

MINSAIT MUESTRA CÓMO ATRAER MÁS VISITANTES Y RENTABILIZAR LOS MUSEOS Y ESPACIOS CULTURALES CON LA DIGITALIZACIÓN

- **La compañía recoge en un estudio su experiencia en el desarrollo proyectos punteros en España e Italia para poner la innovación al servicio de los visitantes y usuarios y contribuir a la sostenibilidad económica de las instituciones artísticas y culturales**
- **Considera prioritario establecer un enfoque integral que permita compartir información entre todos los agentes de la cadena de valor, tanto públicos como privados, para ofrecer experiencias más atractivas, mejorar la gestión interna e impulsar el desarrollo sostenible e inteligente del sector**
- **La tecnología garantiza el acceso a la cultura y el arte en el actual entorno de distanciamiento social y permite la incorporación de nuevos servicios de valor para aumentar los ingresos, al tiempo que agiliza la toma de decisiones y aumenta la seguridad en los espacios**
- **Los CRM junto al uso de apps, redes sociales, realidad digital o los chatbots marcan la tendencia para aportar mayor valor a los visitantes, mientras que el Big Data, los algoritmos inteligentes y los tableros visuales de datos (*Dashboard*) se consolidan como las tecnologías clave para mejorar la planificación de los recursos**

Madrid, 24 de noviembre de 2020.-Durante 2019, el sector de la cultura proporcionó empleo a más de 700.000 personas en España y aportó un 3% del PIB del país. Más allá de su impacto directo, la cultura influye notablemente en otros sectores como el turismo y contribuye a la cohesión social, al desarrollo sostenible y a la mitigación de la desigualdad.

Minsait, una compañía de Indra desarrolla en la actualidad proyectos que se están convirtiendo en importantes referentes en la transformación digital del arte y la cultura. En España, destacan “Cáceres Patrimonio Inteligente” y “Smart Camiño”, una plataforma digital con aplicaciones móviles para guiar y resolver todas las necesidades de información de los peregrinos.

Por otro lado, también es el socio clave en la digitalización de los Museos Vaticanos para mejorar la protección de las obras y la seguridad de sus visitantes. Participa, además, en un proyecto europeo cuyo fin es implementar un simulador histórico a gran escala para trazar un mapa de 5.000 años de historia en el continente.

En esta línea, el informe “Tecnología al servicio del arte y la cultura”, que acaba de publicar la compañía, deja patente que la transformación digital es el único camino posible para dar respuesta a las exigencias de democratización de la información y el arte, los nuevos perfiles de los visitantes y la actual situación de pandemia. Y para ello resulta fundamental la implantación de soluciones digitales que permitan compartir la información entre todos los agentes de la cadena de valor con el fin de ofrecer a los usuarios experiencias más atractivas y mejorar la gestión de los espacios.

Este enfoque integral facilita el análisis de información sobre los visitantes, no solo para ampliar su número y los ingresos por venta de entradas, por ejemplo, sino también para poner a su disposición servicios de transporte, alojamiento, entretenimiento o compras desde el momento de planificación de la visita. La compañía aboga, además, en el estudio por la incorporación de nuevos perfiles profesionales mucho más tecnológicos a las plantillas de los museos y empresas del sector para acelerar la transformación.

En esta línea, Minsait considera fundamental la aportación de las herramientas CRM para gestionar la

experiencia completa, interacciones y puntos de contacto entre usuarios y prestatarios con el fin de mejorar la relación y obtener inteligencia de todas las dudas, quejas sugerencias o compras.

La compañía recoge en su informe otras soluciones tecnológicas clave para proporcionar servicios de valor a los visitantes y dinamizar el arte y la cultura:

- Aplicaciones móviles para conocer con mayor profundidad y detalle determinadas obras, hacer zoom sobre piezas concretas de una colección, jugar con contenidos educativos e incluso visitar colecciones y obras que no están expuestas en ese momento.
- Redes sociales para entablar relaciones de comunicación directa y abierta con los visitantes, ofrecer mejores servicios a la ciudadanía y atraer a un público más joven en un momento en que los dispositivos electrónicos parecen querer desplazar a los libros como elemento de ocio.
- Chatbots para complementar de forma muy sencilla las funciones de atención al público en relación a la resolución de consultas y dudas de carácter general o responder a preguntas muy específicas sobre aspectos de una exposición, monumento, edificio histórico o representación cultural en todo momento y desde cualquier lugar del mundo.
- Realidad virtual, aumentada y mixta para lograr que los visitantes disfruten de experiencias inmersivas y únicas que les hagan adentrarse en el arte y la cultura como algo más que meros espectadores pasivos o les permitan reconstruir espacios históricos en ruinas por los que pasearse.
- Beacons, que permiten al usuario realizar visitas mucho más personalizadas en función de sus necesidades e intereses y a los responsables conocer mejor cómo interactúan los visitantes en los espacios o cuáles son las salas más visitadas.
- Gamificación a través de dispositivos móviles que estimulen el proceso de descubrimiento cultural y aprendizaje del público más joven.

Reducción de riesgos y anticipación

Además de las funcionalidades y servicios pensados para los visitantes y usuarios de los espacios artísticos y culturales, el informe de Minsait pone en relieve las oportunidades que presentan las tecnologías disruptivas para mejorar la gestión interna de los espacios y agilizar la toma de decisiones.

Desde el punto de vista de la seguridad, destaca la incorporación de sistemas digitales y multimedia de avisos para guiar a los visitantes hacia las salidas de emergencia o evitar aglomeraciones para garantizar la distancia social.

La compañía también considera que en los próximos años se generalizará el uso de algoritmos e inteligencia artificial para activar protocolos de seguridad, así como la creación de centros de datos que integren la información procedente de todos los dispositivos que interactúan con la seguridad.

Por último, el estudio augura el protagonismo que cobrará la integración de soluciones de Big Data, Algoritmia y *Dashboard* para facilitar la simulación de situaciones futuras de cara a planificar las necesidades de recursos y organizar mejor los servicios.

Minsait afirma en su informe que “el camino hacia un *Smart Museum* es la innovación, no solo como evolución tecnológica, sino también como la aplicación de la experiencia orientada a lograr espacios más abiertos, dinámicos, inteligentes y atractivos para el público”.

Enlace a la descarga del informe: <https://www.minsait.com/es/actualidad/insights/la-tecnologia-al-servicio-del-arte-y-la-cultura>

Acerca de Minsait

Minsait, una compañía de Indra (www.minsait.com), es una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica. Minsait presenta un alto grado de

especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo core con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. A cierre del ejercicio 2019, Indra tuvo unos ingresos de 3.204 millones de euros, más de 49.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.