

Manual de tiendas de museos

Publicat per [Interacció](#) [1] el 19/06/2014 - 09:11 | Última modificació: 05/02/2026 - 14:02



[Antoni Laporte Roselló](#) [2], [Joaquina Bobes González](#) [3] | [Trea](#) [4]

Manual que explica els aspectes que cal tenir en compte a l'hora de posar en marxa i gestionar la botiga d'un museu. L'objectiu és que aquesta gestió es realitzi amb els mateixos paràmetres d'excel·lència que la resta de serveis que ofereix el museu.

Segons els autors, tradicionalment, la majoria de museus han estat de titularitat pública i això els ha garantit un finançament per desenvolupar els seus programes i complir els seus objectius. Així, en termes de màrqueting, des de els seus orígens, els museus han estat orientats al producte i el seu caràcter comercial, quan ha existit, ha estat anecdòtic i sovint objecte de polèmica i refús. En els últims anys, però, el panorama ha canviat. Han proliferat museus nous – fet que ha incrementat la competència dins el sector – i s'ha produït una disminució progressiva dels recursos públics – la qual cosa ha tret a la llum les debilitats dels museus respecte a la seva sostenibilitat econòmica.

Laporte i Bobes afirmen que el mandat dels museus sempre s'ha centrat en la seva rendibilitat social: sense finalitat de lucre i al servei de la societat, segons assenyala la definició de l'ICOM. Però ara, per poder sobreviure, els museus han d'ocupar-se també de la seva viabilitat econòmica.

A «[Manual de tiendas de museos](#) [5]» els autors argumenten que aquest entorn financer més insegur s'ha desenvolupat en paral·lel a un creixent interès de la societat per l'expansió del turisme cultural i per la visita als museus i aquests factors han provocat un canvi en el paradigma tradicional d'orientació al producte. Així, els museus fixen la seva mirada en el públic per garantir l'èxit de les seves propostes, sense reduir la seva excel·lència. I aquesta és una de les principals estratègies per aconseguir la sostenibilitat econòmica: incrementar els ingressos propis a partir de l'increment dels visitants per contribuir al seu autofinançament. En aquest context, Laporte i Bobes afirmen que les botigues dels museus ja no es perceben com un element estrany i aliè a l'activitat museística sinó tot el contrari: han passat a formar part de la seva carta de serveis, han contribuït al finançament dels museus, han millorat l'experiència del visitant i han reforçat la marca de la institució.

Podeu consultar aquest llibre al [Centre d'Informació i Documentació](#) [6]

[Inicia sessió](#) [7] o [registra't](#) [8] per enviar comentaris

Etiquetes: sostenibilitat

- [9]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2014/06/13/manual-de-tiendas-de-museos>



Enllaços:

- [1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>
- [2] <https://interaccio.diba.cat/members/laportera>
- [3] <https://interaccio.diba.cat/members/bobesj>
- [4] <http://www.trea.es/>
- [5] <http://cercles.vtlseurope.com/lib/item?id=chamo:11123&theme=CERC>
- [6] <http://cercles.diba.cat>
- [7] <https://interaccio.diba.cat/>
- [8] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>
- [9] <https://interaccio.diba.cat/node/5090>