

Museo Nacional del Prado

Dossier de patrocinio

MUSEO NACIONAL
DEL **PRADO**



Dossier de patrocinio Museo Nacional del Prado

MUSEO NACIONAL
DEL **PRADO**



Un museo, 32.579 obras de arte

El Museo Nacional del Prado reúne una colección de extraordinaria riqueza que le sitúa entre las mejores pinacotecas del mundo. Se podría afirmar que éste es un museo de pintores, no de pinturas, pues artistas de la talla de El Bosco, Tiziano, El Greco, Rubens, Velázquez o Goya están representados de forma superlativa, con más de un centenar de obras en algunos casos. La escultura también está presente, y alcanza el millar de piezas. Nuestras colecciones no han dejado de aumentar desde sus orígenes, gracias a las donaciones y a las adquisiciones que se suceden cada año, consolidando la posición del Museo como lugar de referencia en la historia de la pintura europea a nivel mundial.

Algunas cifras...

- Actualmente el Museo expone un total de 1.736 obras en sus espacios y tiene depositadas 3.244 obras en más de 250 instituciones españolas, estando su colección presente en prácticamente la totalidad de las comunidades autónomas.
- Entre los hitos de las obras incorporadas en los últimos años a la colección del Museo destacan la adquisición de la *Virgen de la granada* de Fra Angelico (2016) y las donaciones de Óscar Alzaga Villamil (2017), Carmen Sánchez (2017) o Hans Rudolf Gerstenmaier (2019).
- En 2018 se amplió notablemente el espacio expositivo del Museo, con la apertura de las nuevas salas del Tesoro del Delfín y las colecciones de pintura flamenca, alcanzando los 14.048 metros cuadrados.

Más de 90.000 metros cuadrados de historia en pleno centro de Madrid

El Museo Nacional del Prado conforma un *campus* museístico compuesto por varios edificios situados en el corazón histórico de la ciudad de Madrid: el edificio Villanueva, el claustro de los Jerónimos, el Casón del Buen Retiro y el recién incorporado Salón de Reinos. La futura rehabilitación de éste último conformará uno de los espacios urbanos culturales más singulares de nuestro país, al reunir la excelencia de la arquitectura encarnada en un histórico Juan de Villanueva, y dos premios Pritzker, Rafael Moneo y Norman Foster.

A ello se suma la reciente candidatura del Paseo del Prado a la lista de Patrimonio Mundial de la Unesco en 2019 como “paisaje de las artes y las ciencias”, por tratarse de uno de los primeros paseos arbolados en el mundo concebido para disfrute de las personas, en el que se sitúa el Museo Nacional del Prado.

Algunas cifras...

- | | |
|---|---|
| - Edificio Villanueva: 22.043 m ² | - Salón de Reinos: 7.922 m ² |
| - Edificio Jerónimos: 14.447 m ² | - Ruiz de Alarcón 23 (oficinas): 3.326 m ² |
| - Casón del Buen Retiro: 5.506 m ² | |



3 millones de visitantes, entre otras audiencias

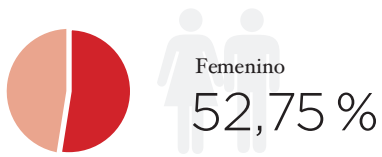
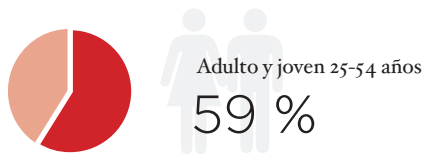
La importancia del Museo Nacional del Prado se sustancia en las personas que lo visitan cada año. Para dar respuesta a la gran demanda que genera, el Museo abre todos los días de la semana, 362 días al año.

Algunas cifras...

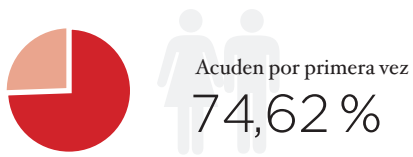
- El Museo del Prado recibió a una media de 8.000 personas diarias en 2018, registrando la afluencia máxima diaria el 20 de abril de 2019, con 14.333 visitas.
- El Museo es recordado por casi 9 de cada 10 españoles y 6 de cada 10 lo ha visitado alguna vez.
- Los casi 2,9 millones de visitantes alcanzados en 2018 representan un crecimiento de alrededor de un 12% respecto al dato registrado en 2010 y acumulan hasta junio de 2019 una subida del 8 %. En 2016 el Museo superó por primera vez en su historia la barrera de los 3 millones de visitantes.
- En 2018 un 52,75% de mujeres visitaron el Museo, una proporción superior al porcentaje de mujeres que integran la población española, situado en el 50,9%.
- En 2018 el número de seguidores de las diferentes redes sociales del Museo se situó en torno a los 3.085.000 usuarios. En Twitter alcanza los 1.245.872 seguidores; en Facebook 995.419 seguidores y en Instagram 524.113 seguidores.
- La página web del Museo ha experimentado un aumento extraordinario de usuarios, recibiendo más de 7,5 millones de visitas anuales.

Prototipo de visitante

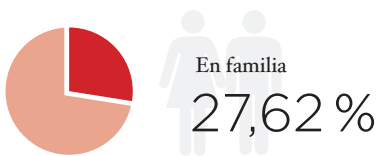
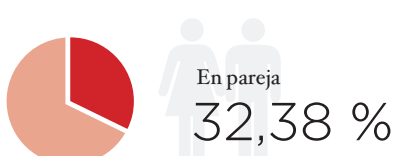
Perfil



Motivación



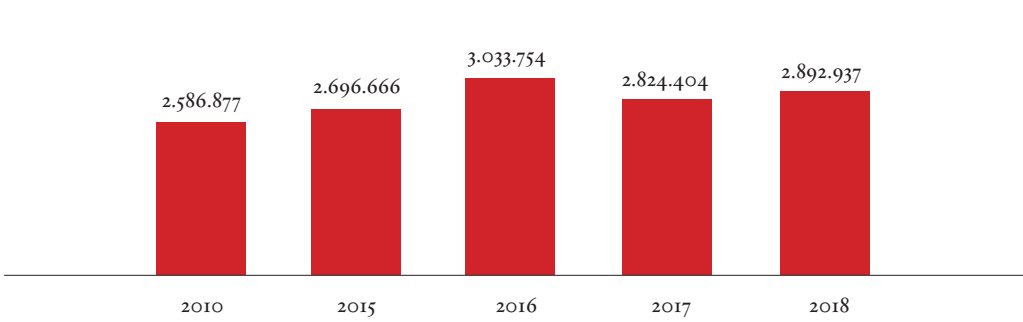
Grupo de visita



Prototipo del visitante del Museo del Prado



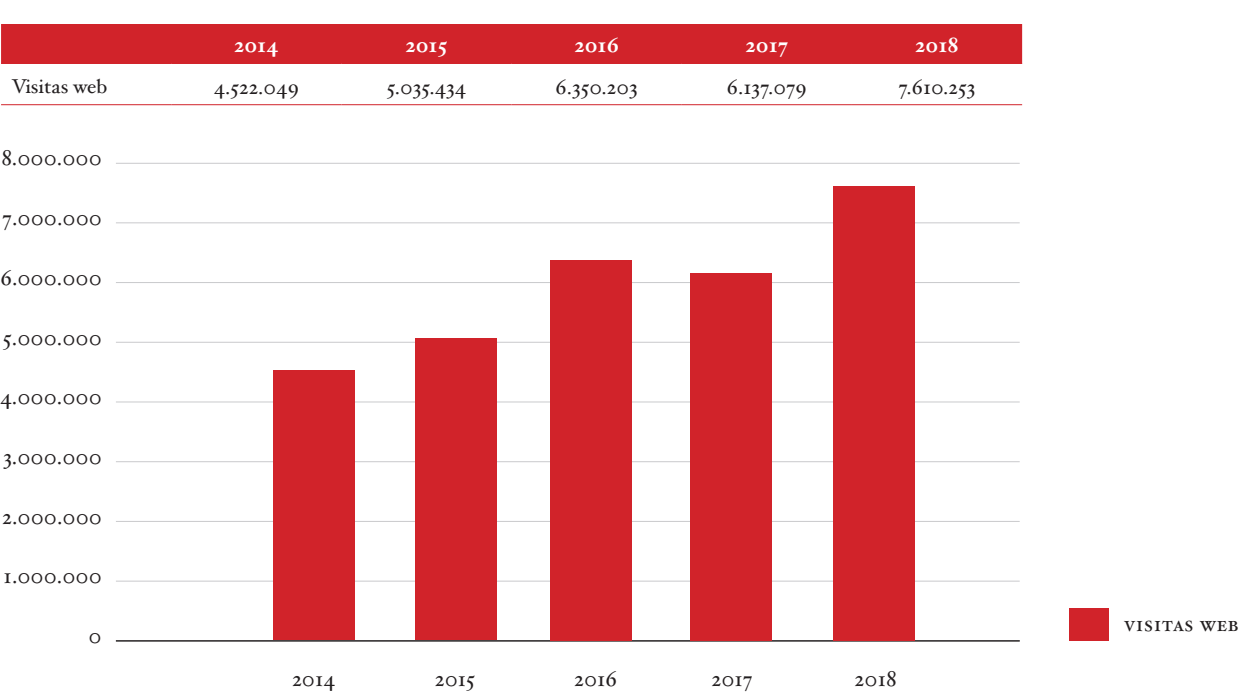
Evolución del número de visitantes al Museo del Prado 2010-2018



Visitantes al Museo del Prado 2018



Visitas web



Un reclamo turístico

El Museo Nacional del Prado es uno de los grandes hitos en la proyección de Madrid y de España como destino turístico cultural a escala internacional, con una alta incidencia en los mercados más activos, como el asiático.

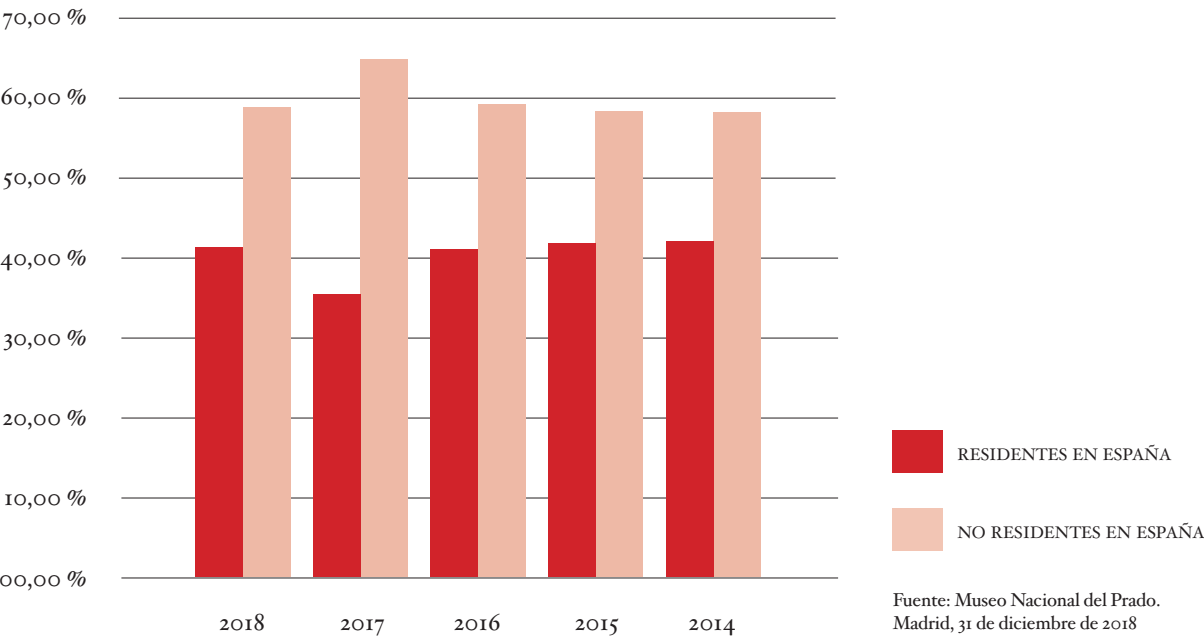
En su condición de buque insignia de la cultura española, el Museo atrae cada año a visitantes procedentes de todos los rincones del mundo, y está presente en el entramado de la gestión turística nacional, colaborando con Madrid Destino (Ayuntamiento de Madrid), la Dirección General de Turismo (Comunidad de Madrid), Turespaña (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) y la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo de la Dirección General de Política e Industrias Culturales y del Libro (Ministerio de Cultura y Deporte) para fomentar su difusión a través de campañas de marketing y páginas web, y en oficinas de turismo.

El Museo participa igualmente en iniciativas como la Feria Internacional de Turismo de Madrid FITUR o el “Paseo del Arte”.

Algunas cifras...

- En la actualidad casi el 60% de los visitantes del Museo son extranjeros.
- La Comunidad de Madrid es el principal origen de los visitantes españoles, aunque más del 56% del público nacional procede de otras comunidades autónomas.
- La italiana es la procedencia más frecuente de los no residentes en España, seguida de la surcoreana, la francesa y la estadounidense.
- Casi 3 de cada 4 turistas japoneses que llegan a Madrid visitan el Museo del Prado.

Procedencia de visitantes



Principales procedencias de visitantes 2018

2018	%
Madrid	17,94%
Italia	7,40%
República de Corea	6,33%
Francia	6,03%
Estados Unidos	4,56%
Andalucía	4,22%
Comunidad Valenciana	4,06%
Reino Unido	3,60%
China	3,41%
Castilla Leon	3,07%
Japon	2,73%
Portugal	2,44%
Cataluña	2,43%
Castilla La Mancha	2,30%
Total	70,52%
Resto	29,48%
	100,00%
Universo	2.892.937

Principales procedencias nacionales de visitantes 2018

2018	%
Andalucía	17,94%
Aragon	7,40%
Asturias	6,33%
Cantabria	6,03%
Castilla La Mancha	4,56%
Castilla Leon	4,22%
Cataluña	4,06%
Ciudad Autonoma	3,60%
Comunidad Valenciana	3,41%
Extremadura	3,07%
Galicia	2,73%
Illes Balears	2,44%
Islas Canarias	2,43%
La Rioja	2,30%
Madrid	70,52%
Murcia	29,48%
Navarra	100,00%
País Vasco	
Total	41,17%
Universo	2.892.937

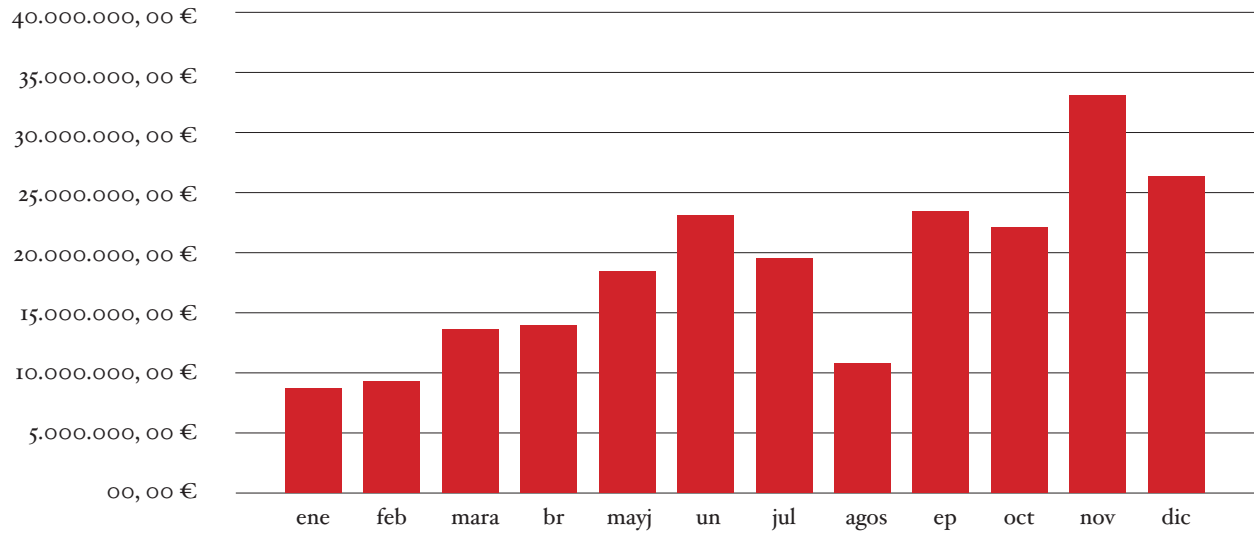
Un museo mediático

El Museo Nacional del Prado ejerce un enorme poder de atracción. Por ello, está dotado de un área de Comunicación destinado a generar acciones de impacto mediático y a atender las necesidades de los medios a nivel nacional e internacional, incluyendo la gestión de la comunicación *online*.

Algunas cifras...

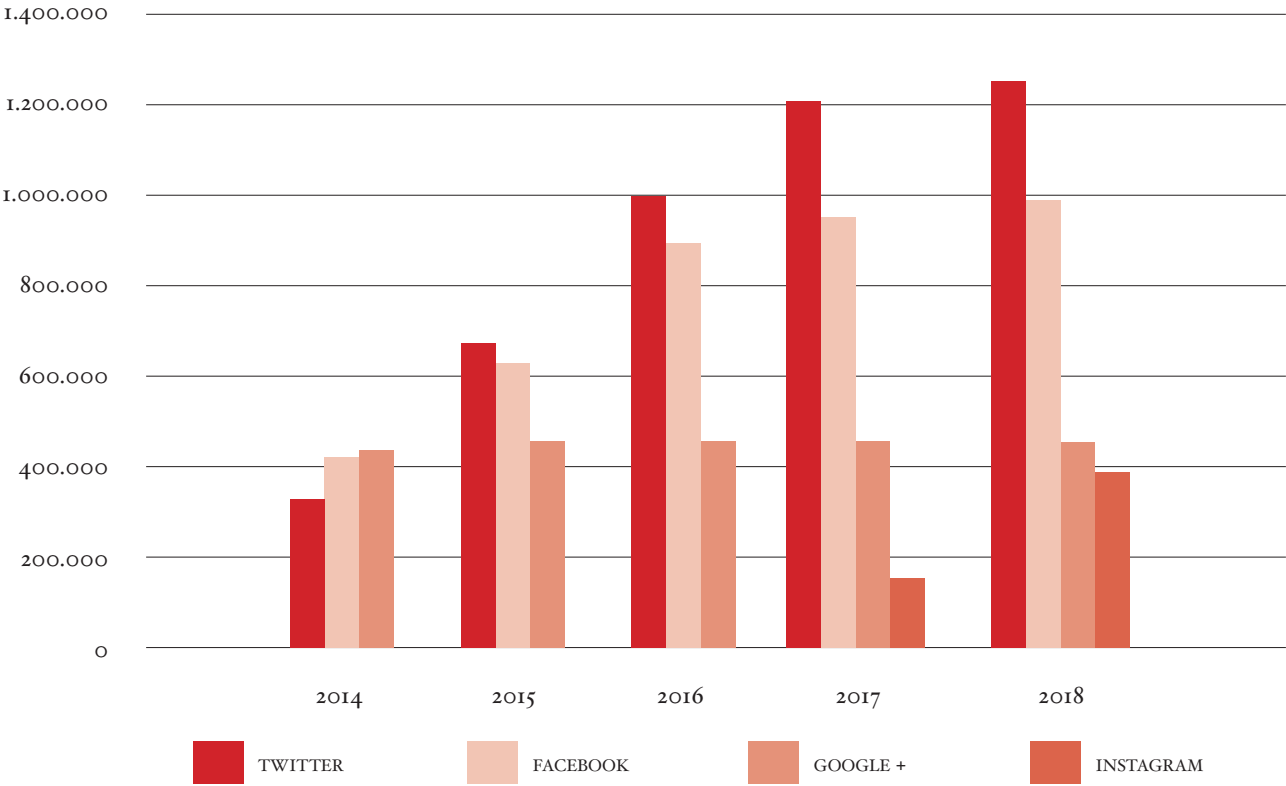
- Entre 2018 y 2019 el Museo ha realizado la mayor campaña de promoción nacional e internacional de su historia a través de una espectacular cobertura mediática con motivo de la celebración de su Bicentenario, generada únicamente gracias al interés y la calidad de sus actividades.
- El número de noticias en prensa e internet publicadas en relación al Museo se triplicó en la década 2006-2016, pasando de 5.636 a 15.756 impactos. En 2018 se produjo un nuevo salto, llegando a alcanzar los 23.995 impactos.
- Sólo la actividad expositiva de carácter temporal generó 1.151 noticias en 2018, y la edición especial del Telediario con motivo del inicio del Bicentenario del Museo llegó a más de 2 millones de espectadores.
- En 2018, el número de personas que tuvieron oportunidad de leer, visualizar o escuchar información relacionada con el Museo ascendió a más de 12 millones de personas y la valoración económica de las noticias aparecidas en los medios, según las tarifas publicitarias, sería de 227.819.583 €.

Audiencia 2018*



* Fuente: Kantar Media

Evolución de las redes sociales del Museo del Prado



Las exposiciones temporales, un atractivo más

El Museo Nacional del Prado desarrolla un ambicioso programa de exposiciones temporales en torno a sus colecciones, favoreciendo la colaboración con otras instituciones de carácter nacional e internacional. El objetivo es acceder y satisfacer a diferentes tipos de público, tanto en España como en el extranjero.

Algunas cifras...

- El número de visitantes a las exposiciones temporales del Museo organizadas dentro de su sede ha aumentado significativamente en los últimos años, llegando a las 1.206.799 personas en 2018.
- Las exposiciones temporales más visitadas del Museo en 2017 y 2018 rozaron los 500.000 y 400.000 visitantes respectivamente.
- Las exposiciones temporales organizadas por el Museo fuera de su sede, tanto en España como en el extranjero, registraron más de 2 millones de visitantes en 2018.
- En 2019 el Museo puso en marcha el proyecto «De gira por España», con motivo de la celebración de su Bicentenario, mediante el préstamo de una obra maestra a cada una de las comunidades autónomas, incluidas Ceuta y Melilla.
- El Museo ha llevado sus exposiciones temporales a países como Japón, Australia y Estados Unidos.



La actividad que no cesa

El Museo Nacional del Prado desarrolla su vocación cultural y educativa a través de PRADOEDUCACIÓN, un proyecto vivo que quiere servir de enlace con la sociedad del siglo XXI, otorgando un papel protagonista a una gran variedad de públicos: estudiantes, profesores, jóvenes, familias, niños y adultos, personas con necesidades especiales.

Algunas cifras...

- Cada año, más de 100.000 personas participan en las actividades educativas del Museo y el año del Bicentenario la previsión alcanza las 140.000.
- 43.339 fueron estudiantes, 39.705 fue público general, 1.714 fueron profesores, 4.067 fue público infantil, familiar y jóvenes, 1.636 fue comunidad y 1.714 fue público online.
- Las actividades culturales del Museo del Prado generan un impacto anual en los medios que ronda las 300 noticias.
- En 2019 el presupuesto del Museo destinado a actividades educativas creció un 48 % respecto al ejercicio anterior.



La buena reputación

La alta misión con la que nació y la extraordinaria riqueza y personalidad de sus colecciones otorgan al Museo del Prado un enorme poder simbólico y una relevancia institucional difícilmente comparable dentro y fuera de nuestro país. La medida de este valor reputacional aplicado al Museo del Prado ha sido objeto de diferentes estudios en los últimos años y ayuda a dimensionar su importancia:

En el año 2017 la Universidad de Rotterdam publicó un complejo estudio realizado en 10 países cuyas principales conclusiones fueron las siguientes:

- Los museos tienen mejor reputación que las empresas a nivel mundial en un 79 % frente a un 64,2 %.
- El Museo del Prado obtiene un 80 % en el ranking de reputación a nivel mundial, lo que le sitúa en el grupo de los 10 primeros museos, junto al British Museum de Londres, el Museo del Louvre en París, el Ermitage de San Petersburgo o el Rijksmuseum de Ámsterdam; a nivel europeo, el porcentaje de reputación del Museo del Prado aumenta hasta el 82,7 % y en España lidera posiciones con un 83,1 %.
- El Museo encabeza el ranking nacional de las instituciones y acontecimientos culturales más relevantes de 2018 de acuerdo con la opinión de más de mil expertos de la cultura española.
- El 95% de los españoles considera que el Museo del Prado es una de las grandes aportaciones de España a la cultura universal.

Ello se refleja en los reconocimientos que cada año obtiene el Museo del Prado en distintos ámbitos, siendo los más recientes:

- El Premio Princesa de Asturias de Comunicación y Humanidades 2019 como reconocimiento a la labor de conservación y divulgación de unos de los más ricos patrimonios artísticos del mundo.
- El Premio Global Fine Art por la exposición de El Bosco, en 2016. El premio se considera el Oscar del arte, y es otorgado todos los años por un grupo de 30 profesionales del sector entre más de 2.000 candidaturas.
- El Premio Webby a la mejor página web de instituciones culturales a nivel internacional en 2016 y a la iniciativa #10yearchallenge en la categoría redes sociales en 2019. Estos premios, son denominados por el New York Times como “el mayor reconocimiento de Internet”.

Comparación con la reputación del top 12 de empresas mundiales

Puesto	Compañía	Calificación reputacional
1	Rolex	80,38
2	LEGO	79,46
3	The Walt Disney Company	79,19
4	Canon	78,28
5	Google	78,22
6	Bosch	78,13
7	Sony	77,74
8	Intel	77,74
9	Rolls-Royce Aerospace	77,66
10	Adidas	77,27
11	Microsoft	77,12
12	BMW Group	76,93

Comparación con la reputación del top 12 de museos mundiales

Puesto	Museo	Calificación reputacional
1	Musée du Louvre, París	84,3
2	Van Gogh Museum, Amsterdam	81,90
3	Rijksmuseum, Amsterdam	81,7
4	State Hermitage Museum, San Petersburgo	81,4
5	British Museum, Londres	80,8
6	Museo de Orsay, París	80,6
7	Museos Vaticanos	80,4
8	Museo del Prado	80,0
9	National Gallery, Londres	79,5
10	Metropolitan Museum, NY	79,3
11	National Gallery of Art, Washington	79,1
12	Tate Modern, Londres	78,9

El Museo del Prado tiene una calificación reputacional de 80/100



Comprometidos con la sostenibilidad

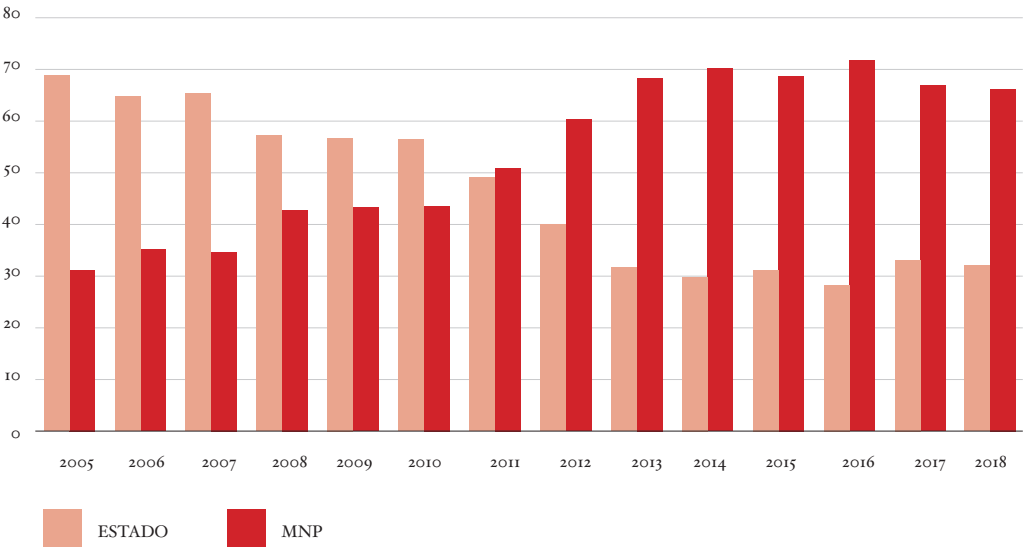
Un museo sostenible es aquel que busca un equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental a corto y largo plazo, contribuyendo a la mejora del bienestar y al progreso de las generaciones presentes y futuras. El Museo Nacional del Prado en los últimos años ha demostrado su voluntad de conciliar esta triple política de actuación.

Sostenibilidad económica

Teniendo en cuenta que el nivel de autofinanciación del Museo Nacional del Prado actualmente se sitúa en torno al 70%, los ingresos obtenidos a través del patrocinio privado han hecho posible el desarrollo de su actividad cultural en ámbitos como la educación, la investigación, la restauración, las adquisiciones y el desarrollo digital, además de la organización de exposiciones temporales.

- En 2018 alrededor de la mitad del total de visitantes del Museo accedió de manera gratuita.
- El Museo generó 9.570 puestos de trabajo directos, indirectos e inducidos en 2018.
- Los visitantes del Museo generaron un impacto económico de 467 millones de euros durante el 2018.

NIVEL DE FINANCIACIÓN ESTADO - MNP
2005 - 2018 (%)



Sostenibilidad social

El Museo Nacional del Prado aspira a ser un lugar abierto a todos. El compromiso social del Museo se manifiesta a través de numerosas actividades dirigidas a promover el acceso de las personas, independientemente de sus capacidades sensoriales y cognitivas.

- El Museo colabora con centros y entidades sociales o comunitarias como, por ejemplo, las iniciativas “El Prado para todos” y “Hoy toca el Prado”.
- El Museo participa en el programa *Museos +Sociales* de la Secretaría de Estado de Cultura, cuya finalidad es potenciar la inclusión social.
- El Museo lleva a cabo actuaciones solidarias dirigidas a los colectivos más vulnerables y desfavorecidos de la sociedad. En 2018 acogió a más de 200 personas en la cena de Nochebuena organizada por Mensajeros de la Paz.
- El Museo dispone de un Plan Estratégico de Accesibilidad.
- En 2018 el Museo recibió el distintivo “Con ILUNION por la accesibilidad” que reconoce el trabajo llevado a cabo por las organizaciones en pro de la accesibilidad universal e inclusión social de las personas con discapacidad.
- El Museo dirige numerosas medidas al fomento de la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.



Sostenibilidad ambiental

El Museo Nacional del Prado está comprometido con el medioambiente y la sostenibilidad:

- Fue el primer museo de España inscrito en el Registro Nacional de Huella de Carbono.
- Desarrolla activamente proyectos para la mejora del medioambiente, como “Lighting the Prado”, que ha permitido reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, ahorrar energía y mejorar la conservación de las obras mediante un nuevo sistema de iluminación con tecnología LED.
- El compromiso del Museo también incluye el apoyo a otras medidas sostenibles como el fomento del uso del transporte público entre sus empleados y la apuesta por las energías renovables y de cogeneración de alta eficiencia.



Patrocina un museo donde lo habitual es extraordinario

El Museo Nacional del Prado es uno de los lugares más populares y reconocidos en el mundo del arte, con 3 millones de visitantes anuales y una presencia online que supera los 10 millones.

Colaborar con nosotros significa contribuir a la consecución de nuestros objetivos: la conservación y difusión de una colección única en el mundo, el desarrollo de un concepto del Museo en constante renovación y el compromiso en favor del enriquecimiento cultural de la sociedad.

Nuestro programa de patrocinio ofrece oportunidades filantrópicas -donaciones- y de marketing -convenios-, así como fórmulas específicas adaptadas a los distintos intereses de todas aquellas personas y empresas interesadas en colaborar con el Museo.

¿Qué patrocinar?

En el Museo Nacional del Prado imaginamos y diseñamos operaciones de patrocinio a medida, perfilando la propuesta que mejor encaje con unos objetivos y presupuesto determinados, en torno a una gran variedad de actividades agrupadas en las siguientes líneas y susceptibles de ser financiadas total o parcialmente:

- **Las exposiciones temporales:** el Museo desarrolla una intensa actividad expositiva dentro y fuera de su sede en Madrid, con proyectos que dotan a las colecciones de renovadas lecturas.
- **PradoEducación:** es un proyecto que quiere servir de puente entre el Museo y la sociedad del siglo XXI. Este lugar común se construye en torno a propuestas educativas y de acción cultural que pretenden dar un papel protagonista a los diversos públicos.
- **Publicaciones:** el Museo es un gran centro editorial que publica cada año una ingente cantidad de materiales, desde los catálogos dedicados a las exposiciones, las monografías dedicadas a la investigación de la colección, las actas de los congresos, y otras más especializadas en su gestión, su historia, o divulgativas como el cómic del Museo.
- **La Colección:** el enriquecimiento y la ordenación de nuestras colecciones para extraer todo su potencial, la renovación de su presentación al público, las iniciativas de conservación preventiva que garanticen su disfrute por parte de generaciones futuras y el sostenimiento del *Prado disperso* en el mapa nacional, son las grandes líneas que aglutina esta línea de actuación financiable.
- **El Visitante:** las iniciativas encaminadas a mejorar la calidad de la visita y la diversidad de actividades de educación constituyen otra gran línea financiable de gran impacto social.
- **Infraestructuras:** la parte financiable de esta línea aglutina todas aquellas intervenciones de mantenimiento, sostenibilidad y mejora de las infraestructuras que integran el Museo, repartido en varios edificios de gran valor histórico artístico.
- **Salón de Reinos:** El Salón de Reinos fue el gran salón de ceremonias y fiestas del palacio del Buen Retiro, que el conde-duque de Olivares mandó construir como casa de recreo para Felipe IV a las afueras de Madrid, junto a la iglesia de San Jerónimo el Real, en la década de 1630. Con la rehabilitación de este edificio se culminará el Campus del Prado, un foco urbano que devolverá la coherencia al trazado histórico de la ciudad y aportará claridad a la experiencia del visitante. El proyecto presentado por el equipo integrado por Foster + Partners y Rubio Arquitectura reafirmará al Museo en su papel de institución cultural contemporánea.
- **El Centro de Estudios:** las iniciativas relacionadas con el desarrollo de la investigación de nuestras colecciones, los programas de formación para preparar a futuros profesionales en

Restauración, Museología o Historia del Arte y las iniciativas vinculadas a la Documentación y al Archivo del Museo se enmarcan dentro de esta línea de actuación.

- **Prado Digital:** existe todo un museo virtual que cada día atrae a más personas, y que implica el desarrollo de iniciativas de comisariado digital y relatos transmedia. El desarrollo de proyectos relacionados con este otro concepto de Museo son infinitos y su potencial también lo es.

El servicio de Patrocinio del Museo le podrá facilitar más información sobre las oportunidades y los beneficios asociados a la colaboración con el Museo Nacional del Prado. Su mail de contacto es: patrocinio@museodelprado.es

3 Maneras de estar

El programa de patrocinio del Museo contempla tres perfiles de patrocinador, y garantiza el retorno de la colaboración mediante:

- La visibilidad asociada a la actividad objeto de la colaboración.
- Diferentes beneficios en función de las necesidades: visitas para directivos, empleados o clientes, presencia en eventos del Museo, informe de impacto final, etc.



La rentabilidad del don

El don, donativo, donación o aportación está presente en nuestra vida cotidiana e implica la triple acción de dar, recibir y devolver, revelándose como una de las mejores maneras de crear lazos entre instituciones y personas, sin requerir grandes cantidades de dinero.

Existen numerosas posibilidades de colaborar con el Museo a través de la donación, tanto dineraria como de bienes artísticos. En todo caso, las donaciones deben ser irrevocables, puras y simples.

La Ley de Presupuestos Generales del Estado establece que las actuaciones del Museo Nacional del Prado para la consecución de sus fines están consideradas actividades prioritarias de mecenazgo, por lo que los límites de las deducciones aplicables son los más amplios que permite la legislación:

Base deducción IRPF	Porcentaje deducción	
	Hasta 150 €	Resto del importe del donativo
Mecenazgo	80%	35%
Fidelización	80%	40%

Base deducción Impuesto de Sociedades	Porcentaje deducción
Mecenazgo	40%
Fidelización	45%

Ejemplo práctico

DONACIÓN

- Durante el ejercicio 2019, su empresa ha realizado una donación de 50.000 euros asociada a un proyecto que, además de visibilidad y reconocimiento le reportará los siguientes beneficios fiscales: por valor de 50.000 €.
- Al año siguiente, la Base Imponible correspondiente a 2019 asciende a 1.000.000 €, de lo que resulta una cuota íntegra de 250.000 € (25% sobre la Base Imponible).
- La empresa se deducirá el 40% de la donación (50.000 € x 40% = 20.000 €), por lo que finalmente, pagará 230.000 euros (250.000 € cuota íntegra - 20.000 € de ahorro fiscal).

*Consultar Anexo 2: Contrato de donación

Otras fórmulas de colaboración: Conviértete en mecenas de tu evento en el Prado

Esta fórmula permite multiplicar la visibilidad de una entidad, poniendo en relación su evento privado con uno de los proyectos expositivos del Museo.

Por sus características, se trata de una opción especialmente interesante en el caso de aquellas empresas que deseen trascender en su relación con el Museo, aportando una cantidad adicional al importe de la tasa correspondiente por el uso del espacio del Museo, en forma de donación.

Para más información, por favor, contacte con el Servicio de Cesión de Espacios del Museo: eventos.privados@museodelprado.es

Tu equipo en el Museo del Prado

Esta fórmula está concebida para dar respuesta a aquellas empresas interesadas en trasladar a sus empleados o clientes los beneficios asociados a la colaboración con el Museo, en forma de visitas.

Prado 1

- 700 invitaciones individuales
- Acceso preferente al Museo, sin esperar colas
- Incluye la colección permanente y las exposiciones temporales
- Horario: de 10 a 20 h

10.000 euros

Prado 2

- 1.500 invitaciones individuales
- Acceso preferente al Museo, sin esperar colas
- Incluye la colección permanente y las exposiciones temporales
- Horario: de 10 a 20 h

20.000 euros

Prado 3

- 10.000 invitaciones individuales
- Acceso preferente al Museo, sin esperar colas
- Incluye la colección permanente y las exposiciones temporales
- Horario: de 10 a 20 h

120.000 euros

Patrocinadores del Museo Nacional del Prado



CONTACTO:
Servicio de Patrocinio del Museo del Prado
patrocinio@museodelprado.es
+34 91 330 29 39 / +34 91 330 28 48



