, y los ocasionales, en cambio, conciben su ocio como un entretenimiento basado en experiencias de participación activa e interacción social, por lo que valoran más los aspectos emocionales en sus actividades de ocio, buscan experiencias relajantes, entornos cómodos y la interacción con otras personas, sobre todo familiares.

La corroboración de esta interpretación ha sido un objetivo que no hemos podido conseguir en nuestro estudio, debido a los bajos valores con los que están representados los visitantes ocasionales y asiduos. Pero sí hemos podido comprobar que, junto a los visitantes que desean que sus actividades de ocio sean una oportunidad para enriquecer sus conocimientos, están los que valoran el componente social en sus actividades de ocio. Podemos suponer, sin temor a equivocarnos, que existen potenciales visitantes cuyo “estilo de ocio” está inexorablemente unido a actividades que se puedan compartir con otras personas y que aún perciben los museos como lugares en los que no pueden satisfacer sus necesidades sociales. Este tipo de personas, según Hood, constituyen la gran reserva de público potencial si el museo fuera consecuente, en su programación de exposiciones y actividades, con los valores que ellos aprecian en las actividades de ocio: compartir, participar e interactuar.

Potenciar las visitas familiares implica facilitar la interacción entre los miembros del grupo y la exposición porque los niños indagan y preguntan sobre lo que ven y, para que los adultos respondan con facilidad, es importante que la exposición misma les ayude en esta labor de relacionar el sentido de las piezas con el conocimiento y las experiencias infantiles, ofreciéndoles respuestas puntuales, precisas e inteligibles acerca de las preguntas previsibles. Además, facilitarles la visita requiere no sólo que se haya tenido en cuenta al visitante infantil a la hora de seleccionar, exponer e interpretar las piezas, de redactar textos específicos para él y de diseñar recursos audiovisuales o interactivos, sino también que se hayan considerado y dado respuesta a las necesidades del grupo familiar en cuanto a movilidad, descanso, restauración, higiene, ocio, experimentación y participación de todos y cada uno de sus miembros.

En definitiva, se trata de evitar, por un lado, que la visita al museo sea una ocasión de aprendizaje fallida y, lo que sería aún peor, que genere una sensación de fracaso y pérdida de autoesti-

ma en los adultos; por otro, que la experiencia se haya visto afectada por ciertas incomodidades generadas por falta de confort, calidad en los servicios o inadecuación de las normas y de los espacios a las necesidades naturales del grupo familiar.

Fundamentando más la importancia del factor social en la visita, es un hecho reconocido y avalado por las investigaciones que todo lo que favorezca la interacción de los miembros del grupo entre sí y con el discurso expositivo facilita las construcciones cognitivas y refuerza los lazos afectivos, además de ser un factor de atracción potente. (Dierking, 1994; Hood, 1994; McManus, 1994; Urrell, 1992; Niquette, 1994; Lussiers-Desrochers y otros (1999); Lemerise y otros (1999). Observar, comparar, leer, comprobar, comentar, discutir...son acciones que, cuando se comparten entre los miembros del grupo, convierten la interacción con la exposición en un actividad social y en una experiencia muy gratificante.

Esta capacidad de la visita de convertirse en una actividad social tiene especial relevancia cuando se trata de atraer a los jóvenes porque, como demuestran los estudios realizados por Lussiers-Desrochers y otros (1999) y Lemerise y otros (1999), a éstos les interesan las actividades en las que pueden participar con gente de su edad.

Satisfacer estas necesidades sociales, junto con las de la curiosidad y el ocio vistas en el apartado anterior, requiere respuestas muy parecidas y han sido resumidas por Kotler y Kot-

ler (2001) en seis experiencias que debe formar parte de la visita. Según estos autores, las exposiciones deben procurar algo de entretenimiento, con lo que ello supone de disfrute de un tiempo libre de obligaciones y de una actividad lúdica y recreativa; algo de satisfacción social, al posibilitar el encuentro con otros y la participación en actividades públicas compartidas; algo de aprendizaje, de construcción de nuevos conocimientos, de adquisición de información, de aplicación de destrezas cognitivas; algo de experiencia estética, de percepciones sensoriales; algo de conmemoración y vivencia de situaciones históricas; y, por último, algo de deleite, fascinación o magia.

Para que los visitantes logren estas experiencias hay que adelantarse a sus necesidades y procurarles espacios cómodos y confortables, lugares de descanso y restauración, y servicios variados y de calidad, además de facilitarles explicaciones coherentes con las obras; impresionarles con la estética de la exposición; plantearles cuestiones acerca de las obras y mostrarles el camino para hallar las respuestas; ofrecerles discursos próximos a sus intereses y capacidades comprensivas, audiovisuales que ayuden a reconstruir e imaginar situaciones; programas que favorezcan la interacción y la participación del grupo en los procesos constructivos de conocimiento, etcétera. Estas medidas sirven también para prolongar sus estancias, ahora reducidas, y ampliar con ello sus oportunidades de aprender y disfrutar.



Museo de Altamira. Santillana del Mar (Cantabria).

## Sobre el museo y la red de museos

Como se ha visto, el medio de información más influyente y al que se debe gran parte de los nuevos visitantes es el de transmisión directa de persona a persona. Es la opinión de los que ya han visitado el museo la que tiene más crédito en los potenciales visitantes y posiblemente haya sido el factor más decisivo que les ha animado a visitarlo.

Por esta razón se puede decir que los museos son conocidos, sobre todo, por lo que sus visitantes cuentan acerca de ellos o por lo que se dice de ellos, y esta opinión trasciende el ámbito de su localidad. Desde este punto de vista, la información que se transmite del museo responde más a la experiencia de sus visitantes que a la imagen que ellos mismos desean transmitir acerca de su identidad, misión y peculiaridades.

Sin restar importancia a la repercusión que tiene la transmisión de persona a persona en la captación de nuevos visitantes, conviene no confiar absolutamente en este medio porque no siempre esta opinión será positiva y por ello resultará disuasoria; también, porque esta transmisión se da entre iguales y por esta vía la información no llegará a nuevos grupos sociales; por último y, sobre todo, porque corresponde al museo emprender las acciones idóneas para darse a conocer como quiere ser conocido.

En cuanto a la utilización de las páginas web o de los portales culturales, como otro medio de conocimiento de los museos, está muy lejos de lo deseable, dadas las posibilidades que el propio medio tiene de facilitar el acceso a la información sin más limitaciones que las derivadas de la capacidad de elección del usuario, de su dominio del medio y del conocimiento del español, ya que la información se ofrece sólo en este idioma, limitación ésta que se podría y debería subsanar. En la utilización de Internet destacan los estudiantes y los visitantes laboralmente activos que hacen la visita con niños, probablemente interesados, unos y otros, en las condiciones de entrada y ubicación de los museos, en los contenidos referentes a la colección expuesta y en sus actividades.

Aumentar las consultas de las páginas web de los museos por parte de los ciudadanos que ya lo hacen y conseguir que lo hagan los que aún no lo hacen requiere que se conciban como puertas de entrada a los museos y como estímulos para su visita; que respondan

con agilidad y precisión a las preguntas básicas que se hacen los potenciales visitantes acerca del museo que pretenden visitar; que sean visualmente atractivas para un público presumiblemente joven; que ofrezcan contenidos significativos acerca de la colección y que sean descargables en diversos formatos; que ofrezcan información acerca de las actividades específicas para los distintos tipos de visitantes y que tengan su propia oferta de servicios on-line (entradas, consultas, etcétera) en dos o tres idiomas de navegación.

En cuanto al escaso impacto logrado con la publicidad, posiblemente se deba a la breve duración de las campañas publicitarias realizadas con ocasión de eventos especiales, tales como la Noche de los Museos o el Día Internacional de los Museos, a la limitación de los soportes utilizados y a que se refiriera al conjunto de los museos sin que hubiera una imagen gráfica que los identificara como tales. Esta explicación la fundamenta el hecho de que las campañas publicitarias promocionando las exposiciones temporales, más largas, en más soportes y más claras en cuanto a que remitían a un museo concreto, parece que han conseguido mejores resultados, ya que los museos en los que se han realizado dichas exposiciones (Museo del Traje, Museo de Antropología y Museo de Artes Decorativas) destacan sobre los demás por tener más visitantes cuyo motivo para hacer la visita es precisamente ver la exposición temporal, como ya se vio anteriormente. Dar respuestas más precisas a esta cuestión requeriría la realización de investigaciones más específicas.

La situación descrita puede ser suficiente para explicar el escaso conocimiento que la mayor parte de los visitantes de los museos del estudio tienen de los restantes museos del Ministerio de Cultura: tan sólo nueve museos gozan del conocimiento de, al menos, la cuarta parte de los visitantes y sólo hay un museo, el Museo Arqueológico, que es conocido por la mitad de los visitantes del estudio. Le sigue en notoriedad (los conocen más o menos el 40% de los visitantes) una serie de museos que tienen en común el estar situados fuera de Madrid y que, al ser madrileño el grupo mayor de sus visitantes, implica que éstos conocen más los museos de fuera de su ciudad que los de la ciudad en la que viven.

El escaso conocimiento de los museos del Ministerio de Cultura situados en Madrid que tienen los visitantes entrevistados en dichos museos,



denota que no existe una relación entre ellos, que no comparten programas, que no están unidos por itinerarios temáticos, que no se conciben como complementarios, que no intercambian experiencias y, por ello, tampoco se conciben formado parte de una red de información mantenida por todos y cada uno de los museos para beneficio mutuo.

Lo mismo se puede decir en cuanto al resto de los museos de fuera de Madrid (Museo del Greco, Museo Sefardí, Museo de Altamira, Museo Nacional Colegio San Gregorio, Museo Casa de Cervantes, Museo de Arte Romano, Museo de Cerámica y Museo de Arqueología Subacuática), ya que no parece existir más vínculos entre ellos que el estar en la misma ciudad, en unos casos, y formar parte de destinos turístico-culturales, en otros.

Parece muy oportuna, por tanto, la creación de un nexo de unión entre todos estos museos que permita identificarlos como componentes de una red: cada uno con su propia identidad, pero todos compartiendo los signos visibles de la marca que define a la red; cada museo emisor de publicidad sobre los restantes museos y, a su vez, beneficiario de la publicidad realizada por los otros; cada museo concibiendo a sus visitantes como potenciales visitantes de los otros.

La marca propia de los museos del Ministerio de Cultura, como la de todas las instituciones públicas, es precisamente la de garantizar los derechos de los ciudadanos a recibir los servicios públicos con la mayor calidad, eficacia y eficiencia posible (Real Decreto 1259/1999). En el ámbito de los museos y de acuerdo con el estudio realizado, el compromiso de calidad no puede ser otro que facilitar el acceso a todos los ciudadanos, dar respuesta a las expectativas y motivaciones de los visitantes, a sus deseos de ser bien recibidos y atendidos, de ser respetados, de disfrutar de cierto confort físico, emocional y cognitivo, de disponer de información, de entender y comprender lo que se expone, de compartir la visita y de disfrutar de la misma. Es decir, se trata de hacer de la calidad la marca de estas instituciones, de modo que imágenes, mensajes y señales induzcan a la gente a confiar en una organización y establecer una relación duradera con ella y sus productos (Kotler y Kotler, 2001:69).

Los beneficios que se obtendrían de una red de museos con marca de calidad serían, entre otros, vincular visiblemente los museos a unos

niveles de calidad garantizados, darles más visibilidad y capacidad de impacto, rentabilizar los esfuerzos promocionales y publicitarios, así como facilitar a los ciudadanos su conocimiento, primero, y su reconocimiento y relación con experiencias gratificantes, después.

## Sobre el impacto de la visita y la satisfacción del visitante

La prueba de una buena acogida por parte del museo es la respuesta positiva de los visitantes a estas dos cuestiones: ¿me ha interesado? ¿me he sentido bien durante la visita? Lo cual requiere del museo la creación de una atmósfera en la que los visitantes se sientan importantes, esperados y deseados, y en la que se alienten emocionalmente sus deseos de aprender (Hudson, 1994).

De estas dos cuestiones propuestas, ha sido objeto de evaluación en este estudio fundamentalmente la segunda, es decir, la que se refiere al bienestar procurado por los distintos tipos de servicios y determinados elementos museográficos. De ellos, en esta investigación se ha analizado especialmente la utilización y valoración por parte de los visitantes de los servicios ofrecidos por el museo, en el entendimiento de que forman parte de la experiencia de la visita, contribuyen a hacerla más confortable y condicionan en gran parte su duración.

Un número importante de investigaciones en el ámbito museístico, relacionan la satisfacción, el bienestar, el confort y las sensaciones positivas, en general con el aprendizaje y el tiempo dedicado a los museos. La mayoría de estas investigaciones vienen a apuntar que cuando la satisfacción con la visita es alta, se dedica una mayor cantidad de tiempo a la visita y se incrementa la probabilidad de aprendizaje significativo (Falk y Dierking, 1995; Serrell, 1997; 1998). Sin embargo, la valoración rigurosa y precisa de la satisfacción con la visita realizada, no es sencilla y precisa de una acumulación de evidencias a través de distintos datos aportados por diferentes variables incluidas en la investigación.

Las principales teorías para analizar la satisfacción del consumidor de productos culturales desde el marketing de museos (Kotler y Kotler,

2001), señalan a las variables personales, como el nivel educativo, el estilo de ocio, el grupo de referencia y los procesos de socialización, como determinantes de la satisfacción. Sin embargo, también se constata a través de numerosas investigaciones, que las características y los servicios que ofrece el museo, las características expositivas, los servicios ofrecidos, el trato del personal de sala, la calidad y adecuación de la información o la confortabilidad del espacio físico, son factores, tan relevantes en la satisfacción, como las características personales antes descritas.

Pues bien, de los resultados obtenidos se deduce que la visita a nuestros museos se planifica como una actividad cultural de determinada duración, más bien corta (de una hora a hora y cuarto), durante la cual se hace poco uso de los servicios, exceptuando el de los folletos, y se participa poco en las actividades. Aunque para valorar en sus justos términos estas respuestas debe considerarse, por un lado, que los servicios se utilizan más en los museos en los que se ofrecen en condiciones idóneas que en los que no reúnen estas condiciones y, por otro, que la asistencia a las actividades está condicionada a la concertación previa y al número limitado de asistentes, razón por la que la evaluación de su eficacia tiene que hacerse con otros procedimientos.

En relación con las valoraciones generales de la visita, hay que tener en cuenta que en las respuestas escalares de los visitantes sobre la satisfacción existe una importante influencia de la deseabilidad social, por lo que conviene siempre contrastar las valoraciones globales obtenidas con otras respuestas del cuestionario que nos permita conocer mejor lo que piensan y comentan los visitantes. Así, aunque la valoración global de la visita es muy alta a juzgar por los porcentajes de visitantes que piensan volver y recomendarla, un análisis más detallado nos muestra que en esta valoración global de resultado positivo influyen aspectos más y menos apreciados por los visitantes. Así, el nivel de utilización y la satisfacción con respecto a algunos de los servicios prestados por los museos no es muy alto, aunque, claramente, las valoraciones más bajas corresponden con servicios que presentan importantes limitaciones en la mayoría de los museos, como las tiendas (en ocasiones sólo puntos de venta), las facilidades para discapacitados (muy limitadas en algunos museos debido a sus características arquitectónicas), las

bibliotecas (cuyo acceso es, en ocasiones, restringido a investigadores), las cafeterías o las zonas de descanso. El caso de los folletos informativos es especialmente llamativo. Más de la mitad de los visitantes de los museos dice haberlo utilizado y, sin embargo, la valoración que le otorga no es tan alta si lo comparamos con otras facilidades de carácter informativo. Es posible que las características de los folletos no consigan cubrir las necesidades de información de los visitantes, como lo demuestran algunas investigaciones importantes realizadas en museos norteamericanos (Talbot, Kaplan, Kuo y Kaplan, 1993) aunque las verdaderas razones de este dato necesiten un estudio más profundo que el actual.

Por otro lado, parece a la luz de los resultados obtenidos en este estudio, que el ambiente general de la visita y el trato recibido por parte del personal de sala pesan más en el visitante de nuestro museos a la hora de valorar la experiencia global que otros aspectos como las comodidades del museo. Este hecho corrobora que la atención personal es un ingrediente básico valorado por todo tipo de visitantes y que la experiencia de la visita depende en gran medida de la percepción por parte del público del trato, atención y servicios recibidos (Hood, 1993b). Es muy posible que el comportamiento verbal y no verbal de las personas que están cara al público en cualquier institución, sea uno de los aspectos que mejor transmitan los intereses, objetivos y características más arraigados de la institución. Esto es especialmente relevante si tenemos en cuenta que la interacción entre el público y el personal del museo se produce inevitablemente de manera repetida, como lo demuestran los resultados obtenidos con anterioridad en museos de nuestro entorno, donde se halla que alrededor de un 30% de los visitantes que entran en el museo (en este estudio un 32,6%) realizan algún tipo de consulta e interacciona verbalmente con los vigilantes de sala (García Blanco y otros, 1999; Pérez Santos, 1994; 2000). Por ello, no cabe duda de que la selección, formación y entrenamiento de estas personas en habilidades de comunicación con el público es un punto de máxima importancia si se pretende actuar sobre los factores que pueden hacer aumentar la satisfacción durante la visita.

Una parte importante del público de los museos lo componen las familias. Los museos deben tener en cuenta las necesidades especiales



de este tipo de visitantes (aseos con cambiadores de bebés, restaurantes con menús infantiles a precios asequibles, tiendas de recuerdos orientados a adultos y niños, guardarropas amplios y adecuados, fuentes de agua potable en las áreas expositivas, etc.). Puede que una parte importante de la insatisfacción que algunos visitantes muestran con las comodidades de los museos investigados, se deban a la ausencia de este tipo de servicios.

Para los visitantes, pasear por las salas expositivas, visitar la tienda y tomar algo en el restaurante o cafetería forman parte del mismo suceso que compone la experiencia museística (Falk y Dierking, 1992). En muchas ocasiones, la ausencia de unos servicios mínimos puede provocar el descontento con la visita o simplemente la no-ocurrencia de la misma (Hood, 1993b).

Algunos estudios ya demostraron también la importancia de los servicios en la experiencia de la visita a un museo. Diamond (1986) observó que, en el Exploratorium de San Francisco y en Lawrence Hall of Sciences de Berkeley, aproximadamente el 20% del tiempo total de la visita se dedicaba a áreas no expositivas (en este caso: cafetería, tienda, lavabos, etcétera). Pero lo más interesante es que, lejos de acortar el tiempo de visita a las salas de exposiciones, la inclusión de servicios relacionados con el descanso (restaurantes, tiendas, áreas de descanso, etcétera) parece aumentar la duración de la misma. Así se

confirmó posteriormente en los estudios realizados en Museo del Louvre, a partir de la construcción de su famosa pirámide y galería comercial adyacente (Gottesdiener, 1996).

Finalmente, si aceptamos que existe una relación significativa entre el tiempo dedicado a la exposición y la calidad de la visita, como ya demostró en su momento Shettell (1993) en relación con el aprendizaje producido, conviene incentivar visitas más prolongadas incrementando la gama de servicios propuestos, ofertando y publicitando un programa de actividades interesantes para todos los miembros del grupo familiar, renovando con frecuencia las exposiciones temporales y haciendo que tanto éstas como la permanente sean interesantes y comprensibles, participativas, eficaces y útiles para las personas, porque ello supone ampliar las posibilidades de que los visitantes amplíen o complementen sus conocimientos, disfruten, participen y experimenten.

En definitiva, el poder elegir entre amplias y diversas posibilidades, planificar la visita de acuerdo con las elecciones hechas y acordadas entre los miembros del grupo, poder descansar y compensar el esfuerzo psíquico y físico que ha supuesto la visita en ambientes relajados y agradables, recuperándose en el restaurante, en las zonas de descanso o en la tienda no sólo prolonga naturalmente la visita al museo, sino que también la convierte en una experiencia más completa que facilita y propicia su función educativa.



Museo del Traje. CIPE. Madrid.

## Recomendaciones de actuación

Las recomendaciones que se derivan de las conclusiones obtenidas sugieren la conveniencia de incidir en tres líneas de actuación que en síntesis son las siguientes:

1. **La captación de los no visitantes de museos.** Es evidente la conveniencia de incidir muy activamente en la ampliación de la diversidad de los visitantes y lograr que los museos sean más inclusivos, es decir, que se adapten mejor a las necesidades de los que tradicionalmente han estado peor representados o simplemente no los han estado nunca, más abiertos a la participación ciudadana y más proclives a satisfacer sus intereses mediante la puesta en marcha de estrategias de comunicación.
2. **El aumento del conocimiento de los museos del Ministerio de Cultura por parte de los propios visitantes.** Es palmaria la necesidad de corregir la falta de visibilidad de los signos de identidad propios de cada museo, la carencia de información promocional que hay entre ellos y la ausencia de estrategias de colaboración para hacer de la calidad la marca que los distinga como grupo. Estos aspectos son el requisito previo a la puesta en marcha de planes de comunicación que contemple la utilización óptima de todos los medios de comunicación a su alcance, con especial atención a las páginas web.
3. **El incremento de la asiduidad de la visita.** Conviene diseñar políticas de fidelización que tengan en cuenta las múltiples razones por las que la visita a museos puede ser interesante a los ciudadanos, susceptible de alimentar un permanente deseo de visitarlos con frecuencia. La ampliación de la diversidad de prácticas culturales que se pueden hacer en el Museo, la mejora de los servicios de atención al visitante que hagan de éste un lugar confortable y socialmente participativo, la programación constante y renovada y la posibilidad de elegir entre diferentes ofertas, pueden ser algunas de las consideraciones que deben formar parte de dicha política.

En el cuadro siguiente se desarrollan pormenorizadamente estas líneas de actuación.

| DATOS                                                            | OBJETIVO                                                                                                                                              | RECOMENDACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Escaso público infantil (menor de 12 años) en visita individual. | Conseguir un aumento del público infantil, de forma que permita crear un hábito de visita en el futuro y un relevo generacional entre los visitantes. | <p>Mejorar las condiciones y aumentar el atractivo de la visita en familia. Incrementar los servicios para realizar la visita de forma confortable.</p> <p>Tener en cuenta el punto de vista infantil a la hora del diseño de las exposiciones.</p> <p>Promover y promocionar la iniciación de la visita a museos como una práctica cultural en familia.</p> <p>Aumentar la oferta de actividades para el público infantil y familiar.</p>                                                                                                                                                                  |
| Escaso público de más de 65 años y jubilados.                    | Atraer al público de más de 65 años y/o jubilados.                                                                                                    | <p>Mejorar los servicios de descanso (áreas de descanso, cafetería, etcétera).</p> <p>Publicitar la gratuidad de la visita a museos.</p> <p>Tener en cuenta las características de los visitantes mayores en el diseño de exposiciones y la señalización (tamaño de letras en textos, etcétera).</p> <p>Realizar actividades orientadas a visitantes de la tercera edad.</p> <p>Promover la participación de las personas mayores en las actividades de los museos mediante el voluntariado cultural.</p>                                                                                                   |
| Escaso público extranjero residente en España.                   | Captar y fidelizar a los visitantes extranjeros residentes en España, procedentes de países de emigración económica.                                  | <p>Llevar a cabo acciones concretas para facilitar la participación de los ciudadanos pertenecientes a otras culturas en la construcción de significados en relación con el patrimonio.</p> <p>Tener en cuenta la diversidad cultural en el diseño de las exposiciones y actividades.</p> <p>Promocionar la visita a museos en asociaciones culturales, colegios y colectivos de inmigrantes.</p> <p>Realizar actividades dirigidas a este colectivo, implicándole y dándole participación siempre que sea posible en la elaboración de las mismas, así como a las asociaciones culturales y embajadas.</p> |



Museo Sorolla, Madrid.

| DATOS                                                      | OBJETIVO                                                                                       | RECOMENDACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Escaso número de turistas extranjeros.                     | Aumentar el número de visitantes extranjeros que visitan los museos estatales.                 | <p>Mejorar la confortabilidad de la visita mediante el incremento de servicios y atención a los visitantes.</p> <p>Tener en cuenta las características de los extranjeros en el diseño de las exposiciones y la señalización (textos en varios idiomas, diversidad cultural, etc.).</p> <p>Promocionar los museos en guías, publicaciones turísticas, aeropuertos y estaciones de tren, oficinas de turismo y hoteles. Ofrecer la información promocional en otros idiomas (folletos generales y de actividades, páginas web, facebook, redes sociales, etcétera)</p> <p>Promocionar los museos del Ministerio de Cultura en otros museos donde acuden visitantes extranjeros.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Escaso número de visitantes con niveles de estudios bajos. | Captar y fidelizar los visitantes con bajos niveles de estudios y escasos recursos económicos. | <p>Tener en cuenta las características de los visitantes con los bajos niveles educativos en el diseño de las exposiciones y la señalización (nivel de comprensión de textos, dificultad para entender las claves expositivas, etc.)</p> <p>Transmitir una imagen de los museos como espacios accesibles y abiertos a todos los ciudadanos.</p> <p>Aumentar la oferta de actividades y servicios que acerquen a los ciudadanos con menos recursos y menor nivel de estudios a los museos (actividades gratuitas, días de puertas abiertas, etc.).</p> <p>Dar a conocer los museos como lugares abiertos a todos, destacando los días con entrada gratuita.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Escaso público adolescente y juvenil en visita individual. | Captar y fidelizar a los jóvenes y adolescentes.                                               | <p>Promover la interactividad, el descubrimiento y la participación en la exposición.</p> <p>Ofrecer información en un lenguaje accesible y comprensible para los jóvenes.</p> <p>Ofrecer actividades exclusivas para adolescentes en las que se sientan implicados por haber participado en el proceso: desde el diseño hasta su puesta en práctica.</p> <p>Tener en cuenta los intereses, motivaciones y actitudes de los adolescentes y jóvenes a la hora de diseñar exposiciones y actividades.</p> <p>Realizar campañas para ofrecer una imagen de los museos como lugares estimulantes, participativos y sorprendentes.</p> <p>Tener presencia o realizar campañas en los medios de comunicación que utiliza este colectivo (páginas web, redes sociales, etcétera)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Escasos visitantes con discapacidad.                       | Aumentar el número de visitantes con discapacidad.                                             | <p>Realizar un plan integral de eliminación de barreras (físicas, sensoriales y cognitivas) aplicando la normativa contemplada en la Ley de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad.</p> <p>Difundir su implantación progresiva y uso implicando a los colectivos de discapacitados.</p> <p>Realizar campañas para cambiar la imagen de los museos como lugares inaccesibles o inadaptados para los discapacitados.</p> <p>Tener en cuenta las características de los visitantes con discapacidad en el diseño de las exposiciones y la señalización (compresión de textos, dificultad de entender las claves expositivas, formatos de textos: tamaños de letras, alturas de textos, adaptación a otra serie de códigos y lenguajes: braille, etcétera).</p> <p>Seguir con la implantación de audioguías y signoguías. Promocionar su utilidad y ofrecer en ellas servicios específicos para las diferentes discapacidades.</p> <p>Realizar convenios de colaboración con asociaciones y entidades representativas de las personas con discapacidad y sus familiares.</p> |

| DATOS                                                                                                                                   | OBJETIVO                                                                                                                                                  | RECOMENDACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Escaso número de visitantes que repiten visita.                                                                                         | Aumentar el número de visitantes que repiten visitas.<br>Crear hábitos de visita estables a lo largo del tiempo.<br>Incrementar el grado de fidelización. | Elaborar una oferta de actividades culturales y de ocio que fomenten la participación periódica.<br>Crear en los museos un ambiente de acogida, confort y disfrute emocional.<br>Renovar con frecuencia las exposiciones temporales e introducir novedades periódicas en la permanente. Difundir de forma habitual estas renovaciones.<br>Promocionar los museos como lugares en los que se puede aprender y disfrutar en compañía.<br>Incrementar los servicios que contribuyen a realizar la visita de forma confortable.<br>Promover o diseñar campañas de fidelización: carnets de familias, infantiles o adultos con descuentos o actividades específicas dirigidas a los miembros.<br>Promover las asociaciones de amigos de los museos.<br>Comunicar las novedades expositivas y las actividades de los museos periódicamente a través de diversos medios (mailing, redes sociales, correo ordinario, publicidad, etcétera).                                  |
| Imagen del museo como lugar donde no se favorece la interacción social.                                                                 | Potenciar la imagen social de la visita.                                                                                                                  | Realizar exposiciones que favorezcan la interacción y la participación del grupo en los procesos constructivos de conocimiento.<br>Aumentar y potenciar el componente social de la visita, a través de actividades en grupo, servicios (cafeterías, restaurantes, zonas de descanso, tienda, etcétera) y normativas que contemplen las necesidades de todos los miembros que componen el grupo familiar.<br>Fomentar la participación ciudadana en el museo: buzones de sugerencias, libros de visitas, etcétera.<br>Dotar a los servicios del museo de elementos de participación.<br>Estar presentes en redes sociales. Desarrollar en ellas proyectos de participación de los visitantes/usuarios.<br>Desarrollar actividades de interacción y participación ciudadana.<br>Fomentar proyectos de trabajo con asociaciones y colectivos locales.<br>Incrementar los esfuerzos del museo para estimular el voluntariado y las asociaciones de amigos de los museos. |
| La información que se transmite del museo no responde a lo que ellos mismos desean transmitir de su identidad, misión y peculiaridades. | Difundir la identidad y la marca propia de cada museo.                                                                                                    | Diseñar e implementar un plan de comunicación para cada museo.<br>Mejorar la comunicación con los ciudadanos utilizando las facilidades de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (web, redes sociales, etcétera).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |



| DATOS                                                          | OBJETIVO                                                                                                                                                                                                           | RECOMENDACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Falta de identidad de los museos como red.                     | Creación de un nexo de unión entre los museos que permita identificarlos como componentes de una red: cada uno con su propia identidad, pero todos compartiendo los signos visibles de la marca que define la red. | <p>Promocionar y dar a conocer el conjunto de museos del Ministerio de Cultura.</p> <p>Ofrecer una imagen de red de museos con marca de calidad.</p> <p>Promocionar y dar a conocer unos museos (menos conocidos) en otros (más conocidos y visitados).</p> <p>Realizar itinerarios temáticos que interrelacionen a los museos.</p> <p>Realizar programas de actividades compartidas.</p> <p>Promocionar y difundir de forma conjunta los museos del Ministerio de Cultura por su temática (ej: etnografía, arqueología, bellas artes, casas museo, etcétera) o su ámbito geográfico (Madrid, Valladolid, etcétera).</p> <p>Ofrecer varios tipos de entradas o abonos por bloques (temáticos o geográficos) o por periodos (más allá del abono anual).</p>                                                                             |
| La visita es corta y se utilizan poco los servicios del museo. | Aumentar la duración de la visita y con ello dar la oportunidad de aprender y disfrutar.                                                                                                                           | <p>Incrementar la gama de servicios propuestos, entre ellos: atención a visitantes, restaurante, cafetería, tienda, parking, espacios de interpretación, etcétera.</p> <p>Ofertar y promocionar un programa de exposiciones y actividades interesantes para todos los miembros del grupo familiar.</p> <p>Aumentar las zonas de descanso donde recuperarse tras el esfuerzo físico y psíquico que ha supuesto la visita.</p> <p>Incrementar los soportes y elementos interactivos y audiovisuales que permitan enriquecer las exposiciones.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| La satisfacción con algunos servicios es baja.                 | Aumentar la satisfacción con los servicios.                                                                                                                                                                        | <p>Comprobar la efectividad de los folletos y planos de mano para adecuarlos a las necesidades del público.</p> <p>Mejorar la accesibilidad horaria, física e informativa de los servicios ofrecidos por el museo.</p> <p>Seleccionar, formar y entrenar al personal de sala e información en habilidades de comunicación con el público.</p> <p>Aumentar y mejorar los servicios ofrecidos a la visita familiar (aseos con cambiadores de bebés, restaurantes con menús infantiles a precios asequibles, tiendas de recuerdos orientadas a adultos y niños, guardarropas amplios y adecuados, parking gratuito, etcétera).</p> <p>Mejorar la comunicación a través de determinados medios (webs, redes sociales, folletos, etcétera) y la gestión de servicios (reservas de grupos, ventas de entradas <i>on-line</i>, etcétera).</p> |

# CUESTIONARIO PARA VISITANTES



Fecha ...../...../200.....  
Hora: ..... h ..... min.

| Mar | Miér | Juev | Vier | Sáb | Dom |
|-----|------|------|------|-----|-----|
| 1   | 2    | 3    | 4    | 5   | 6   |

CUESTIONARIO N° .....

América .....1 Antropología .....2 Sorolla .....3 Artes Decorativas...4 Traje .....5 Arqueológico .....6 Sefardí .....7 Arte Romano .....8  
Allamira .....9 Casa Cervantes ..10 San Gregorio.....11 Cerámica .....12 ARQUA .....13 El Greco .....14 Romántico .....15 Cerralbo .....16

Estimado visitante, el Ministerio de Cultura, a través de la Subdirección General de Museos Estatales, ha puesto en marcha una serie de investigaciones sobre los visitantes de los museos estatales con el fin de conocerlos mejor y adecuar las condiciones de la visita a sus necesidades. Ayúdenos en esta labor cumplimentando este cuestionario, pues su opinión es fundamental para conseguir este objetivo.

## INSTRUCCIONES PARA CUMPLIMENTAR EL CUESTIONARIO

- En la mayoría de las preguntas, basta marcar con una cruz los números correspondientes a las respuestas que usted elija.
- En algunas preguntas puede contestar más de una opción y en otras un número limitado de opciones (en ambos casos se indica en cada pregunta el número de opciones que puede contestar).
- Algunas preguntas son abiertas. Según los casos, conteste un número (aunque sea aproximado) o exprese con algunas palabras su respuesta.

### 1 ¿Es su primera visita a este Museo?

- ① Sí  
② No, ya había venido con anterioridad

### 2 Si ya había venido antes, por favor, díganos cuándo visitó este Museo por última vez

- ① En los últimos 3 meses  
② En los últimos 6 meses  
③ En los últimos 12 meses  
④ En los últimos 2 años  
⑤ Hace más de 2 años

### 3 Si ha venido en los últimos 12 meses, ¿cuántas veces lo ha visitado en este tiempo sin incluir la visita de hoy?

..... veces

### 4 ¿Qué espera de su visita a este Museo? Señale un máximo de 3 respuestas

- ① Disfrutar de un ambiente especial  
② Descubrir algo nuevo  
③ Hacer algo diferente a lo cotidiano  
④ Aprender piezas, objetos u obras de arte  
⑤ Conocer nuestra Historia  
⑥ Recordar cosas ya sabidas  
⑦ Comprender la diversidad cultural  
⑧ Evocar tiempos pasados  
⑨ Aprender  
⑩ Otras cosas, (por favor, especifique)

.....  
.....

### 5 Hoy, usted ha venido al Museo ...

- ① Solo  
② Acompañado por ..... personas

### 6 Si ha venido acompañado, ¿quién le acompaña?

- ① Su cónyuge, pareja, compañero o compañera  
② Sus padres  
③ Uno o varios hijos, ¿de qué edades?  
..... años, ..... años, ..... años  
④ Amigos de sus hijos u otros niños de la familia, ¿de qué edades?  
..... años, ..... años, ..... años  
⑤ Uno o varios parientes  
⑥ Uno o varios amigos o colegas  
⑦ Otra persona, ¿quién?

.....

### 7 ¿Ha venido usted en grupo organizado concertando previamente la visita?

- ① No  
② Sí, ¿de qué tipo?  
☐ Tercera edad  
☐ Turístico  
☐ Asociación cultural  
☐ Educación de adultos  
☐ Otro tipo (por favor, especifique)

.....

### 8 ¿Conocía usted la ubicación exacta de este Museo antes de su visita de hoy?

- ① Sí  
② No

### 9 En caso negativo, ¿ha tenido problemas para localizarlo? ¿Qué tipo de problemas?

- ① Ningún problema  
② Falta señalización exterior  
③ La señalización es incorrecta  
④ La información de que disponía no era adecuada  
⑤ Otro tipo de problemas (por favor, especifique)

.....



**10 ¿Por qué motivo/s ha visitado hoy el Museo?**

Puede marcar varias de las siguientes respuestas

- ① Por curiosidad
- ② Visitar la exposición temporal
- ③ Volver a ver salas o piezas que le interesaron en una visita anterior
- ④ Completar una visita anterior que no pudo terminar
- ⑤ Enseñar el museo a amigos, conocidos o familiares
- ⑥ Por motivos profesionales o de estudios
- ⑦ Estar incluido en una visita guiada turística
- ⑧ Por casualidad, pasaba por aquí
- ⑨ Ocupar el tiempo de ocio
- ⑩ Ver el edificio
- ⑪ Asistir a una actividad organizada por el Museo (por favor, especifique cuál)

.....  
 ⑫ Ver algo concreto de lo que ha oído hablar (por favor, especifique qué)

.....  
 ⑬ Por otros motivos (por favor, especifique cuáles)

**11 ¿Ha oído hablar de este Museo recientemente o en los últimos meses, a través de alguno de los siguientes medios?**

Puede marcar varias de las siguientes respuestas

- ① A un pariente, amigo o conocido
- ② A un niño o joven de su familia
- ③ En la televisión
- ④ En la radio
- ⑤ A una persona de su trabajo o lugar de estudios
- ⑥ En alguna oficina turística u hotel
- ⑦ En otro sitio, ¿dónde?

**12 ¿Ha visto o leído algo acerca de este Museo en los últimos días o meses ...?**

Puede marcar varias de las siguientes respuestas

- ① En un periódico o revista
- ② En una guía turística
- ③ En un folleto del Museo
- ④ En Internet
- ⑤ En una guía de actividades de ocio
- ⑥ En otro sitio, ¿dónde?

**13 ¿Ha visto alguna publicidad de este Museo en los últimos días o meses? ¿Dónde?**

Puede marcar varias de las siguientes respuestas

- ① No ha visto nada o no lo recuerda
- ② En el metro
- ③ En el autobús
- ④ Banderolas por la calle
- ⑤ Cerca del Museo o en la puerta
- ⑥ En otro sitio, ¿dónde?

**14 ¿A qué hora aproximadamente ha comenzado su visita al Museo?**

A las ..... horas y ..... minutos

**15 ¿A qué hora aproximadamente ha finalizado su visita al Museo?**

A las ..... horas y ..... minutos

**16 ¿Conoce usted o ha oído hablar de alguno de los siguientes museos? Si los conoce, ¿los ha visitado alguna vez? ¿Los ha visitado en los últimos 2 años?**

Marque con una cruz los museos que conoce y los que ha visitado en los últimos 2 años

|                                                              | ¿Conoce el Museo?        | ¿Lo ha visitado alguna vez? | ¿Lo ha visitado en los últimos 2 años? |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------------------------|
| Museo Arqueológico Nacional (Madrid)                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Nacional de Artes Decorativas (Madrid)                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Nacional de Antropología (Madrid)                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo del Traje (Madrid)                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Sorolla (Madrid)                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Romántico (Madrid)                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Cerralbo (Madrid)                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo de América (Madrid)                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Nacional Colegio de San Gregorio (Valladolid)          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Casa de Cervantes (Valladolid)                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Sefardí (Toledo)                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo del Greco (Toledo)                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Nacional de Arqueología Subacuática. ARQUA (Cartagena) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo de Altamira (Cantabria)                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Nacional de Arte Romano (Mérida)                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |
| Museo Nacional de Cerámica (Valencia)                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>               |

**17 En su opinión, ¿qué aspectos favorecerían más la visita a éste y otros museos?**

Señale un máximo de 3 respuestas

- ① Horario más amplio
- ② Acceso gratuito
- ③ Aparcamiento gratuito
- ④ Cafetería y restaurante con precios asequibles
- ⑤ Facilidades para la visita con niños (cambia-bebés, tronas en restaurante, zonas recreativas para niños, lugares habilitados para picnic, menús especiales, etc.)
- ⑥ Actividades más atractivas
- ⑦ Más información sobre su programación

**18 ¿Sabe usted qué días es gratuito este Museo?**

- ① Los domingos
- ② El primer domingo de cada mes
- ③ Sólo el Día Internacional de los Museos (18 de mayo)
- ④ Sólo el Día de la Constitución (6 de diciembre)
- ⑤ Los sábados por la tarde y los domingos
- ⑥ Todos los días
- ⑦ No lo sé

**19** Durante su visita de hoy, ¿ha utilizado los siguientes servicios del Museo?

*Tenga en cuenta que alguno de estos servicios puede no estar disponible actualmente en este Museo*

|                                                                  | Sí | No | Si contesta "Sí", indique, por favor, su satisfacción con este servicio |          |      |         |
|------------------------------------------------------------------|----|----|-------------------------------------------------------------------------|----------|------|---------|
|                                                                  |    |    | Mucha                                                                   | Bastante | Poca | Ninguna |
| ¿Ha utilizado el folleto de información facilitado por el Museo? | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha utilizado el guardarropa o la consigna?                      | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha utilizado los aseos?                                         | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha tomado algo en la cafetería?                                 | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha comprado algo o ha visitado la tienda?                       | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha utilizado una audioguía o una signoguía?                     | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha pedido información en la taquilla o al personal de sala?     | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha utilizado la biblioteca?                                     | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha participado en una visita guiada por personal del Museo?     | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha utilizado las facilidades para discapacitados?               | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha utilizado las zonas de descanso?                             | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |
| ¿Ha participado hoy en alguna actividad organizada por el Museo? | 1  | 2  | 1                                                                       | 2        | 3    | 4       |

**20** ¿Considera usted que falta algún servicio en este Museo en particular?

① No

② Sí. Indique cuál o cuáles

.....

.....

.....

**21** Indique, por favor, la valoración que usted daría a los siguientes aspectos del Museo

*(siendo el n° 1 la valoración más baja y peor y el n° 7 la valoración más alta y mejor):*

| EN GENERAL:                                                          |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| ¿Qué valoración otorgaría usted a la visita realizada?               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Y EN PARTICULAR, cómo valoraría:                                     |   |   |   |   |   |   |   |
| El horario del Museo                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Las comodidades del Museo (asientos, guardarropa, etc.)              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| La señalización dentro del Museo                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| La información y explicaciones en las salas de exposición permanente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| La comodidad para ver la piezas y leer los textos                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| El ambiente general creado en las salas de exposición                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| El trato recibido por parte del personal de sala e información       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

**22** ¿Piensa volver al Museo en los próximos meses o años?

① Seguro que sí

② Probablemente sí

③ Probablemente no

④ Seguro que no

**23** ¿Recomendaría usted la visita a este Museo a otras personas?

① Sí

② No

③ No lo sé

**24** ¿Qué tipo de experiencias son las que usted prefiere en su tiempo de ocio? Señale un máximo de 3 respuestas

① Estar con gente

② Realizar actividades en contacto con la Naturaleza

③ Estar en casa tranquilamente

④ Aprender algo nuevo

⑤ Vivir nuevas experiencias diferentes a las actividades cotidianas

⑥ Hacer deporte o realizar alguna actividad física

⑦ Cultivar mis aficiones (por favor, especifique)

.....

⑧ Otro tipo (por favor, especifique)

.....

25 Díganos, por favor, en qué grado ha experimentado usted las siguientes sensaciones durante su visita

|                                                                                    | Mucho | Bastante | Poco | Nada |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------|------|------|
| Se ha sentido perdido o desorientado                                               | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha sentido cansado o incómodo                                                   | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Ha perdido la noción del tiempo                                                    | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha aburrido o aletargado                                                        | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Ha tenido la sensación de que estaba aprendiendo                                   | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha sentido controlado, guiado o dirigido                                        | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha sentido a gusto y seguro                                                     | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha asombrado por algo                                                           | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha sentido estresado o nervioso                                                 | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha sentido ensimismado o absorto, olvidando, por un momento, sus preocupaciones | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Ha tenido la sensación de que estaba perdiendo el tiempo                           | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Ha experimentado sentimientos de disfrute, serenidad y felicidad                   | 1     | 2        | 3    | 4    |
| Se ha divertido                                                                    | 1     | 2        | 3    | 4    |

PARA AYUDARNOS A CONOCER MEJOR A NUESTROS VISITANTES, POR FAVOR DÍGANOS ...

1 Es usted:

- 1 Varón
- 2 Mujer

2 ¿Cuál es su edad?

..... años

3 ¿Dónde vive?

- 1 En España, ¿en qué provincia?  
.....
- 2 En otro país, ¿cuál?  
.....

4 Si vive en esta ciudad, indique su código postal:

.....

5 Si vive en España, pero no ha nacido aquí, díganos si es tan amable:

- ¿Cuál es su país de origen? .....
- ¿Cuánto tiempo hace que reside en España?
- 1 Menos de 1 año
- 2 De 1 a 5 años
- 3 De 5 a 10 años
- 4 Más de 10 años

6 ¿Cuál es su nivel de estudios terminados?

- 1 Sin estudios
- 2 Elementales/EGB 1º etapa/Enseñanza Primaria
- 3 4º bachillerato/EGB 2º etapa/Graduado escolar/ESO
- 4 Bachiller superior/BUP/COU/ FP grado medio/Bachillerato
- 5 Diplomado universitario/FP grado superior, indique en qué .....
- 6 Licenciado universitario, indique en qué disciplina .....
- 7 Máster o doctorado, indique en qué disciplina .....

7 ¿Cuál es su actividad actual?

- 1 Estudiante de Enseñanza Primaria
- 2 Estudiante de ESO
- 3 Estudiante de Bachillerato
- 4 Estudiante universitario (incluido master y doctorado)
- 5 Se dedica exclusivamente a las tareas domésticas
- 6 Busca empleo
- 7 Trabaja por cuenta ajena o asalariado
- 8 Trabaja como autónomo, profesional liberal o empresario
- 9 Es artista
- 10 Está jubilado
- 11 Tiene otro tipo de actividad, indique cuál .....

8 ¿Su ocupación actual tiene alguna relación con la temática del Museo?

- 1 No
- 2 Sí, (por favor, indique cuál)

.....

¿Desea hacer alguna observación acerca de su visita de hoy o formular alguna sugerencia que sirva para mejorar las condiciones de la visita a éste y/u otros museos?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Por favor, entregue este cuestionario cumplimentado al entrevistador que le ha solicitado su participación.

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

# CUESTIONARIO

PARA GRUPOS ESCOLARES  
Y ESTUDIANTES



Fecha ...../...../200.....  
Hora: ..... h ..... min.

| Mar | Miér | Juev | Vier | Sáb | Dom |
|-----|------|------|------|-----|-----|
| 1   | 2    | 3    | 4    | 5   | 6   |

CUESTIONARIO N° .....

América .....1 Antropología.....2 Sorolla.....3 Artes Decorativas...4 Traje.....5 Arqueológico.....6 Selardí.....7 Arte Romano .....8  
Altamira.....9 Casa Cervantes...10 San Gregorio.....11 Cerámica.....12 ARQUA.....13 El Greco.....14 Romántico .....15 Cerralbo .....16

Estimado visitante, el Ministerio de Cultura, a través de la Subdirección General de Museos Estatales, ha puesto en marcha una serie de investigaciones sobre los visitantes de los museos estatales con el fin de conocerlos mejor y adecuar las condiciones de la visita a sus necesidades. Ayúdenos en esta labor cumplimentando este cuestionario, pues su opinión es fundamental para conseguir este objetivo.

## INSTRUCCIONES PARA CUMPLIMENTAR EL CUESTIONARIO

- En la mayoría de las preguntas, basta marcar con una cruz los números correspondientes a las respuestas que usted elija.
- En algunas preguntas puede contestar más de una opción y en otras un número limitado de opciones (en ambos casos se indica en cada pregunta el número de opciones que puede contestar).
- Algunas preguntas son abiertas. Según los casos, conteste un número (aunque sea aproximado) o exprese con algunas palabras su respuesta.

### 1 ¿Cuántas personas forman el grupo que le acompaña?

(especifique el número de profesores y monitores y el número de alumnos total)

..... monitores o profesores y ..... alumnos

### 2 Especifique, por favor, los niveles educativos de los alumnos que forman el grupo y el número de alumnos por nivel

(rodée con un círculo el curso)

① ..... alumnos de Educación infantil

② ..... alumnos de Enseñanza Primaria,  
especifique curso: 1° 2° 3° 4° 5° 6°

③ ..... alumnos de ESO  
especifique curso: 1° 2° 3° 4°

④ ..... alumnos de Bachillerato  
especifique curso: 1° 2°

⑤ ..... alumnos de FP grado medio

⑥ ..... alumnos de FP grado superior

⑦ ..... alumnos de Educación Especial

⑧ ..... alumnos de Otro nivel  
(especifique)

.....  
.....

### 3 ¿A qué hora aproximadamente ha comenzado el grupo su visita al Museo?

A las ..... horas y ..... minutos

### 4 ¿A qué hora aproximadamente ha finalizado el grupo su visita al Museo?

A las ..... horas y ..... minutos

### 5 ¿Qué recorrido ha realizado el grupo en esta visita?

① Todo el Museo

② Sólo alguna/s sala/s o zona/s

(especifique cuáles)

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

### 6 ¿Qué asignatura/s ha/n servido de base para la visita?

.....  
.....  
.....

7 Valore en una escala de 1 a 7 el interés de la visita para sus alumnos

(rodee con un círculo, siendo el nº 1 la valoración más baja y peor y el nº 7 la valoración más alta y mejor):

1      2      3      4      5      6      7

Por favor, explique su respuesta

8 ¿Considera usted que falta algún servicio importante para la visita en grupo organizado?

- ① No  
② Sí

(indique cuál o cuáles)

PARA AYUDARNOS A CONOCER MEJOR A  
NUESTROS VISITANTES, POR FAVOR DÍGANOS ...

**1** Si los profesores o monitores son ...

(indique el número de varones y mujeres, sin son varios):

..... Varón o varones y/o ..... Mujer o mujeres

2 Las edades de los profesores o monitores acompañantes del grupo

..... años, ..... años, .....años, ..... años

**3** ¿Dónde está ubicado el centro educativo al que pertenece el grupo?

¿En qué localidad?

.....

¿En qué provincia?

.....

¿En qué país?

.....

Si su centro está en esta ciudad ¿a qué código postal pertenece?

.....

**4** ¿Qué tipo de centro educativo es?

- ① Centro privado
- ② Centro concertado
- ③ Centro público

¿Desea hacer alguna observación acerca de su visita de hoy o formular alguna sugerencia que sirva para mejorar las condiciones de la visita en grupo a éste y/u otros museos?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

---

.....

Por favor, entregue este cuestionario cumplimentado al entrevistador que le ha solicitado su participación.

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Referencias bibliográficas

AGENCIA ESTATAL DE EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS (2008). *Evaluación de la calidad de los museos de titularidad estatal*. Ministerio de Administraciones Públicas. [www.aeval.es](http://www.aeval.es) / [www.mcu.es/museos](http://www.mcu.es/museos).

BOURDIEU, P., y DARBEL, A. (1962). *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*. Paris Les Editions de Minuit.

CSIKSZENTMIHALYI, M., y Hermanson, K. (1995). Intrinsic Motivation in Museums: Why Does One Want to Learn?. En J.H. Falk y L.D. Dierking (Eds.), *Public Institutions for Personal Learning: Establishing a research agenda*. Washington, D.C.: American Association of Museums.

DAVALLON, J. *et al.* (2006). À quoi peuvent donc servir les recherches sur les visiteurs?. *Culture & Musées*, 8, pp. 161-172.

DE LA CRUZ, C., y MADARIAGA, A. (2003). Educación del Ocio e Intervención cultural. *Actas de las XII Jornadas DEAC*. Salamanca.

DIAMOND, J. (1986). The behavior of family groups in science museums. *Curator*, 29/2, 139-154.

DIERKING, L. D. (1989). The family museum experience: implications from research. *Journal of Museums Education*, 14(2), 9-11.

DIERKING, L. D. (1994). Role de l'interaction sociale dans l'expérience muséale. *Publics et Musées*. n.º 5. pp. 19-37.

DODD, J., SANDELL, R., JOLLY, D., y JONES, C. (2008). *Rethinking Disability Representation in Museums and Galleries RCMG*, University of Leicester.

DUFRESNÉ-TASSÉ, C. (1999). *Préalables à la réalisation par les musées d'études interculturelles de type analytique en éducation des adultes*. En: M. Allard y B. Lefebvre (Dir.). *Le Musée au service de la personne*, pp. 227-257.

DUFRESNÉ-TASSÉ, C., y LEFEBRE, A. A. (1996). *Psychologie du visiteur de Musée*. Québec: Hurtubise.

DUFRESNÉ-TASSÉ, C., LEPAGE, Y., SAUVÉ, M., BANA, N., y WELTZ-FAIRCHILD, A. (1999). Un niveau de formation élevé facilite-t-il chez des visiteurs adultes un meilleur traitement des objets muséaux? En: A. Landry (Dir.). *Le musée à la rencontre de ses visiteurs*. The Museum reaching out to its visitors. Québec: Editions Multimondes.

DUFRESNE-TASSÉ, C., LEPAGE, Y., SAUVÉ, M., BANNA, N., y WELTZL-FAIRCHILD, A. (2003). "Un niveau de formation élevé facilite-t-il chez des visiteurs adultes un meilleur traitement des objets muséaux?" En A. Landry (ed.), *Le musée à la rencontre de ses visiteurs*. Québec, QU: Éditions MultiMondes, pp. 229-259.

FALK, J. H., y DIERKING, L. D. (1992). *The Museum Experience*. Washington, D.C.: Whalesback Books.

FALK, J. H., y DIERKING, L. D. (Eds.). (1995). *Public Institutions for Personal Learning*. Washington, D.C.: Technical Information Service of American Association of Museums.

GARCÍA BLANCO, A. (1995). *Evaluación de la exposición "Cerámica e Imágenes de la Grecia Clásica"* (Informe no publicado). Leganés (Madrid).

GARCÍA BLANCO, A. (1999). *La exposición como medio de comunicación*. Madrid: Akal.

- GARCÍA BLANCO, A., PÉREZ SANTOS, E., y ANDONEGUI, M. O. (1999). *Los visitantes de museos: Un estudio de público en cuatro museos*. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura.
- GARDE LÓPEZ, V. El Laboratorio Permanente de Público de Museos: un proyecto de investigación, una herramienta de gestión. *I Seminario de investigación en Museología de los países de lengua portuguesa y española*. Volumen 3, pp. 60-67. <http://www.mcu.es/museos/MC/Laboratorio/Informes.html>
- GARDE LÓPEZ, V., y VARELA AGÜÍ, E. (2011). ¿Al servicio de la sociedad y de su desarrollo? El Laboratorio Permanente de Público de Museos: una herramienta de gestión. *Revista Museos.es* (Ministerio de Cultura), n.º 5-6, pp. 208-221.
- GOTTESDIENER, H. (1996). Understanding audiences. *Seminario Internacional: Museum Visitors Studies*, Mérida.
- GRANDE, J., y ÁLVAREZ, C. (1997). Turismo cultural: análisis de la oferta; el producto y su comercialización. *Actas del Congreso europeo sobre itinerarios culturales y rutas turísticas*. Logroño, noviembre 1997, pp. 115-178.
- HEDGE, A. (1995). Human-Factor Considerations in the Design of Museums to Optimize Their Impact on Learning. En J. H. Falk y L. D. Dierking (Eds.). *Public Institutions for Personal Learning*. Washington, D. C.: Technical Information Service of American Association of Museums.
- HERVÁS, R. M.<sup>a</sup>, PARRA, M.<sup>a</sup> I., NICOLÁS, S., y RUIZ, M.<sup>a</sup> G. (1999). Museos como espacios de experiencias museísticas. El Museo de La Ciencia y el Agua y su público. *Actas de la 15.ª Jornadas Estatales de Departamentos de Educación y Acción Cultural*. Museo de Bellas Artes da Coruña.
- HOOD, M. (1981). *Adult attitudes toward leisure choices in relation to museum participation*. Tesis doctoral no publicada. Ohio State University.
- HOOD, M. (1983). Staying away: Why people choose not to visit museums. *Museum News*, 61 (4), pp. 50-57.
- HOOD, M. (1993a). Why People Choices in Relation to Museum Participation. Staying Away. *Museum News*, 61 (4), pp. 25-31.
- HOOD, M. (1993b). Comfort and Caring: Two essential environmental factors. *Environment and Behavior*, 25 n.º 6 (Environment Design and Evaluation in Museums), pp. 710-724.
- HOOD, M. (1994). L'interaction sociale au musée, facteur d'attraction des visiteurs occasionnels. *Publics et Musées*, n.º 5, pp. 45-54.
- HOOPER-GREENHILL, E. (1999). *Los museos y sus visitantes*. Ed. TREA.
- HOOPER-GREENHILL, E., SANDELL, R., MOUSOURI, T., y O'RIAIN, H. (2000). *Museums and Social Inclusion. The GLLAM Report*. Research Centre for Museums and Galleries (RCMG), Department of Museum Studies, University of Leicester.
- HUDSON, K. (1994). Redonner un sens à la notion d'accueil. *Publics et Musées*, n.º 4, pp. 87-98.
- IBERMUSEOS (2007). *Declaración de la ciudad de Salvador de Bahía*, Brasil. I Encuentro Iberoamericano de Museos.
- ICOM-CECA (1986). Psicología y diseño de las exposiciones. En: *Actas de la Conferencia ICOM-CECA'85 La investigación del educador de museos*. Serie Investigación museística, n.º 2, Ayuntamiento de Barcelona.



INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2008). *Los visitantes del Museo del Prado en el año 2007*. Madrid: Secretaría General de Turismo. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2008). Familitur: *Encuesta de movimientos turísticos de los españoles*. Ministerio de Industria. Comercio y Turismo.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID (2006). *Dinámicas y perfiles de la inmigración extranjera en la Comunidad de Madrid*. En [www.madrid.org](http://www.madrid.org)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2009). *Cifras de población referidas a 01/01/2009*. Real Decreto 1918/2009. En [www.ine.es/infoine](http://www.ine.es/infoine)

JONCHERY, A., y BERNARDIN, S. (2002). Public familial et dispositifs interactifs: conception d'outils et fr méthodes pour étudier les comportements familiaux. En C. Dufresne-Tassé (Ed). *L'évaluation, recherche appliquée aux multiples usages / Evalalucion, Multi-Purpose Applied Research / La evaluacion, investigacion aplicada a usos multiples*. Paris, ICOM CECA, pp. 171-190.

KOTLER, N. (1999). La experiencia museística. Cómo disfrutar todo lo que ofrece el museo. *Revista de Museología*, n.º 18, pp. 19-26.

KOTLER, N., y KOTLER, P. (2001). *Estrategias y marketing de museos*. Barcelona: Ariel.

LEHALLE, E., y MIRONER, L. (1993). *Musées et visiteurs: Un observatoire permanent des publics*. Paris: Direction des musées de France.

LEHALLE, E., MIRONER, L., y PRONOVOST, G. (1996). *Médias et pratiques culturelles*. Presses universitaires de Grenoble.

LEMERISE, T., LOPES, I., y LUSSIERS-DESROCHERS, D. (1999). L'approche de l'inclusion sociale dans les musées: application auprès de groupes d'adolescents. En: A. Landry (Dir.). *Le musée à la reencontré de ses visiteurs / The Museum reaching out to its visitors*. Québec: Editions Multimondes.

LEMERISE, T., y SOUCY, B. (1999). La presence des adolescents au musée: information en provenance des musées. En: M. Allard y B. Lefebvre

(Dir.), *Le musée au service de la personne / The museum as service to people*, pp. 89-106.

LORAN Y GILI. (2005). Desarrollo de públicos: revisión bibliográfica. Zona Pública. *Associació de Museòlegs de Catalunya*, n.º 1. 2005. [www.amc.cat](http://www.amc.cat)

LUSSIERS-DESROCHERS, D., LEMERISE, T., y LOPES, I. (1999). Le groupe focus et le questionnaire: Deux methods complémentaires d'investigation des points de vue des adolescents sur les musées. En: A. Landry (Dir.), *Le musée à la reencontré de ses visiteurs / The Museum reaching out to its visitors*. Québec: Editions Multimondes.

MCMANUS, P. M. (1991). Towards understanding the needs of museum visitors. En Dexter, G. y Lord, B. *The manual museum planing*, Londres: HMSO.

MCMANUS, P. (1994). Families in museums. En R. S. Miles y L. Zavala (Eds.), *Towards the museum of the future: new europeans perspective*. London.: Reutleige.

MENGIN, A. (1993). La recherche d'une typologie des publics à la Cité des Sciences et de l'Industrie. *Publics et Musées*, n.º 3, 47-63.

MERRIMAN, N. (1993). Museum visiting as a Cultural phenomenon. En P. Vergo (Ed.), *The new museology*. London: Reakhon Books, pp. 149-172.

MILES, R. S., ALT, M. B., GOSLING, D. C., LEWIS, B. N., y TOUT, A. F. (Eds.). (1988). *The Design of Educational Exhibits* (2nd. ed.). London: Unwin Hyman Ltd.

MINISTERIO DE CULTURA (2007). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2006-2007*. Secretaría General Técnica de la Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación (Ministerio de Cultura).

MIRONER, L. (2001). *Cent musées a la recontre du public*. Paris: Observatoire Permanent des Publics (Direction des Musées de France).

MOORE, K. (2001). ¿Un museo para todos sobre el deporte del pueblo? *Revista de Museología*, n.º 22, pp. 33-42.

MORAL, B. (2008). Reflexiones sobre la capacidad didáctica de los museos y los objetos. *Decisión*, mayo-agosto, p 44-48.

- NIETO SANDOVAL, M. (1997). La situación del turismo cultural. *Actas del Congreso europeo sobre itinerarios culturales y rutas turísticas*. Logroño, pp. 45-56.
- O'NEILL, M. C. (2002). Âge et statut social, leur influence sur la visite d'une exposition temporaire. En: Colette Dufresne-Tassé (Éd.). *L'évaluation recherche appliqué aux multiples usages*. Québec: ICOM-CECA.
- OBSERVATORIO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (ONTSI) (2009). *Perfil sociodemográfico de los internautas*. Análisis de datos INE 2009. [www.ontsi.red.es](http://www.ontsi.red.es)
- PÉREZ SANTOS, E. (1994). *Características generales de la visita al M.N.C.N.* (Informe interno no publicado n.º 12): Consejo Superior de Investigaciones Científicas: Museo Nacional de Ciencias Naturales.
- PÉREZ SANTOS, E. (1995). El impacto de las exposiciones del Museo Nacional de Ciencias Naturales: 5 años de investigación sobre público. *Revista de Museología (Asociación Española de Museólogos)*, 5, pp. 43-52.
- PÉREZ SANTOS, E. (2000). *Estudios de público en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón: Trea.
- PÉREZ SANTOS, E. (2009a). El estado de la cuestión de los estudios de público en España *Mus-A*. Vol. 10, pp. 20-30.
- PÉREZ SANTOS, E. (2009b). Metodología básica de la investigación de público en museos: áreas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas *Mus-A*. Vol. 10, pp. 48-57.
- PÉREZ SANTOS, E., PRATS, C., y MUÑOZ, M. (1993). Tiempo real y estimado en la visita a una exposición. *Boletín de la A.N.A.B.A.D.*, 3-4, pp. 209-216.
- PRONOVOST, G. (1996). *Médias et pratiques culturelles*. Grenoble: Presses Universitaires.
- RAMOS, M. (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*. España: Trea, S.L.
- RIEU, A. M. (1985). Musée et Universités, En: Nicolas, A., *Nouvelles muséologies*. Marseille: Museologie nouvelle et experimentation sociale.
- SANDELL, R. (Ed) (2002). *Museums, Society, Inequality*, Routledge: London and New York.
- SCHOUTEN, F. (1991). Psychology and exhibit design: a note. *Actas de las VIII Jornadas estatales DEAC-Museos*. Mérida.
- SCREVEN, C. G. (1988). Exposiciones educativas para visitantes no guiados. En: *Actas de la Conferencia ICOM-CECA'85 La investigación del educador de museos*. Serie Investigación museística, n.º 2, Ayuntamiento de Barcelona, pp. 95-115.
- SCREVEN, C. G. (1991). Présentations didactiques pour visiteurs libres, *ICOM-Education* 12/13, pp. 10-23.
- SCREVEN, C. G. (1992). Comment motiver les visiteurs à la lecture des étiquettes, *Publics et Musées* 1, pp. 33-56.
- SERRELL, B. (1993). Using behavior to define the effectiveness of exhibitions. *Museum visitor studies in the 90s*, London.
- SERRELL, B. (1996). *Exhibit labels: an interpretative approach*. Walnut Creek, CA.: Altamira Press (Sage Publications).
- SERRELL, B. (1997). Paying attention: the duration and allocation of visitors' time in museums exhibitions. *Curator*, 40 (2), pp. 108-125.
- SERRELL, B. (1998). *Paying attention: visitors' and museums exhibitions*. Washington, D.C.: AAM.
- SHETTEL, H. H. (1993). Professional in visitor studies: too soon or too late? *Museum visitor studies in the 90s*, London.
- TALBOT, J. F., KAPLAN, R., KUO, F. E., y KAPLAN, S. (1993). Factors that enhance effectiveness of visitor maps. *Environment and Behavior*, 25 n.º 6 (Environment Design and Evaluation in Museums), pp. 743-760.
- UZZELL, D. L. (1992). Les approches socio-cognitives de l'évaluation des expositions. *Publics et Musées*, n.º 1, pp. 107-121.

