



II Jornada anual: Centro de Información Asociación Nuclear Ascó – Vandellós.

8.11.18

www.asociacionmesco.org

Activos de los Museos y espacios singulares corporativos.

- **Medio de comunicación** de productos, servicios, I+d+i y valores corporativos.
- Herramienta de comunicación **original**.
- Imagen y **presencia de marca/emblema de prestigio**.
- Entorno de cultivo de **valores empresariales** (familiares...).
- Espacio **protocolario**.
- Escaparate de la **transparencia corporativa**.
- Herramienta para la **cohesión de plantillas**.
- Recurso de la corporación para entroncar con su comunidad social más próxima y generar **complicidad**, aportando también un **valor cultural para la sociedad**.

Retos del Museo Corporativo (perfilados durante la I Jornada de 2017)

- **Identificar que los MESC suponen todo un sector o gremio autónomo:** dignificar esta actividad como una profesión más de pleno derecho.
- **Diferenciar con claridad los *museos corporativos* de los *museos privados*:** los MESC tienen su discurso centrado de la empresa, los privados no.
- **Promover los activos de los MESC en la sociedad,** empezando por la propia empresa, que no siempre los reconoce con facilidad en su propio MESC:
 - Implicar a las empresas en el trabajo de los MESC en el marco de un adecuado equilibrio con los profesionales propios de los MESC. Los MESC deben potenciar sus capacidades como herramienta de comunicación no sólo externa, sino también interna.
 - Contribuir a superar la visión reduccionista que en ocasiones se tiene desde fuera de los MESC y que los identifica solamente con una herramienta de marketing.
 - Promover que los MESC devengan una forma de dialogar la empresa con la sociedad y con su comunidad más próxima, generando confianza y complicidad y configurándose como un activo social. Los MESC basan su actividad en un código de valores que relacionan la empresa contemporánea con un actor cultural más a disposición de la sociedad.

Objetivos de la Asociación Mesco

- **Compartir y optimizar recursos** entre museos de empresa.
- **Fomentar el desarrollo del directivo** del museo de empresa.
- Ser un espacio de **debate profesional**.
- Contribuir a **fomentar la formación** museística de los empleados y personal directivo.
- Dar **soporte y ánimo a nuevas iniciativas** de museos de empresa.
- Constituir un **foro de intercambio de información e ideas**, y un **espacio de reflexión** sobre los museos de empresa.
- Profundizar en la dimensión de **compromiso cultural** con la sociedad de los MESCO.
- Ofrecer la oportunidad de **disfrutar de actividades relevantes** organizadas por los distintos museos corporativos, tales como resúmenes de conferencias, publicaciones, etc., de forma no simultánea o no presencial.
- Desarrollar **benchmarking con otros museos de empresas** y/o corporaciones para comparar actividades y evaluar tendencias e impactos.
- Facilitar el **conocimiento de -y el contacto con-** otros museos de empresa.