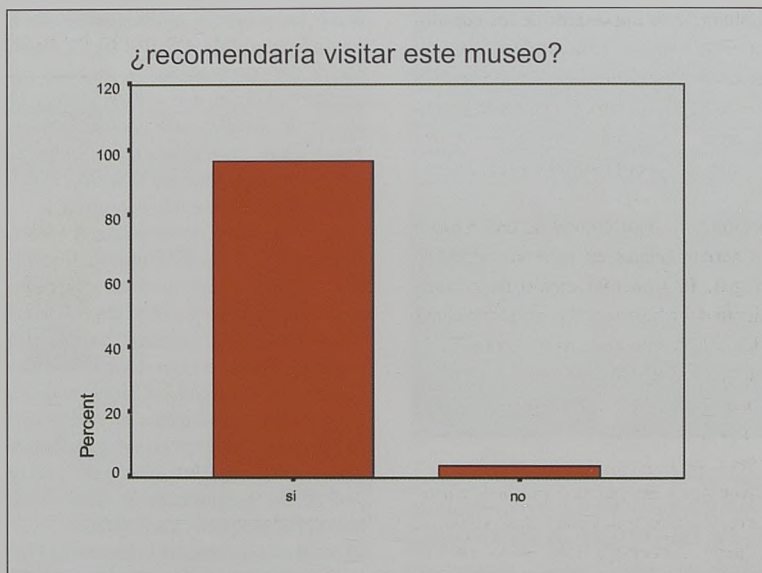




MUSEO SEFARDI

Durante los años 2000 y 2001 dos becas consecutivas concedidas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, nos han permitido realizar una serie de estudios sobre los visitantes que recibe el Museo Sefardí de Toledo. Conocer cómo son, cómo llegan, qué esperan encontrar y qué les parece lo que encuentran en su visita, son aspectos que en un principio provocaban la curiosidad del equipo gestor del Museo, y finalmente han resultado ser un conocimiento útil para todos. Nosotros, porque sabemos cómo actuar, y para el público, porque ha visto satisfechas algunas de sus demandas.

El perfil básico del visitante del Museo Sefardí ha podido ser establecido en la primera fase de los trabajos, durante el año 2000. El seguimiento de las cifras de público y su distribución horaria nos ha permitido definir una tendencia estacional que se repite invariablemente, como podemos apreciar en los gráficos. Y todo ello teniendo en cuenta que el número de nuestros visitantes sigue creciendo año tras año. Junto al análisis numérico de los datos, elaboramos unos cuestionarios que nos permitieron responder a algunas preguntas comentadas al principio- Las visitas de grupos -escolares o touroperadores- son más abundantes que las individuales, sobre todo en los meses estivales. El visitante individual del Museo Sefardí es extranjero en un porcentaje algo mayor



(destacando el público norteamericano, al menos hasta el momento del cierre en octubre de 2001), y en el caso de los españoles, la mayor parte procede de las grandes capitales, entre las que lógicamente destaca Madrid. Esto es algo que se corresponde con el perfil habitual de los turistas en la ciudad de Toledo. En cuanto al tiempo de estancia, es en muchos casos de más de un día de duración, lo que nos indica que una parte importante del público del Museo Sefardí busca una oferta cultural más amplia, que no se

restringe a las rutas "de visita obligada" establecidas para la excursión de sólo unas horas a la ciudad.

En cuanto al perfil sociológico, recibimos a un público preferentemente adulto, siendo la franja de entre 35 y 50 años la más representada, trabajadores y con estudios superiores. Al preguntarles por sus aficiones muestran una cierta dedicación de su tiempo libre a las actividades culturales, un aspecto que justifica su demanda de celebración de conciertos, obras de teatro, programación de audiovisuales, etc.

