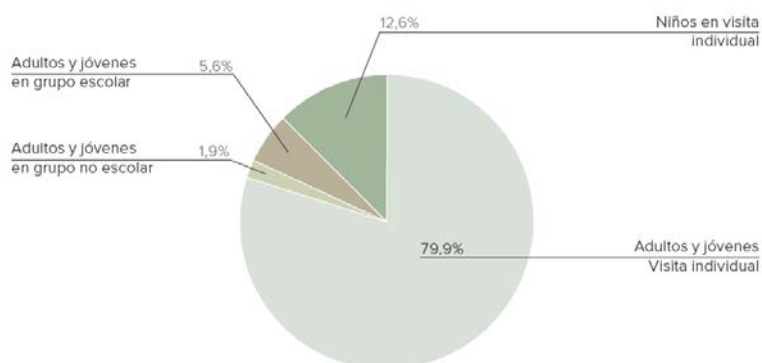


MUSEO CASA DE CERVANTES

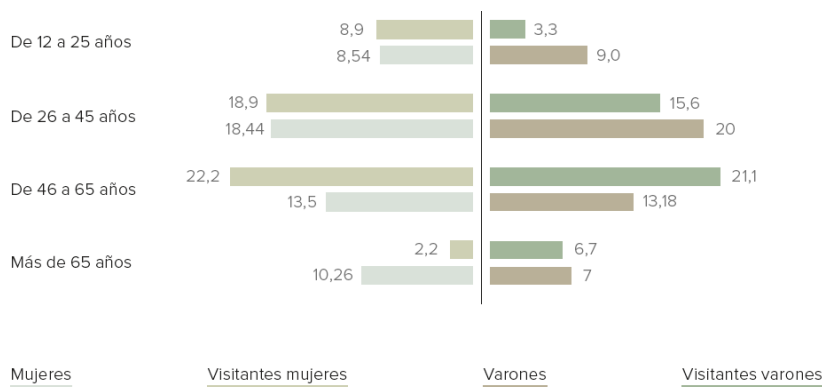
Composición general de público visitante (en porcentaje)



El estudio comparativo con los datos de los 12 museos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011) muestra que el Museo Casa de Cervantes es uno de los museos con mayor porcentaje de visitantes que hacen la visita individualmente (79,9%). Destaca también el porcentaje de menores de doce años que visita el Museo con familiares. Por el contrario, la presencia de grupos escolares es reducida (5,6%).

El 74,9% acude al Museo acompañado, preferentemente de su pareja, amigos o familiares.

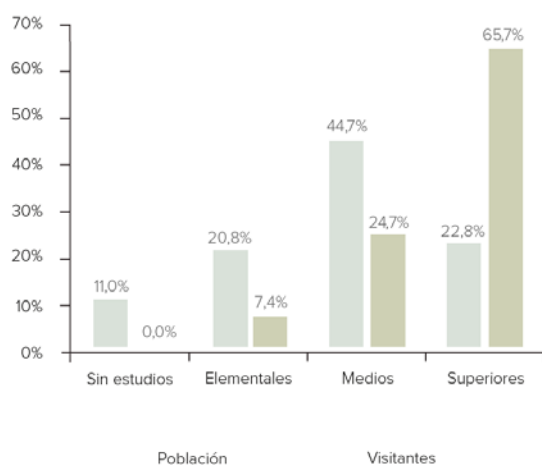
Pirámide de población de visitantes del Museo Casa de Cervantes y de la población general española según el INE, 2009 (en porcentaje)



El Museo Casa de Cervantes es uno de los museos estatales donde menos representados están los menores de 25 años y más representados están los adultos de 46 a 65 años que acuden al Museo en visita individual.

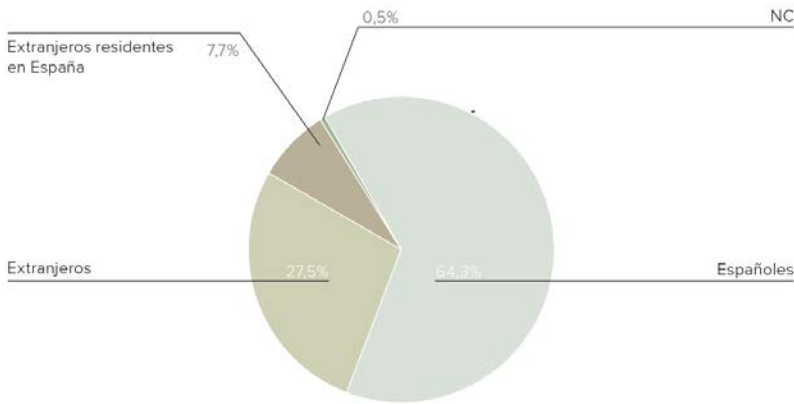
La edad media del visitante del Museo Casa de Cervantes es de 46 años. Entre los visitantes predominan ligeramente las mujeres (53,6%) sobre los varones (46,4%), aunque por tramos de edad destaca la mayor presencia de mujeres entre 46 y 65 años y de hombres en la franja correspondiente a los mayores de 65 años.

Nivel de estudios de los visitantes del Museo Casa de Cervantes y de la población española (en porcentaje)



La mayoría de los visitantes se distribuye con cierta homogeneidad entre los que disponen de estudios medios (24,7%), diplomatura o formación profesional superior (20,9%), y licenciatura (32,3%), mientras que son menores los visitantes con master o doctorado (12,5 %) y con estudios primarios (7,4%).

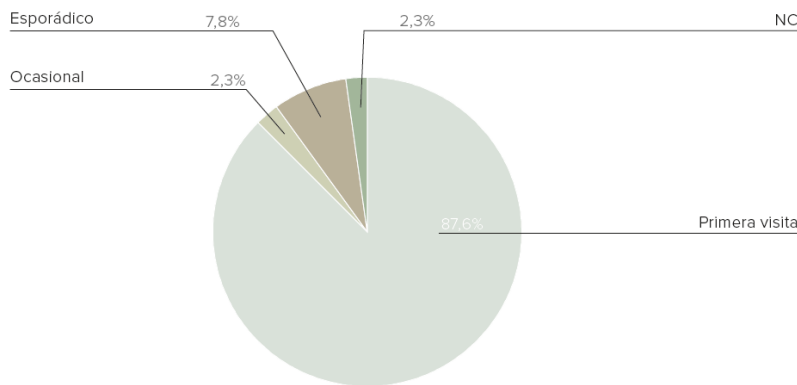
Porcentaje de visitantes según la nacionalidad y la residencia (en porcentaje)



Los visitantes del Museo Casa de Cervantes son fundamentalmente personas residentes en España (72%), en su gran mayoría españoles (64,3%), y el resto, extranjeros (7,7%). El Museo destaca por tener una presencia relevante de turistas extranjeros, que representan el 27,5% de los visitantes. La gran mayoría de ellos (48%) procede de países de la Unión Europea como Italia (20 %), Francia (12 %), Alemania (12 %), mientras que los turistas procedentes de América representan el 36%.

En relación con la procedencia de los visitantes españoles se puede decir que provienen fundamentalmente de la Comunidad de Castilla y León (42,3%).

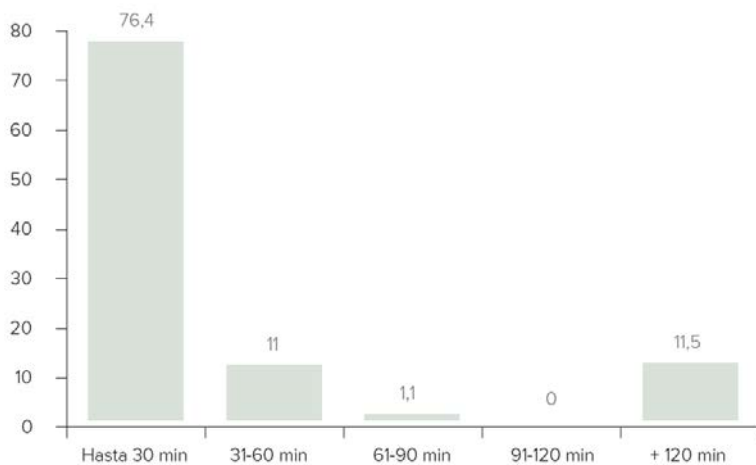
Visitantes según la frecuencia de visita al Museo (en porcentaje)



El Museo Casa de Cervantes es el que tiene un mayor porcentaje de visitantes que realiza su primera visita (87,6%) del conjunto de los 12 museos estatales analizados (2011). Del mismo modo, apenas cuenta con público fidelizado, al igual que el estudio.

Esporádico = menos de 1 vez al año; ocasional = 1 vez al año; asiduo = 2 o más veces al año (sin contar la visita actual)

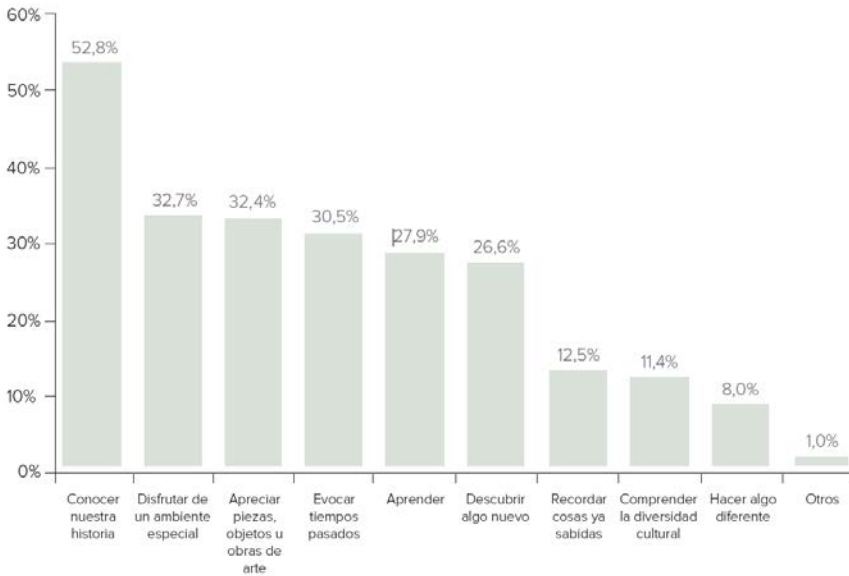
Tiempo medio de visita en minutos (en porcentaje)



realizan

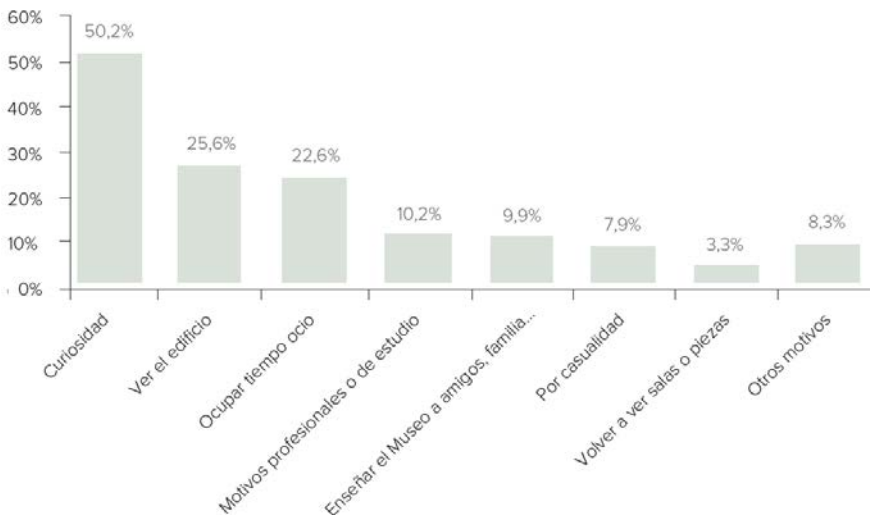
En el Museo Casa de Cervantes los visitantes realizan principalmente visitas de una media hora de duración (23,59 minutos), siendo el museo donde más visitas se realizan en este intervalo.

Expectativas de los visitantes del Museo (en porcentaje)



Aunque la expectativa de que la visita a museos facilita el conocimiento de nuestra historia es mencionada por gran parte de los visitantes encuestados (52,8%), los de este Museo, junto con los del Museo de Altamira y el Museo Sefardí, destacan por señalar esta expectativa sobre otras. Del mismo modo y al igual que los del Museo Sorolla, Museo de Arte Romano y Museo de Cerámica, los visitantes del Museo Casa de Cervantes son los que más destacan la expectativa de poder disfrutar de un ambiente especial (32,7%).

Motivos de la visita al Museo (en porcentaje)



Los visitantes del Museo Casa de Cervantes comparten con el resto de museos la curiosidad como el motivo más frecuentemente señalado (50,2%), pero destacan por ser junto al Museo de Cerámica y el Museo Sefardí los que más señalan el motivo de ver el edificio como uno de los principales (25,6%).

Por último, el valor que más aprecian en relación a las actividades de ocio es el de aprender algo nuevo, como los visitantes de los restantes museos.