

Plan de Actuación 2022–2025

Museo
Nacional
del Prado

Plan de Actuación 2022–2025

Museo Nacional del Prado



MUSEO NACIONAL
DEL PRADO



Índice

I	Presentación	7
II	Una herramienta imprescindible para la gestión del museo	13
	<i>Estructura</i>	15
	<i>Implementación</i>	16
	<i>Seguimiento y Evaluación</i>	17
III	Visión	19
IV	Objetivos generales	23
	<i>Estrategias</i>	27
	<i>Proyectos</i>	31

CAPÍTULO I

Presentación

ESTAS PÁGINAS DE INTRODUCCIÓN deberían haber sido escritas a finales de 2020, año de finalización del anterior Plan de Actuación. Sin embargo, la incertidumbre generada por la COVID-19 aconsejó postergar el diseño y redacción de este quinto Plan de Actuación y prorrogar, un año más, el correspondiente al periodo 2017-2020; una decisión adoptada en el Pleno del Real Patronato celebrado el 21 de octubre de 2020.

Aunque la crisis sanitaria persiste, el avance de la vacunación y la evolución favorable de otros indicadores permiten al Museo Nacional del Prado mirar con esperanza y optimismo hacia un escenario marcado por la tendencia a la recuperación y el retorno a la “normalidad”.

Este nuevo Plan de Actuación se convierte, una vez más, en la mejor herramienta para trazar la hoja de ruta de un Museo del Prado que mira de manera diferente hacia su futuro, fruto de los acontecimientos vividos a lo largo de los últimos años. Unos momentos en los que la organización se ha visto fortalecida, al tiempo que ha demostrado su capacidad para adaptarse a circunstancias muy dispares.

La primera de ellas, muy anhelada, fue la conmemoración de su Bicentenario en el año 2019, una efeméride marcada por el deseo del museo de reflexionar sobre su evolución y transformación en todas sus vertientes y recordar los principales episodios del pasado de la institución, así como reforzar los lazos afectivos con la sociedad española.

La segunda, absolutamente inesperada, ha sido la pandemia ocasionada por la CO-

VID-19, de gran impacto en la andadura del Prado. Ello ha obligado a modificar algunos de sus hábitos más arraigados y a adaptarse a ese nuevo modelo ya conocido como museo *pos-Covid*, además de adecuar su gestión a las nuevas directrices emanadas de Europa.

Así, el Museo del Prado, además de seguir siendo una institución cultural de referencia, en estos próximos cuatro años va a ser una organización claramente comprometida con la transición digital, con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y con la capacidad transformadora de la cultura como dinamizadora de otros sectores económicos, tal y como se pone de manifiesto en este nuevo Plan de Actuación, donde la presencia de estos principios constituye una de sus principales novedades. Del mismo modo, estos se convierten en los ejes del proyecto “Campus Prado, Digital y Formación” en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia¹, instrumento fundamental en nuestro país para el desarrollo de los fondos europeos de recuperación Next Generation EU. Un proyecto que el museo va a desarrollar entre los años 2021-2023, cuyos fines y objetivos confluyen con los de su Plan de Actuación, no pudiéndose desvincular unos retos de tal envergadura.

Concurriendo este contexto europeo con el de la modernización de la Administración pública española, del que el Museo del Prado tampoco es ajeno, la institución se dispone a afrontar un futuro colmado de compromisos y responsabilidades.

A las obligaciones adquiridas ante un renovado entorno social, político y presupuestario, el museo quiere asumir otras que nacen de una reflexión más interna y que invitan a enfatizar en los próximos años su vocación nacional, mediante una nueva política de depósitos, y su proyección internacional, a través de la búsqueda de nuevas vías de colaboración y alianzas con entidades culturales y organismos internacionales. De este modo, se pretende dar continuidad a proyectos ya impulsados, al tiempo que se promueven nuevas iniciativas con el fin no solo de reconocer y valorar la dimensión y proyección del Prado por parte de la sociedad, sino también de asegurar la presencia de su colección fuera y dentro de nuestras fronteras.

Precisamente, en estas líneas de presentación no puede faltar la referencia al proyecto del Salón de Reinos, ya presente en anteriores Planes de Actuación del Museo del Prado, pero que en los próximos cuatro años entra en su recta final, convirtiéndose así en uno de sus grandes objetivos. Su consecución, además de dotar al campus Prado de una nueva infraestructura en la que terminar de desplegar todo el potencial de su colección y actividad museística, potenciará los valores históricos y patrimoniales de este singular edificio y su entorno, favoreciendo su integración en el área “Paisaje de la Luz”, recientemente declarada Patrimonio Mundial de la UNESCO en la categoría de paisaje cultural y que en su conjunto bien merece mul-

¹ Nota: se identifican en este documento con las siglas PRTR aquellos proyectos que van a ser financiados total o parcialmente con fondos europeos de recuperación.



Una herramienta imprescindible para la gestión del museo

titud de esfuerzos procedentes de diferentes ámbitos de la Administración.

Junto a estas apuestas de futuro, el Museo Nacional del Prado va a mantener su mirada firme y atenta sobre su colección, principal responsabilidad, razón de ser y eje de toda la actividad promovida por la institución y a la que el Plan dedica un extraordinario y justificado esfuerzo en aras de consolidar la excelencia en el cumplimiento de todas las funciones que definen al museo. Este objetivo ha permanecido de manera constante en todos los Planes de Actuación previos y, por ello, en este documento vuelve a adquirir un especial protagonismo.

Asimismo, hay que recordar que el Museo del Prado es mucho más que su extraordinaria colección, los edificios que la albergan y los públicos que la visitan. Se trata de una institución viva y dinámica donde trabajan un elevado número de profesionales sobre los que realmente recae la capacidad para transformar el museo. A este gran equipo el nuevo Plan de Actuación quiere dar un tratamiento señalado, por ser ellos quienes hacen posible, con su labor diaria y silenciosa, que la visita al museo, tanto presencial como virtual, sea la mejor experiencia. Gracias a su implicación y compromiso, los miles de usuarios y seguidores del museo encuentran en sus contenidos el atractivo y la calidad exigida, convirtiéndose en la mejor vía de fidelización de sus públicos.

Para finalizar, hay que añadir el firme propósito del museo de recuperar su estabilidad presupuestaria en estos próximos cuatro años mediante una gestión eficiente y responsable, acorde con los principios de buena gobernanza y de optimización financiera. Una aspiración fundamentada en la capacidad de generación de recursos propios, pero también en el convencimiento del necesario apoyo extraordinario del Estado para poder superar este inesperado escenario presupuestario y dotar a la institución de un régimen de financiación acorde a las nuevas circunstancias y compromisos.

En suma, todo ello añadirá al Museo del Prado una serie de rasgos que lo harán diferente, consolidándose como una institución comprometida socialmente, responsable con su entorno socioeconómico y medioambiental, transparente, digital, accesible, dinámica, ilusionante, atractiva... Unos adjetivos que solo esconden el deseo de transformación de un museo que desea hacer realidad esos sueños que ahora se convierten en los objetivos del nuevo Plan de Actuación 2022-2025.

Este impulso transformador que el museo afrontará a lo largo del próximo cuatrienio se sintetiza en una revisión del concepto de *visión* que, en el marco de los fines y objetivos que definen la *misión* del museo, establecidos en el artículo 3 de la *Ley 46/2003, de 25 de noviembre, reguladora del Museo Nacional del Prado*, y sin abandonar el perfil que lo ha definido como institución referente por su extraordinaria colección, su excelencia científica y su capacitación técnica en lo que respecta a la conservación y estudio de la historia del arte, han de añadir nuevos compromisos más acordes con los tiempos actuales.

Con la elaboración y redacción de este nuevo Plan de Actuación, el Museo Nacional del Prado cumple, una vez más, con la obligación establecida por la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, que exige a todas las entidades del sector público institucional contar con una herramienta de planificación sujeta a control de eficacia y supervisión continua.

Aprobado por el presidente del organismo, el ministro de Cultura y Deporte, a propuesta del Pleno del Real Patronato, en cumplimiento del artículo 5.4.b) del Real Decreto 433/ 2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Estatuto del Museo Nacional del Prado, este Plan se convierte en la firme hoja de ruta de la institución para los próximos cuatro años.

ESTRUCTURA

A diferencia de los anteriores Planes de Actuación, este nuevo plan presenta una estructura más afín a los criterios y principios de la planificación estratégica, en respuesta al interés de los órganos rectores del museo de asimilar esta herramienta con otras ya elaboradas y aprobadas en el seno de la Administración General del Estado, especialmente en el ámbito del Ministerio de Cultura y Deporte.

Con el fin de facilitar la comprensión del plan y su inserción en el modelo de gestión del Museo del Prado, se explican, a continuación, los términos y conceptos que lo rigen y que vertebran su contenido de forma ordenada y jerarquizada.

OBJETIVOS GENERALES

Metas, finalidades y propósitos de carácter genérico que han de ser alcanzados en el cuatrienio 2022-2025, convirtiéndose en los ejes de la transformación del museo durante este periodo.

ESTRATEGIAS

Líneas de actuación que han de ser impulsadas por la institución para lograr los objetivos generales establecidos y que, a su vez, aúnan proyectos con un mismo fin.

Cada objetivo general puede ser alcanzado por una o más estrategias.

PROYECTOS

Conjunto coordinado de actividades de diferentes tipologías que, amparadas por una

estrategia, se llevan a cabo en un marco temporal limitado y con unos recursos presupuestarios, humanos y materiales determinados, con el propósito de alcanzar un objetivo específico que contribuya, asimismo, a la consecución de un objetivo general.

Los proyectos concluyen con resultados tangibles como productos, servicios, infraestructuras, equipamientos, etc.

Cada estrategia puede ser desarrollada por uno o varios proyectos.

IMPLEMENTACIÓN

El Plan de Actuación 2022-2025 no es solo el desarrollo de los tres conceptos anteriormente descritos (objetivos generales, estrategias y proyectos) ni puede ser considerado una herramienta de planificación aislada del resto de instrumentos concebidos para la correcta gestión del Museo del Prado. Ha de ser entendido como el engranaje que articula el modelo de planificación estratégica de la institución, cuya implementación exige un trabajo continuo y permanente que garantice su viabilidad y adecuación a los diferentes escenarios presupuestarios, a las circunstancias y prioridades de cada momento y a los recursos disponibles en cada uno de los ejercicios en los que se lleva a cabo.

Con este propósito, dicha metodología requiere la elaboración sistemática, durante el periodo 2022-2025, de un Plan Anual de Actividades (Anexo 1), como herramienta anual de planificación que detalle todas y cada una de las acciones que resulten de un primer nivel de descomposición de un proyecto. En dicho documento han de figurar encuadradas todas ellas en sus correspondientes objetivos generales, estrategias y proyectos, indicándose los plazos de ejecución de cada acción y su unidad responsable. Su elaboración debe realizarse en el último trimestre del año anterior a su ejecución y una vez puesto en marcha tiene que revisarse y actualizarse con una periodicidad semestral, cumpliendo de este modo con los principios fijados por la Ley 40/2015, antes citados, de control de eficacia y supervisión continua. Dado que lógicamente muchas de las actividades se desarrollarán en un periodo superior a un año, su presencia abarcará varias anualidades.

La elaboración del Plan Anual de Actividades se desarrolla en sincronía directa con herramientas de control presupuestario, como las Fichas Anuales de Seguimiento Presupuestario del Gasto, en las que quedan ordenados por actividades y por unidades responsables, la previsión de gasto y su estado (comprometido o ejecutado), actualizándose según avance la tramitación del correspondiente expediente económico y su desarrollo.

Se ha de tener presente que el Plan de Actuación 2022-2025 no es omnicompreensivo de toda la actividad que desarrolla el museo, sino que se centra en aquella actividad

singular que, alineada con el cumplimiento de los objetivos generales establecidos en dicho documento, lo va a hacer diferente durante ese periodo.

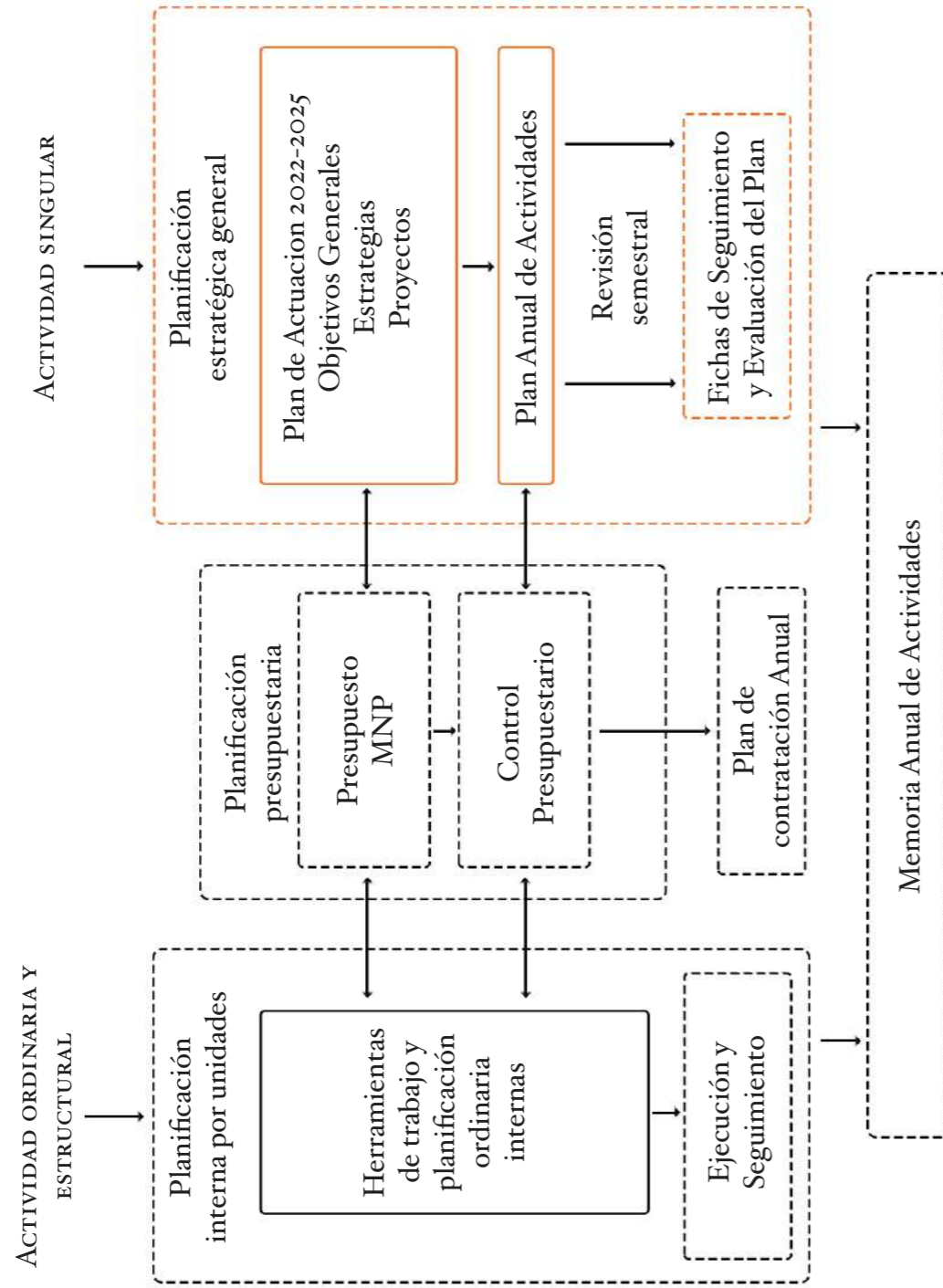
La actividad ordinaria y estructural de la institución, recogida en las herramientas de trabajo y de planificación internas de cada unidad, confluye con aquellas singulares definidas en el Plan Anual de Actividades en las citadas Fichas Anuales de Seguimiento Presupuestario del Gasto. Desde el punto de vista del modelo de planificación presupuestaria de la institución, esta herramienta permite disponer de una visión completa y precisa de toda la actividad económica del museo y cumplir tres funciones básicas para una gestión presupuestaria eficiente y eficaz: la previsión, la planificación y el control.

Por último, se ha de citar otra importante herramienta que se deriva de las anteriormente mencionadas, el Plan de Contratación Anual, instrumento que permite planificar, ejecutar y evaluar la contratación de bienes, obras y servicios requerida para la materialización de todos los proyectos y actividades del museo, además de cumplir otro requisito de la gestión pública establecido por el artículo 28.4 de la Ley de Contratos del Sector Público.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Elemento esencial de la planificación estratégica es la fase de seguimiento y evaluación periódica del grado de cumplimiento de los objetivos del Plan de Actuación. Con este fin, partiendo del Plan Anual de Actividades, se ha configurado una Ficha de Seguimiento y Evaluación (Anexo 2) que, con carácter semestral, permite conocer la evolución e identificar el grado de desarrollo de cada actividad. Gracias a este análisis, se obtienen indicadores de ejecución y se conocen las razones de las desviaciones producidas sobre los plazos previstos, contribuyendo a corregir o subsanar los problemas detectados.

A esta herramienta se suma la Memoria Anual de Actividades, donde, a modo de informe y balance final, han de recogerse los resultados de la ejecución del Plan de Actuación en la anualidad correspondiente, junto a la actividad ordinaria y estructural del museo realizada por todas las unidades que integran su estructura orgánica. Esta Memoria se convierte así en el testimonio último de toda la actividad de la institución y su aprobación por el Pleno del Real Patronato, tal y como establece el artículo 5.4.c) de su Estatuto, cierra este modelo de gestión del Museo del Prado basado en la planificación y programación a partir de su Plan de Actuación 2022-2025.



Visión

Museo que reconoce a todos sus públicos como factor clave junto a su colección, comprometido con la mejora de su experiencia y de su relación con ellos, referente en accesibilidad universal y en integración social y cultural, inclusivo y atractivo.

Museo que apuesta por la renovación de su discurso expositivo y una nueva presentación de su colección, acorde con las nuevas líneas de investigación, y por la búsqueda permanente de la excelencia en su política de restauración y conservación.

Museo reconocido por la presencia de su colección en todo el territorio nacional y por su capacidad y responsabilidad de difundir, más allá de su sede, el valor y singularidad de una de las principales Colecciones de arte occidental, que abarca desde la antigüedad hasta el siglo xx.

Museo comprometido con su proyección internacional y con el deseo de mantener y establecer nuevos lazos de colaboración y alianzas con entidades afines, como institución de referencia en la cooperación y en el intercambio de conocimiento.

Museo consolidado como entorno educativo de calidad, comprometido con una enseñanza participativa, transformadora y creativa.

Museo que potencia su identidad como centro de formación académica y de investigación de referencia en el ámbito de la historia del arte y de la gestión cultural, y que visibiliza su labor a través del desarrollo de nuevos contenidos, soluciones y experiencias digitales.

Museo distinguido por la capacitación e implicación de su capital humano, por su estructura organizativa y por su firme voluntad de atracción, selección y formación del talento más adecuado para el desarrollo de su actividad.

Museo comprometido con la transición digital, con los valores definidos en la Agenda 2030 para el Desarrollo sostenible y con la capacidad transformadora de la cultura como agente dinamizador de otros sectores económicos.

Institución que ha consolidado un modelo de gestión más eficiente y responsable, acorde con los principios de buena gobernanza y optimización financiera, fortalecida tras el impacto ocasionado por la crisis sanitaria COVID-19

Museo comprometido con los valores históricos, patrimoniales y arquitectónicos de los inmuebles que componen sus sedes y reconocido por su capacidad, firmeza y responsabilidad en la rehabilitación y apertura del Salón de Reinos como espacio expositivo de excepcional singularidad.

Objetivos generales

Normalizar el museo, en términos económicos y de públicos, tras el impacto de la pandemia de la covid-19.

Responder a las nuevas demandas culturales y alcanzar la excelencia en el cumplimiento de las funciones del museo.

Reposicionar la colección del museo en el contexto nacional mediante una nueva política de depósitos del llamado “Prado Disperso”, bajo un marco de colaboración institucional.

Adecuar la gestión e infraestructuras de la institución, como servicio público, a las directrices modernizadoras de la Administración.

Culminar la configuración del campus Prado con la adecuación y apertura pública del Salón de Reinos.

Estrategias

OBJETIVO GENERAL 1

Normalizar el museo, en términos económicos y de públicos, tras el impacto de la pandemia de la COVID-19.

ESTRATEGIAS

- Ampliar y mejorar la relación con los públicos para garantizar su disfrute, participación y valoración de la institución.
- Facilitar a todas las personas el acceso, comprensión, uso y disfrute de los espacios, servicios y contenidos del museo de manera normalizada, cómoda y segura.
- Implementar diversas herramientas y metodologías en el ámbito digital para mejorar la experiencia de los usuarios y visitantes.
- Fortalecer alianzas con otros museos y entidades, tanto públicas como privadas, de carácter social y cultural, y desarrollar nuevas vías de colaboración y captación de recursos en el ámbito nacional e internacional.

OBJETIVO GENERAL 2

Responder a las nuevas demandas culturales y alcanzar la excelencia en el cumplimiento de las funciones del museo.

ESTRATEGIAS

- Concebir y desarrollar nuevos discursos y estudios sobre la colección para su mejor exposición y mayor difusión.
- Impulsar el museo como centro de documentación.
- Organizar nuevos proyectos expositivos para un mejor conocimiento de la colección.
- Afirmar la política de restauración y conservación preventiva.
- Consolidar el museo como entorno educativo de calidad.
- Impulsar la actividad del Centro de Estudios, desarrollando la línea de formación académica e investigación de la institución.
- Desarrollar contenidos, soluciones y experiencias digitales que favorezcan la difusión y visibilidad de la labor investigadora y de conservación del museo, así como de sus publicaciones.

OBJETIVO GENERAL 3

Reposicionar la colección del museo en el contexto nacional mediante una nueva política de depósitos del llamado “Prado Disperso”, bajo un marco de colaboración institucional.

ESTRATEGIAS

- Fomentar el carácter nacional del museo mediante la presencia y visibilidad de la colección en todo el territorio español.
- Garantizar el estado de conservación de los fondos integrados en “Prado Disperso”.
- Fomentar el conocimiento de los depósitos del museo y su difusión en línea.

OBJETIVO GENERAL 4

Adecuar la gestión e infraestructuras de la institución, como servicio público, a las directrices modernizadoras de la Administración.

ESTRATEGIAS

- Impulsar la transparencia y el buen gobierno en todos los ámbitos de la institución.
- Consolidar una política de recursos humanos y de organización que favorezca la atracción de talento y la vinculación y participación activa de los profesionales que integran el museo.
- Continuar la adecuación de las infraestructuras y dotaciones de la institución para un mejor servicio público y optimizar las condiciones de conservación y almacenamiento de los bienes que en ella se custodian.
- Impulsar la transformación digital de la administración del museo.

OBJETIVO GENERAL 5

Culminar la configuración del campus Prado con la adecuación y apertura pública del Salón de Reinos.

ESTRATEGIAS

- Finalizar el proceso de adecuación de infraestructuras y dotaciones del edificio.
- Adaptar la ordenación de la colección permanente para fortalecer la vinculación histórica de parte de ella con el Salón de Reinos e integrar los espacios polivalentes de este en la programación de exposiciones temporales.
- Adecuar la dotación y capacitación de recursos humanos a las nuevas infraestructuras y posibilidades de actuación.

- Revisar las condiciones de acceso y acogida para favorecer la visita combinada a los edificios Villanueva–Jerónimos y Salón de Reinos.
- Asegurar un completo desarrollo de la actividad pública del Salón de Reinos.
- Potenciar la visibilidad y notoriedad del objetivo general mediante diversas estrategias de comunicación.



Proyectos

OBJETIVO GENERAL I

Normalizar el museo, en términos económicos y de públicos, tras el impacto de la pandemia de la COVID-19.

ESTRATEGIA I.1

Ampliar y mejorar la relación con los públicos para garantizar su disfrute, participación y valoración de la institución.

Proyecto I.1.1. Conocimiento de los públicos como guía de actuación

Objetivo específico: Integrar la información y conocimiento sobre los públicos, elemento clave junto a la colección, para facilitar la toma de decisiones y gestión del museo, mejorando el servicio ofrecido a estos y ampliando el alcance y naturaleza de la relación con ellos.

Proyecto I.1.2. Recuperación progresiva de visitantes y atracción de nuevos públicos

Objetivo específico: Incrementar la afluencia de los perfiles actuales y de aquellos previos a la pandemia y atraer visitantes poco o nada representados en la composición actual de los públicos.

Proyecto I.1.3. El museo, la mejor experiencia

Objetivo específico: Mejorar y desarrollar productos y servicios que enriquezcan la visita y amplíen la relación con los públicos más allá del momento concreto de la misma, incentivando su fidelización.

ESTRATEGIA I.2

Facilitar a todas las personas el acceso, comprensión, uso y disfrute de los espacios, servicios y contenidos del museo de manera normalizada, cómoda y segura.

Proyecto 1.2.1. Accesibilidad universal

Objetivo específico: Continuar el proceso de adecuación de las infraestructuras, servicios, actividades y contenidos para alcanzar la eliminación y/o disminución del impacto de barreras físicas, sensoriales o cognitivas en el acceso y disfrute universal del museo y su certificación normativa. (PRTR)

Proyecto 1.2.2. “Prado Social” y “Prado Inclusivo”

Objetivo específico: Desarrollar nuevos programas, actividades y recursos que permitan el acceso de aquellos sectores de la población con dificultades sociales, culturales o económicas.

Proyecto 1.2.3. Señalización integral

Objetivo específico: Ampliar la visibilidad del campus Prado en el entorno urbano y permitir a todos los públicos orientarse, informarse y circular de manera fácil y rápida por todos sus edificios. (PRTR)

ESTRATEGIA 1.3

Implementar diversas herramientas y metodologías en el ámbito digital para mejorar la experiencia de los usuarios y visitantes.

Proyecto 1.3.1. CRM integral

Objetivo específico: Desarrollar un CRM (aplicativo para la gestión integrada de las relaciones con terceros) para una mejor tramitación digital de los procesos relacionados con actos, actividades, difusión, etc. (PRTR)

Proyecto 1.3.2. Analítica digital

Objetivo específico: Implantar un sistema integral de análisis de datos cuantitativos y cualitativos de los usuarios de los diferentes activos digitales de la institución (website, redes sociales, aplicaciones, etc.) para la mejora de los servicios y contenidos facilitados a los mismos. (PRTR)

Proyecto 1.3.3. E-marketing

Objetivo específico: Realizar campañas específicas de marketing digital sobre la programación y actividades del museo en web, redes sociales, medios y plataformas digitales, etc. (PRTR)

ESTRATEGIA 1.4

Fortalecer alianzas con otros museos y entidades, tanto públicas como privadas, de carácter social y cultural, y desarrollar nuevas vías de colaboración y captación de recursos en el ámbito nacional e internacional.

Proyecto 1.4.1. Fomento de vínculos institucionales

Objetivo específico: Desarrollar acciones propias que contribuyan a la mejora e intensificación de la proyección de la imagen del museo en la sociedad y atender y estimular propuestas de colaboración institucional procedentes de otros museos, asociaciones y entidades, públicas y privadas, dotadas de un trasfondo cultural.

Proyecto 1.4.2. Fidelización y captación de patrocinadores y otras vías de financiación

Objetivo específico: Sostener, dar coherencia administrativa y cumplir con los compromisos adquiridos con otras entidades a través del Programa de Patrocinio, enriquecer el panel de patrocinadores y potenciar fórmulas alternativas viables a nivel jurídico y administrativo, como la cesión de espacios o el micromecenazgo, para allegar fondos.

Proyecto 1.4.3. Colaboración con organizaciones internacionales

Objetivo específico: Establecer y desarrollar relaciones de reciprocidad con organismos multilaterales de carácter internacional, con los que incentivar la transferencia de conocimientos y experiencias útiles y beneficiosas en la consecución de objetivos por ambas partes.

Proyecto 1.4.4. Difusión y explotación de activos digitales

Objetivo específico: Desarrollar e implementar un plan orientado a presentar, ofrecer y personalizar los activos digitales a otros museos e instituciones afines como herramientas tecnológicas avanzadas para la gestión, documentación y publicación de su colección y actividades. (PRTR)

OBJETIVO GENERAL 2

Responder a las nuevas demandas culturales y alcanzar la excelencia en el cumplimiento de las funciones del museo.

ESTRATEGIA 2.1

Concebir y desarrollar nuevos discursos y estudios sobre la colección para su mejor exposición y mayor difusión.

Proyecto 2.1.1. La colección: su investigación

Objetivo específico: Desarrollar e impulsar nuevas líneas de conocimiento y catalogación de los fondos que integran la colección del museo como eje vertebrador de su actividad, poniendo a disposición de la comunidad científica, de ámbito nacional e internacional, y de los públicos el resultado de las mismas.

Proyecto 2.1.2. Instalación museográfica de la colección de escultura y artes decorativas

Objetivo específico: Fomentar la integración de la colección de escultura y artes decorativas en el discurso expositivo, generar nuevas lecturas y conocimiento en torno a este conjunto de obras y crear espacios novedosos para su exclusiva presentación.

Proyecto 2.1.3. Instalación museográfica de la colección de pintura, dibujos y estampas en el edificio Villanueva

Objetivo específico: Renovar, con vocación de estabilidad, los criterios de presentación de la exposición permanente de pintura, dibujos y estampas, estableciendo nuevos diálogos y miradas cruzadas entre obras de artistas de diferentes épocas y escuelas, brindando un acercamiento más completo y sugerente.

Proyecto 2.1.4. Promoción y refuerzo de las publicaciones ligadas a la labor investigadora del museo en el ámbito de su colección

Objetivo específico: Dar continuidad a los catálogos de exposiciones y de la colección permanente, la Serie Uno y la Colección Bicentenario y mejorar su visibilidad, su difusión e impacto académico.

ESTRATEGIA 2.2

Impulsar el museo como centro de documentación.

Proyecto 2.2.1. Sistemas de gestión digital de fondos museográficos

Objetivo específico: Mejorar los criterios de identificación de las colecciones del museo y renovar y ampliar los sistemas digitales de gestión de las mismas. Conseguir unos protocolos de trabajo más eficaces y transparentes y favorecer el archivo y recuperación de la información vinculada a la colección, así como de los fondos documentales y bibliográficos asociados a ella, como factor clave en su conservación, investigación y difusión. (PRTR)

Proyecto 2.2.2. Consolidación del museo como fuente bibliográfica y documental

Objetivo específico: Enriquecer los fondos documentales y bibliográficos, así como extender su conocimiento, con el fin de apoyar la investigación de los bienes culturales, además de impulsar la dimensión científica, educativa y divulgativa de la institución.

Proyecto 2.2.3. Fondos históricos del Archivo Fotográfico

Objetivo específico: Digitalizar, catalogar y difundir el conjunto de fondos históricos custodiados en el Archivo Fotográfico del museo, poniéndolos a disposición de la comunidad científica y de la sociedad en su conjunto. (PRTR)

ESTRATEGIA 2.3

Organizar nuevos proyectos expositivos para un mejor conocimiento de la colección.

Proyecto 2.3.1. Exposiciones temporales en la sede del museo

Objetivo específico: Desarrollar una programación de exposiciones temporales, con muestras articuladas principalmente en torno a la colección y a lecturas diversas de la misma, como vía de comunicación de la actividad investigadora de la institución y como modo de acercar dichos bienes culturales y la propia historia del arte a distintos públicos.

Proyecto 2.3.2. "Obra Invitada"

Objetivo específico: Fomentar relaciones con otros museos y colecciones que permitan recibir en préstamo obras de especial relevancia para mostrarlas junto a otras de la colección permanente, reforzando o complementando aspectos poco representados en ella que contribuyan al mismo tiempo al enriquecimiento de la visita.

Proyecto 2.3.3. "Prado Itinerante"

Objetivo específico: Incentivar la presencia del museo en el territorio nacional mediante la celebración de exposiciones en torno a sus propios fondos, basadas en discursos novedosos y transversales, como parte de la programación llevada a cabo en sedes de otros museos e instituciones culturales.

Proyecto 2.3.4. “Prado Internacional”

Objetivo específico: Incrementar la presencia internacional del museo mediante la organización de exposiciones en torno a la colección en otros países, difundiendo y ampliando el conocimiento de sus fondos museográficos entre públicos extranjeros y contribuyendo con ello a la difusión de la cultura e imagen de España en el exterior.

Proyecto 2.3.5. Sala Prado - Palacio de los Águila

Objetivo específico: Desarrollar el plan museográfico para el espacio dedicado a la exhibición de fondos del museo en el Palacio de los Águila, en colaboración con el Ministerio de Cultura y Deporte y con las demás administraciones implicadas en el proyecto, reforzando la presencia de la colección en el territorio nacional y revalorizando la riqueza patrimonial de la ciudad de Ávila.

ESTRATEGIA 2.4

Afirmar la política de restauración y conservación preventiva.

Proyecto 2.4.1. La colección: su restauración

Objetivo específico: Asegurar la integridad física de la colección para facilitar su apreciación y comprensión, con fines de estudio y exposición, a efectos estéticos y de sus valores.

Proyecto 2.4.2. La colección: su conservación preventiva

Objetivo específico: Garantizar que las condiciones y procesos vinculados a exposición, almacenaje, manipulación y movimiento de la colección son idóneas para su correcta preservación.

ESTRATEGIA 2.5

Consolidar el museo como entorno educativo de calidad.

Proyecto 2.5.1. “Prado Educación Deslocalizado”

Objetivo específico: Fomentar la creación de redes de colaboración y alianzas con otros agentes e instituciones culturales que permitan activar, desde el punto de vista educativo, la colección de “Prado Disperso”, “Prado Itinerante” y “Prado Internacional”, generando nuevos diálogos de enseñanza/aprendizaje y reforzando la visibilidad del museo en el ámbito nacional e internacional.

Proyecto 2.5.2. “Canal Prado Educación”

Objetivo específico: Mejorar y aumentar la presencia de contenidos educativos en el website y trabajar en el desarrollo de recursos digitales como vía para investigar nuevas narrativas y formatos.

Proyecto 2.5.3. “Prado Escuela Expandida”

Objetivo específico: Fomentar espacios de cocreación orientados a diseñar recursos que tengan una repercusión en el aprendizaje, generando experiencias transformadoras e incentivando la transferencia entre los ámbitos de la educación formal y no formal.

Proyecto 2.5.4. Un lugar para la creación contemporánea

Objetivo específico: Promover la idea del museo como lugar de aprendizaje y espacio de encuentro con los creadores de épocas pasadas, reflexionando sobre la pervivencia de sus enseñanzas e influencias en la creación actual.

Proyecto 2.5.5. Prácticas de mediación

Objetivo específico: Implementar nuevos enfoques en los programas educativos destinados a familias, adultos y jóvenes, promoviendo espacios de escucha y codiseño que incorporen sus voces al propio museo y del que partan proyectos curatoriales o comisariados educativos.

ESTRATEGIA 2.6

Impulsar la actividad del Centro de Estudios, desarrollando la línea de formación académica e investigación de la institución.

Proyecto 2.6.1. Actividad formativa presencial y en línea

Objetivo específico: Programar y desarrollar la Cátedra Museo del Prado, conferencias, congresos y encuentros científicos, cursos y seminarios, incrementando los niveles de actividad presencial y alcanzando nuevas audiencias entre el público deslocalizado mediante la emisión en línea de dichas actividades. (PRTR)

Proyecto 2.6.2. Estancias de formación e investigación

Objetivo específico: Afianzar los programas de becas de formación y/o investigación predoctoral y de becas posdoctorales de investigación, así como de los de acogida de profesionales, investigadores visitantes y estudiantes en prácticas formativas.

Proyecto 2.6.3. Consolidación y refuerzo de la línea editorial vinculada al Centro de Estudios

Objetivo específico: Dar continuidad a las publicaciones de la Cátedra Museo del Prado, las actas de congresos y los números del Boletín del Museo del Prado, así como introducir otros formatos digitales y de producción videográfica y filmográfica.



Proyecto 2.6.4. Plataforma digital de formación e investigación

Objetivo específico: Desarrollar una plataforma digital de formación e investigación colaborativa que refuerce los recursos ofrecidos desde el Centro de Estudios, fortalecer la colaboración con redes museísticas, universitarias y científicas y crear un espacio físico de encuentro entre investigadores. (PRTR)

ESTRATEGIA 2.7

Desarrollar contenidos, soluciones y experiencias digitales que favorezcan la difusión y visibilidad de la labor investigadora y de conservación del museo, así como de sus publicaciones.

Proyecto 2.7.1. Innovation Hub

Objetivo específico: Crear un Hub tecnológico donde participen empresas, centros de investigación u otros museos para el desarrollo de proyectos de creación de contenidos y experiencias digitales en red. (PRTR)

Proyecto 2.7.2. “Plataforma Digital PRADO”

Objetivo específico: Desarrollar una solución digital, interoperable e integral sobre una plataforma de inteligencia artificial semántica basada en grafos de conocimiento, para la gestión, documentación y publicación de la colección y actividades de la institución. (PRTR)

Proyecto 2.7.3. Ampliación y renovación del website

Objetivo específico: Diseñar e implementar nuevos canales, contenidos y funcionalidades en el website del museo, así como modernizar su diseño y mejorar la experiencia de usuario. (PRTR)

Proyecto 2.7.4. Digitalización de contenidos

Objetivo específico: Ampliar el número de obras de arte, fotografías, publicaciones y documentos digitalizados con el objetivo de difundirlos en el website del museo y en sus redes sociales. (PRTR)

Proyecto 2.7.5. Comunicando el Prado

Objetivo específico: Extender y ampliar la excelencia de las actividades en el ámbito de la comunicación para aumentar el interés de los ciudadanos e impulsar el valor de la marca “Prado” dentro y fuera de nuestras fronteras, incorporando, en una línea de innovación, vanguardia, credibilidad y respeto a los bienes culturales y a sus propios autores, nuevas herramientas y canales de comunicación.

OBJETIVO GENERAL 3

Reposicionar la colección del museo en el contexto nacional mediante una nueva política de depósitos del llamado “Prado Disperso”, bajo un marco de colaboración institucional.

ESTRATEGIA 3.1

Fomentar el carácter nacional del museo mediante la presencia y visibilidad de la colección en todo el territorio español.

Proyecto 3.1.1. Nuevas “Salas Prado”

Objetivo específico: Configurar, en colaboración con las instituciones depositarias, espacios destinados a la presentación y puesta en valor del conjunto de obras depositadas en dichas entidades, así como en aquellas otras que aún no las tengan.

Proyecto 3.1.2. Reordenación de depósitos

Objetivo específico: Reorganizar, en coordinación con las instituciones depositarias y con la comunidad autónoma, provincia o ciudad donde estas se encuentren, el conjunto de obras depositadas para favorecer la identidad y vinculación de estas, sea a través de los autores o de los temas representados, y mejorar su exhibición de cara a los visitantes.

ESTRATEGIA 3.2

Garantizar el estado de conservación de los fondos integrados en “Prado Disperso”.

Proyecto 3.2.1. Revisión de “Prado Disperso”

Objetivo específico: Continuar el plan de revisión de las obras depositadas en las diferentes comunidades autónomas, así como en embajadas y consulados españoles, con el fin de actualizar el estado de conservación y ubicación de las mismas en sus correspondientes instituciones, garantizando así su correcta preservación, seguridad y accesibilidad.

Proyecto 3.2.2. Formación de restauradores de las instituciones depositarias

Objetivo específico: Desarrollar estancias de formación en el museo destinadas a personal, bien perteneciente a las instituciones depositarias, bien que pueda trabajar en estas, para favorecer una mejor conservación e intervención de las obras depositadas, y formar a profesionales en la dinámica de trabajo del museo con el

propósito de que en el futuro puedan colaborar con este valorando el estado de conservación y las necesidades de restauración de dichos depósitos.

Proyecto 3.2.3. Restauración de “Prado Disperso”

Objetivo específico: Ejecutar nuevos proyectos de restauración o conservación de las obras depositadas en diferentes instituciones del territorio nacional, así como en embajadas y consulados españoles.

ESTRATEGIA 3.3

Fomentar el conocimiento de los depósitos del museo y su difusión en línea.

Proyecto 3.3.1. Investigación de la colección en depósito

Objetivo específico: Desarrollar e impulsar nuevas vías de investigación de los depósitos del museo, bajo un marco de colaboración institucional, como fundamento de la actividad cultural y divulgativa a realizar en torno a ellos, poniendo a disposición de la comunidad científica y de los públicos de las instituciones depositarias el resultado de las mismas.

Proyecto 3.3.2. Actividades culturales en torno a la colección en depósito

Objetivo específico: Desarrollar y poner en marcha diversas actividades en las entidades depositarias para poner en valor y mejorar la visibilidad de las obras en su entorno social y académico.

Proyecto 3.3.3. El “Prado Disperso” en línea

Objetivo específico: Revisar la información sobre las obras depositadas para su inclusión en el website del museo, mejorando su visibilidad y accesibilidad. (PRTR)

OBJETIVO GENERAL 4

Adecuar la gestión e infraestructuras de la institución, como servicio público, a las directrices modernizadoras de la Administración.

ESTRATEGIA 4.1

Impulsar la transparencia y el buen gobierno en todos los ámbitos de la institución.

Proyecto 4.1.1. Gobernanza ética e integridad institucional

Objetivo específico: Regular y garantizar el derecho de acceso a la información, establecer mecanismos y obligaciones de buen gobierno en todos los ámbitos de la institución e integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 en los procesos de toma de decisiones.

Proyecto 4.1.2. Manual de Procedimientos

Objetivo específico: Fundamentar la actividad del museo en un marco normativo de carácter interno que contenga de forma ordenada, detallada, sistemática e integral todas las instrucciones, responsabilidades e información sobre las políticas, funciones, sistemas y procedimientos de la organización, contribuyendo a su desarrollo de manera eficiente y eficaz.

Proyecto 4.1.3. Adaptación a la nueva normativa jurídica

Objetivo específico: Garantizar el cumplimiento efectivo de la nueva legislación que afecte al museo en el periodo establecido y adaptar los planes y protocolos internos afectados por su aplicación.

Proyecto 4.1.4. Producción y consumo responsables

Objetivo específico: Incorporar nuevos criterios medioambientales en los procesos de gestión interna del museo que reduzcan los impactos negativos de su actividad, mejorar la eficiencia energética y la sostenibilidad de sus inmuebles e instalaciones y fomentar las relaciones con instituciones y empresas que promuevan y favorezcan este tipo de prácticas.

ESTRATEGIA 4.2

Consolidar una política de recursos humanos y de organización que favorezca la atracción de talento y la vinculación y participación activa de los profesionales que integran el museo.

Proyecto 4.2.1. Atracción, selección y formación de talento

Objetivo específico: Atraer a los mejores perfiles profesionales para el óptimo desempeño de los puestos de trabajo e integrarlos en un organigrama adecuado a las necesidades funcionales del museo, asegurar la eficiencia en la selección para la ágil cobertura de vacantes y garantizar una formación avanzada y especializada del equipo humano.

Proyecto 4.2.2. Ser y sentirse del Prado

Objetivo específico: Impulsar la excelencia, calidad y eficiencia en la prestación del servicio público mediante el fomento de la participación activa de los empleados por medio de la evaluación del desempeño y rendimiento individual, del reconocimiento del mérito, del desarrollo profesional y de la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Proyecto 4.2.3. Una labor de equipo

Objetivo específico: Desarrollar y reforzar las dinámicas de trabajo a través de la programación, coordinación, comunicación, transparencia y participación interna, facilitando la activación sincronizada de todas las unidades en el cumplimiento de sus objetivos.

Proyecto 4.2.4. Implantación del trabajo en línea

Objetivo específico: Constituir, previa negociación colectiva, un sistema voluntario de teletrabajo parcial que permita actualizar la cultura organizativa del museo y flexibilizar los modos de prestación de servicio, con la finalidad de incrementar su eficiencia. (PRTR)

ESTRATEGIA 4.3

Continuar la adecuación de las infraestructuras y dotaciones de la institución para un mejor servicio público y optimizar las condiciones de conservación y almacenamiento de los bienes que en ella se custodian.

Proyecto 4.3.1. Áreas públicas sin colecciones

Objetivo específico: Conservar, mantener, adecuar y mejorar los espacios destinados a la acogida y circulación de visitantes, a los servicios comerciales de tienda y cafetería y a las actividades del museo.

Proyecto 4.3.2. Áreas públicas con colecciones

Objetivo específico: Conservar, mantener, adecuar y mejorar los espacios destinados a la exposición permanente y temporal de bienes culturales y a su investigación por parte de profesionales externos.

Proyecto 4.3.3. Áreas internas sin colecciones

Objetivo específico: Conservar, mantener, adecuar y mejorar los espacios destinados a la dirección y gestión administrativa, técnica, científica y de seguridad del museo, así como de aquellos necesarios para el mantenimiento de las infraestructuras y el almacenaje de bienes no artísticos.

Proyecto 4.3.4. Áreas internas con colecciones

Objetivo específico: Conservar, mantener, adecuar y mejorar los espacios destinados a la recepción, restauración y tratamiento técnico de bienes culturales y a su documentación gráfica.

Proyecto 4.3.5. Optimización de las salas de reserva de bienes culturales

Objetivo específico: Estudiar las posibilidades de mejora del rendimiento y uso de las salas de reserva de bienes culturales del edificio Villanueva a través de la reorganización de la colección que actualmente los ocupa y de la adecuación de sus infraestructuras y equipamientos.

Proyecto 4.3.6. Rehabilitación de cubiertas

Objetivo específico: Asegurar la estanqueidad y mantenimiento de las cubiertas del campus Prado y mejorar su eficiencia energética, garantizando la conservación de los inmuebles y de los bienes culturales custodiados en ellos. (PRTR)

Proyecto 4.3.7. Restauración de fachadas

Objetivo específico: Garantizar la integridad material de las fachadas de los inmuebles del campus Prado y su correcto estado de conservación y mantenimiento, verificar la completa funcionalidad de los elementos singulares de cerramiento y aislamiento, y mejorar la puesta en valor y contemplación de los edificios históricos del museo.

Proyecto 4.3.8. Estudio y adecuación de solados de los espacios públicos del edificio Villanueva

Objetivo específico: Analizar las patologías que afectan a los solados del edificio Villanueva, identificar la mejor alternativa para su solución definitiva y programar y ejecutar progresivamente su renovación, adaptándolos a la nueva configuración de espacios y prestaciones requeridas.

ESTRATEGIA 4.4

Impulsar la transformación digital de la administración del museo.

Proyecto 4.4.1. Gestión digital de recursos humanos

Objetivo específico: Crear un sistema digital que integre todos los aspectos de la actividad vinculada a los recursos humanos del organismo, como el modelo organizativo, el presupuesto y pago a empleados, los procesos selectivos y la contratación de personal, la formación o la acción social, en una única herramienta tecnológica que favorezca su gestión de manera más eficiente y eficaz. (PRTR)

Proyecto 4.4.2. Portal del empleado

Objetivo específico: Desarrollar una intranet y extranet que faciliten a cada empleado sus gestiones en materia de recursos humanos (nóminas, vacaciones, permisos, promoción interna, formación, acción social, etc.), proporcionen la información relativa a su expediente personal, canalicen sus solicitudes y consultas y sirvan como medio principal de comunicación interna. (PRTR)

Proyecto 4.4.3. Transformación digital del sistema de seguridad integral

Objetivo específico: Adecuar el sistema de seguridad para responder de manera global e integrada a las necesidades de identificación, registro y monitorización de la circulación de personas, vehículos y objetos que entran y salen de las instalaciones del museo, y enlazar, mediante la incorporación del software y el hardware adecuados, los diferentes dispositivos de detección, como alarmas, cámaras de seguridad, sistemas de videovigilancia, escáneres, arcos de seguridad y lectores de accesos, para conseguir una máxima eficacia y eficiencia de dicho sistema. (PRTR)

Proyecto 4.4.4. Infraestructura de telecomunicaciones y sistemas de la información

Objetivo específico: Actualizar y ampliar la infraestructura de telecomunicaciones, los sistemas lógicos y físicos de alojamiento de la información, así como el equipamiento microinformático. (PRTR)

OBJETIVO GENERAL 5

Culminar la configuración del campus Prado con la adecuación y apertura pública del Salón de Reinos.

ESTRATEGIA 5.1

Finalizar el proceso de adecuación de infraestructuras y dotaciones del edificio.

Proyecto 5.1.1. Rehabilitación arquitectónica del Salón de Reinos y acondicionamiento de su entorno urbano

Objetivo específico: Adaptar el inmueble a las nuevas necesidades funcionales como sede expositiva del campus Prado y garantizar su estado de conservación integral y el de los elementos patrimoniales contenidos en él y en su entorno urbano, potenciando sus valores histórico-patrimoniales y su integración en el área “Paisaje de la Luz”, declarada Patrimonio Mundial de la UNESCO en la categoría de paisaje cultural.

Proyecto 5.1.2. Suministro del equipamiento necesario para el funcionamiento, puesta en uso y apertura al público del edificio

Objetivo específico: Dotar todas las áreas y espacios del inmueble con los equipamientos necesarios para el completo desarrollo del programa funcional y de servicios públicos asignado al inmueble.

Proyecto 5.1.3. Integración de los sistemas de gestión de todos los edificios que componen el campus Prado

Objetivo específico: Diseñar y ejecutar la integración de los nuevos sistemas de gestión de las instalaciones del Salón de Reinos en la red de sistemas ya existente para el resto de edificios, garantizando la conectividad, interoperabilidad y centralización de mando.

Proyecto 5.1.4. Actuaciones en otros edificios del campus Prado para la racionalización de espacios

Objetivo específico: Adecuar la utilización de espacios del resto de edificios con la incorporación del Salón de Reinos, potenciando la complementariedad de las dotaciones y servicios de cada uno de ellos y equilibrando la actividad del museo entre sus inmuebles.

Proyecto 5.1.5. Incorporación de los nuevos espacios y dotaciones en la actividad diaria

Objetivo específico: Activar y desarrollar planes y protocolos específicos que faciliten y aseguren la incorporación ordenada y completa de todos los espacios y dotaciones del inmueble del Salón de Reinos en la actividad de aquellas áreas y servicios

que realizan funciones de gestión interna de sus infraestructuras y bienes.

ESTRATEGIA 5.2

Adaptar la ordenación de la colección permanente para fortalecer la vinculación histórica de parte de ella con el Salón de Reinos e integrar los espacios polivalentes de este en la programación de exposiciones temporales.

Proyecto 5.2.1. Programa de exposición permanente del Salón de Reinos

Objetivo específico: Desarrollar e implementar un discurso expositivo en el que se seleccione y justifique el conjunto de obras destinadas a su exposición permanente en el Salón de Reinos, readaptando la presentación de la colección en el edificio Villanueva, de manera que se potencie un discurso complementario entre ambos inmuebles.

Proyecto 5.2.2. Restauración y preparación de la colección

Objetivo específico: Culminar el estudio y restauración de las pinturas encargadas para el antiguo Salón de Reinos y determinar el carácter general de la decoración pictórica (mueble e inmueble) del lugar, identificando el tipo de marco apropiado para la nueva presentación expositiva. (PRTR)

Proyecto 5.2.3. Exposiciones temporales adaptadas a las características y posibilidades del Salón de Reinos

Objetivo específico: Incorporar la nueva sede a la estrategia de organización y programación de exposiciones temporales, ampliando y reforzando la misión científica y divulgativa de la institución.

ESTRATEGIA 5.3

Adecuar la dotación y capacitación de recursos humanos a las nuevas infraestructuras y posibilidades de actuación.

Proyecto 5.3.1. Identificación de las nuevas necesidades de personal

Objetivo específico: Desarrollar un análisis funcional, cuantitativo y descriptivo de las necesidades de personal a las que debe hacer frente la institución para la adecuada integración, apertura y funcionamiento del Salón de Reinos como nueva sede.

Proyecto 5.3.2. Estudio sobre la readecuación de la estructura organizativa

Objetivo específico: Analizar y valorar las posibilidades de integración del nuevo

personal en el actual modelo organizativo e implementar los ajustes necesarios para un mejor desempeño de su actividad pública y gestión.

Proyecto 5.3.3. Incorporación y formación del nuevo personal

Objetivo específico: Implementar una adecuada y ágil dotación de plazas mediante la puesta en marcha de procesos de cobertura y desarrollar una formación específica del personal, orientada tanto al conocimiento de las nuevas infraestructuras como a satisfacer las necesidades de información de los públicos del museo.

ESTRATEGIA 5.4

Revisar las condiciones de acceso y acogida para favorecer la visita a los edificios Villanueva-Jerónimos y Salón de Reinos

Proyecto 5.4.1. Revisión y actualización del marco normativo de precios públicos y condiciones de acceso

Objetivo específico: Adecuar la normativa vigente de precios públicos de entradas, actividades y servicios como complemento de la visita, para potenciar la frecuentación a los distintos edificios del museo y la utilización de la oferta de servicios asociada.

Proyecto 5.4.2. Desarrollo de los nuevos servicios y recursos de la visita al Salón de Reinos y adaptación de los existentes

Objetivo específico: Facilitar distintos soportes y niveles de información que enriquezcan la visita al Salón de Reinos, adecuándose a las necesidades de la diversidad de públicos.

ESTRATEGIA 5.5

Asegurar un completo desarrollo de la actividad pública del Salón de Reinos.

Proyecto 5.5.1. Implantación de un programa de acciones educativas y divulgativas adaptadas a la nueva disponibilidad de espacios y recursos

Objetivo específico: Diseñar un programa específico que ponga en valor el conjunto de obras, edificios y espacio urbano que conforma el campus Prado.

Proyecto 5.5.2. “Salón de Reinos Digital”

Objetivo específico: Crear un nuevo canal dentro del website del museo donde se recoja la información, documentación, propuesta museográfica y actividades del nuevo Salón de Reinos. (PRTR)



Plan Anual de Actividades

Proyecto 5.5.3. Imagen e identidad gráfica del Salón de Reinos

Objetivo específico: Diseñar la imagen asociada al nuevo inmueble, desarrollar los recursos gráficos vinculados a ella e implementar aquellos que sean necesarios para la apertura pública del edificio.

Proyecto 5.5.4. Recursos comerciales asociados al Salón de Reinos

Objetivo específico: Evaluar la tipología y modelo de prestación de los servicios comerciales que pueden ser ofrecidos en el Salón de Reinos, potenciando su complementariedad con los ya disponibles en otros edificios del campus Prado, y desarrollar las acciones necesarias para su implementación.

ESTRATEGIA 5.6

Potenciar la visibilidad y notoriedad del objetivo general mediante diversas estrategias de comunicación.

Proyecto 5.6.1. Documentación fotográfica y audiovisual del proceso de adecuación, integración y apertura del Salón de Reinos

Objetivo específico: Continuar el proceso de grabación de imágenes, iniciado con la adscripción demanial del inmueble al Museo del Prado en el año 2015, durante todo el proceso de rehabilitación arquitectónica y adecuación museística del edificio y hasta su inauguración pública, como base documental con la que elaborar recursos audiovisuales propios.

Proyecto 5.6.2. Campaña de presentación a los medios de comunicación y de publicidad con motivo de la apertura.

Objetivo específico: Diseñar e implementar una campaña orientada a los medios de comunicación y a la publicidad, coincidiendo con la apertura del Salón de Reinos, que transmita la relevancia patrimonial de la integración de este en el campus Prado y la puesta a disposición pública del inmueble como nueva sede expositiva del museo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS GENERALES I		ENERO		FEBRERO		...		DICIEMBRE		
	PROYECTO	ACTIVIDAD	UNIDAD RESPONSABLE	1/16	17/31	01/14	15/28	1/14	15/31	1/16	17/24
I.1	I.1.1.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
		[Actividad]	[Unidad Responsable]								
	I.1.2.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
I.2	I.1.3.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
		[Actividad]	[Unidad Responsable]								
	I.2.1.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
I.3	I.2.2.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
		[Actividad]	[Unidad Responsable]								
	I.2.3.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
I.3	I.2.4.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
		[Actividad]	[Unidad Responsable]								
	I.3.1.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
I.3	I.3.2.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								
		[Actividad]	[Unidad Responsable]								
	I.3.3.	[Actividad]	[Unidad Responsable]								

ANEXO II

Ficha de seguimiento y Evaluación

ESTRATEGIA	PROYECTO	ACTIVIDAD	ACTIVIDADES REALIZADAS			ACTIVIDADES EN DESARROLLO				ACTIVIDADES RETRASADAS		ACTIVIDADES ANULADAS (RAZÓN)	OBSERVACIONES	UNIDAD RESPONSABLE
			100%	Menos 25%	Entre 25 - 50 %	Entre 50 - 75%	Más de 75 %	Motivo	Nuevas fechas					
I.1	I.1.1.	[Actividad]												
		[Actividad]												
	I.1.2.	[Actividad]												
I.2	I.1.3.	[Actividad]												
		[Actividad]												
	I.2.1.	[Actividad]												
I.3.	I.2.2.	[Actividad]												
		[Actividad]												
	I.2.3.	[Actividad]												
		[Actividad]												
I.3.	I.2.4.	[Actividad]												
		[Actividad]												
	I.3.1.	[Actividad]												
I.3.		[Actividad]												
	I.3.2.	[Actividad]												
		[Actividad]												
I.3.	I.3.3.	[Actividad]												
		[Actividad]												





MUSEO NACIONAL
DEL PRADO

 Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia