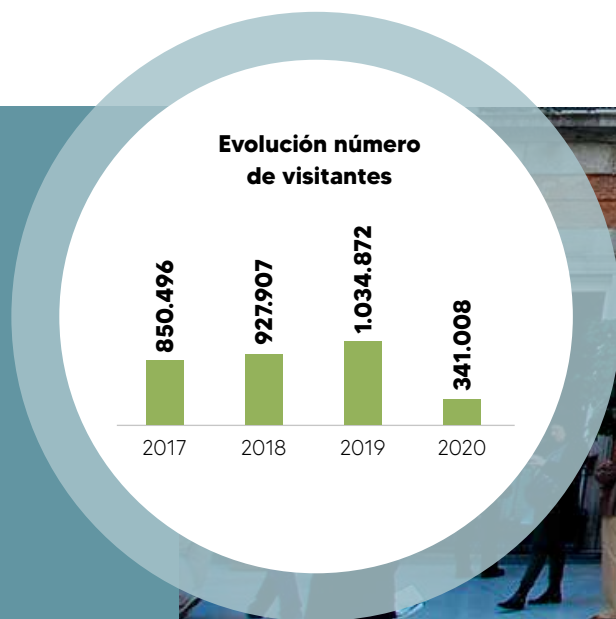
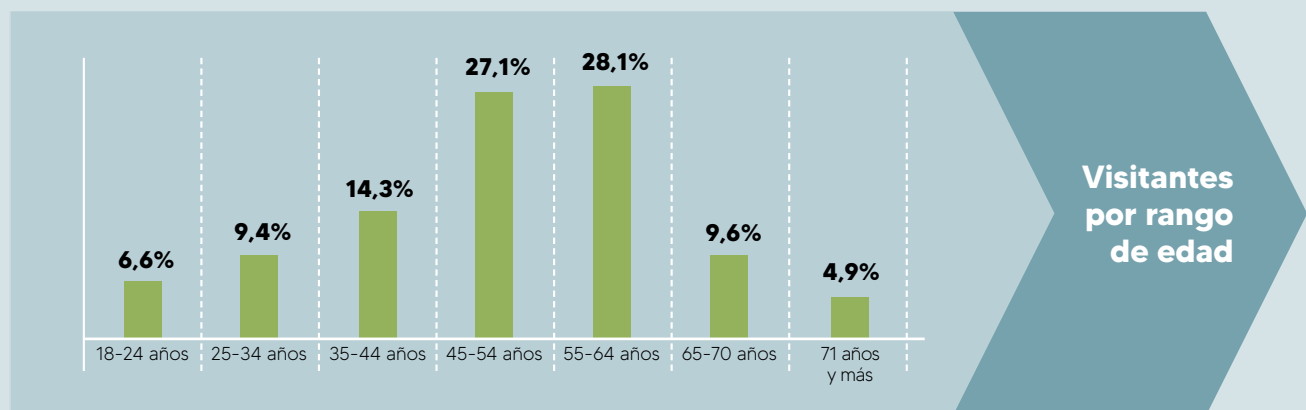
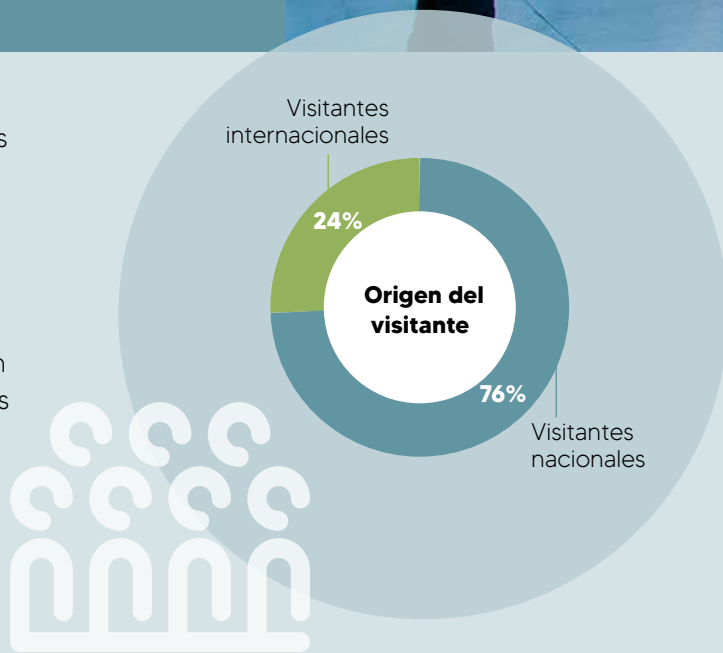


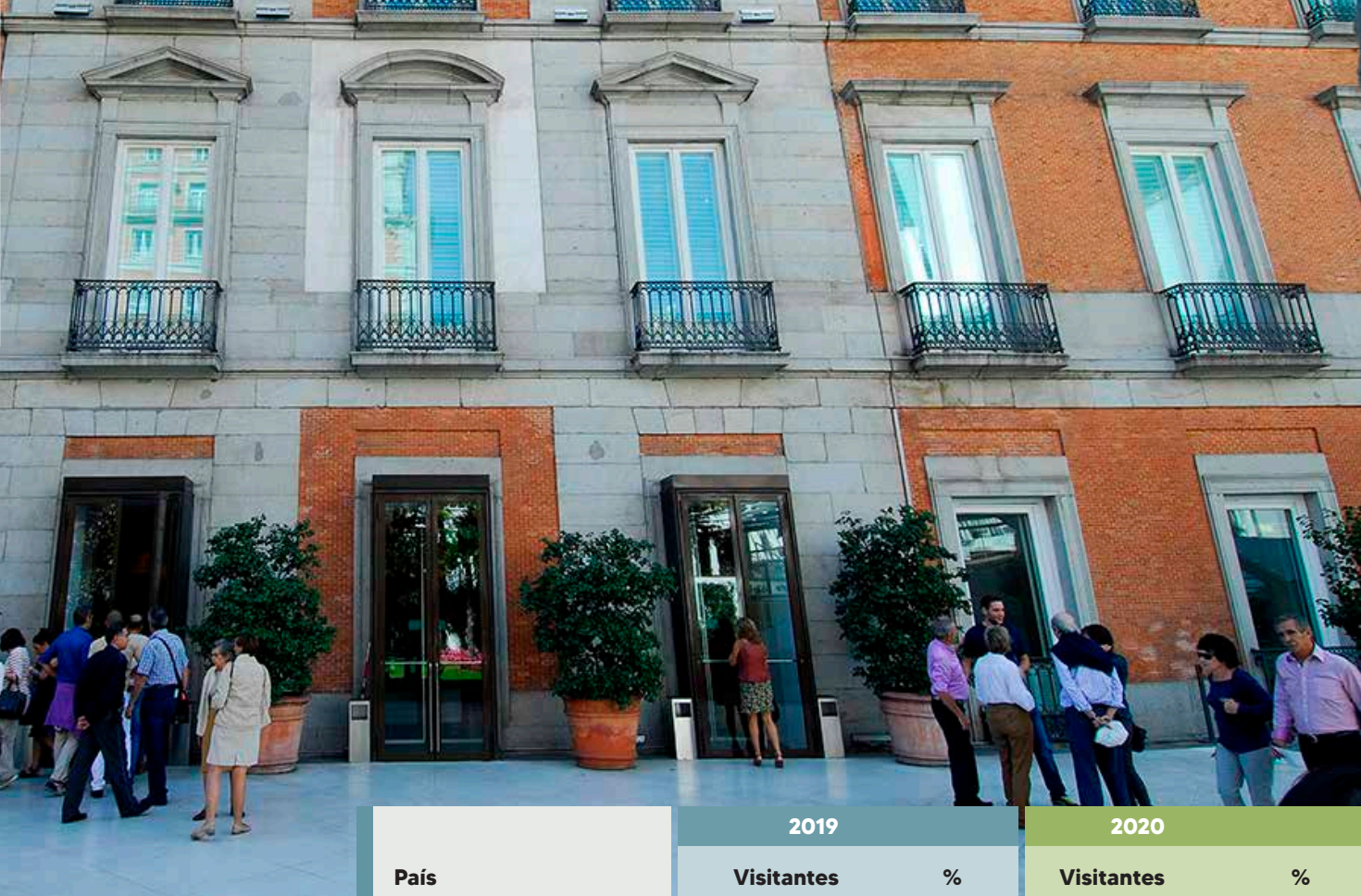
Perfil de nuestros visitantes

Durante 2020 el Museo recibió 341.008 visitantes, lo que representa una cuota de mercado del 13% respecto al número total de visitantes de museos de la ciudad de Madrid.



Debido al cierre temporal del Museo y de las sucesivas restricciones de movilidad originadas por la pandemia, la reducción de visitantes ha sido muy significativa en 2020 (un 67,7% respecto a 2019), afectando de manera más pronunciada a los visitantes internacionales, que han representado un 24% frente al 76% de los visitantes nacionales. Estas cifras reflejan un incremento del 17% de visitantes nacionales y un descenso del 17% de visitantes internacionales respecto a 2019.





País	2019		2020	
	Visitantes	%	Visitantes	%
España	610.106	58,95%	261.921	76,81%
Francia	50.290	4,86%	11.595	3,40%
Italia	63.307	6,12%	9.213	2,70%
Estados Unidos	52.802	5,10%	6.668	1,96%
Alemania	31.857	3,08%	4.743	1,39%
Países Bajos	22.611	2,18%	2.912	0,85%
Reino Unido	18.794	1,82%	3.983	1,17%
Resto del mundo	185.171	17,89%	39.974	11,72%
Total	1.034.939	100%	341.008	100%

Por Comunidades Autónomas destaca la Comunidad de Madrid seguida de Andalucía, Cataluña y Valencia. Estas cifras son coherentes con las restricciones de movilidad impuestas en las distintas comunidades autónomas. Por este motivo, en 2020 el público más recurrente ha sido el visitante madrileño.

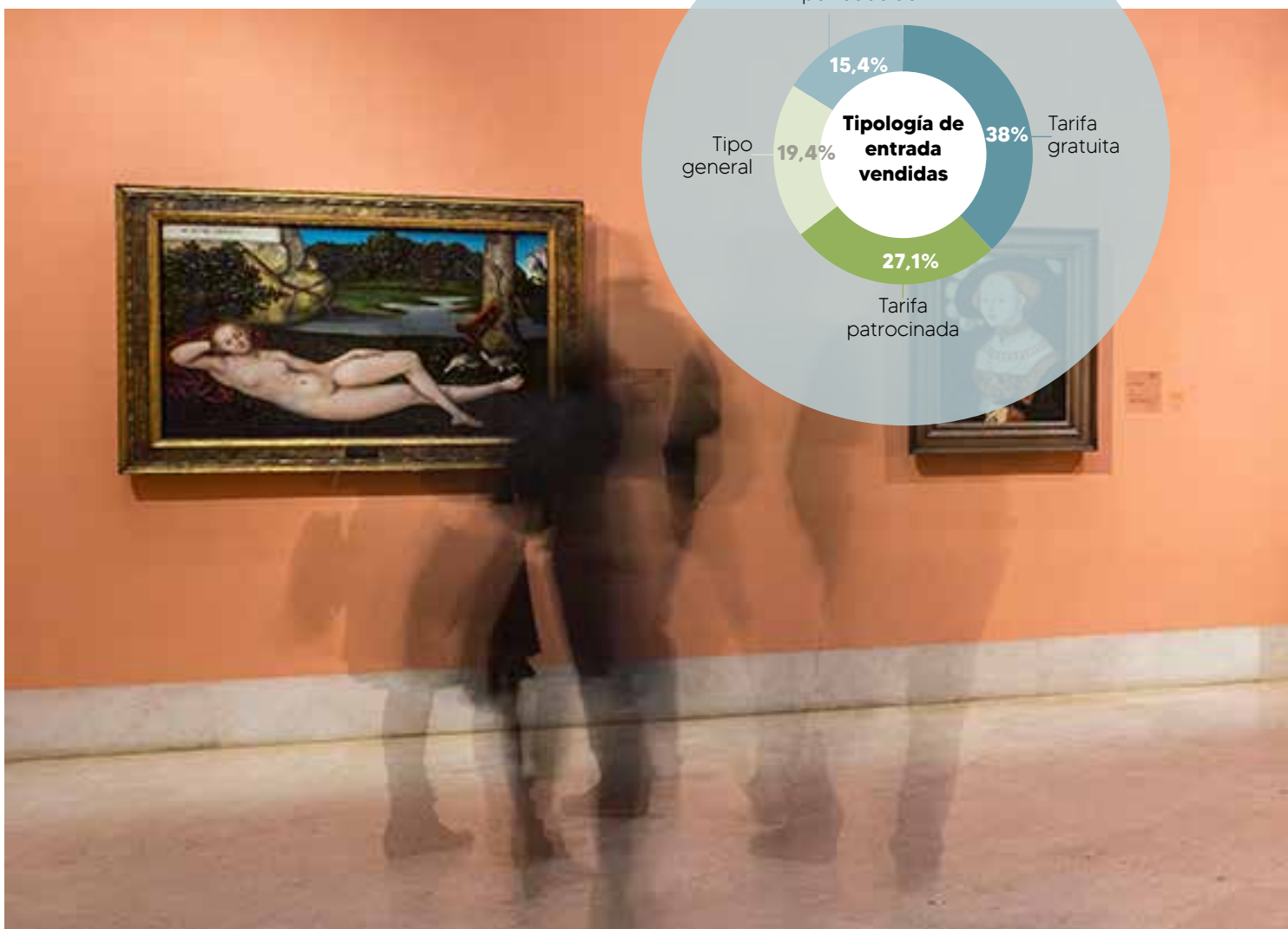
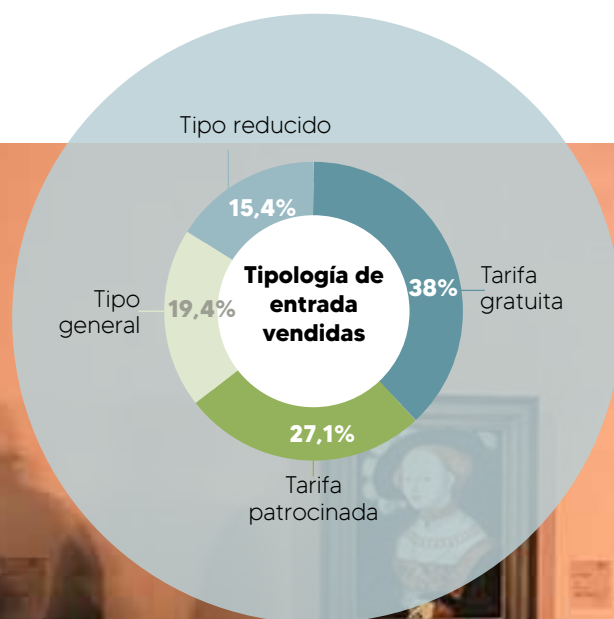
Comunidad Autónoma	2019		2020	
	Visitantes	%	Visitantes	%
Comunidad de Madrid	433.138	70,99%	207.967	79,40%
Andalucía	28.504	4,67%	10.101	3,90%
Valencia	21.359	3,50%	5.735	2,20%
Cataluña	27.184	4,46%	8.354	3,20%
Castilla y León	16.288	2,67%	5.176	2,00%
Castilla La Mancha	14.860	2,44%	4.551	1,70%
Galicia	12.634	2,07%	3.363	1,30%
País Vasco	11.174	1,83%	3.196	1,20%
Aragón	8.592	1,41%	2.873	1,10%
Resto de Comunidades	36.373	5,96%	10.606	4,10%
Total	610.106	100%	261.922	100%

A nivel internacional, la representación más numerosa de visitantes ha correspondido a Francia (3,40%), Italia (2,70%) y Estados Unidos (1,96%).

El número total de visitas ascendió a 393.838 (1.198.808 en 2019), teniendo en cuenta que parte de los visitantes acceden a través de entrada única, que permite visitar tanto la Colección permanente como las exposiciones temporales.

Número de visitas por exposiciones	
Colección Permanente	190.609
Exposiciones Temporales	183.324
Exposiciones Balcón	19.905
Total	393.838

Con respecto a la tipología de entradas vendidas en 2020, el 38% corresponde a tarifa gratuita¹, seguida del 27,1% de tarifa patrocinada; el 19,4% tipo general (tarifa aplicable a aquellas personas que no están incluidas en los colectivos que pueden beneficiarse de las tarifas patrocinada, reducida o gratuita) y el 15,4% restante tipo reducido. Si bien, todos los canales de venta han sufrido una caída respecto al 2019, la venta online crece un 21%, alcanzando el 49% sobre el total de las entradas vendidas. Por otro lado, los visitantes individuales son los que han realizado la mayor parte de visitas al Museo, con una reducción de las visitas en grupo debido a las medidas restrictivas impuestas por el Covid-19.



Customer experience

5.092

Encuestas online



78,3

Grado de recomendación
Net Promoter Score (NPS)



4,6/5

Google My business



4,5/5

Certificado
Trip Advisor



Uno de los objetivos prioritarios del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza es conocer a sus distintos públicos, medir su experiencia y adaptar la oferta a sus preferencias. En 2020 se ha seguido trabajando en mejorar la experiencia del visitante antes y después de su visita.

En esa línea, se ha continuado con la realización de encuestas periódicas. Por las circunstancias de este año, las encuestas se han llevado a cabo entre los meses de agosto a diciembre vía online. Se obtuvieron 5.092 respuestas frente a las 3.189 respuestas del año 2019.

Estas encuestas junto con los informes de fin de semana desarrollados por los servicios de información y taquilla han permitido identificar áreas de mejora que se han ido implementando paulatinamente.

A continuación, se detallan los principales datos de las encuestas realizadas:



Perfil Público	Agosto-Septiembre (1.626 respuestas)	Octubre-Diciembre (3.466 respuestas)
Sexo	Mujeres 38%; Hombres 62%	Mujeres 67%; Hombres 33%
Edad	45-65 años	45-65 años
Residencia	Española 97,7%; Madrid capital 61,3%	Española 97,7%; Madrid capital 61,3%
Primera visita al Museo	20,60%	10,90%
Visita exposición temporal	83%	90,40%
Visita Colección permanente	58,20%	58,20%
Grado recomendación (NPS)	69,6	78,3

	Grado Satisfacción Visitante 2020	
	Agosto-Septiembre	Octubre-Diciembre
Colecciones Thyssen	9,03/10	9,04/10
Exposición temporal	8,94/10	8,40/10
Cafetería	7,84/10	7,94/10
Tienda	8,12/10	8,22/10
Accesibilidad	9,05/10	8,93/10

Por otro lado, los visitantes valoran su experiencia a través de medios de comunicación, sobre todo digitales, donde los más frecuentados son Google My Business (39% de participación) y el chat online Freshdesk (36% de participación).

¹Los beneficiarios de esta tarifa: carnet joven, menores de 18 años, desempleados, personas con diversidad funcional y acompañantes, profesores y grupo familiar integrado por al menos un adulto y tres descendientes incluidos en el mismo título de familia numerosa.

Calidad y transformación digital al servicio del visitante



La Q de Calidad Turística

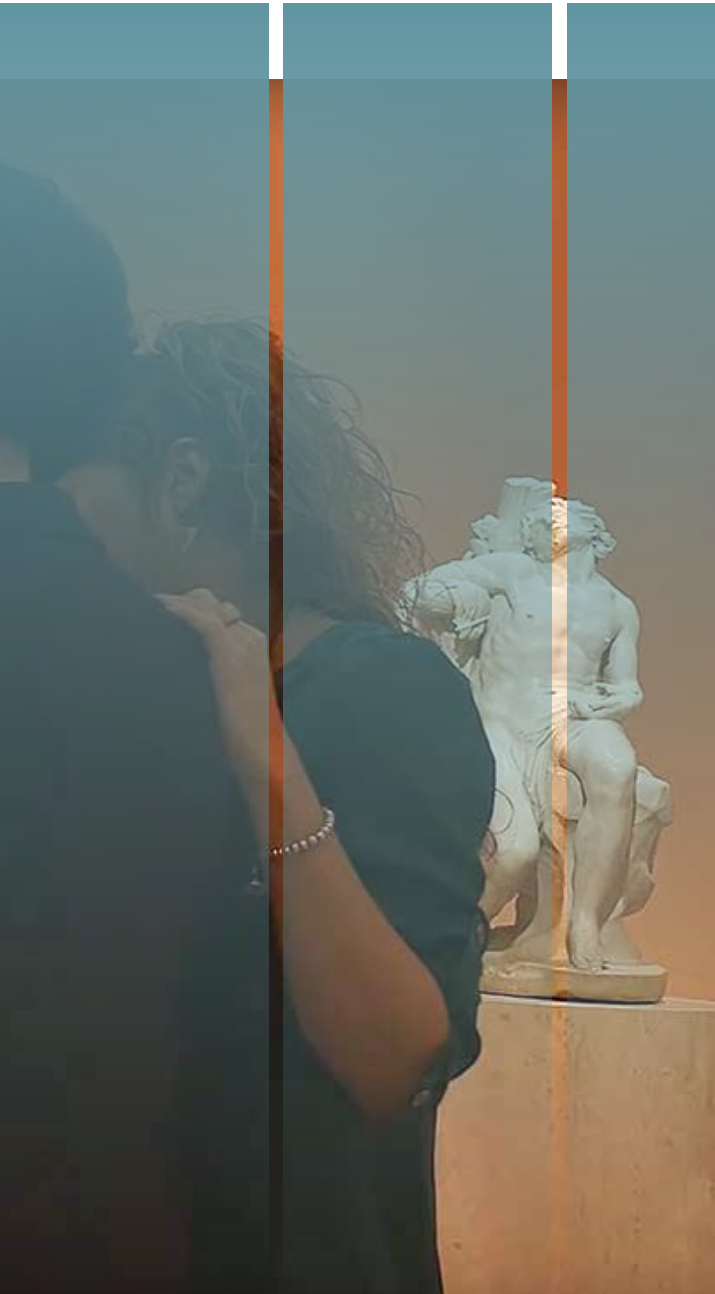


Este año 2020 el Museo ha renovado el sello Q de calidad turística con niveles de excelencia (ponderación final de 996 sobre 1.000).

La Q de calidad es garantía de que el Museo mantiene unos estándares de calidad que hacen posible una experiencia óptima y gratificante para los visitantes. Y se convierte en un elemento diferenciador que aporta reconocimiento y prestigio a la institución, poniendo

EL MUSEO NACIONAL THYSSEN-BORNEMISZA HA
RENOVADO EL SELLO Q DE CALIDAD TURÍSTICA
EN BASE A LA NORMA UNE302002 OTORGADO
POR EL INSTITUTO DE CALIDAD TURÍSTICA
DE ESPAÑA (ICTE)

DETALLE GIGAPÍXEL: **Caravaggio,**
Santa Catalina de Alejandría, hacia 1598-1599. Óleo sobre lienzo. 173 x 133 cm



además en valor la política de servicio público que el Museo lleva prestando desde sus inicios.

Esta certificación proporciona al Museo, bajo el principio de mejora continua, una herramienta esencial para mejorar la calidad de los servicios de visita y actividades complementarias que presta, con el fin último de garantizar, facilitar y enriquecer la experiencia del visitante.