

Instituto de Estudios Turísticos



MUSEO DEL PRADO

Exposición Joaquín
Sorolla (1863-1923)

Encuesta visitantes del Museo del Prado

26 mayo-13 septiembre de 2009

Instituto de Estudios Turísticos



MUSEO DEL PRADO

Exposición Joaquín Sorolla
(1863-1923)

**Encuesta visitantes
del Museo del Prado**

26 mayo-13 septiembre de 2009

Índice

Resumen	5
Presentación	7
1. La exposición	9
1.1. Organización expositiva	10
1.2. Valoraciones	12
2. La compra de entradas	13
2.1. Compra de entradas en taquilla	13
2.2. Compra de entradas por vía telemática	15
3. Ficha técnica	17
Anexo de tablas.....	21

Resumen

- ✓ La exposición de *Joaquín Sorolla (1863-1923)*, se mantuvo en el Museo del Prado desde el día 26 de mayo hasta el 13 de septiembre de 2009. La fecha inicial de clausura era el 6 de septiembre, pero el Museo tomó la decisión de prorrogar la exposición hasta el día 13 de septiembre debido a la demanda de público. En total la muestra recibió 459.267 visitantes, incluyendo las visitas extraordinarias.
- ✓ El 3,1% de los visitantes han repetido la visita de la exposición.
- ✓ La ampliación del horario de la exposición hasta las 22 horas, en los meses de julio y agosto, y el control del aforo han sido dos novedades en esta exposición. La primera, era conocida por siete de cada diez visitantes, mientras que el control de aforo lo conocía aproximadamente la mitad de los visitantes.
- ✓ Las valoraciones que han hecho los visitantes del sistema de acceso a la exposición y de la calidad de la visita en general, han alcanzado el 8 (en una escala del 1 al 10, en la que el 10 es la mejor valoración).
- ✓ El 63,2% de los visitantes compraron su entrada en taquilla, frente al 36,8% que lo hicieron por vía telemática.
- ✓ Aproximadamente siete de cada diez visitantes que conocían el servicio de venta de entradas por vía telemática, no han adquirido las entradas en línea porque estaban agotadas. La importancia que adquiere esta respuesta ha podido deberse a que la fecha del trabajo del campo de la encuesta ha estado muy próxima al cierre de la exposición.
- ✓ Los visitantes que han comprado las entradas por vía telemática lo han hecho, en un 64,8% de los casos, por comodidad.
- ✓ Para aproximadamente ocho de cada diez visitantes que han comprado la entrada por vía telemática, ésta ha sido la primera vez que han utilizado la aplicación.

- ✓ Los aspectos relacionados con la venta de entradas por vía telemática, alcanzan todos una valoración media de ocho o superior, excepto la señalización en el área de taquillas (7,5).

- ✓ Aproximadamente siete de cada diez visitantes que tenían que canjear en taquilla, las entradas compradas por vía telemática, no han tenido que esperar nada para realizar este canje.

Presentación

El presente informe recoge los datos de la Encuesta a los visitantes de la exposición temporal de *Joaquín Sorolla (1863-1923)*, que ha permanecido en el edificio de los Jerónimos del Museo del Prado, desde el día 26 de mayo hasta el 13 de septiembre de 2009. La fecha inicial de clausura era el 6 de septiembre, pero el Museo tomó la decisión de prorrogar la exposición hasta el día 13 de septiembre debido a la demanda de público.

En relación con la estructura del informe, señalar que se articula en torno a dos epígrafes. El primero de ellos ofrece una visión de la exposición en general, analizando las características organizativas de la misma, haciendo especial énfasis en las novedades que ha incorporado esta exposición y la valoración de aspectos generales de la misma. El segundo epígrafe se centra en explicar el conocimiento y utilización de los servicios de los distintos tipos de canal de venta (taquilla y por vía telemática). Por último, se incluye una breve nota metodológica y un anexo de tablas con los principales resultados de la encuesta.

1. La exposición

La exposición temporal de Joaquín Sorolla (1863-1923) ha recibido 459.267 visitantes

Desde el 26 de mayo hasta el 13 de septiembre de 2009, el Museo del Prado ha acogido la exposición temporal de *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. El público ha podido disfrutar de más de un centenar de obras del artista en un recorrido irreplicable que incluía todas sus obras maestras y aquellas que más fama le dieron. El éxito de la exposición ha quedado reflejado en la cifra de visitantes, en total 459.267 personas, confirmándose como una de las exposiciones más vistas en la historia del Museo. Esta cifra incluye las visitas extraordinarias¹ que accedieron al Museo sin pasar por la taquilla.

En el presente informe se ofrecerán los resultados de las entradas excluyendo las visitas extraordinarias, por lo tanto, la cifra de visitantes de referencia será 421.618.

El acceso a la exposición de *Joaquín Sorolla (1863-1923)*, situada en el edificio de los Jerónimos, en concreto en las salas A, B, C y D, se ha realizado previo pago de una entrada cuyo coste general en taquilla ha sido de 8 euros y por vía telemática de 7 euros.

Existen entradas reducidas para determinados colectivos de personas, como los titulares del carné joven, estudiantes de países no miembros de la UE menores de 25 años o miembros de familias numerosas residentes en la UE, cuyo precio en taquilla es de 4 euros y vía telemática de 3,5 euros. Por último, algunos visitantes no tienen que abonar la entrada y pueden acceder gratuitamente a la exposición, por ejemplo los menores de 18 años, los ciudadanos de la UE mayores de 65 años, ciudadanos de la UE desempleados, periodistas, etc.

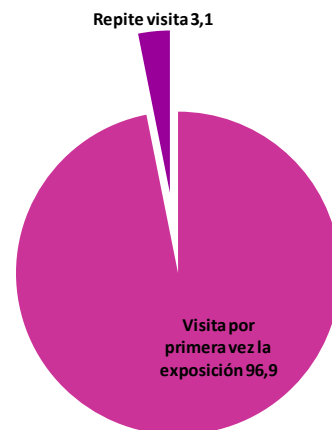
El 64,2% de los visitantes adquirieron una entrada de tipo general

La mayor parte de los visitantes de la exposición adquirieron una entrada de tipo general (64,2%), aquellos que pudieron beneficiarse de una entrada con reducción de precio fueron un 16,8% y los que no tuvieron que pagar para entrar a la exposición representaron el 19,1% restante.

En general la exposición atrajo a los visitantes una vez, sólo un 3,1% repitió visita (13.000 personas). La repetición de la visita ha sido algo más común entre aquellos visitantes que tenían una entrada gratuita, un 8,1% de este colectivo.

¹ Visita extraordinaria: Entrada que no requiere emisión de ticket de entrada.

Frecuencia de la visita a la exposición



Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

1.1. Organización expositiva

En la exposición de *Joaquín Sorolla (1863-1923)* se han incorporado algunas novedades en la organización expositiva como la ampliación del horario de apertura, en los meses de julio y agosto, y el control del aforo en la exposición.

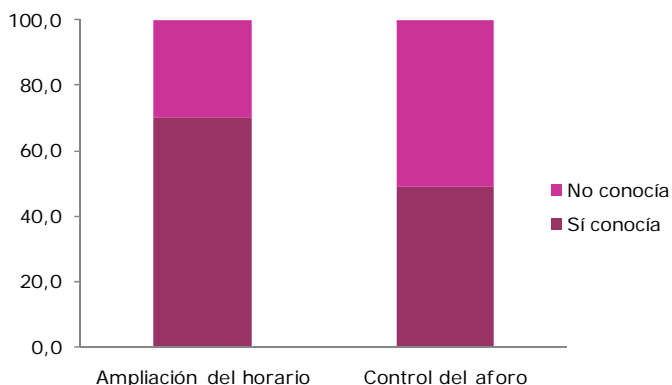
Siete de cada diez visitantes conocía la ampliación del horario de la exposición en los meses de julio y agosto

Hasta este momento, las exposiciones temporales que ha acogido el Museo tenían un horario de apertura similar al del resto de la pinacoteca, sin embargo, en la exposición de Sorolla el horario se ha ampliado dos horas diarias, durante los meses de julio y agosto, posibilitando la visita de la muestra durante un periodo más amplio. Esta novedad era conocida por siete de cada diez visitantes. Aquellos que accedieron con una entrada reducida a la exposición tenían un mayor conocimiento de este cambio que los que accedieron con otro tipo de entradas.

Un 48,8% sabía que existía un control de aforo para ver la obra de Joaquín Sorolla (1863-1923)

La otra medida novedosa que se ha incorporado en la exposición temporal de Sorolla, ha sido el control del aforo. Esta decisión ha sido relativamente menos conocida, el 48,8% de los visitantes declara tener conocimiento de ella.

Conocimiento de la ampliación horaria (en julio y agosto) y el control del aforo



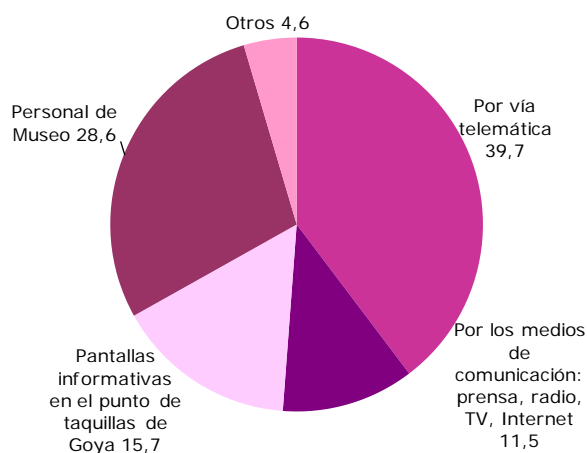
Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

Con el objetivo de no masificar las salas y hacer de la visita una experiencia provechosa, cada visitante tenía asignado un día y una hora de entrada, prácticamente todos ellos han accedido a la hora asignada (94,9%). A pesar del control del aforo, un 74,8% de los visitantes ha declarado que el número de personas en sala de esta exposición no le parecía adecuado.

La vía de venta telemática de entradas del Museo del Prado ha sido el medio principal de conocimiento del control del aforo de la exposición (39,7%), el personal del Museo también ha sido una fuente importante de información para los visitantes (28,6%), así como las pantallas informativas en el punto de taquillas de Goya (15,7%).

Medio principal de conocimiento del control del aforo

Filtro: Conocía el control del aforo de la exposición



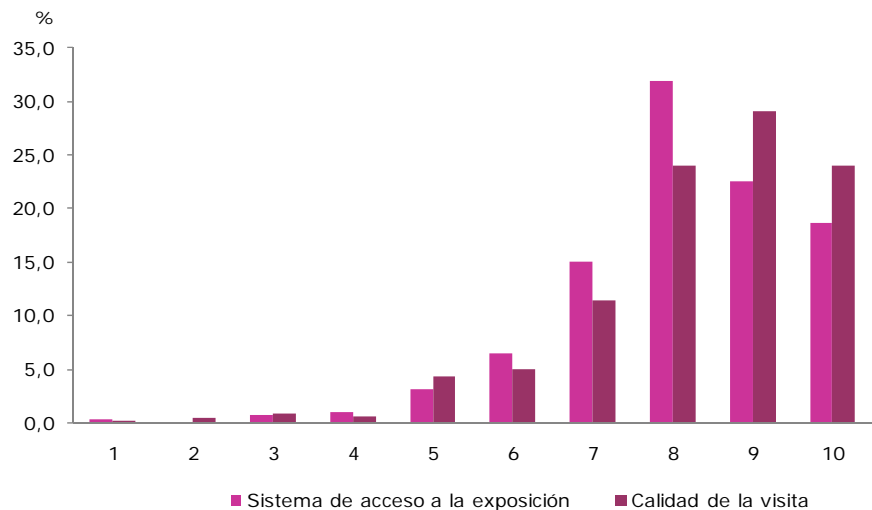
Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

1.2. Valoraciones

Las valoraciones de la exposición de Joaquín Sorolla (1863- 1923) alcanzan el 8 de media

El grado de satisfacción con la exposición ha sido elevado. El sistema de acceso a la misma y la calidad de la visita en general han obtenido una valoración media de 8,1 y 8,3, respectivamente, en una escala de valoración de 1 a 10, en la que 10 significa la mejor valoración. De hecho, más del 88% de los visitantes le han otorgado una valoración a los aspectos anteriores de 7 o superior. Más de la mitad (53,1%) del público ha valorado la calidad de la visita con una puntuación de 9 o 10.

Visitantes por valoración del sistema de acceso a la exposición y la calidad de la visita



Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

2. La compra de entradas

El Museo del Prado ofrece la posibilidad de adquirir las entradas para las exposiciones temporales a través de las taquillas del Museo habilitadas para ello y por vía telemática. En el caso de la exposición de *Joaquín Sorolla (1863-1923)*, los visitantes optaron mayoritariamente por comprar sus entradas directamente en las taquillas del Museo.

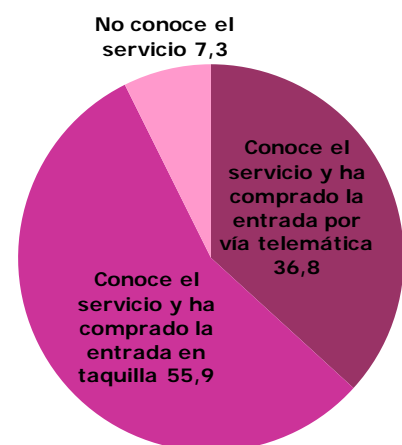
2.1 Compra de entradas en taquilla

El 63,2% de los visitantes han comprado las entradas en taquilla

Un 63,2% de los visitantes compraron su entrada para la exposición de *Joaquín Sorolla (1863-1923)* en taquilla, a pesar de que el servicio de venta de entradas por vía telemática es ampliamente conocido entre el público que ha visitado la exposición, un 92,7% lo conoce independientemente de su utilización.

Entre los visitantes de la exposición que conocían el servicio de venta de entradas por vía telemática pero han adquirido su entrada en taquilla, la razón mayoritaria para su no utilización ha sido la circunstancia de que las entradas estaban agotadas (67,9%), razón que debe valorarse teniendo en cuenta que la fecha del trabajo del campo de esta encuesta ha estado muy próxima al cierre de la exposición lo que puede haber introducido de forma extraordinaria esta posibilidad. Otras razones aducidas han sido, por orden de importancia, la ausencia de un hábito de uso de la red internet (7,1%); la no programación con antelación de la visita, siendo algo espontáneo (6,7%).

Grado de conocimiento del servicio de venta telemática de entradas



Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

Dentro del grupo de los que estaban familiarizados con el servicio de venta de entradas en línea, pero decidieron comprar la entrada en taquilla, eran bien conocidas algunas novedades de la vía telemática como la venta de entradas más baratas o la venta de todo tipo de entradas (general, reducida, gratuita).

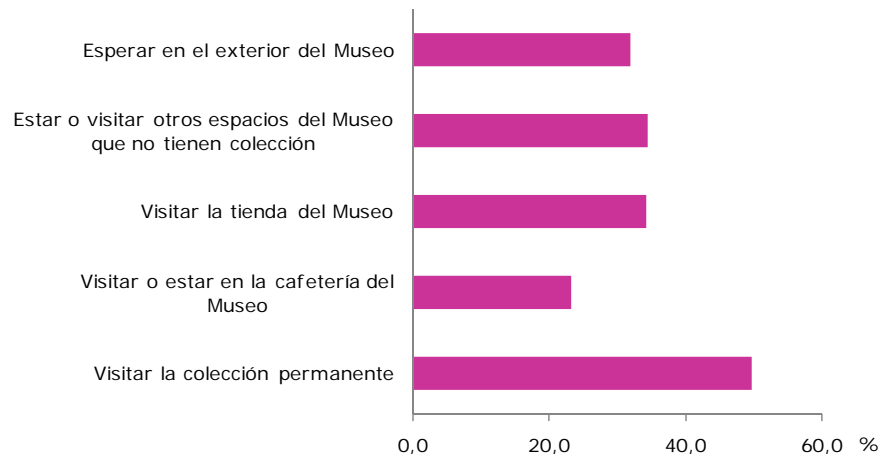
Un 67,4% sabía que le podía salir más barata la entrada si la compraba por vía telemática, un 18,5% no lo sabía pero si lo hubiera conocido, habría utilizado este servicio. Un 58,8%, conocía la posibilidad de adquirir todo tipo de entradas por vía telemática, igualmente un 18,5% desconocía esta posibilidad pero habría utilizado el servicio en línea de haberlo sabido.

Un porcentaje muy alto de visitantes que compraron la entrada en taquilla no ha tenido que esperar nada para acceder a la exposición

De los visitantes que han comprado la entrada en taquilla, un 87% no ha tenido que esperar nada desde la adquisición del ticket hasta la entrada a la exposición. Al resto de visitantes que sí que han tenido un tiempo de espera, se les ha preguntado por lo que han hecho hasta acceder a la exposición. Aproximadamente la mitad han aprovechado para visitar la colección permanente, un 34,5% de los visitantes han visitado otros espacios del Museo sin colección y un porcentaje similar la tienda del Museo.

Actividades realizadas en el tiempo de espera para entrar a la exposición

Filtro: Adquiere la entrada en taquilla y tiene que esperar desde que saca la entrada hasta que accede a la exposición



Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

2.2 Compra de entradas por vía telemática

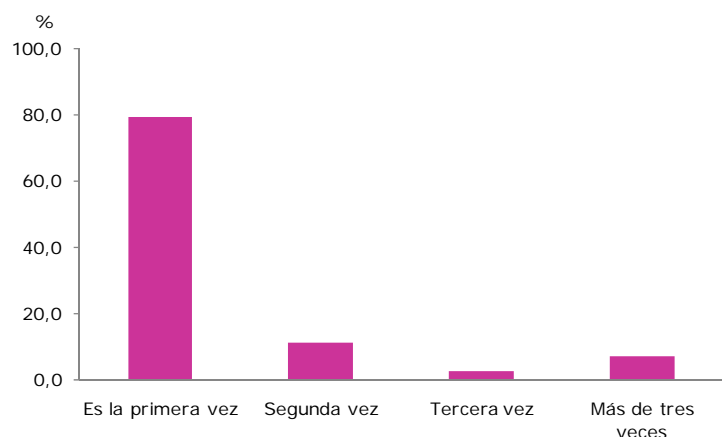
Para la gran mayoría de los visitantes que han adquirido sus entradas en línea, éste ha sido su primer contacto con la venta telemática

El 36,8% de los visitantes han comprado sus entradas en línea. La comodidad ha sido la razón principal que ha argumentado un 64,8% de estos visitantes. Otros motivos, menos nombrados pero con cierta importancia, han sido el hecho de que no hay que esperar en taquilla para comprar la entrada (16,1%) y la posibilidad de planificar la visita eligiendo un día y una hora exacta (10,8%). El menor precio de la entrada por vía telemática sólo ha sido tenido en cuenta por el 1,9% de los visitantes que han comprado sus entradas en línea.

Para aproximadamente ocho de cada diez visitantes, ésta ha sido la primera vez que han hecho uso de la aplicación, para un 11,1% ha sido la segunda vez.

Experiencia en la utilización del sistema de venta telemática

Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática



Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

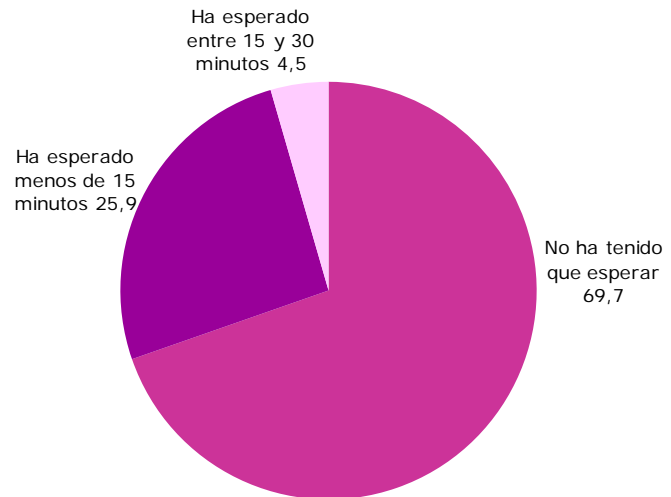
La aplicación de venta de entradas ha sido bien valorada por el colectivo de personas que han comprado sus entradas en línea, con puntuaciones medias superiores a ocho en todos los casos, excepto en la señalización en el área de taquillas, concepto en el que la nota ha sido de 7,5. Entre los aspectos mejor valorados se encuentran la información recibida por correo electrónico de confirmación sobre el acceso y requerimientos de la visita (8,6) y la claridad de las instrucciones del proceso de compra (8,4).

La mitad de los visitantes que han adquirido sus entradas por vía telemática han pasado posteriormente por taquilla al llegar al Museo para hacer el canje de las mismas, por tratarse de entradas de tipo gratuito o reducido. Aproximadamente siete de cada diez no han tenido que esperar nada para realizar este proceso, un 25,9% han esperado

menos de 15 minutos y el 4,5% restante se ha demorado entre 15 y 30 minutos en el canje de las entradas en taquilla.

Visitantes según tiempo de espera para canjear la entrada

Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática y la canjea en taquilla



Fuente: Encuesta a los visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. Museo del Prado-IET

3. Ficha técnica

El Museo del Prado, en su espacio expositivo del edificio de los Jerónimos, ha acogido desde el día 26 de mayo hasta el 13 de septiembre de 2009, la exposición temporal *Joaquín Sorolla (1863-1923)*. La fecha inicial de clausura era el 6 de septiembre, pero el Museo tomó la decisión de prorrogar la exposición hasta el día 13 de septiembre debido a la demanda de público. Con el objeto de disponer de información específica de esta exposición se ha realizado una encuesta puntual, mediante entrevista personal a los visitantes en el momento en el que abandonaban la exposición, antes de salir del recinto del Museo. Esta encuesta recoge veintinueve preguntas con cuyas respuestas se puede conocer; la fidelidad de los visitantes al Museo y a la exposición, su grado de conocimiento de las novedades que ha incorporado el Museo en esta exposición, la satisfacción de los visitantes con diversos aspectos de la organización, la forma de adquisición de las entradas (taquilla, por vía telemática), motivos para la elección de uno u otro canal de compra, valoración, etc.

Universo: Visitantes de la exposición *Joaquín Sorolla (1863-1923)*

Tamaño de la muestra: 768 visitantes

Punto de encuestación: Salida de la exposición en la Puerta de los Jerónimos

Fecha de realización: Del 25 al 29 de agosto de 2009, de once de la mañana a siete de la tarde

Procedimiento de muestreo: Aleatorio

Error muestral: Para un nivel de confianza del 95%, y $P = Q$, el margen de error es de $\pm 3,5\%$ para el conjunto de la muestra

Anexo de tablas

Índice de tablas

Tabla 1. Visitantes de la exposición por tipo de entrada	23
Tabla 2. Visitantes de la exposición por frecuencia de la visita a la exposición	23
Tabla 3. Visitantes de la exposición según forma de adquisición de la entrada	23
Tabla 4. Visitantes de la exposición por conocimiento y utilización del servicio telemático de venta de entradas	23
Tabla 5. Visitantes por motivo principal para no utilizar el servicio telemático de venta de entradas. <i>Filtro: Conoce el servicio telemático de venta de entradas pero ha comprado la entrada en taquilla</i>	24
Tabla 6. Visitantes por conocimiento y utilización de algunos aspectos del servicio telemático de venta de entradas. <i>Filtro: Conoce el servicio telemático de venta de entradas pero ha comprado la entrada en taquilla</i>	24
Tabla 7. Visitantes según si ha tenido que esperar para entrar a la exposición. <i>Filtro: Adquiere la entrada en taquilla</i>	25
Tabla 8. Visitantes por actividades realizadas en el tiempo de espera para entrar a la exposición. <i>Filtro: Ha adquirido la entrada en taquilla y ha tenido que esperar desde que ha sacado la entrada hasta que ha accedido a la exposición</i>	25
Tabla 9. Visitantes por razón principal para adquirir la entrada por vía telemática. <i>Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática</i>	25
Tabla 10. Visitantes por frecuencia en la utilización del sistema telemático de venta de entradas. <i>Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática</i>	26
Tabla 11. Visitantes según valoración de distintos aspectos de la compra de entradas por vía telemática y acceso al Museo. <i>Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática. Escala de las valoraciones de 1 a 10</i>	26
Tabla 12. Visitantes por realización del canje de la entrada en taquilla. <i>Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática</i>	26
Tabla 13. Visitantes según si han tenido que esperar para canjear la entrada. <i>Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática y la canjea en taquilla</i>	27
Tabla 14. Visitantes según conocimiento de la ampliación del horario (en julio y agosto) y el control del aforo de la exposición	27
Tabla 15. Visitantes según medio principal de conocimiento del control del aforo de la exposición. <i>Filtro: Conocía el control del aforo de la exposición</i>	27

Tabla 16. Visitantes según opinión del número de personas en sala de la exposición	27
Tabla 17. Visitantes según acceso a la hora reservada de entrada a la exposición	28
Tabla 18. Visitantes según valoración del sistema de acceso a la exposición y la calidad de la visita. <i>Escala de las valoraciones de 1 a 10</i>	28

Tabla 1. Visitantes de la exposición por tipo de entrada

	%
General	64,2
Gratuita	16,8
Reducida	19,1
Total	100,0

Tabla 2. Visitantes de la exposición por frecuencia de la visita a la exposición

	%
Visita por primera vez la exposición	96,9
Repite visita	3,1
Total	100,0

Tabla 3. Visitantes de la exposición según forma de adquisición de la entrada

	%
Taquilla	63,2
Vía telemática	36,8
Total	100,0

Tabla 4. Visitantes de la exposición por conocimiento y utilización del servicio telemático de venta de entradas

	%
Conoce el servicio y ha comprado la entrada por vía telemática	36,8
Conoce el servicio y ha comprado la entrada en taquilla	55,9
No conoce el servicio	7,3
Total	100,0

Tabla 5. Visitantes por motivo principal para no utilizar el servicio telemático de venta de entradas. *Filtro: Conoce el servicio telemático de venta de entradas pero ha comprado la entrada en taquilla*

	%
No accedo habitualmente a Internet	7,1
No compro cosas por Internet	3,7
He tenido dificultades	3,5
No tenía necesidad	5,6
Agotadas	67,9
No era una visita programada	6,7
Otros	5,4
Total	100,0

Tabla 6. Visitantes por conocimiento y utilización de algunos aspectos del servicio telemático de venta de entradas. *Filtro: Conoce el servicio telemático de venta de entradas pero ha comprado la entrada en taquilla*

PRECIO DE LAS ENTRADAS	%
Conoce el precio de venta de entradas	67,4
No conocía el precio de las entradas por vía telemática, pero no habría utilizado el servicio aún conociéndolo	14,1
No conocía el precio de las entradas por vía telemática y habría utilizado el servicio de haberlo conocido	18,5
Total	100,0

TIPO DE ENTRADAS A LA VENTA EN EL SERVICIO TELEMÁTICO	%
Conoce la posibilidad de adquirir todo tipo de entradas	58,8
No conocía la posibilidad de adquirir todo tipo de entradas por vía telemática, pero no habría utilizado el servicio aún conociéndolo	22,7
No conocía la posibilidad de adquirir todo tipo de entradas por vía telemática y habría utilizado el servicio de haberlo conocido	18,5
Total	100,0

Tabla 7. Visitantes según si ha tenido que esperar para entrar a la exposición. *Filtro: Adquiere la entrada en taquilla*

	%
Ha tenido que esperar	13,0
No ha tenido que esperar	87,0
Total	100,0

Tabla 8. Visitantes por actividades realizadas en el tiempo de espera para entrar a la exposición. *Filtro: Ha adquirido la entrada en taquilla y ha tenido que esperar desde que ha sacado la entrada hasta que ha accedido a la exposición*

	%
Visitar la colección permanente	49,6
Visitar o estar en la cafetería del Museo	23,3
Visitar la tienda del Museo	34,2
Estar o visitar otros espacios del Museo que no tienen colección	34,5
Esperar en el exterior del Museo	32,0

Tabla 9. Visitantes por razón principal para adquirir la entrada por vía telemática. *Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática*

	%
Por comodidad	64,8
Rapidez	5,4
Puedo elegir el día y la hora de la visita	10,8
No tengo que esperar en taquilla	16,1
Porque la entrada es más barata	1,9
Otras (posibilidad de adquirir todo tipo de entradas, para garantizar la entrada ...)	1,0
Total	100,0

Tabla 10. Visitantes por frecuencia en la utilización del sistema telemático de venta de entradas. *Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática*

	%
Es la primera vez	79,4
Segunda vez	11,1
Tercera vez	2,6
Más de tres veces	7,0
Total	100,0

Tabla 11. Visitantes según valoración de distintos aspectos de la compra de entradas por vía telemática y acceso al Museo. *Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática. Escala de las valoraciones de 1 a 10*

	%				Total	Valoración media	Desviación típica
	De 1 a 4	De 5 a 6	De 7 a 8	De 9 a 10			
Claridad de las instrucciones del proceso de compra de entradas	2,3	5,2	43,4	49,1	100,0	8,4	1,4
Información recibida en el correo electrónico de confirmación sobre accesos y requerimientos de la visita	0,7	3,4	39,2	56,7	100,0	8,6	1,2
Señalización en el área de taquillas	8,1	18,2	40,7	33,1	100,0	7,5	1,9
Señalización de los accesos	2,8	12,5	47,0	37,7	100,0	8,0	1,6

Tabla 12. Visitantes por realización del canje de la entrada en taquilla. *Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática*

	%
Canjea entrada	50,0
No canjea entrada	50,0
Total	100,0

Tabla 13. Visitantes según si han tenido que esperar para canjear la entrada. *Filtro: Adquiere la entrada por vía telemática y la canjea en taquilla*

	%
No ha tenido que esperar	69,7
Ha esperado menos de 15 minutos	25,9
Ha esperado entre 15 y 30 minutos	4,5
Total	100,0

Tabla 14. Visitantes según conocimiento de la ampliación del horario (en julio y agosto) y el control del aforo de la exposición

	Sí conocía	No conocía	Total
Ampliación del horario de la exposición	70,0	30,0	100,0
Control del aforo de la exposición	48,8	51,2	100,0

Tabla 15. Visitantes según medio principal de conocimiento del control del aforo de la exposición. *Filtro: Conocía el control del aforo de la exposición*

	%
A través de www.entradasprado.com	39,7
Llamando al 902 10 70 77	2,5
Por los medios de comunicación: prensa, radio, TV, Internet	11,5
Pantallas informativas en el punto de taquillas de Goya	15,7
Personal de Museo	28,6
Otros	2,0
Total	100,0

Tabla 16. Visitantes según opinión del número de personas en sala de la exposición

	%
Me parece adecuado	25,2
No me parece adecuado	74,8
Total	100,0

Tabla 17. Visitantes según acceso a la hora reservada de entrada a la exposición

	%
Accedió a la hora	94,9
No accedió a la hora	5,1
Total	100,0

Tabla 18. Visitantes según valoración del sistema de acceso a la exposición y la calidad de la visita. *Escala de las valoraciones de 1 a 10*

	%				Total	Valoración media	Desviación típica
	De 1 a 4	De 5 a 6	De 7 a 8	De 9 a 10			
Sistema de acceso a la exposición	2,2	9,7	46,9	41,2	100,0	8,1	1,5
Calidad de la visita	2,1	9,3	35,5	53,1	100,0	8,3	1,6