

ANEXO I: *Informe descriptivo de la encuesta de valoración de la visita*

Eva Parga-Dans

DATOS TÉCNICOS

Se realizan un total de 1.028 cuestionarios en tres oleadas relacionadas con las tendencias de visitantes al Museo de Altamira. Durante la primera oleada se recogen datos del 46,9% de la muestra, en la segunda oleada del 34,8% y en la tercera oleada del 18,3%.

Número de encuestas	N	%
Primera oleada	482	46,9
Segunda oleada	358	34,8
Tercera oleada	188	18,3
Total	1028	100

Tabla 1. Número de cuestionarios realizados. Fuente: Elaboración propia

Principales incidencias a la hora de realizar la encuesta:

- A la hora de abordar a los encuestados/as se trató de respetar en todo momento las siguientes indicaciones:
 - Los cuestionarios se realizaron al finalizar la visita al Museo.
 - Se buscó una cierta proporcionalidad de sexo y edad.
 - Se evitó entrevistar a personas del mismo grupo o de la misma familia.
- En términos generales, no ha habido ninguna incidencia reseñable durante la realización de la primera oleada.
- El público encuestado ha mostrado un elevado interés por participar en el estudio (de hecho, un número relevante de encuestados/as se han prestado a autocumplimentar los cuestionarios).
- En todo momento el personal del museo se ha mostrado muy atento a la hora de facilitar diversos aspectos organizativos del campo. Especialmente, el personal de información y el conjunto de guías del museo expresan su interés por los futuros resultados de la encuesta.

Percepciones iniciales de la primera oleada de campo (13-18 agosto 2013):

- En general, el público encuestado se muestra notablemente satisfecho con la experiencia museística que proporciona Altamira.
- En general, el público visitante del museo presenta rasgos comunes en su perfil:
 - Nivel formativo elevado
 - Ocupado, con una renta mensual elevada
 - Público familiar y de tipo vacacional
 - Aproximadamente, un 20% son extranjeros/as
 - Primera visita al Museo

Percepciones iniciales de la segunda oleada de campo (14-19 octubre 2013):

- En general, el público encuestado se muestra más satisfecho con la experiencia museística que proporciona Altamira. La posibilidad de realizar una visita con más

tiempo y menos público visitante, son factores clave que contribuyen a una mejor percepción del museo.

- Se percibe una mayor afluencia de visitantes extranjeros, los cuales de forma habitual se quejan de la falta de audio-guías o visitas guiadas en otros idiomas.
- El público visitante del museo presenta algunos aspectos diferentes a los percibidos durante la primera fase de campo:
 - Nivel adquisitivo y formativo menor
 - Aumento de personas en situación de desempleo
 - Período vacacional más corto y menor capacidad de gasto
 - Presencia mucho mayor de grupos organizados (fundamentalmente formados por público adulto e infantil)

Percepciones iniciales de la tercera oleada de campo (24 febrero-2 marzo 2014):

- En general, en esta última oleada el público encuestado sigue mostrándose satisfecho con la experiencia museística que proporciona Altamira.
- La afluencia de público es la menor, con claridad, de las tres oleadas efectuadas. Se ha percibido, ante esta coyuntura, que un número importante de visitantes expresa la necesidad de verse acompañado por un guía en el itinerario de la exposición.
- Los visitantes extranjeros, en su mayoría, son escolares que forman parte de diferentes excursiones organizadas. Este colectivo se sigue quejando de la falta de audio-guías o visitas guiadas en otros idiomas.
- El público visitante del museo presenta algunos aspectos diferentes a los percibidos durante la segunda fase de campo:
 - Nivel adquisitivo y formativo medio-alto (especialmente visitante de fin de semana)
 - Período vacacional corto
 - Presencia mayoritaria de grupos organizados (fundamentalmente formados por público adulto e infantil)

A continuación se realiza un análisis descriptivo de las preguntas realizadas.

BLOQUE 1. VISITA AL MUSEO DE ALTAMIRA

P1. ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA EL MUSEO DE ALTAMIRA?

A esta pregunta contesta el 100% de la muestra. Se trata de una pregunta cerrada con posibilidad de respuesta dicotómica: sí o no.

El 89,4% de los visitantes afirma que es la primera vez que visita el Museo de Altamira. Para un 11% de las personas encuestadas no sería la primera vez que visita el Museo de Altamira.

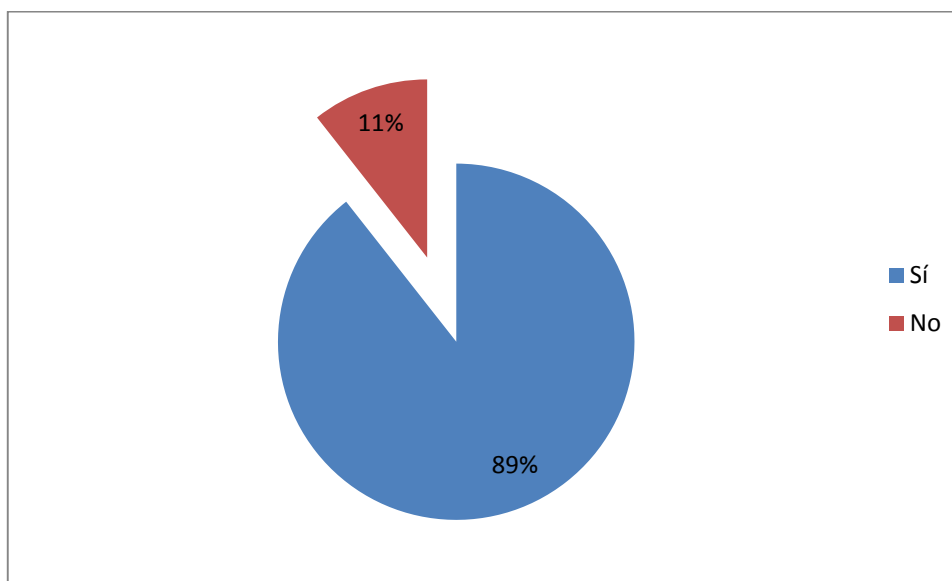


Gráfico 1. ¿Es la primera vez que visita el Museo de Altamira? Fuente: Elaboración propia

P.2. ¿CUÁL HA SIDO LA DURACIÓN DE SU VISITA AL MUSEO DE ALTAMIRA? SE INCLUYE EL TIEMPO DEDICADO A LAS SALAS, EXPOSICIONES Y NEOCUEVA. VALOR EXPRESADO EN MINUTOS.

Contesta a esta pregunta el 95,8% de la muestra. A través de esta pregunta se entiende como visita el tiempo dedicado a las salas, exposiciones y Neocueva y no la estancia hecha en el perímetro de Altamira. Se solicitó a las personas encuestadas que diesen un valor lo más preciso posible expresado en minutos.

La duración media registrada de la visita al Museo de Altamira es de 78,94 minutos. La desviación típica en relación a la duración media de la visita es de 36 minutos. La duración mínima registrada de la visita han sido 10 minutos y la duración máxima registrada ha sido 240 minutos.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Duración visita	95,8	10	240	78,94	35,851

Tabla 2. Duración de la visita al Museo de Altamira. Fuente: Elaboración propia

P.3. ¿HA ESTADO ALGUNA VEZ EN LA CUEVA ORIGINAL?

A esta pregunta contesta el 100% de la muestra. Se trata de una pregunta cerrada con posibilidad de respuesta dicotómica: sí o no.

El 91,2% de los visitantes afirmó no haber estado nunca en la cueva original, frente a un 9% que afirmó haber estado. Parece existir una correlación entre porcentaje de la muestra que ha visitado la cueva y los grupos de mayor edad.

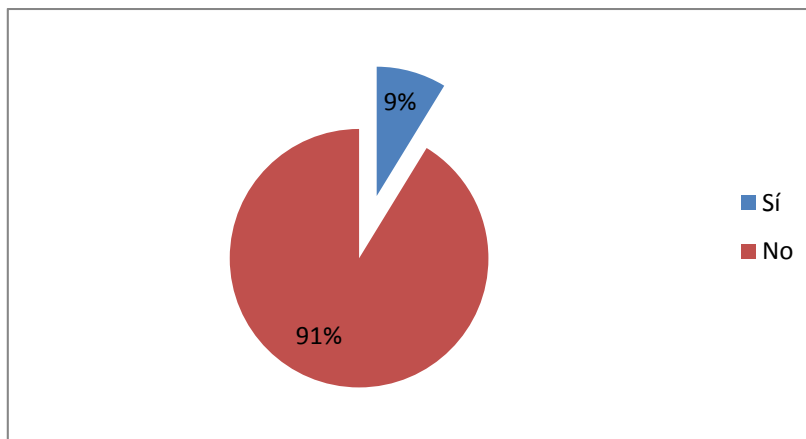


Gráfico 2. ¿Ha estado alguna vez en la cueva original? Fuente: Elaboración propia

P.4. SI ES ASÍ, ¿QUÉ EDAD TENÍA? EXPRESADA EN AÑOS

Contestan a esta pregunta el 7,5% de las personas que afirmaron haber entrado en la cueva original (el 8,8% del total de la muestra según la P.3).

La edad media de estas personas cuando entraron en la original es de 15 años, con una desviación típica de 9 puntos, siendo la edad mínima registrada 6 y la máxima 48.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Edad que tenía cuando visitó la cueva original	7,5	6	48	15,55	9,025

Tabla 3. Edad que tenía cuando visitó la cueva original. Fuente: Elaboración propia

BLOQUE 2. EXPECTATIVAS Y CONOCIMIENTO PREVIO SOBRE EL MUSEO DE ALTAMIRA

P.5. ¿QUÉ ESPERABA ENCONTRAR EN EL MUSEO DE ALTAMIRA? RESPUESTA MÚLTIPLE

Contestó a esta pregunta el 100% de la muestra.

Esta pregunta ofreció diferentes posibilidades de respuesta, concretamente: “una buena colección de objetos arqueológicos”, “un museo sobre prehistoria humana”, “que me enseñasen la cueva original”, “otras expectativas”, “sin ninguna expectativa previa”. Las personas encuestadas tenían la posibilidad de posicionarse en cada una de las opciones de respuesta a través de una respuesta dicotómica, es decir, sí o no. A continuación se muestran los principales estadísticos descriptivos y la desagregación de los datos para cada una de las opciones de respuesta.

De forma mayoritaria el 71,2% de la muestra afirmó que esperaba encontrar “una buena copia de la original”. Es destacable también que el 39,7% afirmó que esperaba encontrar “un museo sobre prehistoria humana”, el 18,9% de las personas encuestadas esperaba “que me enseñasen la cueva original” y un 2,4% afirmó que tenía otras expectativas. De manera marginal, un 0,9% afirmó que no tenía “ninguna expectativa previa”

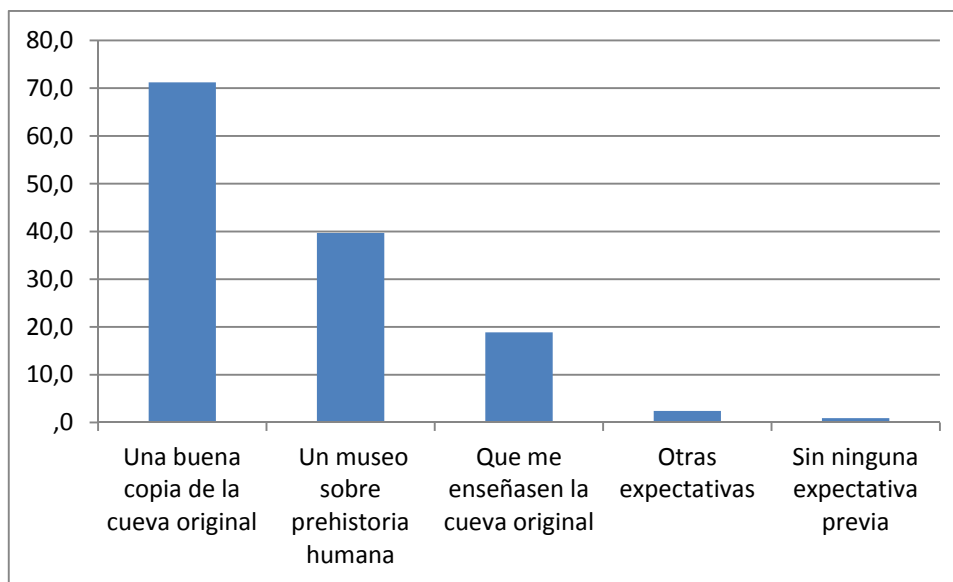


Gráfico 3. ¿Qué esperaba encontrar en el Museo de Altamira? Fuente: Elaboración propia

P.6. EN QUÉ MEDIDA LA VISITA AL MUSEO DE ALTAMIRA HA AUMENTADO SU CONOCIMIENTO EN RELACIÓN A LOS SIGUIENTES ASPECTOS (NADA, POCO, ALGO, BASTANTE Y MUCHO)

A través de esta pregunta se pedía a las personas encuestadas que valorase diferentes aspectos relacionados con el conocimiento adquirido con la visita al Museo a través de las categorías nada, poco, algo, bastante y mucho. A continuación se desagrega la información para cada una de las variables:

He aprendido sobre la evolución humana. Contesta a esta pregunta el 100% de la muestra. Es destacable que un 39,3% de la muestra dice haber aprendido bastante sobre la evolución humana y un 36,1% afirma haber aprendido algo sobre este aspecto. Un 11,4% ha aprendido poco y un 5,7% nada.

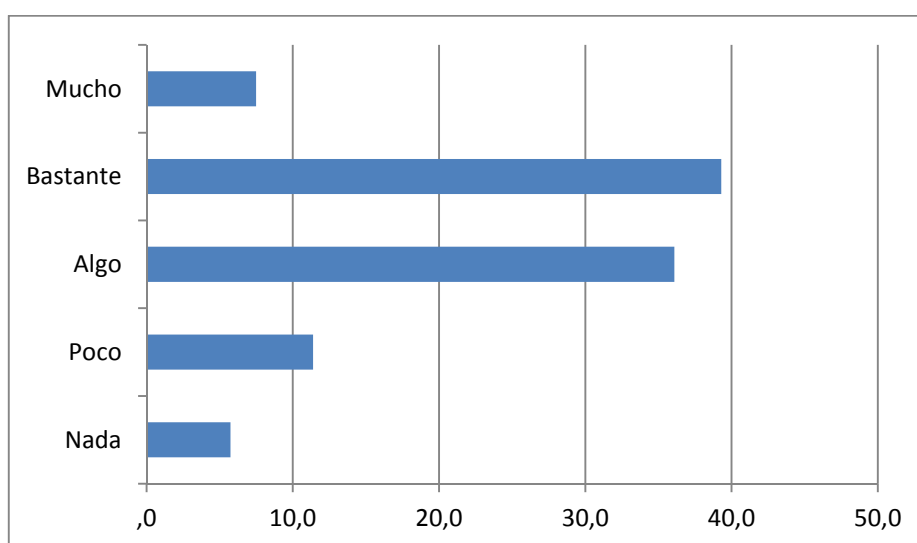


Gráfico 4. He aprendido sobre la evolución humana. Fuente: Elaboración propia

He aprendido sobre la forma de vida en el Paleolítico. Contesta a esta pregunta el 100% de la muestra. Es destacable que un 42,5% de la muestra dice haber aprendido bastante sobre la forma de vida en el Paleolítico y un 31,5% afirma haber aprendido algo sobre este aspecto. Un 12,2% ha aprendido mucho, un 9,2% poco y un 4,6% nada.

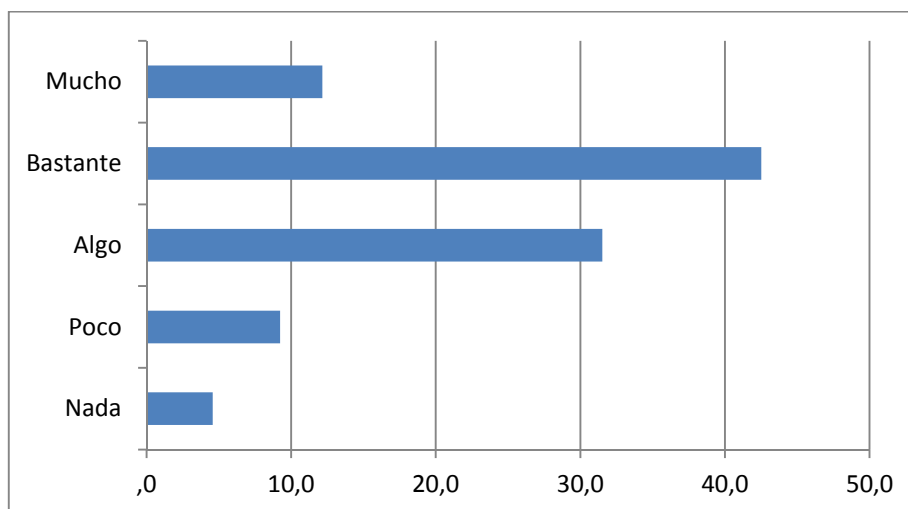


Gráfico 5. He aprendido sobre la forma de vida en el Paleolítico. Fuente: Elaboración propia

He aprendido sobre el arte prehistórico. Contesta a esta pregunta el 100% de la muestra. Es destacable que un 43,3% de la muestra dice haber aprendido bastante el arte prehistórico y un 28,2% afirma haber aprendido algo sobre este aspecto. Un 17,8% ha aprendido mucho, un 6,7% poco y un 4% nada.

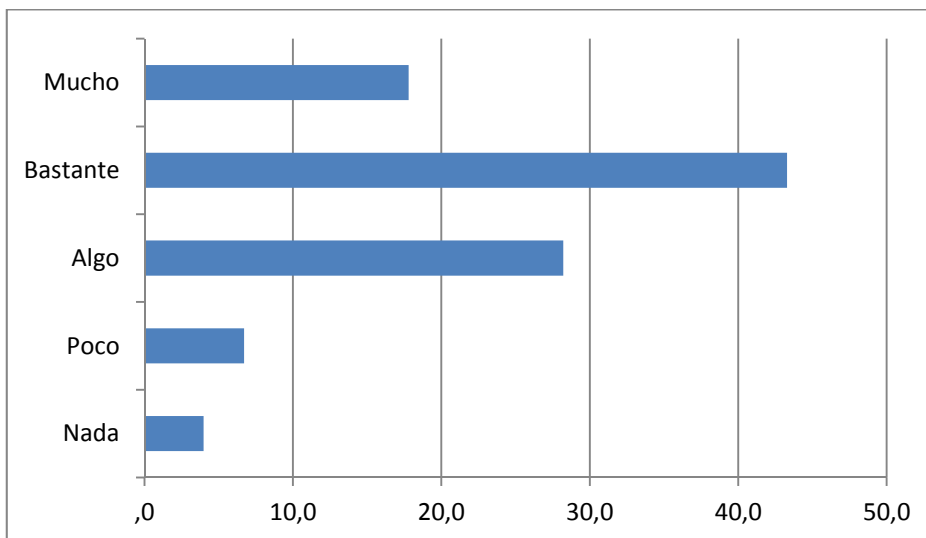


Gráfico 6. He aprendido sobre el arte prehistórico. Fuente: Elaboración propia

He aprendido sobre otras culturas diferentes a la nuestra. Contesta a esta pregunta el 99,9% de la muestra. Es destacable que la percepción de haber adquirido conocimientos sobre otras culturas desciende en relación a las variables anteriores. Un 31,5% de la muestra dice haber aprendido poco, 29,4% afirma haber aprendido algo sobre este aspecto y un 17,9% nada. Un 17,4% ha aprendido bastante.

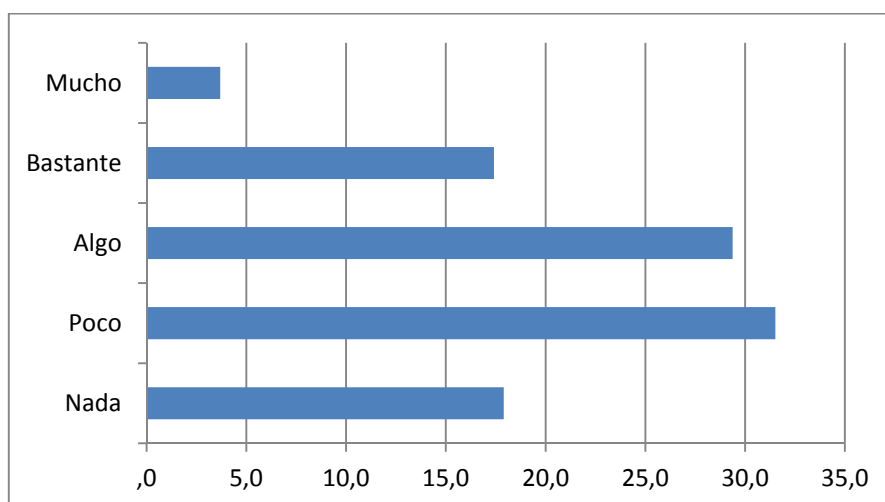


Gráfico 7. He aprendido sobre otras culturas diferentes a la nuestra. Fuente: Elaboración propia

He comprendido por qué la cueva original está cerrada. Contesta a esta pregunta el 99,7% de la muestra. Es destacable que la percepción de haber adquirido conocimientos sobre este tema asciende en relación a las variables anteriores. Un 56% de la muestra dice haber aprendido mucho y un 24,5% afirma haber aprendido bastante. Un 10,3% ha aprendido algo, un 4,3% poco y un 4,6% nada.

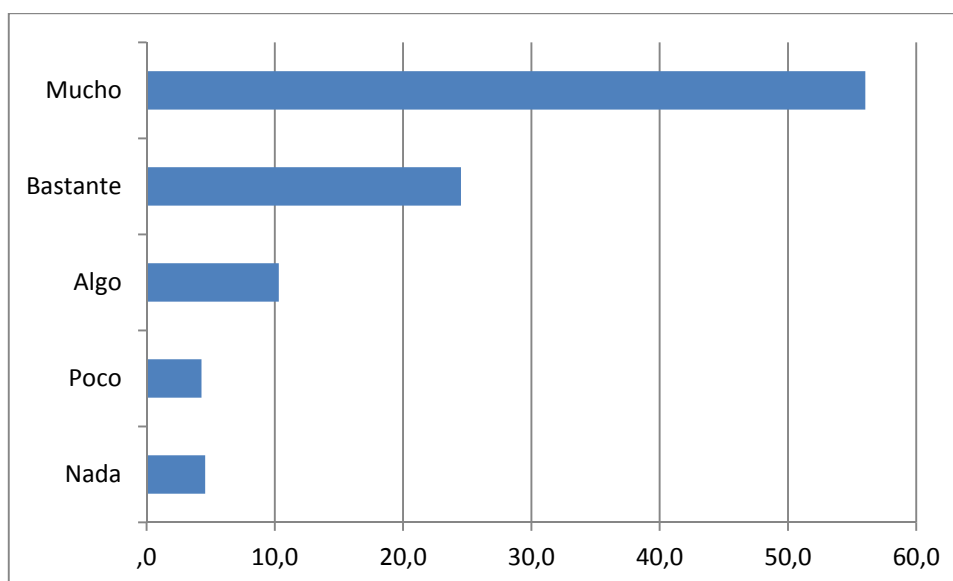


Gráfico 8. He aprendido por qué la cueva original está cerrada. Fuente: Elaboración propia

P.7. ¿HA ESTADO EN OTRAS CUEVAS CON ARTE RUPESTRE?

Contestó a esta pregunta 100% de la muestra.

El 63% de la muestra afirmó no haber estado en otras cuevas con arte rupestre frente a un 37,3% afirmó haber estado.

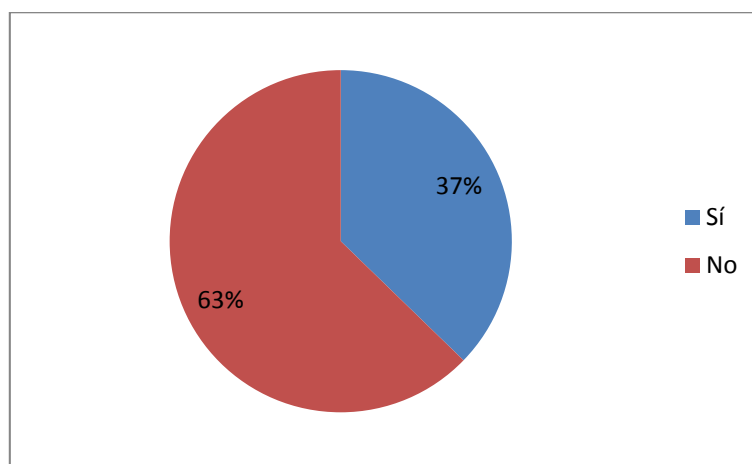


Gráfico 9. ¿Ha estado en otras cuevas con arte rupestre?. Fuente: Elaboración propia

P.8. ¿EN CUÁLES HA ESTADO? MENCIONAR LAS PRINCIPALES HASTA UN MÁXIMO DE 3.

Se les preguntó a aquellas personas que afirmaron en la P.7. que habían visitado otras cuevas con arte rupestre (37,3%) que identificasen estas cuevas hasta un máximo de tres.

El 36,3% de la población señaló al menos una cueva de arte rupestre. A continuación se señalan las más recurrentes: el 5,2% señaló Lascaux, el 3,6% Tito Bustillo, el 3,5% señaló El Castillo, el 1,8% señaló Atapuerca, el 1,6% Santimamiñe, el 1,3% Puente Viesgo, el 1% El Soplao. Estos porcentajes explican el 18% de la población de referencia, el resto de las cuevas identificadas no alcanza el 1%.

El 12,5% de la población señaló una segunda cueva de arte rupestre. A continuación se señalan las más recurrentes: el 1% señaló Lascaux, el 0,6% Tito Bustillo, el 0,7% señaló El Castillo. Estos porcentajes explican el 2,3% de la población de referencia, el resto de las cuevas identificadas no alcanza el 0,5%. El 4,5% de la población señaló una tercera cueva de arte rupestre, todas ellas con porcentajes inferiores a 0,5%.

P.9. ¿QUÉ CREE USTED QUE ES EL “PATRIMONIO CULTURAL”? SELECCIONE UN MÁXIMO DE 3 IDEAS POR ORDEN DE IMPORTANCIA.

A través de esta pregunta se pedía a las personas encuestadas que seleccionasen un máximo de tres ideas por orden de importancia entre las opciones de respuesta: “un monumento antiguo”, “algo que representa la identidad de un pueblo”, “algo importante para mí y mi grupo social/entorno/comunidad”, “algo apreciado por cualquier persona e importante para ella”, “algo digno de ser conservado según el criterio de los expertos o políticos”, “algo que se debe reutilizar aprovechando su valor económico”. A continuación se desagrega la información a través del orden de importancia establecido.

Idea más importante. Contesta a esta pregunta el 99% de la muestra. El 37% de las personas encuestadas establecen que el Patrimonio Cultural es “algo que representa la identidad de un pueblo”, el 31,4% afirmó que es “algo digno de ser conservado según el criterio de los expertos o políticos” y el 16,8% que es “un monumento antiguo”.

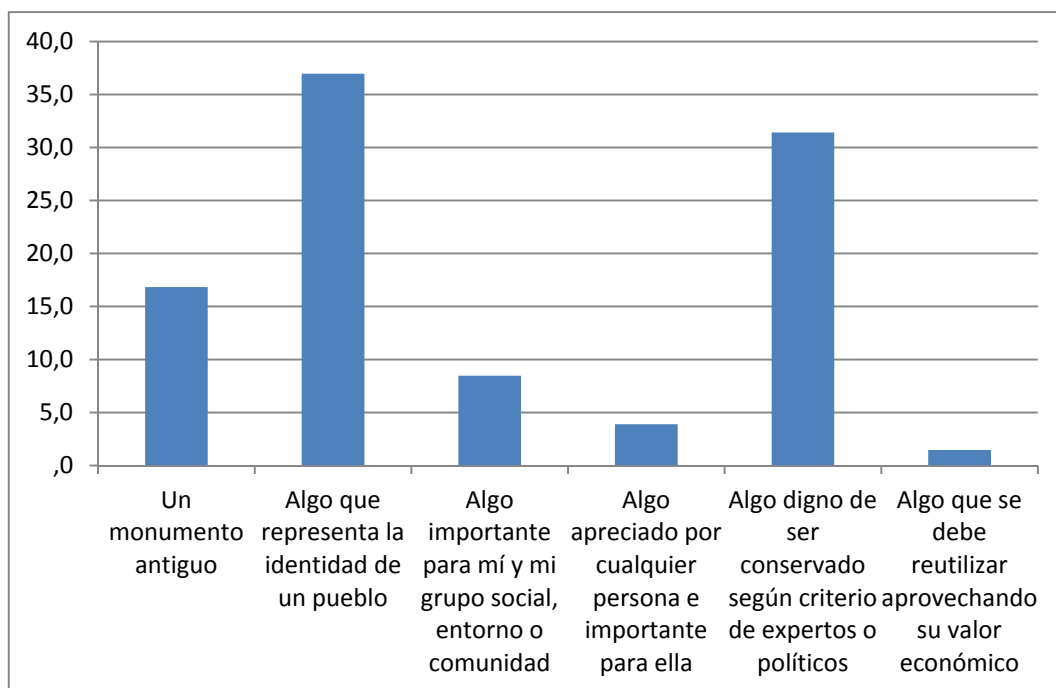


Gráfico 10. ¿Qué cree usted que es el Patrimonio Cultural? Idea 1. Fuente: Elaboración propia

Segunda idea más importante. Contesta a esta pregunta el 76% de la muestra. El 24,2% de las personas encuestadas establecen que el Patrimonio Cultural es “algo que representa la identidad de un pueblo”, el 24,2% afirmó que es “algo digno de ser conservado según el criterio de los expertos o políticos” y el 12,7% que es “algo importante para mí y mi grupo social, entorno o comunidad”.

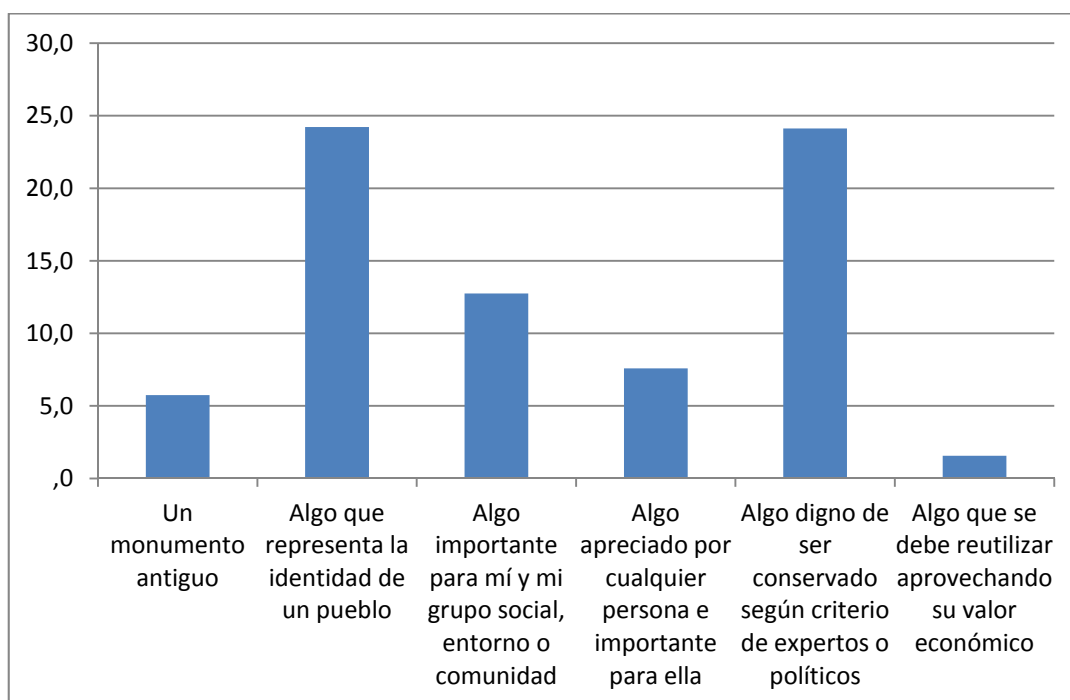


Gráfico 11. ¿Qué cree usted que es el Patrimonio Cultural? Idea 2. Fuente: Elaboración propia

Tercera idea más importante. Contesta a esta pregunta el 33,5% de la muestra. El 12,5% de las personas encuestadas establecen que el Patrimonio Cultural es “algo digno de ser conservado según el criterio de los expertos o políticos”.

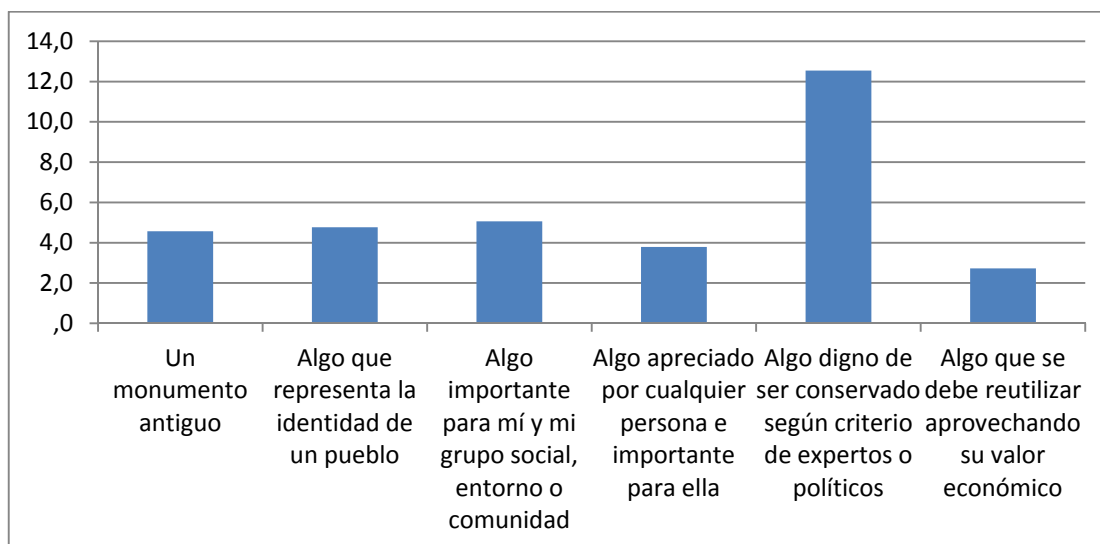


Gráfico 12. ¿Qué cree usted que es el Patrimonio Cultural? Idea 3. Fuente: Elaboración propia

En relación a esta pregunta se ha recogido una estadística sobre las personas que al señalar que Patrimonio Cultural es “algo digno de ser conservado según el criterio de expertos o políticos” han solicitado que se eliminase la palabra “político” de la opción de

respuesta. Un 21,9% de las personas que han señalado esta opción han solicitado espontáneamente que se eliminase la palabra “político”.

P.10. ¿CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES ESTÁ MÁS DE ACUERDO? RESPUESTA MÚLTIPLE

A través de esta pregunta se pedía a las personas encuestadas que seleccionasen con cuál de las afirmaciones ofrecidas estaba más de acuerdo: “Altamira es un sitio clave para comprender la historia de la humanidad”, “Altamira es un sitio clave para comprender la historia de Europa”, “Altamira es un sitio clave para comprender la historia de España”, “Altamira es un sitio clave para comprender la historia de Cantabria”, “Altamira no es más importante que otros sitios parecidos”.

Contesta a esta pregunta el 99,5%. Es relevante que el 83,3% de las personas encuestadas han señalado que “Altamira es un sitio clave para entender la historia de la humanidad”.



Gráfico 13. ¿Con qué afirmación está más de acuerdo? Fuente: Elaboración propia

P.11. ¿LA VISITA A ALTAMIRA LE HA SUSCITADO EL INTERÉS POR VISITAR OTRAS CUEVAS?

Contestó a esta pregunta el 99,9% de la muestra.

De forma mayoritaria el 78,1% de las personas encuestadas afirmó que la visita a Altamira le suscitó el interés por visitar otras cuevas.

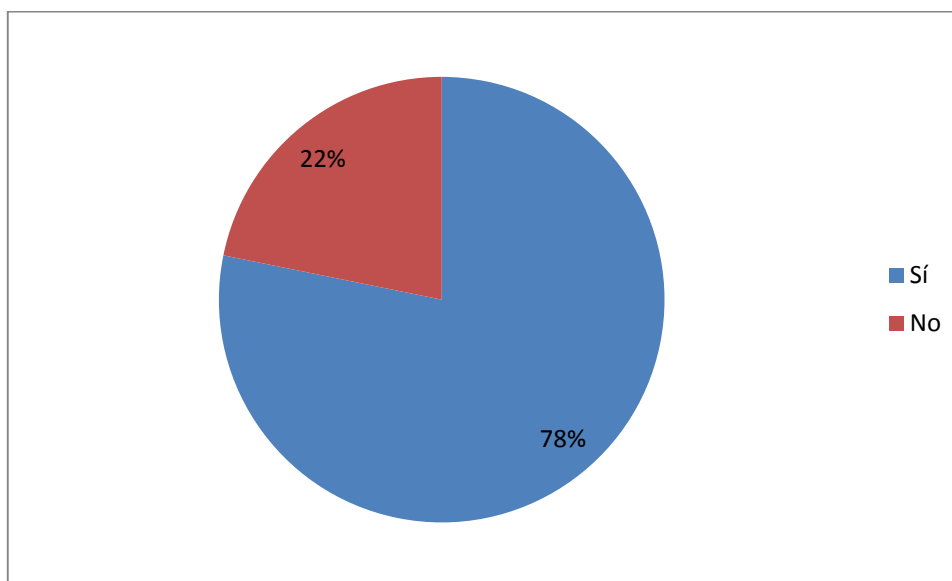


Gráfico 13. ¿La visita a Altamira le ha suscitado interés por visitar otras cuevas? Fuente: Elaboración propia

BLOQUE 3. SATISFACCIÓN CON LA VISITA AL MUSEO DE ALTAMIRA

P.12. ¿CUÁL ES EL MOTIVO PRINCIPAL POR EL QUE HA VISITADO EL MUSEO DE ALTAMIRA? SEÑALE HASTA UN MÁXIMO DE 2 POR ORDEN DE IMPORTANCIA.

A través de esta pregunta se ofrecieron las siguientes opciones de respuesta: porque es una obra maestra de arte mundial, por enseñar el museo a otras personas, porque es un sitio de interés especial, por conocer la Neocueva, porque quería conocer la cueva, otras razones. Se les permitió a las personas encuestadas señalar un máximo de dos respuestas estableciendo el orden de importancia.

Motivo 1. Contesta a esta pregunta un 99,7% de la muestra. El 30,5% ha señalado la opción “porque es un sitio de interés especial”. Un 13,5% “por conocer la Neocueva”, un 12,8% “porque quería conocer la cueva” y un 10,4% “otras razones”, entre éstas se señala que “coincidió” (4%), “un viaje escolar” (2,1%), “turismo” (1%), etc. entre otras (para más información ver base de datos).

Motivo 1	%
Porque es una obra maestra del arte mundial	23
Por enseñar el museo a otras personas	9,4
Porque es un sitio de interés especial	30,5
Por conocer la Neocueva	13,5
Porque quería conocer la cueva	12,8
Otras razones	10,4
Total	99,7

Tabla 4. Motivo principal por el que ha visitado el Museo de Altamira. Motivo 1. Fuente: Elaboración propia.

Motivo 2. Contesta un segundo motivo el 59% de la muestra. El 19,1% señala como segunda opción “porque es un sitio de interés especial”, el 12,9% señala como segundo motivo los “por conocer la Neocueva” y el 11,2% “porque es una obra maestra del arte mundial”.

Motivo 2	%
Porque es una obra maestra del arte mundial	11,2
Por enseñar el museo a otras personas	6,2
Porque es un sitio de interés especial	19,1
Por conocer la Neocueva	12,9
Porque quería conocer la cueva	7,2
Otras razones	2,4
Total	59

Tabla 5. Motivo principal por el que ha visitado el Museo de Altamira. Motivo 2. Fuente: Elaboración propia.

P.13. ¿HA VISITADO LA NEOCUEVA?

Contesta a esta pregunta el 100% de la muestra.

De forma mayoritaria el 94,3% de las personas encuestadas ha visitado la Neocueva.

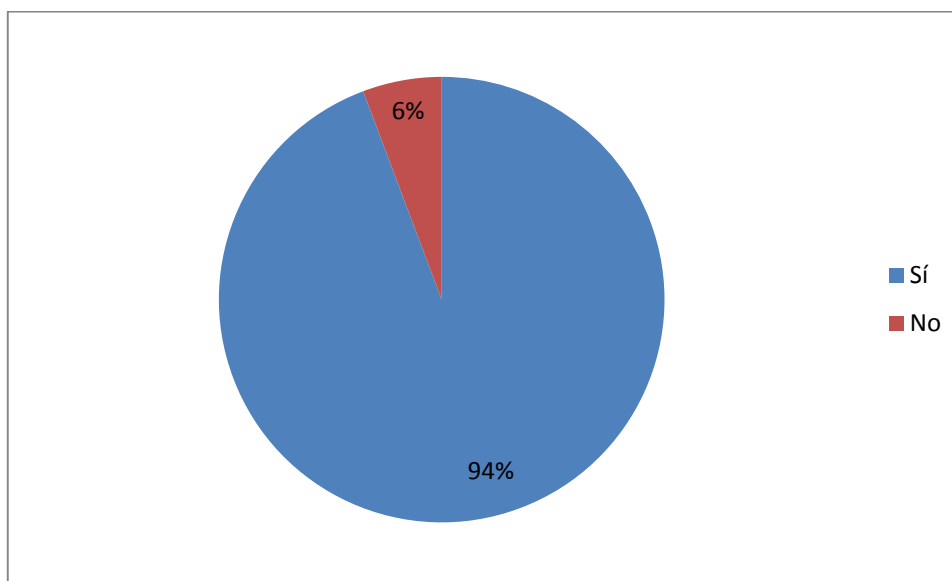


Gráfico 14. ¿Ha visitado la Neocueva? Fuente: Elaboración propia.

P.14. VALORE SU GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA NEOCUEVA (SIENDO 1 NADA SATISFECHO Y 7 MUY SATISFECHO).

Contesta a esta pregunta el 94,4% de la muestra a través de una escala que mide el grado de satisfacción, siendo 1 nada satisfecho y 7 muy satisfecho.

Se valora esta experiencia de manera bastante positiva, la media se sitúa en 5,91 con una desviación típica de 1,1.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Satisfacción visita a la Neocueva	94,4	1	7	5,91	1,176

Tabla 6. Satisfacción de la visita a la Neocueva. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

Analizando los datos de manera desagregada se observa que el 70% de la muestra valora su grado de satisfacción con valores de 6 y 7; un 14,9% valora la experiencia con el valor 5.

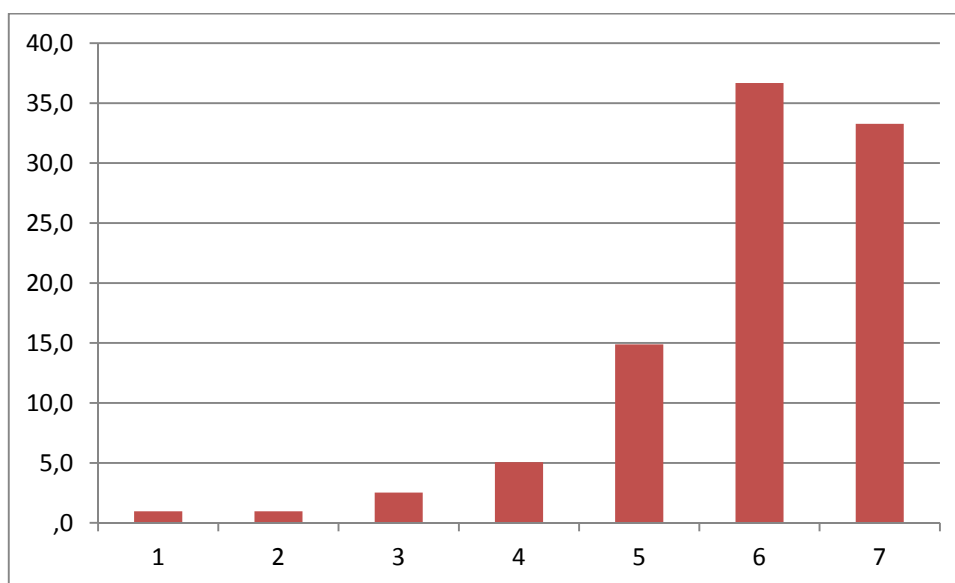


Gráfico 15. Grado de satisfacción respecto a la Neocueva. Fuente: Elaboración propia.

Es destacable que desciende la media en relación a los resultados obtenidos con la misma pregunta en el cuestionario económico, cuya media se situaba en 6,21 y el 81% de la muestra evaluó esta experiencia con valores de 6 y 7.

P.15. VALORE SU GRADO DE ACUERDO CON RESPECTO A LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES (SIENDO 1 NADA DE ACUERDO Y 7 MUY DE ACUERDO).

Esta pregunta aporta información sobre el grado de acuerdo en relación a diferentes afirmaciones, concretamente: “la Neocueva está bien como está”, “añadiría elementos informativos”, “aumentaría el tiempo de visita a la Neocueva”, “cambiaría el ambiente y atmósfera de la Neocueva para emular la cueva original”, “la Neocueva sería un buen complemento a la visita de la cueva original si estuviese abierta”. Se solicitó a las personas encuestadas que valorasen su grado de acuerdo a través de una escala de 1 a 7, siendo 1 nada de acuerdo y 7 muy de acuerdo.

La Neocueva está bien como está. Contesta a esta pregunta 93,7% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor intermedio/alto, concretamente en un 5,70 con una desviación típica de 1,4.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
La Neocueva está bien como está	93,7	1	7	5,70	1,453

Tabla 7. La Neocueva está bien como está. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

Es destacable que un 61,8% de la muestra está bastante o muy de acuerdo con esta afirmación (valores 6 y 7) y un 15,6% establece su grado de acuerdo con esta afirmación a través del valor 5.

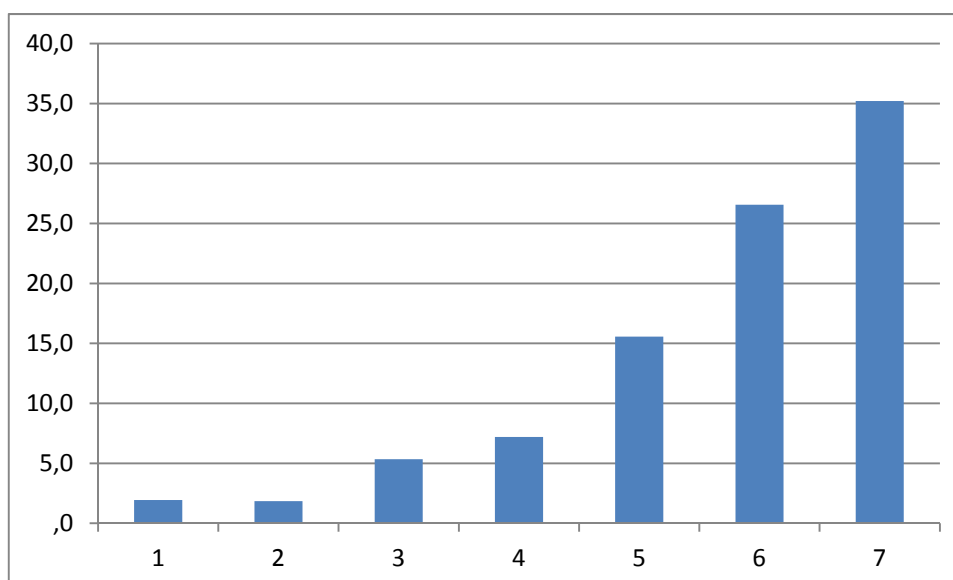


Gráfico 16. La Neocueva está bien como está. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

Añadiría elementos informativos. Contesta a esta pregunta 93,5% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor bastante bajo, concretamente en un 2,92 con una desviación típica de 2,1.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Añadiría elementos informativos	93,5	1	7	2,92	2,192

Tabla 8. Añadiría elementos informativos. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

De manera desagregada, el 42,7% no está nada de acuerdo con esta afirmación (valor 1) y el 10,2% poco de acuerdo (valor 2).

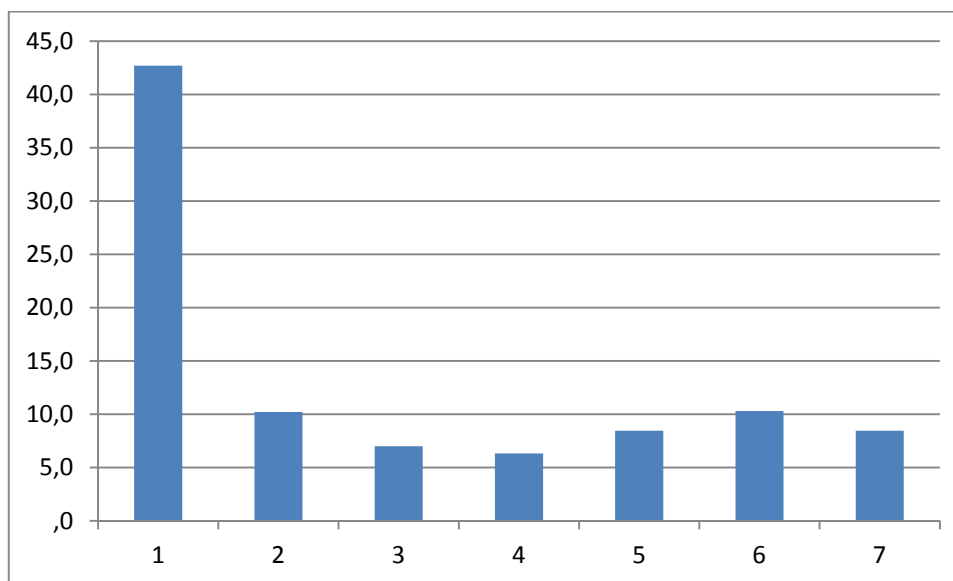


Gráfico 17. Añadiría elementos informativos. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

Aumentaría el tiempo de visita a la Neocueva. Contesta a esta pregunta 93,9% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor bastante bajo, concretamente en un 2,75 con una desviación típica de 2,1.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Aumentaría el tiempo de visita a la Neocueva	93,9	1	7	2,75	2,116

Tabla 9. Aumentaría el tiempo de visita a la Neocueva. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

Concretamente, el 45,9% no está nada de acuerdo con esta afirmación (valor 1) y el 9,1% poco de acuerdo (valor 2).

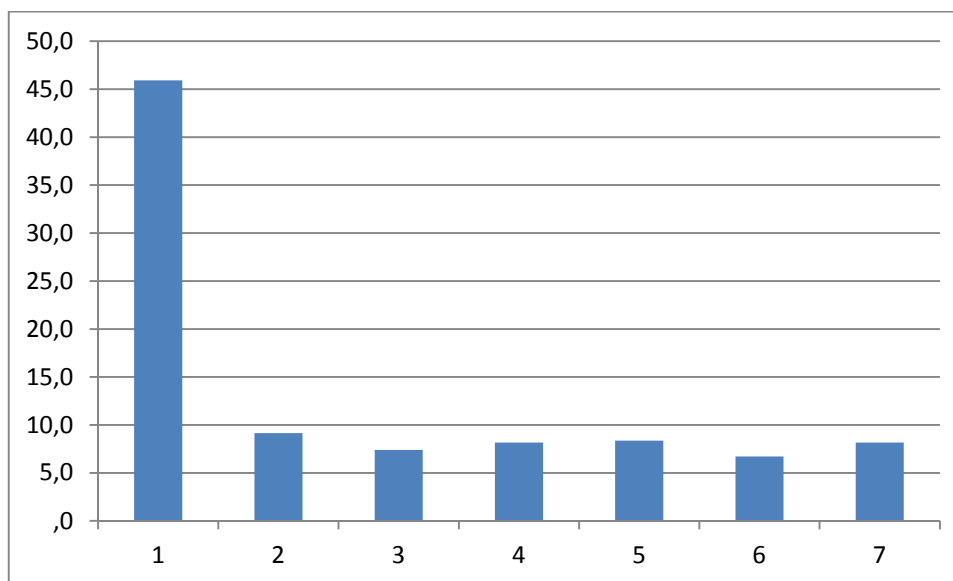


Gráfico 18. Aumentaría el tiempo de visita a la Neocueva. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

Cambiaría el ambiente y la atmósfera de la Neocueva para emular la cueva original. Contesta a esta pregunta 93,4% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor bajo, concretamente en un 3,38 con una desviación típica de 2,3.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Cambiaría el ambiente y la atmósfera de la Neocueva para emular la cueva original	93,4	1	7	3,38	2,317

Tabla 10. Cambiaría el ambiente y la atmósfera de la Neocueva para emular la cueva original. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

De manera desagregada, el 36% no está nada de acuerdo con esta afirmación (valor 1) y el 24,7% está bastante de acuerdo con esta afirmación (valor 6 y 7).

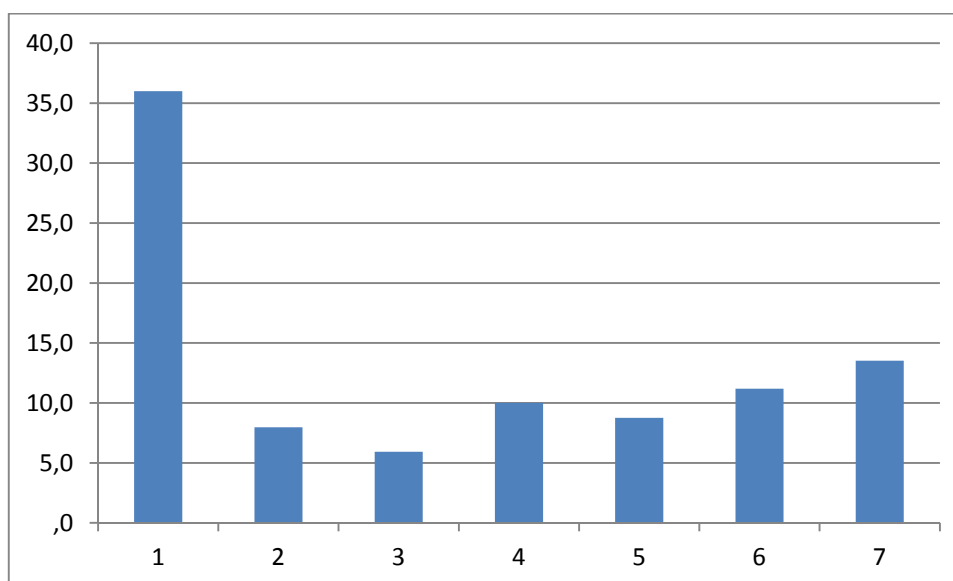


Gráfico 19. Cambiaría el ambiente y la atmósfera de la Neocueva para emular la cueva original. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

La Neocueva sería un buen complemento a la visita de la cueva original si estuviese abierta. Contesta a esta pregunta 93,6% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor intermedio, concretamente en un 4,32 con una desviación típica de 2,4.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
La Neocueva sería un buen complemento a la visita de la cueva original si estuviese abierta	93,6	1	7	4,32	2,441

Tabla 11. La Neocueva sería un buen complemento a la visita de la cueva original si estuviese abierta. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

De manera desagregada se observa la disparidad de opiniones, el 23,6% no está nada de acuerdo con esta afirmación (valor 1), el 29,9% está muy de acuerdo con esta afirmación (valor 7) y el 11,7% está bastante de acuerdo (valor 6).

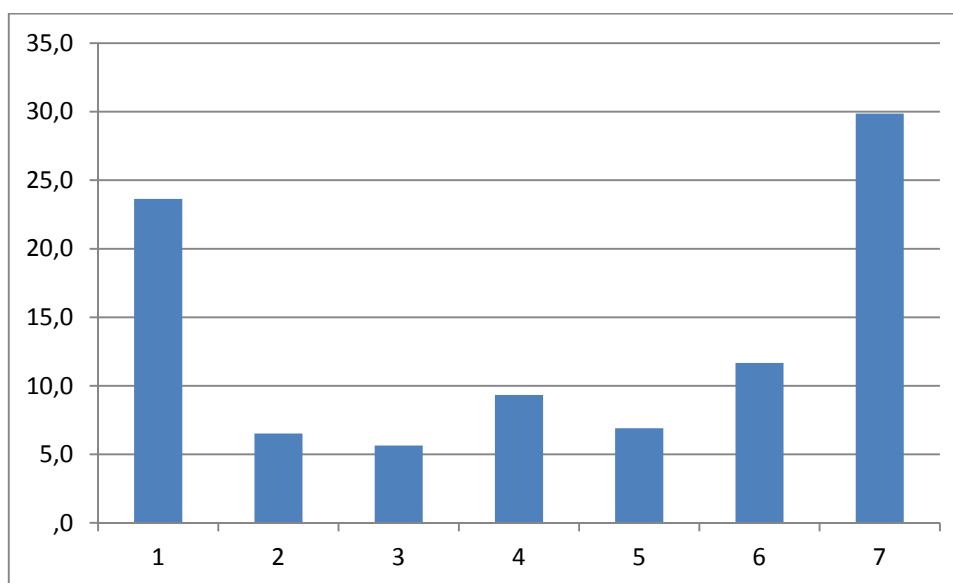


Gráfico 20. La Neocueva sería un buen complemento a la visita de la cueva original si estuviese abierta. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

P.16. UNA VEZ HECHA SU VISITA, ¿CUÁL CREE QUE HA SIDO EL MOTIVO O LOS MOTIVOS POR LOS CUALES SE CREÓ LA NEOCUEVA?

A través de esta pregunta se pidió a las personas encuestadas que seleccionasen cuál o cuáles creen que han sido los motivos por los cuales se creó la Neocueva de entre una serie de afirmaciones ofrecidas: “la Neocueva se hizo para restringir el acceso a la cueva original”, “la Neocueva se hizo para ofrecer al público información complementaria a la visita de la cueva original”, “la Neocueva se hizo porque es más cómoda de visitar que la cueva original”, “la Neocueva se hizo para absorber un mayor número de visitantes”. Las personas encuestadas tenían la posibilidad de posicionarse en cada una de las opciones de respuesta a través de una respuesta dicotómica, es decir, sí o no. A continuación se analizan las respuestas:

La Neocueva se hizo para restringir el acceso a la cueva original. Contesta a esta pregunta el 93,5% de la muestra. De forma mayoritaria el 74,4% cree que la “Neocueva se hizo para restringir el acceso a la original”.

La Neocueva se hizo para ofrecer al público información complementaria a la visita de la cueva original. Contesta a esta pregunta el 92% de la muestra. Más de la mitad de la muestra (52,9%) cree que la “Neocueva se hizo para ofrecer al público información complementaria a la visita de la cueva original”.

La Neocueva se hizo porque es más cómoda de visitar que la cueva original. Contesta a esta pregunta el 91% de la muestra. El 39,3% cree que la “Neocueva se hizo porque es más cómoda de visitar que la cueva original”.

La Neocueva se hizo para absorber un mayor número de visitantes. Contesta a esta pregunta el 92% de la muestra. Más de la mitad de la muestra (55,9%) cree que la “Neocueva se hizo para absorber un mayor número de visitantes”.

P.17. INDIQUE QUÉ TIPO DE VISITA HA HECHO A LA NEOCUEVA Y VALORE EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA MISMA

Contestó a esta pregunta el 94,3% de la muestra. El 53,6% ha realizado una visita guiada a la Neocueva y el 40,7% ha realizado la visita libre.

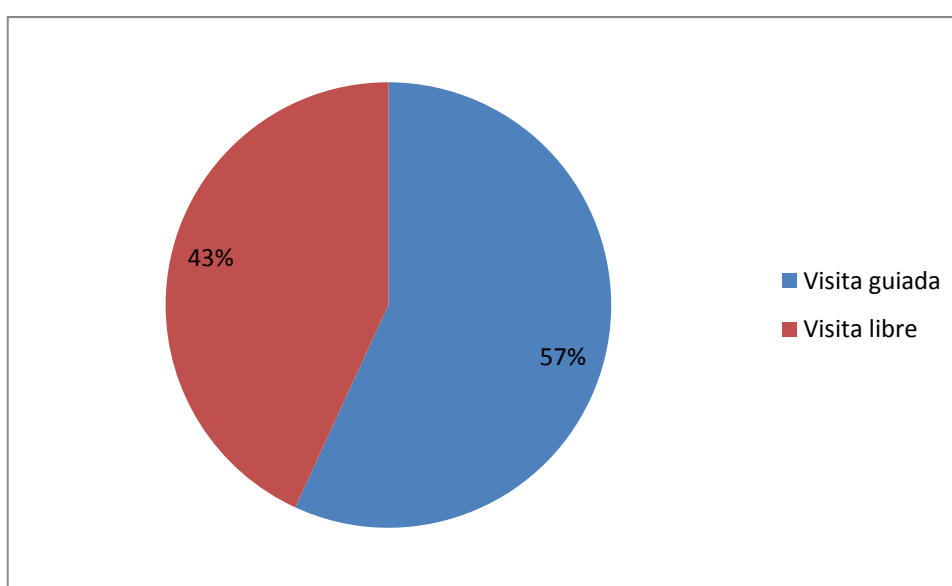


Gráfico 21. Tipo de visita a la Neocueva. Fuente: Elaboración propia.

En relación al grado de satisfacción con la modalidad de visita a la Neocueva se propone una escala de 1 a 7, siendo 1 nada satisfecho y 7 muy satisfecho. Contestó a esta pregunta el 94,3% de la muestra. El nivel de satisfacción de la modalidad de visita es bastante elevado, situándose la media en 5,99 con una desviación típica de 1,1.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Grado de satisfacción con la modalidad de visita a la Neocueva	94,3	1	7	5,99	1,136

Tabla 12. Grado de satisfacción con la modalidad de visita a la Neocueva. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

De forma mayoritaria, el 70,5% de las personas encuestadas responden con un elevado grado de satisfacción (valores 6 y 7) y un 14,6% de la muestra establece un grado de satisfacción intermedio-alto (valor 5).

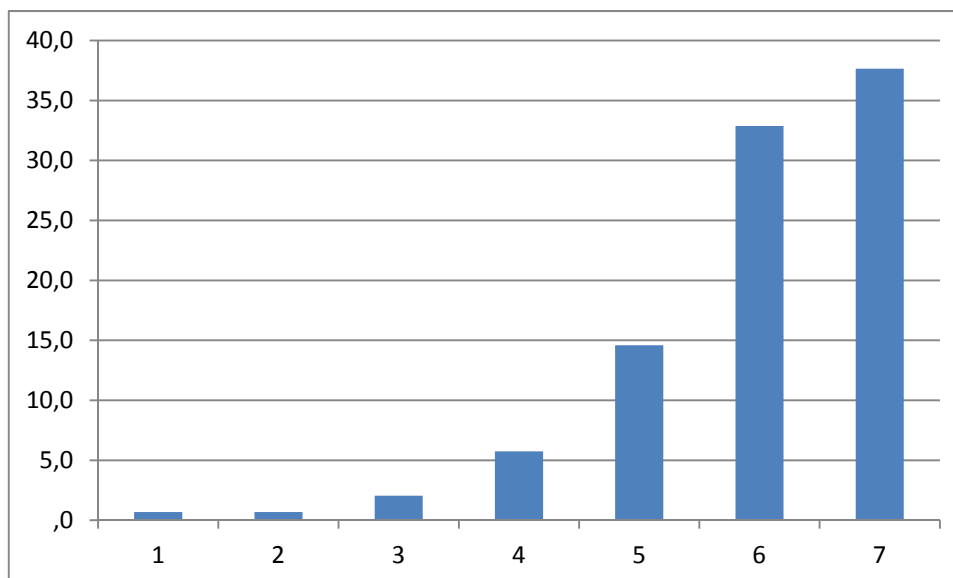


Gráfico 22. Grado de satisfacción con la modalidad de la visita a la Neocueva. Fuente: Elaboración propia.

P.18. ¿CUÁL ES LA SECCIÓN DE LA EXPOSICIÓN QUE MÁS LE HA GUSTADO O LLAMADO LA ATENCIÓN?

Esta pregunta se estableció de manera abierta, es decir, las personas encuestadas podían responder estableciendo sus propias categorías de respuesta y respondiendo tantas secciones como quisiesen. Posteriormente esta variable se ha recodificado diferentes maneras. Para la primera opción de respuesta sobre la sección del museo que más ha gustado, se ha realizado una recodificación en torno a la creación de 46 categorías debido a la multitud y diversidad de respuestas. Contestó a esta pregunta el 81,8% de la muestra. Consecutivamente, se recodificó la primera, segunda, tercera y cuarta respuesta sobre las secciones del museo que más habían gustado en 27 categorías para facilitar una mejor comparabilidad y síntesis de resultados. A continuación se presentan aquellas categorías que mayor tasa de respuesta han concentrado (para más información ver base de datos).

En relación a la primera respuesta sobre la sección del museo que más ha gustado en torno a la creación de 46 categorías destacan las siguientes secciones: audiovisuales (11%), el conjunto del museo (9,4%), herramientas y objetos (9,2%), la explicación de la evolución humana (8,2%), arte rupestre (5,9%), otros (3,8%), chubasquero (2,8%), enterramientos (2,8%), la Neocueva (2,6%), otras secciones (2%), vestimenta (2%), restos óseos, fósiles (1,8%), instrumentos musicales (1,5%), armas (1,2%), audios (1,1%), colmillo de mamut (1,1), paneles informativos (1,1%), instrumentos de caza (1%). Estos porcentajes explican el

68,5% de la población de referencia, el resto de las secciones identificadas no alcanza el 1%.

En relación a la segunda sección del museo que más ha gustado ha contestado el 20,8% de la muestra. Para esta pregunta se establecieron 27 categorías de respuesta y destacan las siguientes: herramientas, objetos (4,8%), otros (2%), audios (1,9%), la explicación de la evolución humana (1,8%), arte (1,3%), cómo hacían (1,2%), vestimenta (1,2%), restos óseos, fósiles (1,1%), chubasquero (1%). Estos porcentajes explican el 16,3% de la población de referencia, el resto de las secciones identificadas no alcanza el 1%.

En relación a la tercera sección del museo que más ha gustado señalar que tan sólo un 4% de las personas encuestadas han contestado y 1% de las mismas señalaron la sección de herramientas y objetos. Finalmente, un 0,9% de la muestra identificó una cuarta sección del museo que más le ha gustado.

P.19. VALORE GLOBALMENTE SU SATISFACCIÓN CON RESPECTO A LA VISITA AL MUSEO DE ALTAMIRA, SIENDO 1 NADA SATISFECHO Y 7 MUY SATISFECHO

Contesta a esta pregunta el 99,8% de la muestra y se valora esta experiencia de manera bastante positiva, la media se sitúa en 5,88 con una desviación típica de 1,1. Analizando los datos de manera desagregada se observa que el 44% de la muestra está bastante satisfecha con la visita al Museo de Altamira (valor 6), un 29,3% está muy satisfecha (valor 7) y un 16,7% se sitúa en una posición intermedia-alta (valor 5).

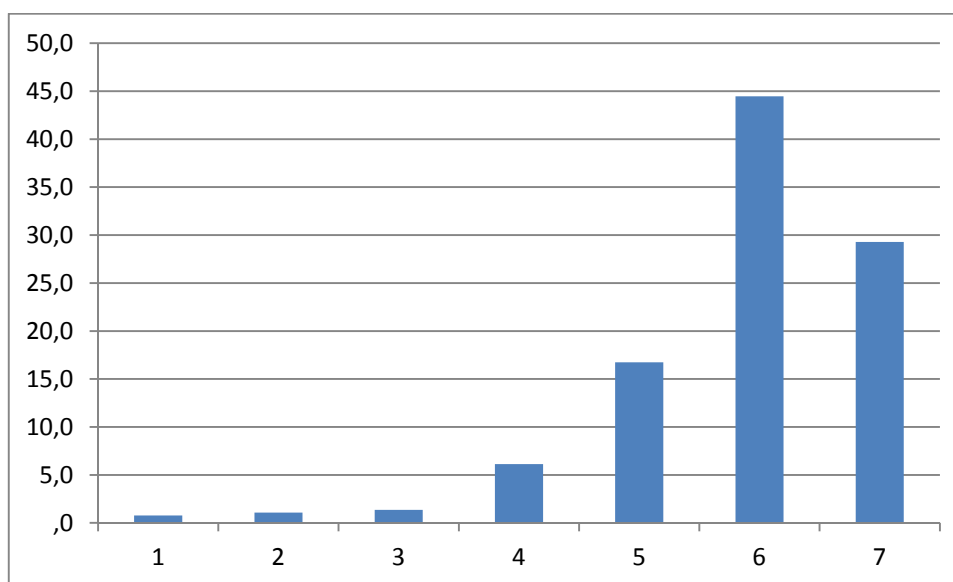


Gráfico 23. Grado de satisfacción general con respecto a la visita al Museo de Altamira. Fuente: Elaboración propia.

P.20. ¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁ DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES? SIENDO 1 NADA DE ACUERDO Y 7 MUY DE ACUERDO

Esta pregunta aporta información sobre el grado de acuerdo en relación a si “volvería a visitar el Museo de Altamira”, si “recomendaría visitar el Museo de Altamira a familiares y amigos”, si “el Museo necesita más tiempo de visita del que le he dedicado”, si “la información sobre la cueva original disponible actualmente en el Museo es insuficiente” y si “el Museo funciona bien aunque no se pueda visitar la cueva original”. Para ello se presenta una escala de 1 a 7, siendo 1 nada de acuerdo y 7 muy de acuerdo.

Volvería a visitar el Museo de Altamira. Contesta a esta pregunta 99,4% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor intermedio, concretamente en un 4,73 de media con una desviación típica de 2 puntos.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Volvería a visitar el Museo de Altamira	99,4	1	7	4,73	2,050

Tabla 13. Volvería a visitar el Museo de Altamira. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

Es destacable que estos valores son muy similares a los obtenidos con la misma pregunta en la encuesta económica. De manera desagregada, un 12,1% de la muestra no está nada de acuerdo en volver a visitar el Museo. En cambio, un 19,9% de la muestra está bastante de acuerdo en repetir la visita y un 25,4% está muy de acuerdo con esta afirmación.

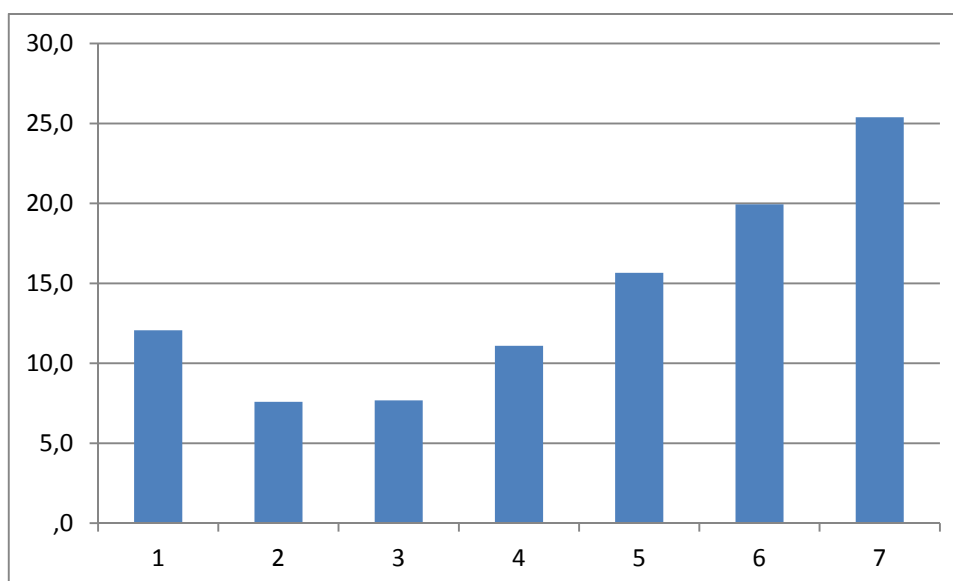


Gráfico 24. Volvería a visitar el Museo de Altamira. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

Recomendaría visitar el Museo de Altamira a familiares y amigos. Contesta a esta pregunta 100% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor medio más elevado, concretamente en un 6,33 de media con una desviación típica de 1,2 puntos.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Recomendaría visitar el Museo de Altamira a familiares y amigos	100	1	7	6,33	1,276

Tabla 14. Recomendaría visitar el Museo de Altamira a familiares y amigos. Estadísticos descriptivos.
Fuente: Elaboración propia.

Es destacable que estos valores son similares a los obtenidos con la misma pregunta en la encuesta económica. De manera desagregada, un 67,6% de la muestra muy de acuerdo con recomendar la visita a familiares y amigos (valor 7) y un 16% está bastante de acuerdo (valor 6).

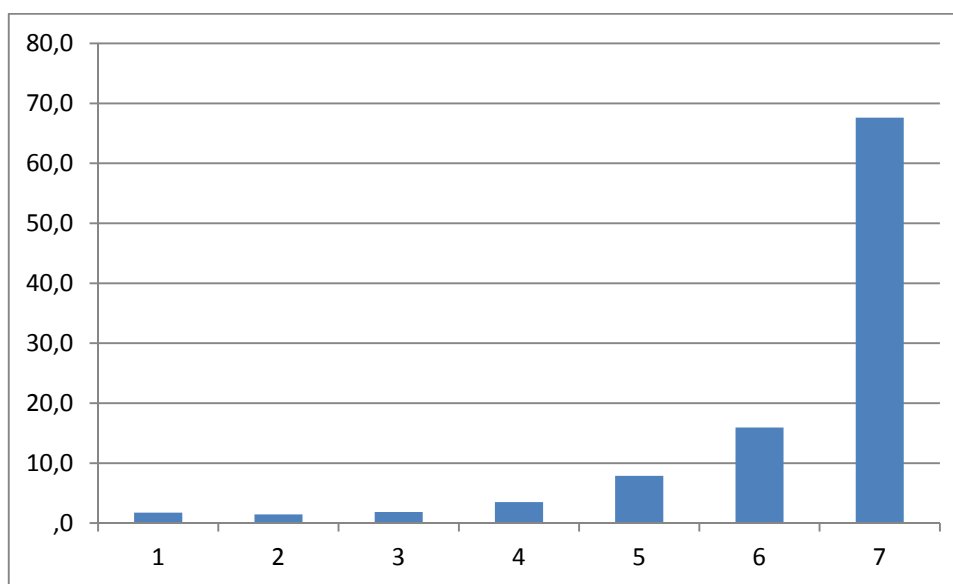


Gráfico 25. Recomendaría visitar el Museo de Altamira a familiares y amigos. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

El Museo necesita más tiempo de visita del que le he dedicado. Contesta a esta pregunta 99,9% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un valor bajo, concretamente en un 3,07 de media con una desviación típica de 2,1.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
El Museo necesita más tiempo de visita del que le he dedicado	99,9	1	7	3,07	2,150

Tabla 15. El Museo necesita más tiempo de visita del que le he dedicado. Estadísticos descriptivos.

Fuente: Elaboración propia.

Es destacable que el 40,7% de las personas encuestadas no están nada de acuerdo con esta afirmación (valor 1).

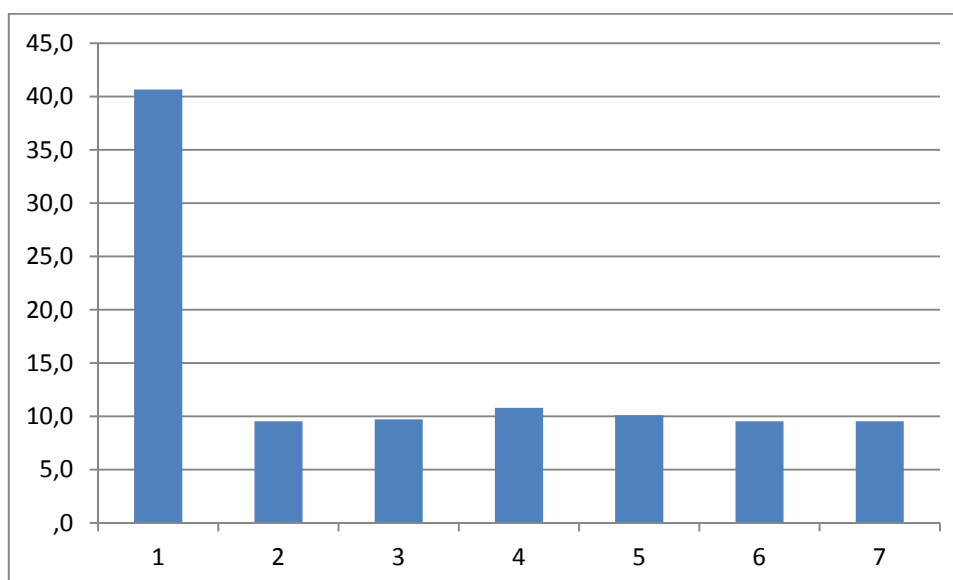


Gráfico 26. El Museo necesita más tiempo de visita del que le he dedicado. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

La información sobre la cueva original disponible actualmente en el Museo es insuficiente. Contesta a esta pregunta 99,5% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un nivel intermedio-alto, concretamente en un 4,78 de media con una desviación típica de 2,1.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
La información sobre la cueva original disponible actualmente en el Museo es insuficiente	99,5	1	7	4,78	2,146

Tabla 16. La información sobre la cueva original disponible actualmente en el Museo es insuficiente. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

Es destacable que el 34,1% de las personas encuestadas están muy de acuerdo con esta afirmación (valor 7), aunque el resto de la muestra se dispersa entre el resto de valores con porcentajes en torno al 10%.

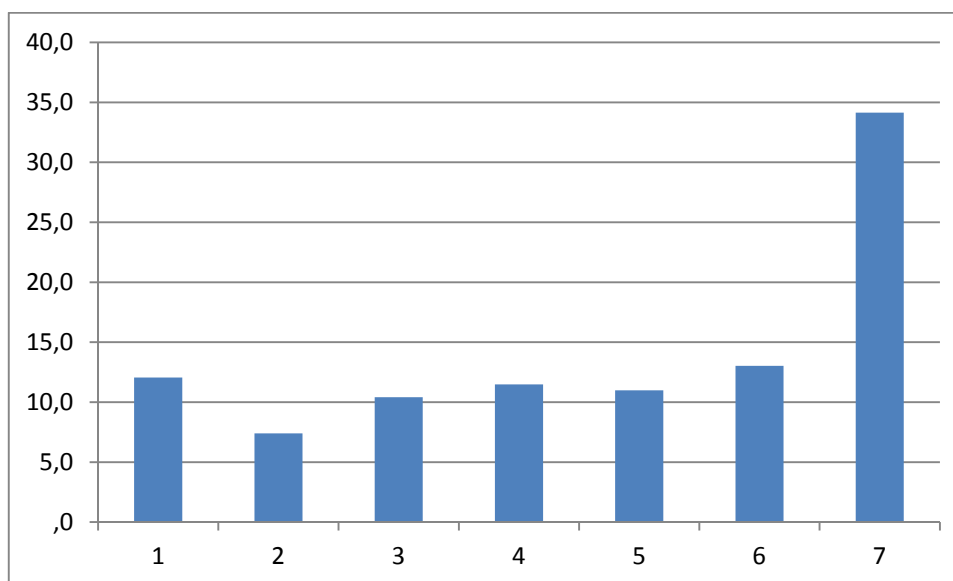


Gráfico 27. La información sobre la cueva original disponible actualmente en el Museo es insuficiente. Grado de acuerdo. Fuente: Elaboración propia.

El Museo funciona bien aunque no se pueda visitar la cueva original. Contesta a esta pregunta 99,3% de la muestra y la media del grado de acuerdo se sitúa en un nivel intermedio-alto, concretamente en un 5,54% con una desviación típica de 1,9.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
El Museo funciona bien aunque no se pueda visitar la cueva original	99,3	1	7	5,54	1,904

Tabla 17. El Museo funciona bien aunque no se pueda visitar la cueva original. Estadísticos descriptivos.
Fuente: Elaboración propia.

Es destacable que el 49,1% de las personas encuestadas están muy de acuerdo con esta afirmación (valor 7) y que un 24,9% está bastante de acuerdo con esta afirmación (valores 5 y 6).

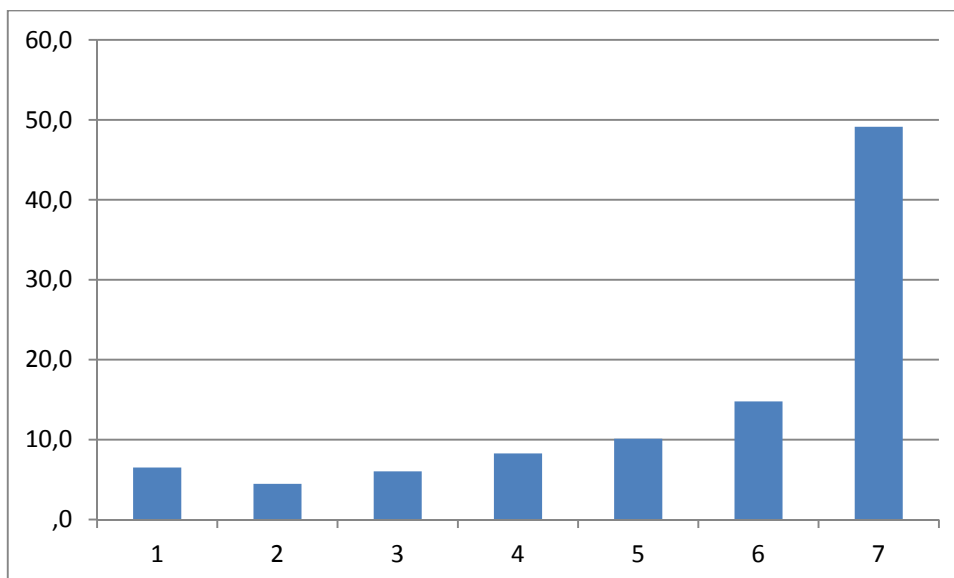


Gráfico 28. El Museo funciona bien aunque no se pueda visitar la cueva original. Grado de acuerdo.
Fuente: Elaboración propia.

BLOQUE 4. CONOCIMIENTO Y OPINIÓN SOBRE LA CUEVA ORIGINAL

P.21. ¿SABÍA USTED ANTES DE VISITAR EL MUSEO QUE LA CUEVA ORIGINAL ESTABA CERRADA?

Contesta a esta pregunta el 100% de la muestra. Se trata de una pregunta cerrada con posibilidad de respuesta dicotómica: sí o no.

El 84,1% de las personas encuestadas afirma que sabían antes de visitar el Museo que la cueva original estaba cerrada. Es destacable que un 15,9% de la muestra desconocía esta situación.

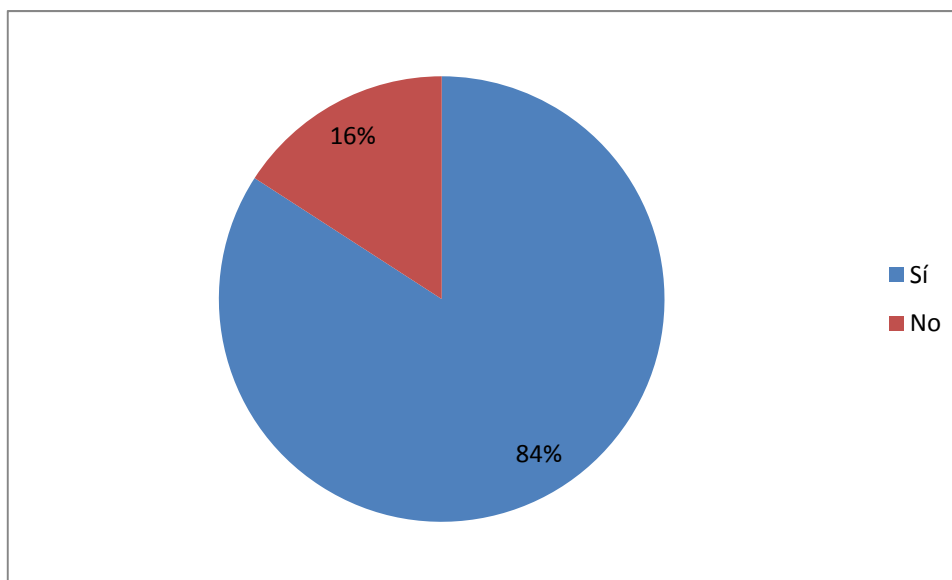


Gráfico 29. ¿Sabía usted antes de visitar el Museo que la cueva original estaba cerrada? Fuente: Elaboración propia.

P.22. ¿SABE USTED EL MOTIVO POR EL CUAL LA CUEVA ORIGINAL ESTÁ CERRADA?

Contesta a esta pregunta el 99,9% de la muestra. Se trata de una pregunta cerrada con posibilidad de respuesta dicotómica: sí o no.

El 93,6% de las personas encuestadas afirman conocer el motivo por el cual la cueva original está cerrada.

P.23. SI A USTED LE EXPLICAN QUE LA CUEVA SE CIERRA POR LOS MOTIVOS QUE A CONTINUACIÓN LE PLANTEO, ¿QUÉ IMPRESIÓN LE PRODUCE? SIENDO 1 MUY MAL Y 5 MUY BIEN.

A continuación se enumeran una serie de motivos: “porque así se garantiza su conservación futura”, “porque es muy caro tenerla abierta”, “porque no es posible gestionar la elevada demanda de visitas” y “porque se están realizando estudios para conocer sus problemas de conservación”. Se les pide a las personas encuestadas que valoren qué impresión les produce estos motivos en una escala de 1 a 5, siendo 1 muy mal y 5 muy bien.

Porque así se garantiza su conservación futura. Contesta a esta pregunta el 99,9% de la muestra y la impresión que produce esta afirmación es muy positiva, se sitúa en un nivel muy elevado de media, concretamente en un 4,57 con una desviación típica de 0,6.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Porque así se garantiza su conservación futura	99,9	1	5	4,57	0,671

Tabla 18. Porque así se garantiza su conservación futura. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

El 63,7% de las personas encuestadas ve muy bien o con muy buena impresión que la cueva se cierre o esté cerrada para garantizar su conservación futura (valor 5) y un 31,8% ve bastante bien esta afirmación (valor 4).

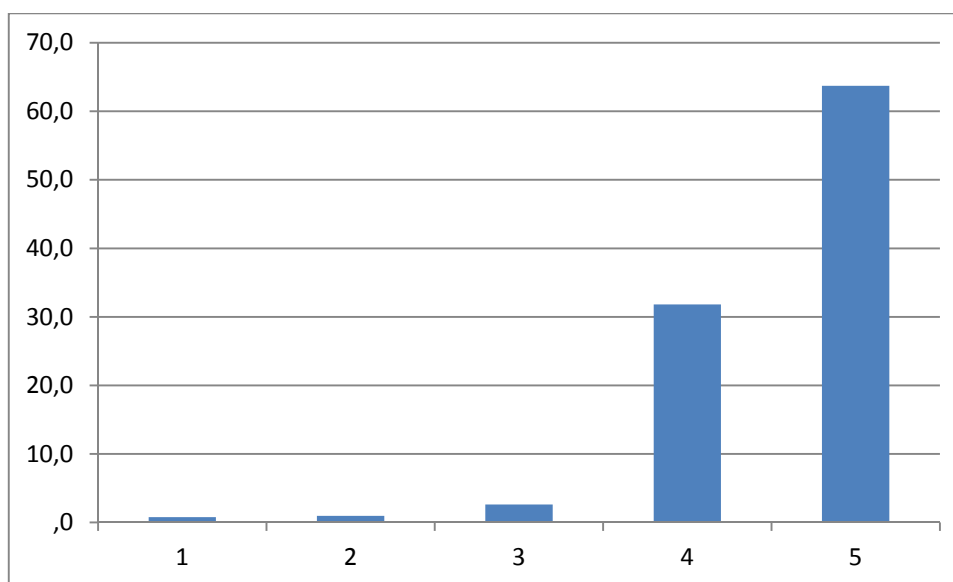


Gráfico 30. Porque así se garantiza su conservación futura. Impresión que produce. Fuente: Elaboración propia.

Porque es muy caro tenerla abierta. Contesta a esta pregunta el 99,2% de la muestra y la impresión que produce esta afirmación poco positiva, concretamente la media a esta pregunta se sitúa en un 2,31 con una desviación típica de 1,1.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Porque es muy caro tenerla abierta	99,2	1	5	2,31	1,129

Tabla 19. Porque es muy caro tenerla abierta. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

El 63,8% de las personas encuestadas ve muy mal o mal que la cueva se cierre o esté cerrada porque sea muy caro tenerla abierta (valor 1 y 2), un 17,7% se sitúa en una posición intermedia (valor 3).

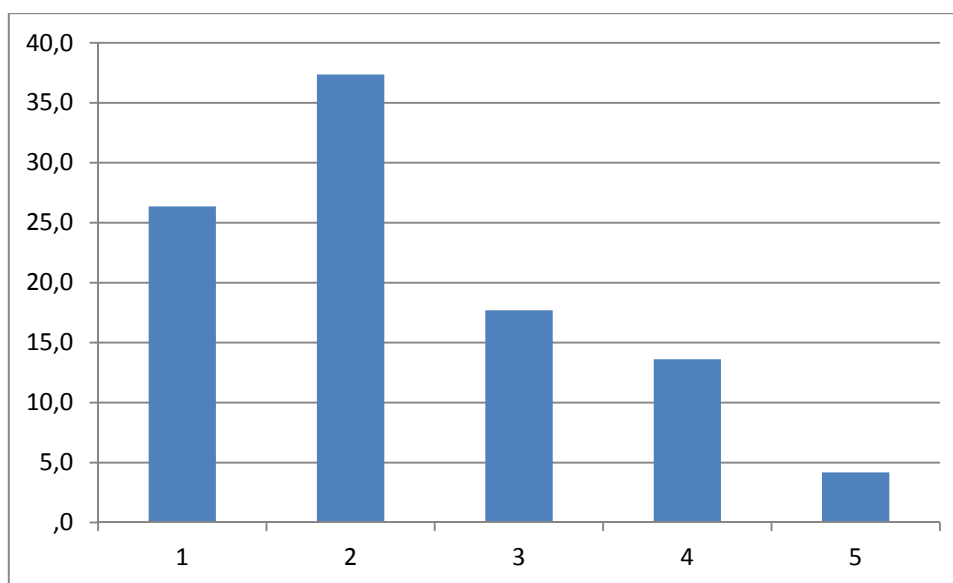


Gráfico 31. Porque es muy caro tenerla abierta. Impresión que produce. Fuente: Elaboración propia.

Porque no es posible gestionar la elevada demanda de visitas. Contesta a esta pregunta el 99,3% de la muestra y la impresión que produce esta afirmación poco positiva, concretamente la media a esta pregunta se sitúa en un 2,80 con una desviación típica de 1,2.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Porque no es posible gestionar la elevada demanda de visitas	99,3	1	5	2,80	1,222

Tabla 20. Porque no es posible gestionar la elevada demanda de visitas. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, al desagregar los datos se observa que hay una mayor diversidad de opiniones, el 30,3% de las personas encuestadas ve mal que la cueva se cierre o esté cerrada porque son sea posible gestionar el número de visitas (valor 2) y el 15,7% lo ve muy mal (valor 1). Un 24,9% ve bien que la cueva esté cerrada por este motivo (valor 4) y un 19,9% se sitúa una posición intermedia (valor 3).

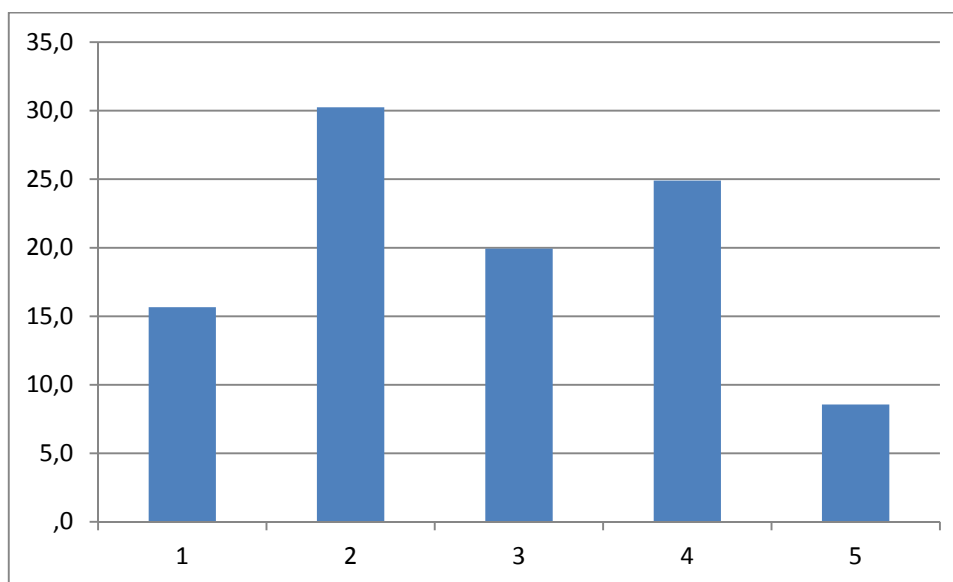


Gráfico 32. Porque no es posible gestionar la elevada demanda de visitas. Impresión que produce.
Fuente: Elaboración propia.

Porque se están realizando estudios para conocer sus problemas de conservación. Contesta a esta pregunta el 99,2% de la muestra y la impresión que produce esta afirmación es bastante positiva, concretamente la media a esta pregunta se sitúa en un 4,38 con una desviación típica de 0,8.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Porque se están realizando estudios para conocer sus problemas de conservación	99,2	1	5	4,38	0,850

Tabla 21. Porque se están realizando estudios para conocer sus problemas de conservación.
Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia.

El 54,6% de las personas encuestadas ve muy bien o con muy buena impresión que la cueva se cierre o esté cerrada porque se estén realizando estudios para conocer sus problemas de conservación (valor 5) y un 33,1% ve bastante bien esta afirmación (valor 4).

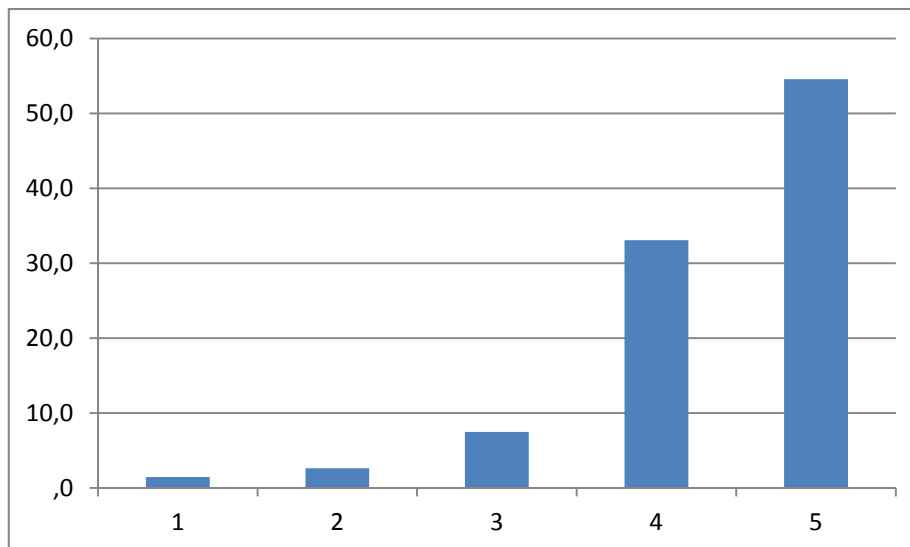


Gráfico 32. Porque se están realizando estudios para conocer sus problemas de conservación. Impresión que produce. Fuente: Elaboración propia.

P.25. TENIENDO EN CUENTA LO ANTERIOR, ¿SE HA SENTIDO DEFRAUDADO POR NO PODER VISITAR LA CUEVA ORIGINAL?

Contesta a esta pregunta el 99,7% de la muestra. El 68% de las personas encuestadas no se han sentido defraudadas por no poder visitar la cueva original, y un 31,7% sí se ha sentido defraudada.

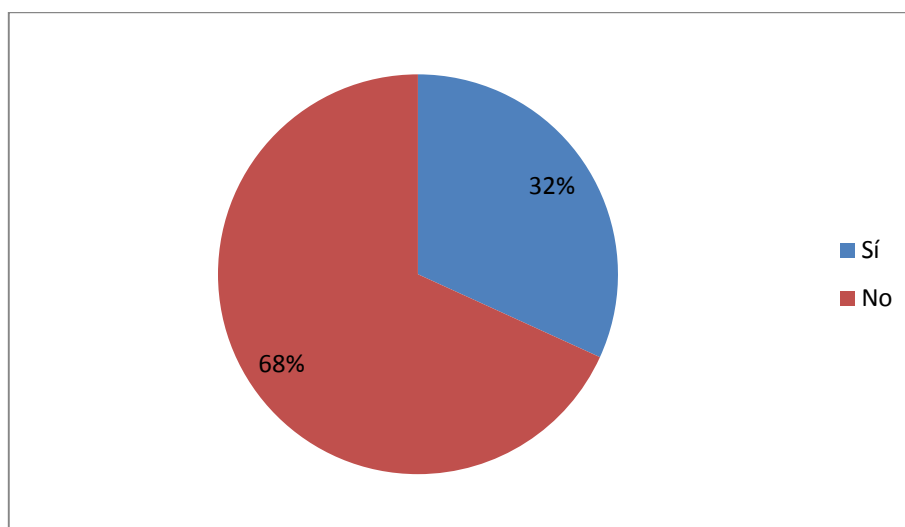


Gráfico 33. ¿Se ha sentido defraudado por no poder visitar la cueva original? Fuente: Elaboración propia.

BLOQUE 5. PERFIL DEL VISITANTE

P.26. SEXO

Esta pregunta presenta una tasa de respuesta del 100%

El 46,5% de las personas encuestadas son hombres y el 53,5% son mujeres.

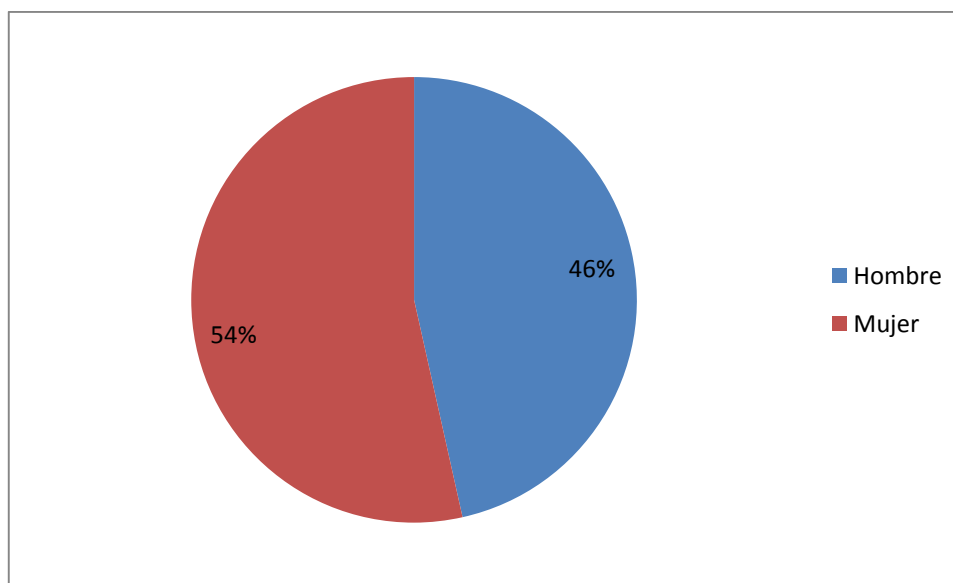


Gráfico 34. Sexo. Fuente: Elaboración propia.

P.27. EDAD

A esta pregunta contesta el 99,7% de la población encuestada. Para participar en esta encuesta se estableció como requisito tener los 14 años cumplidos. Por tanto, la mínima edad registrada ha sido de 14 años y la máxima de 84. La edad media se sitúa en los 40 años con una desviación típica de 14,5.

	Tasa de respuesta (%)	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Edad	99,7	14	84	39,9	14,5

Tabla 22. Edad. Estadísticos descriptivos. Fuente: Elaboración propia

Edad	%
14-30	27,9
31-40	25
41-50	22,3
51-60	15,1
61-70	8,3
71-80	1,3
81 y más	,1
Total	99,7

Tabla 23. Grupos de edad. Fuente: Elaboración propia

P.28. ¿CUÁL ES SU LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL? INDICAR LOCALIDAD, PROVINCIA Y PAÍS.

Lugar de residencia habitual. Contesta a esta pregunta el 94,9% de la muestra. Son muy diversos los lugares de residencia habitual señalados. A continuación se identifican los más recurrentes y que concentran al 47,8% de la muestra. El resto de la población encuestada se distribuye en múltiples lugares y con porcentajes inferiores al 1% (para más información ver la base de datos).

El 15% de las personas encuestadas residen en Madrid (dato similar al recopilado a través de la encuesta económica), el 7,2% en Barcelona (dato similar al recopilado a través de la encuesta económica), el 2,9% en Valencia, el 2,8% en Zaragoza, el 2,5% en Francia, el 2,4% en Bilbao, el 1,7% en Granada, el 1,5% en Sevilla (dato similar al recopilado a través de la encuesta económica), el 1,4% en Toledo, el 1,3% en Santander, el 1,3% en Alicante, el 1,3% en A Coruña (dato similar al recopilado a través de la encuesta económica), un 1,2% en Valladolid, el 1,2% en Almería, un 1,1% en Suances, un 1% en Murcia, un 1% en Pamplona, un 1% en La Rochelle.

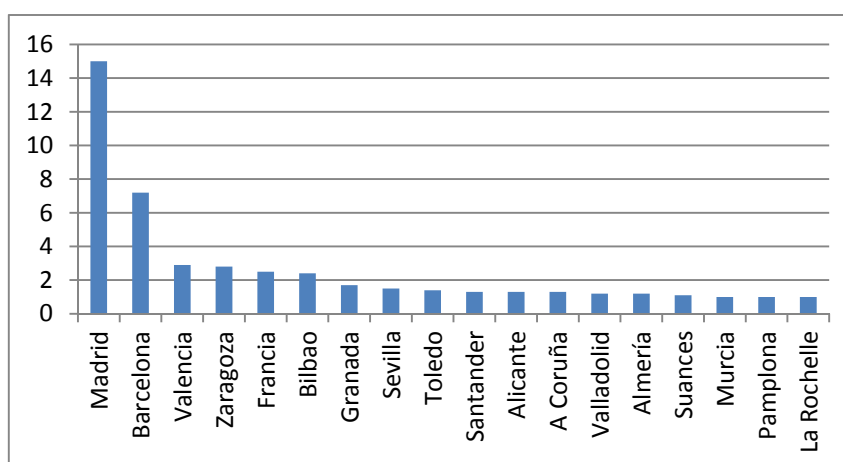


Gráfico 35. Lugar de residencia habitual. Fuente: Elaboración propia.

Provincia de residencia habitual. Contesta a esta pregunta el 96% de la muestra. A continuación se identifican las provincias más recurrentes y que concentran al 87,6% de la muestra. El resto de la población encuestada se distribuye en diferentes provincias con porcentajes inferiores al 1% (para más información ver la base de datos).

El 19,7% de las personas encuestadas residen en otros países, el 17,3% reside en Madrid, el 9,4% en Barcelona, el 5,4% en Cantabria, el 3,9% en Bizkaia, el 3,5% en Valencia, el 2,9% en Zaragoza, el 2,3% en A Coruña, el 2% en Alicante, el 2% en Guipúzcoa, el 2% en Navarra, el 1,8% en Asturias, el 1,8% en Toledo, el 1,7% en Granada, el 1,7% en Pontevedra, el 1,5% en Sevilla, un 1,5% en Murcia, el 1,4% en Lugo, un 1,3% en Valladolid, el 1,3% en Almería, el 1,1% en León, el 1,1% en Málaga, el 1% en Cáceres.

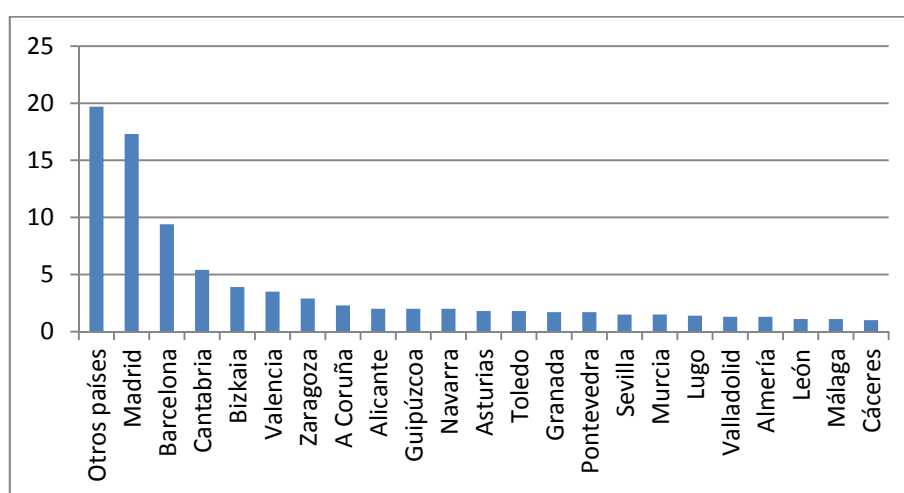


Gráfico 36. Provincia de residencia habitual. Fuente: Elaboración propia.

P.29. ¿CUÁL ES SU PAÍS DE ORIGEN?

Contesta a esta pregunta el 99,9% de la muestra. A continuación se identifican los países de origen más recurrentes y que concentran al 94,7% de la muestra. El resto de la población encuestada se distribuye en diferentes países con porcentajes inferiores al 1% (para más información ver la base de datos).

El 80,2% de las personas encuestadas señalan España como su país de origen, el 8,7% Francia, el 1,9% Estados Unidos, el 1,6% Italia, el 1,3% Alemania y el 1% Reino Unido.

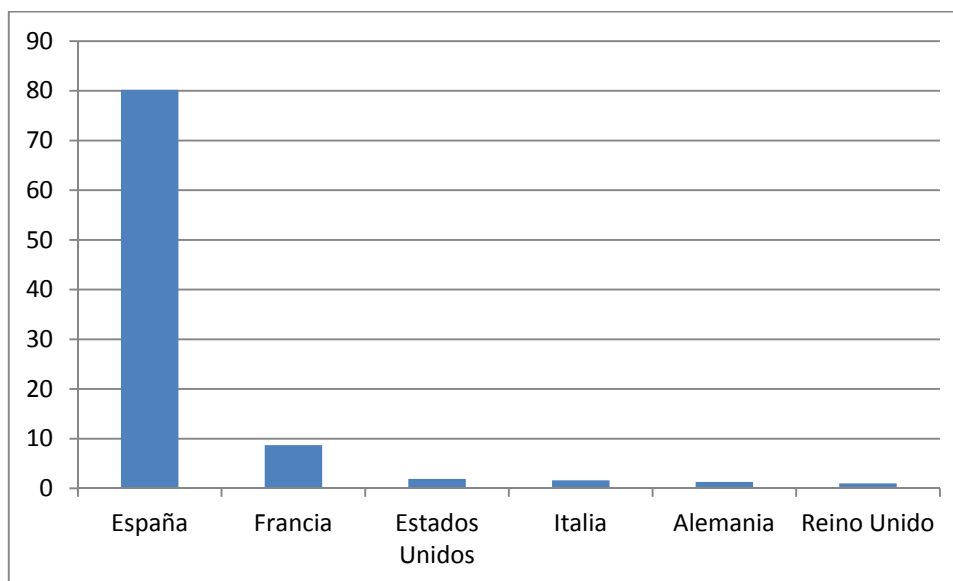


Gráfico 37. País de origen. Fuente: Elaboración propia.

P. 30. NIVEL DE ESTUDIOS FINALIZADOS

Contesta el 99,7% de la muestra. Destaca el elevado nivel de estudios de la población visitante del Museo de Altamira, al igual que se observó con la encuesta de impacto económico. El 42,1% de la muestra afirma tener estudios universitarios y el 14,2% superiores.

Nivel de estudios	%
Sin estudios finalizados	1
Enseñanza primaria	7,9
ESO	10,5
Bachillerato/ FP	24
Universitarios	42,1
Superiores	14,2
NS/NC	0,2
Total	99,9

Tabla 24. Nivel de estudios finalizados. Fuente: Elaboración propia

P.31. ¿CUÁL ES SU SITUACIÓN LABORAL ACTUAL?

Contesta el 99,3% de la muestra. Es destacable que el 54,9% de la muestra son personas que trabajan por cuenta ajena y el 12,1% por cuenta propia.

Situación laboral actual	%
Estudiante de ESO	3,8
Estudiante de bachillerato	3,6
Estudiante universitario	5,6
Realiza tareas domésticas	4,2
Trabajador por cuenta propia	12,1
Trabajador por cuenta ajena	54,9
Jubilado/ pensionista	8
Desempleado	7,2
NS/NC	0,4
Total	99,7

Tabla 25. Nivel de estudios finalizados. Fuente: Elaboración propia

P.32. ¿SU OCUPACIÓN ACTUAL TIENE ALGUNA RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN, EL ARTE, LA CULTURA O LA INVESTIGACIÓN?

Contesta el 94,4% de las personas encuestadas. El 20,2% de la muestra afirma que su ocupación actual tiene relación la educación, el arte, la cultura o la investigación.

P.33. ¿PODRÍA DECIRME CUÁL ES SU OCUPACIÓN?

Contesta el 19,9% de las personas encuestadas. El 7,4% de la muestra afirma que su ocupación actual es maestro/a o profesor/a, además un 0,5% son profesores universitarios. Para más detalle ver base de datos.

OBSERVACIONES

Un 46,3% de la muestra estableció algún tipo de observación final. Se recodificaron 37 categorías de todas las observaciones. A continuación se señalan las más recurrentes y que representan al 33,2% del grupo de referencia:

- El 5,2% está satisfecho/a con la visita
- Al 4,2% le hubiese gustado visitar la cueva original
- El 2,9% dice que habría que mejorar la información y los contenidos de la cueva original
- El 2,7% dice que sería necesario que hubiese una mayor presencia de idiomas en el Museo (audioguías, contenidos visitas guiadas, paneles, etc.)

- El 2,4% dice que la Neocueva es demasiado artificial
- El 1,9% dice que habría que mejorar la gestión de la visita y la compra de entradas así como el acceso a la Neocueva y el parking
- El 1,9% dice que habría que espaciar más las visitas/grupos a la Neocueva
- El 1,8% dice que habría que mejorar la información y los contenidos del Museo
- El 1,8% se siente decepcionado con el cierre de la cueva, pero comprende la medida
- El 1,7% se siente decepcionado con el cierre de la cueva original
- El 1,5% dice que habría que mejorar la información y los contenidos de la Neocueva
- El 1,4% dice que habría que mejorar la atmósfera de la Neocueva
- El 1,4% dice que habría que mejorar los audiovisuales/audioguías/paneles informativos del Museo
- El 1,2% dice que habría que mejorar el vídeo de la Neocueva
- El 1,2% aumentaría el número/horario de las visitas guiadas