



Estrategias de generación de ingresos de los museos y otros espacios de presentación del patrimonio

Nayra Llonch Molina, Eugeni

Osácar Marzal

Colección: **Manuales de Museística, Patrimonio y Turismo Cultural**

Materias: **Museología y patrimonio cultural, Gestión y administración cultural**

Edición en papel

Formato: 15 x 21

Páginas: 112

Peso: 0.2

ISBN: 978-84-17140-71-7

Año: 2018

15,00€

Son diversos los dilemas que se plantean entorno a la gestión del patrimonio y de sus espacios de presentación, pero uno de los más importantes es el que gira en torno a la dicotomía gestión pública versus gestión privada. En este libro se aboga por un modelo de financiación mixto que responde a una nueva gestión coordinada entre los valores de lo público y lo privado. Desde esta perspectiva, los museos y equipamientos patrimoniales tienen que estar abiertos a nuevos enfoques de gestión, donde los objetivos fundamentales de preservar y poner en valor el patrimonio con fines educativos y de disfrute se combinen con objetivos de explotación y rentabilidad; para conseguir la sostenibilidad del patrimonio a largo plazo desde el punto de vista social, económico y medio ambiental es necesario también obtener rentabilidad, por lo que se propone un modelo de gestión que persiga a partes iguales la rentabilidad económica y la rentabilidad cultural.

En este sentido, el presente y el futuro de los espacios de presentación del patrimonio pasan

por un enfoque de marketing social donde convivan en armonía los objetivos empresariales y los patrimoniales, el desarrollo turístico y la preservación del patrimonio. Para ello, el modelo de gestión ha de tener como prioridad una orientación al visitante, siendo uno de los más exitosos el modelo canvas, basado en el valor, y que se estructura en nueve módulos básicos o elementos clave que sigue una empresa para innovar en el modelo de gestión y que se basan en las áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para llevar a cabo esta gestión mixta que permita a los espacios de presentación del patrimonio gestionarse según modelos de marketing empresarial y que no dependan exclusivamente de las subvenciones públicas, proponemos la aplicación de diversas fórmulas que les permitan generar sus propios ingresos a partir de sus potencialidades. En el presente libro nos detenemos en definir, explicar y poner ejemplos de diez de las estrategias o claves para la generación de ingresos más usuales: precios de entrada, exposiciones temporales, programas educativos, promociones, servicios de restauración, explotación del merchandising, alquiler de espacios, fórmulas de patrocinio, mecenazgo y creación de franquicias.

Nayra Llonch Molina, doctora en Didáctica de las Ciencias Sociales y del Patrimonio por la Universidad de Barcelona, se ha especializado en docencia e investigación en didáctica de la historia, museografía didáctica, turismo cultural y educación patrimonial. Profesora del departamento de Didácticas Específicas de la Universitat de Lleida y miembro del grupo de investigación DHiGeCs, es también asesora científica del Campus de Turismo, Hotelería y Gastronomía cett-ub. Es codirectora de la revista *Her&Mus. Heritage and Museography* y de la colección de Manuales de Museística, Patrimonio y Turismo Cultural de Ediciones Trea.

Durante doce años de trayectoria académica ha formado parte de más de veinte proyectos de investigación competitivos, ha publicado más de treinta artículos, ocho libros y una veintena de capítulos de libro, entre los que destacan: *Manual de didáctica del objeto en el museo* (Trea, 2012), *Manual del museo rodante* (Trea, 2012), *El patrimonio cultural inmaterial y su didáctica* (Trea, 2015), y «Turismo cultural: antecedentes, consagración y democratización» dentro de *Ciudad educadora y turismo sostenible* (Trea, 2017).

Eugeni Osácar Marzal es doctor en Didáctica de las Ciencias Sociales y del Patrimonio por la Universitat de Barcelona y experto en marketing, turismo cultural y turismo cinematográfico. Profesor titular de la Escuela Universitaria del Campus de Turismo, Hotelería y Gastronomía cett-ub, director de investigación de la misma institución, así como del grupo de investigación TURCiT (Turismo, Cultura y Territorio), es también director

académico de la Cátedra de Turismo, Hotelería y Gastronomía cett-ub. En la última década se ha especializado en el turismo cinematográfico, ámbito en el que ha publicado cuatro libros, varios capítulos de libro y artículos científicos, además de haber participado en más de treinta congresos y jornadas nacionales e internacionales. Además, entre las publicaciones vinculadas al turismo cultural, destacan: «Cómo poner en valor el patrimonio cultural y natural en proyectos turísticos» y «La literatura y el cine como elementos de dinamización turística», ambos dentro de *Ciudad educadora y turismo sostenible* (Trea, 2017).