

# Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña

Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural

## Modelo de recuento de los visitantes de los museos y equipamientos patrimoniales en Catalunya

# Sumario

---

1.	El Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña ...	1
2.	Propósito .....	2
3.	Alcance del modelo .....	3
4.	Objetivos .....	3
5.	Glosario.....	5
6.	Indicadores y variables de desagregación .....	15
7.	Retorno de los datos.....	18

## 1. El Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña

Los públicos son una de las razones por las que los museos y los equipamientos patrimoniales existen, como instituciones abiertas a la sociedad, con el mandato de generar conocimiento, estimular la educación y colaborar en el disfrute de la población de Cataluña y de la que nos visita.

El Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña (OPPCC) nace con la voluntad de dar servicio a los museos y otros equipamientos patrimoniales del país, con el objetivo de contribuir a mejorar el conocimiento y la relación que tienen con sus públicos.

Así, el OPPCC quiere proporcionar, a los titulares del patrimonio cultural (administración local y autonómica, consorcios, fundaciones públicas y privadas, así como los obispados de Cataluña), herramientas y estudios, formación e información, que aporten valor añadido en los procesos de planificación, gestión y evaluación de los museos y otros equipamientos patrimoniales.

El Observatorio de los Públicos del Patrimonio quiere dar servicio con carácter estable y permanente.

El Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña es un proyecto del Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural (ICRPC), instituto independiente que recibe el soporte de la Dirección General de Archivos, Bibliotecas, Museos y Patrimonio de la Generalidad de Cataluña y de la Universidad de Gerona.

## 2. Propósito

Las investigaciones del OPPCC han permitido constatar una gran variedad en los métodos de recuento en Cataluña, así como la inexistencia de un modelo universal de recuento. Nos encontramos, por tanto, frente a una extensa diversidad de métodos de recuento que no permiten ni la comparación ni la valoración agregada de los datos.

El presente informe propone un nuevo modelo de recuento de la frecuentación de los museos y equipamientos patrimoniales en Cataluña, con el objetivo que armonice el recuento de los visitantes, permita la comparación y sirva como herramienta de planificación y gestión.

Somos conscientes de que los museos y los equipamientos patrimoniales tienen diversas funciones, y que no siempre el indicador relativo al volumen de visitantes es el básico ni el principal. La publicación de los *rankings* de visitantes en los medios de comunicación genera una cierta incomodidad entre los profesionales, dado que se obvia la complejidad de otras funciones y objetivos de los equipamientos patrimoniales igualmente relevantes para los museos: conservación, investigación, exposición, didáctica, etc. Sin embargo, el volumen de visitantes no es un dato secundario puesto que su conocimiento permite medir la evolución del uso social del patrimonio. El número de visitantes es, por tanto, útil para la evaluación de algunas de las funciones patrimoniales, para la elaboración de indicadores y para la gestión de los recursos.

El proyecto que presentamos se basa en un modelo consensuado por los diferentes agentes del sector con la finalidad de homogeneizar y normalizar los datos de visitantes y dotarlos de mayor fortaleza y credibilidad.

En este sentido, hay que indicar que el modelo que se presenta parte del valioso trabajo desarrollado por el Sistema de Indicadores del Instituto de Cultura de Barcelona (SICUB), con una experiencia contrastada de más de 7 años en la recogida de datos de los equipamientos culturales de la ciudad de Barcelona. A partir de los conceptos y términos utilizados en el SICUB, el modelo propuesto por el OPPCC pretende ampliar algunos términos con el intento de recoger la diversidad de situaciones de los equipamientos patrimoniales del país a la hora de gestionar sus públicos.

Por último, el proyecto del Observatorio de los Públicos se propone retornar, a los museos y equipamientos patrimoniales, información útil para su gestión y para el conocimiento del sector. Así, una de las características del sistema es la entrega de indicadores que hacen referencia a cada equipamiento, tal como se expone en el apartado 5.

### 3. Alcance del modelo

El modelo se dirige al conjunto del patrimonio cultural de Cataluña, englobando los museos, colecciones, monumentos, yacimientos y centros de interpretación. En todo caso será necesario que el equipamiento patrimonial tenga un horario de apertura al público y disponga de un acceso de los visitantes que permita su recuento.

El número de elementos a los que quiere dar alcance el modelo de recuento incluye:

- 114 museos registrados y 117 extensiones.
- 380 colecciones abiertas al público y 18 extensiones.
- 95 monumentos y yacimientos paleontológicos y arqueológicos.
- 116 centros de interpretación de patrimonio cultural.

### 4. Objetivos

El modelo propuesto parte de un diseño homogéneo para el recuento de los visitantes de los museos y centros patrimoniales. El modelo ha de responder a unos objetivos definidos y específicos, concretando previamente qué se quiere evaluar. Conocer estos objetivos permite que las variables sean precisas y homogéneas y, por lo tanto, proporcionen informaciones agregables y comparables.

Concretamente, el modelo quiere dar respuesta a los objetivos siguientes:

- ✓ Ofrecer un sistema homogéneo y, por tanto, homologable, que permita un seguimiento preciso de la evolución del uso social del patrimonio cultural.
- ✓ Contar a las personas que acceden a los equipamientos, así como los usos que estas hacen de las diversas ofertas propuestas.
- ✓ Evaluar la tarea en el soporte a la enseñanza, midiendo su impacto en el público escolar.
- ✓ Medir el impacto de la gratuidad en el acceso al patrimonio.
- ✓ Evaluar la eficacia de las diversas tipologías de actividades organizadas.

Para conseguir la homogeneidad, el modelo de recuento parte de unos atributos específicos:

- Glosario compartido: diccionario de los términos que definen las variables a medir por los centros, que asegure la homogeneidad de todos los datos recogidos.
- Variables con definiciones objetivas: las variables a medir han de definirse de manera precisa y objetiva, sin ambigüedades que puedan generar diferentes interpretaciones y, por lo tanto, puedan invalidar el objetivo de homogeneidad del sistema.
- Simplicidad y especificidad: el volumen y la diversidad de los datos han de ser los mínimos para dar respuesta a los objetivos de conocimiento, facilitando el proceso de cumplimentación por parte de los centros y de seguimiento de su recepción.
- Versatilidad y adecuación: el sistema ha de ser lo bastante versátil para poder adecuarse a las particularidades de cada centro, independientemente de su titularidad y modelo de gestión, sin que la homogeneidad de las datos se resienta.
- Aplicable con y sin *ticketing*: el sistema debe tener en cuenta que no todos los centros disponen de un sistema de gestión automatizada de billetes. Por tanto, es necesario que pueda ser aplicable en todos los casos, exista un registro de datos automatizado o se haga manualmente.
- Implantación progresiva: la implantación del nuevo modelo de recuento de la frecuentación implicará cambios que, en algunos casos, pueden afectar a la propia cultura organizativa del centro. Por ello, el sistema tendrá en cuenta los diferentes niveles de desarrollo de las relaciones de los centros con los públicos, previendo diferentes fases en su implantación.

## 5. Glosario

Tal como se desprende de la experiencia internacional y de las dificultades de recuento que se han venido detectando en Cataluña, la comparabilidad de los datos de frecuentación producidos por un conjunto de museos y equipamientos diversos requiere el establecimiento de un glosario compartido de los términos que se quiere medir.

Para asegurar la homogeneidad que busca el modelo, es indispensable que todos los agentes implicados cuantifiquen las mismas variables y se limiten las interpretaciones dispares. A continuación se presenta el glosario que define los principales conceptos y describe cómo se registrarán los datos de cada categoría.

El sistema parte de dos conceptos clave: el visitante y el uso.

CONCEPTO		INFORMACIÓN DE REGISTRO
<b>CONCEPTOS CLAVE</b>		
<b>VISITANTE</b>	<p>Persona física que accede al recinto del museo para hacer uso de su oferta, ya sea de las exposiciones (tanto las de producción propia como ajenas), las actividades propias (las organizadas por el museo) y/o los servicios museísticos (biblioteca / hemeroteca, archivo del museo, fondos/reserva, asesoramiento, etc.).</p> <p>Las personas que acceden a actividades no organizadas por el museo serán contadas como «Visitantes del edificio» y en la categoría «Usos por actividades ajenas».</p>	<p>Los participantes en actividades que representan una proyección de la misión y de los objetivos del equipamiento al exterior, como rutas o visitas guiadas fuera del museo pero organizadas por éste (por ejemplo rutas por el centro histórico de un museo de historia local o rutas naturalistas de un museo de ciencias naturales) o actividades / talleres concretos con inscripciones o recuentos precisos que el equipamiento ejecuta dentro del marco de una feria o encuentro también entran dentro de ésta categoría.</p> <p>Se registran a través del sistema de <i>ticketing</i> de la taquilla, independientemente del canal de compra de la entrada.</p> <p>En el caso de las compras en línea y anticipadas que no estén vinculadas al <i>software</i>, deberán introducirse de manera manual.</p>
<b>VISITAS Y USOS</b>	<p>Cada una de las utilizaciones llevadas a cabo por los visitantes durante su estancia en el museo, ya sea a las exposiciones, las actividades culturales o los servicios museísticos. Cada visitante podrá hacer uno o más usos durante su estancia en el museo. Los usos pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitas a las exposiciones</li> <li>- Usos por actividades</li> <li>- Usos de los servicios museísticos</li> </ul>	<p>Cada visitante se cuenta una sola vez, independientemente del número de usos que haga de la oferta museística.</p>

<b>Días de apertura</b>	Número total de días de apertura del centro durante el año de referencia. Incluye los días de apertura normal y los días de apertura concertada o bajo demanda.
-------------------------	---

LOCALIZACIÓN		
<b>Sede central</b>	Centro donde se ubica la institución principal.	La sede central registrará los visitantes según tipos de tarifa de las extensiones solo en el caso de que estas no dispongan de taquilla.
<b>Extensión</b>	Espacio que realiza funciones museísticas, gestionado por el personal de la sede central, pero con una localización diferente a esta, con control del número de visitantes ya sea con personal permanente o con personal que acompaña a los visitantes bajo demanda. Incluye tanto las extensiones como las otras sedes.	Las extensiones recontarán los visitantes que pasen por taquilla (si existe), los del edificio y los eventos y todos los usos que se hagan en su espacio, independientemente de donde se adquiera la entrada.



<b>Fuera del museo</b>	Espacio ajeno al centro, puede ser una plaza pública, un centro educativo, etc.
<b>Espacio virtual</b>	Entorno interactivo propio del museo en internet: web, redes sociales...

<b>Visitantes según tipo de tarifa.</b> Persona física que accede al recinto del museo para hacer uso de su oferta, ya sea de las exposiciones (tanto las de producción propia como ajena), las actividades propias (organizadas por el museo), y/o los servicios museísticos (archivo, biblioteca, reservas, etc.).		
En el caso que la persona haga varios usos con tarifas diferentes, se la contará solo en la casilla de tarifa de pago con el precio más elevado.		
	<b>CONCEPTO</b>	<b>INFORMACIÓN DE REGISTRO</b>
<b>General Individual</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) con tarifa de pago sin reducciones ni descuentos.	
<b>Reducida individual</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) con tarifa de descuento.	Incluye también las promociones (p. ej., tipo 2 x 1) y los convenios que suponen el pago de una entrada a un precio reducido.
<b>Gratuita individual</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) gratuitamente por concurrir alguna característica en el visitante (p. ej., niños, parados).	
<b>Reducida grupo escolar</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) de pago con descuento para grupos vinculados a la enseñanza (se incluye bachillerato).	En el grupo escolar se incluyen los estudiantes, los profesores y los acompañantes. Si el museo tiene tarifas reducidas diferentes según la dimensión del grupo, se han de incluir todos en este apartado. Se registra el número de grupos que acuden y el número de integrantes de los grupos.
<b>Gratuita grupo escolar</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) gratuito al museo para grupos escolares. Si el museo es gratuito, los visitantes en grupo escolar se incluirán en esta categoría (se incluye bachillerato).	En el grupo escolar se incluyen los estudiantes, los profesores y los acompañantes. Se registra el número de grupos que acuden y el número de integrantes de los grupos.
<b>Reducida grupo no escolar</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) de pago con descuento para grupos no vinculados a la enseñanza.	Si el museo tiene tarifas reducidas diferentes según la dimensión del grupo, se han de incluir todos en este apartado. Se registra el número de grupos que acuden y el número de integrantes de los grupos.
<b>Gratuita grupo no escolar</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) gratuito al museo para grupos no escolares. Si el museo es gratuito, los visitantes en grupo no escolar se incluirán en esta categoría.	Se registra el número de grupos que acuden y el número de integrantes de los grupos.
<b>Acceso universal</b>	Acceso al centro (o a alguna actividad propia) gratuitamente cuando no se apliquen las tarifas de pago en días señalados.	El museo especificará cuáles son los días de gratuidad. Además de los comunes a todos los museos (Día Internacional de los Museos) también se considerarán los específicos de cada museo (por ejemplo, la fiesta mayor o

	Si el museo es gratuito, los visitantes individuales se incluirán en esta categoría.	los días de puertas abiertas mensuales o semanales).
<b>Visitantes que hacen uso de servicios museísticos: archivo del museo, biblioteca, almacén, etc.</b>	Personas que acceden al museo para hacer uso de: biblioteca, archivo, reserva, asesoramiento (presencial), etc. No se incluirán los proveedores (por ejemplo un diseñador gráfico).	Si un visitante, además de hacer uso de un servicio, también visita una exposición, se registrará en la tabla de visitantes del museo según tipos de entrada, y en la tabla de usos de servicios museísticos. Son usos presenciales.

	CONCEPTO	INFORMACIÓN DE REGISTRO
<b>Nombre de visitantes según género</b>	Del total de visitantes, número de visitantes según género, calculados por estimación o por cómputo individual.	Resolución ASC/437/2007, de 5 de febrero, que da publicidad al Acuerdo de Gobierno de 14 de marzo de 2006, relativo a la producción y el desarrollo de estadísticas desagregadas por sexos (DOGC, Núm. 4829, de 26 de febrero de 2007)
<b>Visitantes residentes en el municipio</b>	Del total de visitantes, número de personas físicas residentes en el municipio que acceden al equipamiento para hacer uso de su oferta de servicios.	Dato obtenido por encuesta.

	CONCEPTO	INFORMACIÓN DE REGISTRO
<b>Visitantes del edificio</b>	<p>a) Personas que acuden al recinto museístico y no visitan exposiciones, ni asisten a actividades propias del museo, ni hacen uso de ningún servicio museístico (biblioteca, archivos, reservas, etc.). Incluye tanto a las que visitan el recinto del museo por su valor arquitectónico sin hacer ningún otro uso, como a las que van por una finalidad no museística (tienda, cafetería, lavabos, etc.).</p> <p>b) Visitantes que asisten a actividades ajenas, es decir, actividades organizadas por otras entidades.</p>	<p>Estos visitantes solo se podrán contar en caso de que el museo disponga de algún método de recuento electrónico (<i>célula, footfall, etc.</i>).</p> <p>Estos no se contarán ni en el apartado de «Visitantes según tipos de tarifa» ni en el de «Visitantes de acceso universal». Dentro de esta categoría también se incluyen, por ejemplo, los visitantes de los equipamientos culturales durante la Semana de las Flores de Girona o el REC de Igualada.</p>

<b>Visitantes eventos fuera del museo</b>	Personas que asisten a actividades puntuales organizadas por el museo que se llevan a cabo en el marco de una celebración, feria, encuentro o similar y no se realizan inscripciones ni recuentos precisos. Se realizan fuera del museo y no forman parte de la actividad habitual del museo.	En esta categoría no se incluirán a los participantes en actividades que representen una proyección de la misión y de los objetivos del equipamiento en el exterior, como rutas o visitas guiadas fuera del museo pero organizadas por éste (por ejemplo rutas al centro histórico de un museo de historia local o rutas naturalistas de un museo de ciencias naturales) o actividades / talleres con inscripciones o recuentos precisos que el equipamiento ejecuta dentro del marco
---	---	---

	<p>de la feria o encuentro, que se registrarán en la tabla de visitantes del museo según el tipo de entrada, y en la tabla de usos por actividades propias.</p> <p>Tampoco se incluirán a los visitantes de las exposiciones itinerantes producidas por el equipamiento y que se presentan en otro centro.</p> <p>La sede central y las extensiones recontarán los eventos que organicen cada una de ellas.</p>
--	---

<b>VISITAS Y USOS.</b> Cada una de las utilizaciones llevadas a cabo por los visitantes durante su estancia en el museo, ya sea a las exposiciones, las actividades o a los servicios museísticos.		
	CONCEPTO	INFORMACIÓN DE REGISTRO
<b>Visitas a las exposiciones (usos expositivos)</b>	<p>Número total de visitas a las exposiciones del museo.</p> <p>El criterio básico para diferenciar una exposición como temporal o permanente queda a consideración del equipo del museo. No obstante, subsidiariamente se puede usar la referencia temporal de considerar permanentes aquellas exposiciones de duración superior al año y temporales las que no superen el año.</p>	<p>Se registrarán tantos usos como el número de visitas que reciban las exposiciones, permanentes y temporales.</p> <p>En caso de que coexistan más de una exposición, la persona que visite más de una se registrará una vez como visitante y tantas veces como visitas haga, es decir, como exposiciones visite. Se contarán los usos a fecha 31 de diciembre del año de referencia.</p>
<b>Visitas a la exposición permanente (usos por exposición permanente)</b>	<p>Número total de visitas a la exposición permanente y exhibida en espacios acotados con control de acceso, ya sea con entrada diferenciada o con control de acceso manual, mecánico o electrónico.</p> <p>En los yacimientos y monumentos, los propios restos arqueológicos o el propio monumento se considerarán como la exposición permanente a efectos de contar las visitas.</p>	<p>La diferenciación de visitantes entre exposiciones temporales y permanentes sólo se podrá hacer si el museo dispone de algún sistema de recuento específico para cada espacio expositivo.</p> <p>En caso contrario, se puede dar una cifra por estimación o por el método que utilice el centro.</p>
<b>Visitas a las exposiciones temporales (usos per exposición temporal)</b>	<p>Exposición así considerada y exhibida en un espacio acotado con control de acceso, ya sea con entrada diferenciada o con control de acceso manual, mecánico o electrónico.</p> <p>No se incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Muestras: exposiciones situadas en un lugar de paso sin control de acceso.</li> <li>- Exposiciones itinerantes producidas por el centro: exposiciones organizadas por el centro que circulan por otros centros expositivos.</li> </ul>	<p>Muestras: las personas que circulen por espacios no segregados donde se exhiben muestras y que no permiten un registro específico no se sumarán.</p> <p>Exposiciones itinerantes producidas por el centro: el registro de los visitantes lo llevará a cabo el centro que las expone, no el centro promotor.</p>

	CONCEPTO	INFORMACIÓN DE REGISTRO
<b>Usos por actividades propias</b>	<p>Actividades que conforman la oferta cultural y educativa del centro, organizadas por el equipo del museo. Los participantes en rutas o visitas guiadas fuera del museo pero organizadas por este se registrarán en la tabla de visitantes del museo según tipo de entrada, y en la tabla de usos por actividades propias. Es decir, las rutas o visitas guiadas organizadas por el equipamiento se consideran como si fueran actividades "dentro" del equipamiento.</p>	<p>El número de usos recoge la suma de todas las participaciones de los visitantes en las actividades organizadas por el centro. Así, una persona que se registra como visitante puede dar lugar a más de un uso, tantos como actividades haga.</p> <p>Los usos se registrarán en el espacio donde se hayan realizado, ya sea sede central o extensión, con independencia de donde se haya adquirido la entrada.</p> <p>En el caso de cursos o ciclos que duren más de un día, por razones operativas, se tiene que contar el número de asistentes de cada día y no el número de inscritos o de reservas previas.</p> <p>Por ejemplo, un curso organizado por el museo que dura cuatro días y en el cual se han inscrito 20 personas que han asistido a todas cuatro sesiones se tiene que contar como: 1 actividad / 4 sesiones / 80 usos de actividades propias según el tipo de público correspondiente (además también se tienen que registrar 80 visitantes según el tipo de tarifa correspondiente).</p>
<b>Actividades para público escolar</b>	<p>Actividades dirigidas a centros de enseñanza. Usos de centros escolares, los usos infantiles o juveniles no vinculados a centros escolares se incluirán en usos de actividades para público familiar o general.</p>	
<b>Actividades para público especializado</b>	<p>Congresos, jornadas, etc. Se incluirán las actividades dirigidas a investigadores, universitarios, etc.</p>	
<b>Actividades para público familiar</b>	<p>Actividades dirigidas a familias.</p>	<p>Para que se pueda considerar familia, es necesario que haya menores de 14 años (no grupos escolares), con independencia del parentesco con los adultos que les acompañen.</p>
<b>Actividades para público general</b>	<p>Actividades dirigidas al conjunto de la población.</p>	<p>También se incluyen las actividades para público infantil que no sean escolares o de programas familiares (p. ej., los talleres de Navidad o de verano).</p>
<b>Usos por actividades ajenas</b>	<p>Actividades promovidas por otras organizaciones y que se llevan a cabo dentro de las instalaciones del museo mediante cesión o alquiler.</p>	<p>Número de personas que asisten a las actividades promovidas por otras organizaciones y realizadas en las instalaciones del museo, mediante cesión o alquiler.</p> <p>Las personas que realicen actividades ajenas se registrarán como visitantes del edificio.</p> <p>En caso de que, por ejemplo, los asistentes a un congreso de medicina visitasen la exposición permanente, entonces haría</p>

		falta modificar la manera de registrarlos: como visitantes según tarifa (en vez de visitantes del edificio) y usos expositivos, además de los usos por actividades ajenas. En el caso de los cursos o ciclos que duren más de un día, por razones operativas, se tiene que contar el número de asistentes de cada día y no el número de inscritos o de reservas previas. Por ejemplo, un curso organizado por una entidad ajena al museo que dura cuatro días y en el cual se han inscrito 20 personas que han asistido a todas cuatro sesiones se tiene que contar como: 1 actividad / 4 sesiones / 80 usos de actividades ajenas según el tipo de cesión o alquiler de espacio (además también se registrarán 80 visitantes al edificio).
<b>Cesión</b>	Uso gratuito de un espacio de las instalaciones por parte de una entidad u organización diferente a la que gestiona y dirige el museo.	Se incluyen también los usos por parte de otros departamentos de la administración titular del museo (p. ej., si se trata de un museo municipal, una conferencia organizada por la Concejalía de Medioambiente).
<b>Alquiler</b>	Uso de pago de un espacio de las instalaciones por parte de una entidad u organización diferente a la que gestiona y dirige el museo.	

<b>Usos por servicios museísticos</b>	Otras ofertas relacionadas con las funciones específicas del centro: biblioteca/hemeroteca, archivo del museo, fondos/reserva, asesoramiento (presencial), etc.	El número total es la suma de los usos de los servicios relacionados con las funciones específicas del centro (usos presenciales). No se registran los usos complementarios, como la cafetería o la tienda.
---------------------------------------	---	---

<b>Espacio virtual</b>		
	<b>CONCEPTO</b>	<b>INFORMACIÓN DE REGISTRO</b>
<b>Streaming</b>	Número de actividades y usuarios de las retransmisiones en directo: conferencias, cursos, visitas guiadas, talleres, espectáculos, etc.	Se contará de 1 de enero a 31 de diciembre del año de referencia.
<b>Web del equipamiento</b>	<p>Sesiones: sesiones de navegación en la página web.</p> <p>Usuarios: personas que han entrado en la página web.</p> <p>Número de páginas visualizadas: número total de páginas vistas dentro de la página web.</p> <p>Páginas/sesión: media de páginas de la propia web por las</p>	<p>Se recontará el número de visitantes que indique <i>Google Analytics</i>, excluyendo los <i>bots</i>, rastreadores y otros visitantes no reales.</p> <p>Se contará a fecha 31 de diciembre del año de referencia.</p>

	que han navegado los usuarios durante cada sesión.  Tiempo medio por sesión: tiempo medio de estancia de las sesiones en la página web. Porcentaje de rebote: porcentaje de usuarios que han entrado en la página web y han salido sin pasar de la primera página.	
<b>Horas de vídeos reproducidas</b>	Número de horas de vídeo reproducidos en los diversos canales (youtube, vimeo, etc.)	Se contará de 1 de enero a 31 de diciembre del año de referencia.
<b>Blogs</b>	Visitas a los blogs.	Se contará de 1 de enero a 31 de diciembre del año de referencia.
<b>Seguidores redes sociales</b>	Número de seguidores en cada una de las redes sociales en las que participe el museo.	Número de seguidores en cada una de las redes sociales en las que participe el museo.

	CONCEPTO	INFORMACIÓN DE REGISTRO
<b>Número de consultas sobre fondo, orientación en la investigación y / o información histórica</b>	INCLUYE las consultas especializadas realizadas por correo electrónico, teléfono u otros medios no presenciales. NO INCLUYE consultas de funcionamiento ordinario (horarios, actividades, precios, accesibilidad, etc.)	

Algunos ejemplos:

### **Visitantes a las exposiciones que también realizan actividades:**

*Ejemplo 1:* una persona visita la exposición permanente y una exposición temporal.

Se registrará: 1 visitante (según la tarifa correspondiente) + 1 visita a la exposición permanente + 1 visita a la exposición temporal.

*Ejemplo 2:* una persona visita la exposición permanente y realiza una actividad.

Se registrará: 1 visitante (según la tarifa correspondiente) + 1 visita a la exposición permanente + 1 uso de actividad propia (según tipo de público).

*Ejemplo 3:* una persona realiza una visita guiada a la exposición permanente.

Se registrará: 1 visitante (según la tarifa correspondiente) + 1 visita a la exposición permanente + 1 uso por actividad propia (según tipo de público).

*Ejemplo 4:* una persona realiza un itinerario o visita guiada fuera del museo, con inscripción o registro.

Se registrará: 1 visitante (según la tarifa correspondiente) + 1 uso de actividad propia (según tipo de público).

*Ejemplo 5:* una persona visita la exposición permanente durante la noche de los museos o durante una jornada de puertas abiertas.

Se registrará: 1 visitante de acceso universal + 1 visita a la exposición permanente.

*Ejemplo 6:* en un museo dónde los escolares entran gratuitamente, un grupo de 25 escolares visita la exposición permanente y realiza un taller de pago.

Se registrará: 25 visitantes escolares con tarifa reducida (entran gratis al museo, pero tienen que pagar el taller) + 25 visitas a la exposición permanente + 25 usos de actividad propia (según público escolar).

### **Visitantes eventos fuera del museo:**

*Ejemplo 7:* una feria o fiesta fuera del museo.

Se registrará: visitantes a evento fuera del museo (y no añadir usos).

### **Visitantes por servicios museísticos:**

*Ejemplo 8:* una persona visita el archivo o la biblioteca.

Se registrará: 1 visitante que hace uso de los servicios museísticos + 1 uso por servicio museístico.

### **Visitantes al edificio y visitantes a actividades ajenas (cesiones o alquileres):**

*Ejemplo 9:* una persona acude al museo a una conferencia que se realiza en el salón de actos (cedido por el ayuntamiento) organizada por el ayuntamiento.

Se registrará: 1 visitante al edificio + 1 uso por actividad ajena aliena (por cesión).

*Ejemplo 10:* una persona entra al museo y va a la tienda, no pasa por taquilla, no visita exposiciones, no asiste a actividades ni utiliza los servicios museísticos.

Se registrará: 1 visitante al edificio (y no añadir usos).



## 6. Indicadores y variables de desagregación

Se han elaborado 37 indicadores que incluyen los agregados de todos los centros patrimoniales. Los indicadores se clasifican según 5 desagregaciones a partir de las siguientes variables:

- Tipología del equipamiento:
  - Museos.
  - Colecciones.
  - Monumentos.
  - Centros de interpretación.
  
- Ámbito territorial:

Áreas territoriales correspondientes a la distribución de las Redes de Museos del Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Cada área incluye las siguientes comarcas:

  - Barcelona ciutat.
  - Regió Metropolitana: Baix Llobregat, Barcelonès (menys Barcelona ciutat), Maresme, Vallès Occidental, Vallès Oriental.
  - Penedès i Catalunya Central: Anoia, Alt Penedès, Bages, Berguedà, Garraf, Moianès, Osona.
  - Comarques de Girona: Alt Empordà, Baix Empordà, Cerdanya, Garrotxa, Gironès, Pla de l'Estany, Ripollès, Selva.
  - Terres de Lleida i Aran: Alta Ribagorça, Alt Urgell, Garrigues, Noguera, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Pla d'Urgell, Segarra, Segrià, Solsonès, Urgell, Vall d'Aran.
  - Camp de Tarragona i Terres de l'Ebre: Alt Camp, Baix Camp, Baix Ebre, Baix Penedès, Conca de Barberà, Montsià, Priorat, Ribera d'Ebre, Tarragonès, Terra Alta.
  
- Tramo de visitantes:

Los equipamientos patrimoniales se distribuyen en 6 categorías según el número de visitantes recibidos:

  - Hasta 10.000 visitantes
  - 10.001 – 25.000
  - 25.001 – 50.000
  - 50.001 – 100.000
  - 100.001 – 250.000
  - Más de 250.000
  
- Temática:

Aunque muchos equipamientos podrían ser categorizados en más de una temática, para conseguir unos resultados estadísticos más claros y comprensibles se ha optado por adscribir cada equipamiento a una única categoría, según la tipología siguiente:

- Arte: equipamiento dedicado principalmente a la historia del arte, la creación artística y / o las artes decorativas. En esta categoría también se incluyen iglesias, catedrales y monasterios.
  - Ciencia y técnica: equipamiento dedicado principalmente a las ciencias, la historia de la ciencia y / o la técnica, la industria y la industrialización.
  - Etnografía / Antropología / Sociedad: equipamiento dedicado principalmente al modo de vida de las personas y las sociedades tanto del pasado como del presente.
  - Historia / Arqueología: equipamiento dedicado principalmente a los procesos y cambios históricos y / o la arqueología. En esta categoría también se incluyen los yacimientos arqueológicos, castillos y palacios.
  - Monográfico: equipamiento dedicado principalmente a una temática concreta (moto, chocolate, etc.) o una casa-museo.
  - Pluridisciplinario local: equipamiento dedicado a temáticas diversas que gravitan alrededor de un territorio municipal o comarcal. Si un museo gestiona varias extensiones de temática diferente se incluye en esta categoría.
- Titularidad:  
Los equipamientos patrimoniales se distribuyen en 2 categorías:
- Públicos.
  - Privados.

Los indicadores elaborados responden a tres tipologías:

- Indicadores descriptivos: las variables se presentan en números absolutos o en porcentaje según la temática de los museos y las áreas territoriales.
- Indicadores evaluativos: relaciones entre variables que proporcionan una información de utilidad para valorar la consecución de los objetivos del equipamiento. Algunas de estas relaciones entre variables son: la media diaria de visitantes, el ratio usos / visitantes, la proporción de público escolar, el porcentaje de público que disfruta de gratuidad, etc.
- Evolución temporal: permite hacer un seguimiento de la evolución de la frecuentación a lo largo del tiempo.

## Indicadores

- 1\_Visitantes a las exposiciones y / o a las actividades propias
- 2\_Personas que hacen uso de los servicios museísticos
- 3\_Visitants a exposiciones y / o actividades + personas que hacen uso de los servicios museísticos
- 4\_Visitantes en el edificio
- 5\_Visitantes a actividades fuera del equipamiento
- 6\_Personas alrededor del patrimonio
- 7\_Visitantes escolares
- 8\_Visitantes con tarifa general
- 9\_Visitants con tarifa reducida
- 10\_Visitants con tarifa gratuita
- 11\_Usos totales: exposiciones + activ. propias + usos servicios museísticos
- 12\_Usos expositivos
- 13\_Usos exposiciones permanentes
- 14\_Usos exposiciones temporales
- 15\_Usos actividades propias totales
- 16\_Usos actividades propias público escolar
- 17\_Usos actividades propias público especializado
- 18\_Usos actividades propias público familiar
- 19\_Usos actividades propias público general
- 20\_Usos actividades ajenas totales
- 21\_Usos actividades ajenas cesión
- 22\_Usos actividades ajenas alquiler
- 23\_Usos servicios museísticos
- 24\_Visitantes web
- 25\_Seguidores redes sociales
- 26\_Tasa de gratuidad
- 27\_Tasa de visitantes escolares
- 28\_Servicio a las escuelas
- 29\_Servicio a las familias
- 30\_Tasa de visitantes virtuales
- 31\_Visitantes totales diarios
- 32\_Usos totales diarios
- 33\_Usos expositivos diarios
- 34\_Usos totales por visitante
- 35\_Usos expositivos por visitante
- 36\_Días de apertura
- 37\_Días apertura de las exposiciones temporales

## 7. Retorno de los datos

Una de las principales ventajas de la implementación de este modelo es la posibilidad de que los museos y equipamientos patrimoniales conozcan los datos referidos a su equipamiento y al conjunto del patrimonio de Cataluña, lo que tiene que suponer una valiosa fuente de información para la gestión y evaluación del centro.

La práctica actual mediática centrada en los *rankings* de visitantes de museos a menudo publica cifras simples que no aportan más que una aproximación competitiva sin tener en consideración muchas otras funciones que desarrollan los museos y equipamientos patrimoniales.

El OPPCC propone no hacer públicos los datos individuales de visitantes ni a los medios de comunicación ni a los museos. Se propone, por tanto, una aproximación estadística. De la investigación internacional comparada que ha llevado a término el Observatorio, el modelo propuesto se aproxima al utilizado por el Observatorio de la Cultura y las Comunicaciones del Instituto de Estadística de Quebec.

El OPPCC no publicará las cifras de visitantes de cada museo individualizado, sino que propone presentar las cifras de visitantes según cuatro dimensiones:

- **Ámbito territorial:** Alt Pirineu i Aran, Barcelona, Camp de Tarragona, Comarques centrals, Comarques gironines, Penedès, Ponent, resto del Área Metropolitana y Terres de l'Ebre.
- **Tramo de visitantes:** Hasta 10 000 visitantes, de 10 001 a 25 000, de 25 001 a 50 000, de 50 001 a 100 000, de 100 001 a 250 000 y más de 250 000 visitantes.
- **Total de los museos según su temática:** arte, ciencia, historia, arqueología, multidisciplinarios, etc.
- **Titularidad:** pública y privada.

El OPPCC enviará a cada museo los datos e indicadores relativos a él mismo y los de tres dimensiones (total, territorio, temática) para que pueda compararse con otros museos del entorno y con la situación global de Cataluña.

Se elaborarán tres tipo de indicadores:

- **Indicadores descriptivos:** las variables se presentan en números absolutos o en porcentaje según la temática de los museos y las áreas territoriales.

- Indicadores evaluativos: relaciones entre variables que proporcionan una información de utilidad para valorar la consecución de los objetivos del equipamiento. Algunas de estas relaciones entre variables son: la media diaria de visitantes, la ratio usos/visitantes, la proporción de público escolar, el porcentaje de público que disfruta de gratuidad, etc.
- Evolución temporal: permite hacer un seguimiento de la evolución de la frecuentación a lo largo del tiempo. El objetivo del OPPCC es presentar información e indicadores trimestrales a partir del 2017.