

CIENCIAS SOCIALES: Económicas

Los museos más visitados del mundo utilizan la web y las redes sociales para crear valor comercial



El Louvre en Francia, el Museo Británico en el Reino Unido y el MoMa de Nueva York saben que una buena estrategia *on line* incrementa el interés social y sus ingresos económicos. Investigadores del Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga (UMA) han analizado las acciones digitales de los 40 museos que más visitas reciben.

Más información sobre: museo web redes sociales Twitter Facebook

Fundación Descubre | [Seguir a @cienciadirecta](#) | 05 febrero 2014 09:43



Página en facebook del MoMa de Nueva York, uno de los museos que mejor gestionan sus redes sociales.

Investigadores del Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga (UMA) han demostrado la utilidad de la web y las redes sociales en la creación de valor comercial en los museos.

Aunque la importancia de la presencia en internet de estos ya fue reconocida por la UNESCO en su *Carta sobre la preservación del patrimonio digital* en el año 2003, el equipo de expertos se ha centrado en describir las principales estrategias *on line* que los 40 museos más visitados del mundo han desarrollado para incrementar tanto el interés social como sus ingresos económicos. Entre otros, se analizaron centros como el Louvre en Francia o el Museo Británico en el Reino Unido.

En su artículo publicado en la revista *International Journal of Information Management*, los investigadores han analizado los diferentes espacios virtuales de los museos que más visitas reciben a nivel internacional, identificando cuáles son las principales estrategias de éxito acometidas en internet por estas organizaciones.

"Hemos presentado un modelo teórico útil para conocer con más detalle las acciones electrónicas desarrolladas por los museos más representativos. Además, hemos comprobado el valor comercial en cuanto a eficiencia, novedad, rendimiento y fidelización que para este tipo de instituciones culturales supone el uso de la web y de las redes sociales", explica el investigador de la Universidad de Málaga Antonio Padilla.

En primer lugar, el equipo de expertos analizó las diferentes estrategias web y de medios sociales que cada centro

LO ÚLTIMO

Europa da financiación para que siete proyectos de investigación españoles lleguen al mercado

Una mano biónica devuelve la sensibilidad a un hombre

En busca de las claves para modular la astringencia del vino

Relacionan por primera vez la actividad cerebral con la pérdida de memoria a corto plazo

Afinan la datación del yacimiento de Atapuerca donde apareció el 'Homo antecessor'

Los quarks se mueven al otro lado del espejo

Desvelado el menú de la antigua megafauna ártica

Una semana de ceguera simulada mejora la audición de los ratones adultos

Un experimento pionero analizará los efectos de la acidificación en aguas de Canarias

Un nuevo sistema catalítico toma energía de la luz y electrones del agua

LO MÁS VISTO

1. Por qué la inmunoterapia contra el cáncer es el avance científico del año
2. Liberar a las defensas dormidas, la nueva táctica frente a los tumores
3. Un modelo matemático explica la sincronización de los aplausos
4. El cerebro edita los recuerdos constantemente
5. Los hermanos gemelos desarrollan distintos grados de sensibilidad al dolor

Síguenos en  **twitter**

estaba siguiendo y cómo les ayudaban a crear valor comercial. “El objetivo era identificar la relevancia que el uso de las tecnologías sociales podía tener en este ámbito. Posteriormente, realizamos un estudio de las principales características digitales de las webs de los museos más importantes del mundo en términos de visitas”, explica.

Un ejemplo de valor en línea es el MoMA de Nueva York, uno de los mejores en el uso de las redes sociales, con más de 650.000 seguidores en Facebook y Twitter

Y añade: “Entre otras herramientas de análisis, utilizamos el número de seguidores que cada organización tenía en sus redes sociales y las estadísticas de Alexa, entidad que provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web y los clasifica en un *ranking*”.

Un estudio transferible

El trabajo presenta un análisis sobre la importancia que para los investigadores tienen los recursos electrónicos a la hora poner en valor tanto las entidades que pertenecen al sector cultural como aquellas organizaciones de servicios relacionados con las actividades de información, educación o entretenimiento.

“Esperamos que estos datos contribuyan a generar un incremento en la valoración del beneficio que supone el uso de este tipo de tecnologías en cualquier ámbito y también en su importancia para tomar decisiones mejor informadas en relación a las estrategias *on line* y la asignación de recursos”, sostiene Padilla.

Asimismo, los resultados obtenidos han permitido al equipo de expertos continuar con la realización de entrevistas y cuestionarios con el objetivo de profundizar más en los modelos de gestión virtual que se están desarrollando en los museos con mayor presencia digital. “Un ejemplo de creación de valor en línea es el Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA), el cual tiene el mayor número de seguidores en las redes sociales y puede considerarse uno de los mejores en el uso de medios de comunicación social, llegando a superar los 650.000 seguidores en Facebook y Twitter”, apostilla el investigador.

Referencia bibliográfica:

Padilla-Meléndez, A.; Del Águila-Obra, A.R. (2013): ‘[Web and Social Media Usage by Museums: Online Value Creation](#)’. *International Journal of Information Management*.

Zona geográfica: Andalucía

Fuente: Fundación Descubre

Comentar

QUEREMOS SABER TU OPINIÓN

Por favor, ten en cuenta que SINC no es un consultorio de salud. Para este tipo de consejos, acude a un servicio médico.

Nombre *

Email *

Comentar *

☐ Acepto las [normas de uso](#)

Captcha *

3598583

869

ENVIAR

Tweets

Seguir

Agencia SINC

@agencia_sinc

5m

Un experimento pionero analizará los efectos de la acidificación en aguas de Canarias

[bit.ly/1eq2L6Y](#)

Mostrar Resumen

Agencia SINC

@agencia_sinc

1h

Una semana de ceguera simulada mejora la audición de los ratones adultos [bit.ly/1kYyGeZ](#)

Mostrar Resumen

Agencia SINC

@agencia_sinc

2h

Europa da financiación para que siete proyectos de investigación españoles lleguen al mercado [bit.ly/1bxLW7z](#)

Mostrar Resumen

Agencia SINC

@agencia_sinc

2h

Una mano biónica devuelve la sensibilidad a un hombre [bit.ly/1eAt7Sg](#)

Mostrar Resumen

Twittear a @agencia_sinc