

Plan de Actuación 2026-2028

Museo
Nacional
del Prado

Plan de Actuación 2026-2028

Museo Nacional del Prado

Este Plan de Actuación ha sido aprobado por el Presidente del Museo Nacional del Prado, el Ministro de Cultura, mediante Orden Ministerial de 14 de diciembre de 2025, de conformidad con el artículo 5 de la Ley 46/2003, de 25 de noviembre, reguladora del Museo Nacional del Prado y el artículo 4.2b) del Real Decreto 433/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Estatuto del Museo Nacional del Prado.

Índice

I	Presentación	7
II	Una herramienta imprescindible para la gestión del museo	13
	Estructura	15
	Implementación	15
	Seguimiento y evaluación	16
III	Visión	19
IV	Objetivos generales	23
ANEXO I	Plan Anual de Actividades	51
ANEXO II	Ficha de seguimiento y Evaluación	55

CAPÍTULO I

Presentación

El Museo Nacional del Prado afronta con ilusión y determinación el periodo de actividad correspondiente al intervalo 2026-2028. Y lo hace, por sexta vez consecutiva, apoyándose en su principal herramienta de planificación estratégica a medio plazo: el Plan de Actuación.

En esta ocasión, este proceso de planificación se ha producido, afortunadamente, en un contexto muy distinto al que acompañó la elaboración del anterior plan en el año 2021, entonces fuertemente marcado por la excepcionalidad e incertidumbre generadas por la pandemia de la COVID-19. Durante estos últimos años, de la mano de su hoja de ruta, el museo ha trabajado con vitalidad y resiliencia por una plena normalización de todos sus servicios, al tiempo que desarrollaba un proceso de adecuación, extensión y mejora de su actividad que le ha permitido, a día de hoy, no solo superar los niveles de público, programación y oferta cultural previos a la crisis sanitaria sino, también, recuperarse del fuerte impacto, en términos económicos, que esta supuso.

A partir de estos buenos resultados, el nuevo Plan de Actuación 2026-2028, con el objetivo de afianzar las líneas de trabajo ya iniciadas en el anterior plan, hereda su estructura, sus compromisos y aprendizajes, y lo hace desde un escenario orientado a consolidar la madurez institucional del museo, proyectando su actividad desde principios que hoy resultan esenciales para toda institución museística: la apertura a la diversidad de lecturas y narrativas en torno a su colección, la vocación de servicio público, la responsabilidad social, la sostenibilidad, el acceso universal al patrimonio y el compromiso ético con la transmisión de conocimiento. Estos valores impregnan el nuevo Plan y orientan sus objetivos hacia una institución más abierta, inclusiva, dinámica, sostenible y consciente de su papel en la sociedad contemporánea.

En este sentido, el primero de los objetivos generales del Plan reafirma la centralidad de la colección como núcleo del conocimiento, la expansión y la proyección del museo. A la responsabilidad permanente de conservar, investigar, acrecentar e interpretar este excepcional legado cultural, se suma en este periodo una decidida voluntad de ampliar sus marcos de lectura, explorar nuevas vías de investigación y favorecer aproximaciones más diversas, plurales y contextualizadas.

La incorporación de nuevas geografías, contextos culturales y soportes materiales, el énfasis en la dimensión social e histórica de las obras, y la renovada atención a la perspectiva de género mediante la visibilización del papel de las mujeres en la historia del arte, así como la puesta en valor de fondos documentales y fotográficos menos explora-

dos, continuarán enriqueciendo el conocimiento de la colección y permitirán ofrecer a la ciudadanía nuevas formas de encuentro con el patrimonio mediante una moderna museología que aúne el rigor intelectual con los más avanzados recursos tecnológicos.

En coherencia con los planes anteriores, el museo mantiene su carácter y vocación nacionales, fomentando su presencia en toda la geografía española y su proyección internacional. Con la consolidación del programa Prado Extendido, las exposiciones itinerantes y las colaboraciones con instituciones culturales dentro y fuera de España, el museo da continuidad al proceso para ampliar su alcance y proyección, así como para reforzar su función social y su papel como referente de la historia del arte en un ámbito más global.

El segundo de los objetivos sitúa a los públicos en el eje vertebrador de la acción del museo, consolidando un modelo de relación integral, multilateral y colaborativa.

El museo aspira a atender y comprender mejor la diversidad de quienes lo visitan, presencial y digitalmente, a facilitar el acceso universal a sus contenidos y servicios, y a fortalecer la calidad y la profundidad de la experiencia de visita en un contexto en el que los museos afrontan el gran reto de la masificación.

Este nuevo Plan refuerza la vocación del Prado de ser un lugar de encuentro cultural, accesible, acogedor y respetuoso con la pluralidad de sensibilidades. Asimismo, el museo consolida su papel educativo e investigador, impulsa su actividad académica y docente, refuerza su política editorial y de comunicación, y consolida las soluciones y experiencias digitales que le están permitiendo extender su presencia más allá de sus sedes, facilitando un acceso más dinámico, abierto y participativo a sus colecciones.

El tercer objetivo general se orienta a afianzar una cultura corporativa moderna, eficiente y socialmente responsable. El Museo del Prado, consciente de su papel como institución pública de referencia internacional, reafirma su compromiso con el buen gobierno, la transparencia, la sostenibilidad medioambiental, la ética institucional y la participación e iniciativa de sus profesionales.

La consolidación de una política de recursos humanos que favorezca la atracción y el desarrollo del talento, la formación continua, la corresponsabilidad y la creación de entornos de trabajo seguros, saludables e inclusivos constituye un eje fundamental de este compromiso. Paralelamente, la modernización de los marcos organizativos internos, la optimización de infraestructuras, la mejora de sistemas y procedimientos, la digitalización de procesos, la cooperación tecnológica y la apertura del dato conforman un conjunto de actuaciones que buscan asegurar una organización robusta y preparada para afrontar los retos presentes y futuros.

Por último, el cuarto objetivo general del periodo se dedica, como no podía ser de otra manera, a uno de los grandes proyectos que formarán parte de la historia del museo: la culminación del campus Prado mediante la adecuación, integración y apertura pública del Salón de Reinos.

Tras años de planificación, trabajo constante y adaptación a las necesidades que requiere la rigurosa rehabilitación de un edificio histórico que pronto cumplirá 400

años de vida, ahora integrado en un área metropolitana: el “El Paseo del Prado y el Buen Retiro, paisaje de las artes y las ciencias”, declarada Patrimonio Mundial por la UNESCO, el periodo 2026–2028 representa la recta final de un proyecto cuya conclusión pretende alcanzar la plena integración de esta nueva sede en la dinámica vinculada con la colección, los públicos y la cultura corporativa del museo, ejes vertebradores de los tres anteriores objetivos generales, y responder a las expectativas de una intervención de elevada relevancia cultural y proyección internacional.

El Plan reconoce que el Prado es una comunidad de profesionales cuya capacidad, responsabilidad y compromiso da forma a un sólido equipo que sostiene la actividad diaria de la institución. Sobre ellos recae, en última instancia, la excelencia científica y cultural de la esta, la calidad de la experiencia de los públicos y la capacidad de adaptación del museo a las nuevas demandas y a un nuevo modelo de gestión.

En definitiva, el Plan de Actuación 2026–2028 quiere ser la expresión de un Museo del Prado que, superada la etapa de incertidumbre reciente, afronta con ilusión, confianza y responsabilidad un nuevo horizonte. Un museo que mira al futuro desde el respeto más absoluto a su pasado pero con una firme voluntad de ser más diverso e inclusivo en sus narrativas, más cercano y dialogante con sus públicos, más innovador en sus herramientas, más consciente de su función social, más decidido a poner su patrimonio, su conocimiento y su capacidad institucional al servicio de la cultura y de la ciudadanía, y más exigente en su gestión de acuerdo a los patrones de la buena gobernanza.

CAPÍTULO II

Una herramienta imprescindible para la gestión del museo

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, 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 tres años.



1. Estructura:

Al igual que el anterior Plan de Actuación 2022-2025, este nuevo Plan presenta una estructura 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 trienio 2026-2028, 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.

- **Proyecto:** 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.

2. Implementación:

El Plan de Actuación 2026-2028 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 2026-2028, 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 completa coordinación con la finalización de la ejecución del plan anual anterior, para garantizar la continuidad de actividades cuyo desarrollo requiera varias anualidades, 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.

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 no es omnicomprendivo 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.

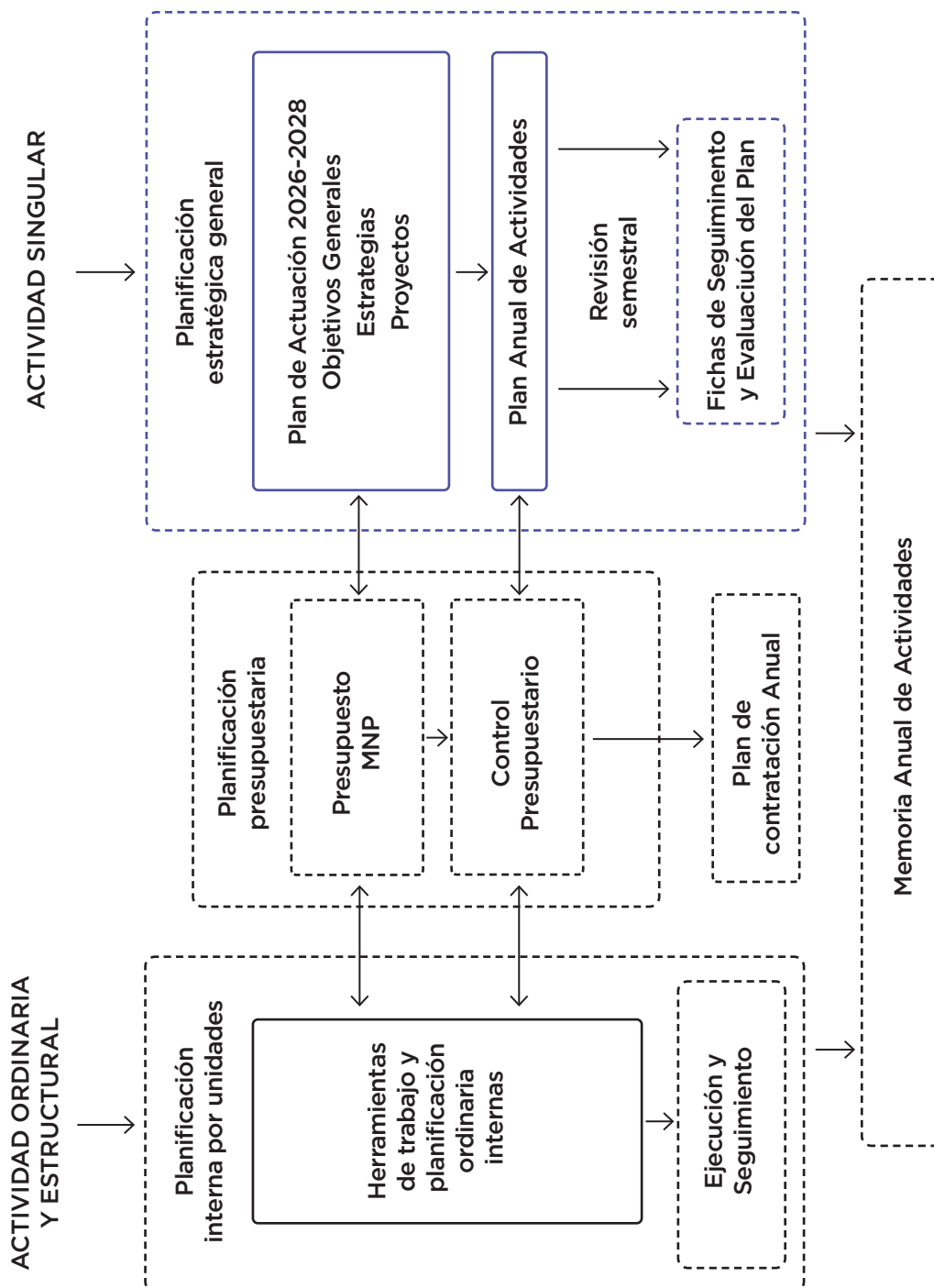
Por último, se ha de citar otra importante herramienta que se deriva de las anteriormente mencionadas, el Plan de Contratación Anual, instrumento que permite planificar, ejecutar y evaluar la contratación de bienes, obras y servicios requerida para la materialización de todos los proyectos y actividades 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.

3. 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 2026-2028.



CAPÍTULO III

Visión

Museo que profundiza en el conocimiento y la interpretación de su colección, que integra nuevas líneas de investigación y renueva sus discursos expositivos para ofrecer lecturas más diversas, plurales y contemporáneas dentro y fuera de su sede, de marcado carácter nacional y proyección internacional.

Museo que sitúa a sus públicos en el centro de su acción y que apuesta por una relación integral, multilateral y colaborativa con todos ellos para mejorar su participación, accesibilidad, experiencia de visita y vínculo con la institución.

Museo que avanza hacia una cultura corporativa moderna y responsable y que consolida un modelo de gestión basado en la igualdad, la transparencia, el buen gobierno y la digitalización, dotado de sistemas eficientes e interoperables, gracias al compromiso, talento e iniciativa de sus profesionales.

Museo que, con la incorporación del Salón de Reinos al campus Prado y su apertura al público, se dota de una nueva escala operativa y amplía su capacidad narrativa, expositiva y educativa, además de generar un nuevo, importante y enriquecedor eje cultural en la ciudad de Madrid.

CAPÍTULO IV

Objetivos generales



Objetivo general 1

Reforzar la colección como núcleo del conocimiento, expansión y proyección del museo, favoreciendo su desarrollo e interpretación en contextos culturales diversos y contemporáneos



Estrategia 1.1.

Desarrollar nuevas líneas de investigación que profundicen en el conocimiento de la colección del museo y sus autores y enriquezcan nuevas narrativas relacionadas con su contexto histórico y social.

Proyecto 1.1.1. Investigación asociada a la programación expositiva.

Objetivo específico: Profundizar en el conocimiento del contexto artístico e histórico de la colección del museo, así como sus autores, como base para fundamentar conceptualmente nuevas propuestas de programación expositiva de la institución, tanto temporal como orientada a la reordenación de la colección permanente.

Proyecto 1.1.2. Arte y género: visibilidad, diversidad e inclusión.

Objetivo específico: Visibilizar el papel de las mujeres en la historia del arte desde una perspectiva de género que atienda sus múltiples roles como artistas, promotoras o sujetos de representación, así como construir nuevas narrativas que reflejen la diversidad de identidades y experiencias que conforman la historia y contribuyan a afianzar al Museo del Prado como espacio de memoria inclusiva.

Proyecto 1.1.3. Nuevas geografías artísticas.

Objetivo específico: Definir y dar a conocer la importancia de las producciones artísticas realizadas en América y Asia, en el marco de sus relaciones con España, y atendiendo tanto a sus particularidades técnicas como a su evolución formal, temática, de género, estilística, decorativa o de formato.

Proyecto 1.1.4. Memoria fotográfica del museo.

Objetivo específico: Revisar, catalogar y, en su caso, digitalizar los fondos fotográficos del museo para favorecer su ordenación, accesibilidad y uso como recurso de apoyo a la investigación sobre la colección, la historia de la institución y su contexto social y cultural.

Proyecto 1.1.5. Catalogación científica.

Objetivo específico: Continuar el proceso de documentación, análisis y contextualización de los artistas presentes en la colección del museo, así como su investigación histórica, técnica y material, con el fin de garantizar su conocimiento, autenticación, conservación y difusión, fortaleciendo la comprensión y el valor patrimonial y académico de la colección.

Proyecto 1.1.6. I+D+i

Objetivo específico: Explorar nuevos canales de investigación, desarrollo e innovación en colaboración con instituciones y organismos externos con las que el museo comparta intereses, de cara a seguir afianzando su vocación de institución de referencia y comprometida con la cooperación y el intercambio de conocimiento.

Estrategia 1.2.

Incorporar obras de disciplinas artísticas o autores que favorezcan una visión más completa, diversa y plural de las colecciones del museo.

Proyecto 1.2.1. Colección de pintura.

Objetivo específico: Incrementar la colección de pintura con obras de las escuelas y artistas menos representados en ella, prestando especial atención al arte americano, a las mujeres artistas y a aquellas piezas que introduzcan perspectivas de género o temáticas sociales que enriquezcan la interpretación global de la colección.

Proyecto 1.2.2. Colección de escultura.

Objetivo específico: Consolidar la diversidad material de la colección de escultura del museo con la incorporación de obras realizadas en madera policromada, fortaleciendo el diálogo entre escultura y pintura, mejorando la comprensión de los fondos y enriqueciendo el discurso expositivo.

Proyecto 1.2.3. Colección de dibujos, estampas y fotografías.

Objetivo específico: Incrementar los fondos propios con obras, colecciones o archivos de dibujos, estampas y fotografías vinculados al proceso creativo, la reproducción o la documentación de las obras del museo, tanto por su valor artístico como por su relevancia para la investigación y contextualización de la colección.

Proyecto 1.2.4. Fondo archivístico y bibliográfico.

Objetivo específico: Incrementar los archivos personales de artistas, historiadores del arte o coleccionistas para ofrecer una visión más completa y compleja de la documentación como fuente de conocimiento del ámbito artístico español de los siglos XIX y XX, e incrementar las publicaciones sobre cuestiones de género, como las relativas al papel de las mujeres en el mundo del arte, y sobre manifestaciones artísticas en América.

Estrategia 1.3.

Concebir y ofrecer nuevos proyectos expositivos en diferentes formatos en torno a la colección.

Proyecto 1.3.1. Exposiciones temporales en la sede del museo.

Objetivo específico: Desarrollar una programación de exposiciones temporales en torno a la colección como vía de comunicación de la actividad investigadora de la institución y de acercamiento de dichos bienes culturales y de la historia del arte a distintos públicos.

Proyecto 1.3.2. Exposición permanente.

Objetivo específico: Actualizar y adaptar el discurso expositivo y la ordenación de la colección en las salas del museo como resultado de sus líneas de investigación y en coherencia con ellas, integrando las diferentes disciplinas artísticas representadas en la colección e introduciendo presentaciones museográficas más contextualizadas y atractivas.

Proyecto 1.3.3. Itinerarios expositivos.

Objetivo específico: Facilitar al visitante nuevas perspectivas e interpretaciones complementarias y transversales de la colección que enriquezcan la visita, faciliten el aprendizaje y susciten interés en aspectos concretos de la colección, las exposiciones y las diversas lecturas sobre las mismas.

Proyecto 1.3.4. Exposiciones en itinerancia nacional e internacional.

Objetivo específico: Aumentar la presencia del museo en el ámbito nacional e internacional mediante la realización de nuevas exposiciones itinerantes basadas en sus fondos, fortaleciendo su imagen institucional y proyectando su riqueza artística y cultural en colaboración con otras entidades.

Estrategia 1.4.

Continuar el proceso de reposicionamiento de la colección en el contexto nacional con la consolidación del programa de colaboración institucional “Prado Extendido”.

Proyecto 1.4.1. Nuevos depósitos y Salas Prado.

Objetivo específico: Establecer, en colaboración con las instituciones depositarias, nuevos depósitos y espacios destinados a la presentación, exposición y puesta en valor del conjunto de obras depositadas en dichas entidades, así como en aquellas otras que aún no las tengan, reforzando la presencia de la colección en el territorio nacional y revalorizando la riqueza patrimonial de las ciudades donde son sede.

Proyecto 1.4.2. Revisión y 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.

Proyecto 1.4.3. Conservación, formación y restauración de la colección en depósito.

Objetivo específico: Impulsar la revisión, conservación y restauración de las obras depositadas en instituciones del territorio nacional y en sedes diplomáticas,

fomentando además la formación de profesionales vinculados a dichas entidades para garantizar su adecuada preservación, seguridad y accesibilidad.

Proyecto 1.4.4. Actividades técnicas o culturales en torno a la colección en depósito.

Objetivo específico: Promover la investigación y la difusión cultural en torno a la colección en depósito mediante la colaboración con las instituciones depositarias, impulsando estudios, proyectos y actividades que favorezcan el conocimiento, la visibilidad y la valoración de las obras en su contexto social y académico.

Estrategia 1.5.

Consolidar y proyectar el museo como institución referente en la restauración, conservación preventiva y documentación técnica de la colección.

Proyecto 1.5.1. 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 1.5.2. 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, evitando o minimizando su deterioro.

Proyecto 1.5.3. Estudio y análisis de la técnica artística, de los soportes y los componentes químicos.

Objetivo específico: Conocer de manera detallada la historia material de las obras a través del estudio y análisis de los materiales y procedimientos utilizados desde su creación hasta la actualidad, caracterizando los soportes y materiales artísticos para documentar su definición material y favorecer su contextualización y datación, y dirigir de manera más precisa futuros procesos de restauración.

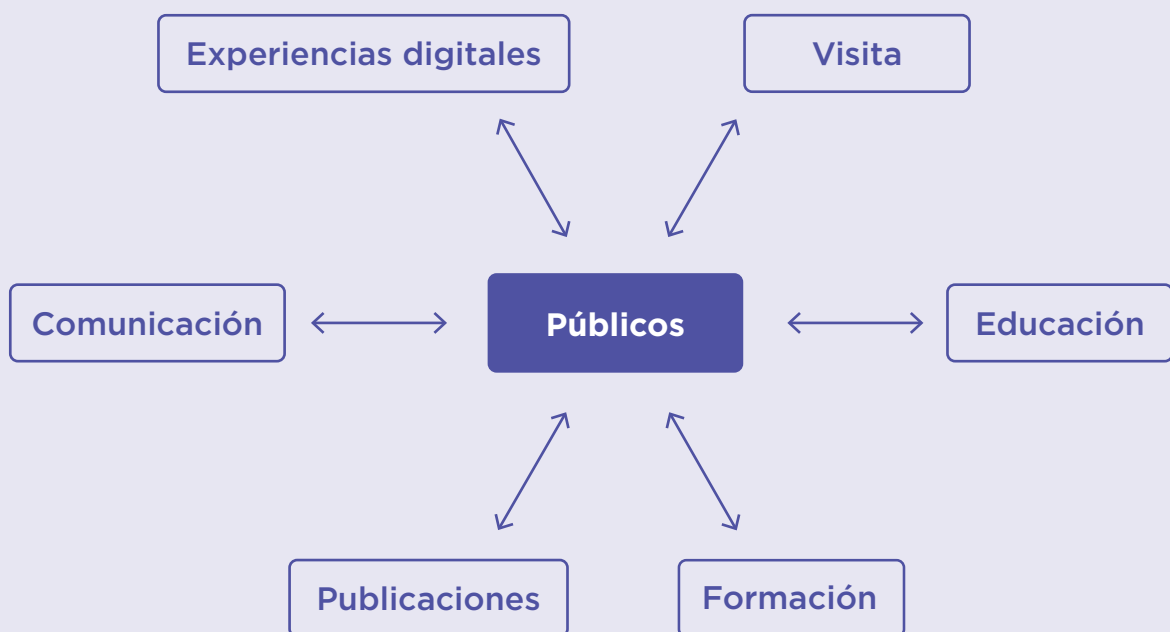
Proyecto 1.5.4. Digitalización de originales y reproducción 3D.

Objetivo específico: Desarrollar proyectos de documentación y/o restauración de la colección de marcos, escultura y artes decorativas del museo basados en la utilización de tecnología de escaneado, procesamiento digital y reproducción 3D, explorando nuevos procesos y alternativas técnicas que permitan incrementar y personalizar la intervención sobre ellas, e incrementar el número de obras de arte, sobre cualquier otro soporte y formato, digitalizadas.



Objetivo general 2

Consolidar un modelo de relación integral, multilateral y colaborativa con los públicos que fortalezca su participación y vinculación con la institución.



Estrategia 2.1.

Situar el conocimiento del público y su experiencia de visita en el eje vertebrador de la toma de decisiones.

Proyecto 2.1.1. El público en el centro de la gestión.

Objetivo específico: Fortalecer el conocimiento sobre el público del museo mediante la integración de los distintos canales de información, y reforzar su distribución en el seno de la organización para que sirva como criterio común en la toma de decisiones.

Proyecto 2.1.2. Un museo fácil.

Objetivo específico: Continuar el proceso de eliminación de todo tipo de barreras en los edificios y el entorno del campus Prado para garantizar el acceso universal al museo, el disfrute de sus servicios, sus actividades y sus contenidos, y para facilitar el ejercicio de los derechos culturales de todos los públicos que se acercan a la institución.

Proyecto 2.1.3. La visita al museo: la mejor experiencia.

Objetivo específico: Convertir la repetición de la visita en la aspiración de todo el público, profundizando en la mejora de todos sus componentes y teniendo en cuenta las percepciones de los propios visitantes.

Proyecto 2.1.4. Prado Puerta Digital.

Objetivo específico: Continuar el proceso de evolución y mejora de Prado Puerta Digital, como principal plataforma de gestión integral de datos de visitantes, ingresos por venta de entradas y recursos para la visita del museo, incorporando nuevas funcionalidades y prestaciones que favorezcan su eficiencia operativa, la experiencia de los usuarios y la integración de los distintos canales de relación con el público.

Estrategia 2.2.

Consolidar la actividad educativa del museo como agente dinamizador de una comunidad cultural orientada a la reflexión y la transformación social inclusiva.

Proyecto 2.2.1. Prado 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 Extendido”, “Prado Itinerante”

y “Prado Internacional”, generando nuevos diálogos de enseñanza/aprendizaje y reforzando la visibilidad del museo en el ámbito nacional e internacional.

Proyecto 2.2.2. 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 2.2.3. 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 2.2.4. 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 2.2.5. Un lugar para el diálogo con 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 2.2.6. 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.

Proyecto 2.2.7. Educación artística, museografía didáctica y comisariado educativo.

Objetivo específico: Generar encuentros, jornadas o congresos, presenciales y online, en los que reflexionar sobre la acción educativa, sobre la profesión, sobre aspectos metodológicos o de museografía didáctica. Dar forma a una serie de publicaciones asociadas a los diferentes programas que permitan dejar constancia de los procesos que vamos iniciando y de nuestra propia acción educativa. Proponer nuevas formas de comisariado desde la educación, generando proyectos colaborativos en los que los públicos puedan tener un papel activo.

Estrategia 2.3.

Consolidar el Centro de Estudios como referencia en la creación, formación y transmisión de conocimiento en el ámbito de la historia del arte.

Proyecto 2.3.1. Actividad presencial y en línea dirigida a público general.

Objetivo específico: Desarrollar una programación de cursos, conferencias y actividades divulgativas presenciales y en línea dirigidas al público general, orientadas a difundir el conocimiento de la colección, las exposiciones temporales y temas de actualidad artística y cultural.

Proyecto 2.3.2. Formación especializada.

Objetivo específico: Promover programas académicos avanzados, encuentros científicos y congresos que fomenten el intercambio de conocimiento entre investigadores y profesionales, reforzando el papel del museo como centro de referencia en la formación especializada en historia del arte, museología y disciplinas afines.

Proyecto 2.3.3. Estancias de formación e investigación.

Objetivo específico: Gestionar y consolidar los programas de becas y estancias de formación e investigación que acoge el museo, facilitando el desarrollo académico y profesional de los participantes y estimulando la investigación y generación de nuevos conocimientos vinculados a la colección y a la institución.

Estrategia 2.4.

Reforzar las publicaciones del museo para incrementar la visibilidad de su labor investigadora y divulgadora, ampliar sus públicos y adecuar los contenidos asociados a la colección.

Proyecto 2.4.1. Publicaciones ligadas a la labor investigadora del museo en el ámbito de su colección y de la historia del arte en general.

Objetivo específico: Dar continuidad a los catálogos vinculados con la colección, las exposiciones, las colecciones Serie Uno, Bicentenario e Itinerarios, así como mejorar su visibilidad y su difusión a través de medios como la Biblioteca Digital y la página web.

Proyecto 2.4.2. Línea editorial vinculada al Centro de Estudios y al Área de Proyección y Programación Internacional.

Objetivo específico: Dar continuidad a las publicaciones de la Cátedra Museo del Prado, las actas de congresos, el Boletín del Museo del Prado y la colección Escribir el Prado, así como mejorar su visibilidad, su difusión internacional y su impacto académico.

Proyecto 2.4.3. Nuevas líneas editoriales destinadas a un público más amplio.

Objetivo específico: Estudiar y concebir una nueva línea de publicaciones ligadas a las exposiciones temporales que ofrezca una alternativa más divulgativa a los catálogos científicos, con un formato más manejable y un precio más asequible.

Proyecto 2.4.4. Normalización y mejora de contenidos.

Objetivo específico: Proseguir y consolidar la revisión y adecuación de los contenidos ofrecidos en diferentes soportes, como paneles y cartelas de las exposiciones temporales y la colección permanente, folletos de mano o contenidos web, encaminada a lograr textos más respetuosos e inclusivos, así como más accesibles y directos.

Estrategia 2.5.

Fortalecer el valor de la marca “Prado” a través de una política de comunicación que potencie la capacidad de difusión de la actualidad y actividades del museo.

Proyecto 2.5.1. Contamos lo que hacemos.

Objetivo específico: Reforzar la comunicación institucional del museo para aumentar el interés de los ciudadanos en su actividad expositiva, educativa e investigadora, consolidando su proyección pública, el reconocimiento de su labor y su papel como referente cultural y científico.

Proyecto 2.5.2. Posicionamos el museo a través de la comunicación.

Objetivo específico: Aprovechar la actualidad social y cultural como oportunidad para fortalecer la presencia del museo en el debate público, generando mensajes y contenidos de naturaleza comunicativa que vinculen su identidad y valores con los temas de interés de los públicos potenciales del museo.

Proyecto 2.5.3. Comunicación Digital - Redes sociales.

Objetivo específico: Mejorar la relación del museo con su público online a través de propuestas y campañas de difusión y comunicación en plataformas digitales que permitan acercar la colección, las actividades y el trabajo del personal del museo, de una forma directa, accesible e interactiva, a una audiencia diversa tanto nacional como internacional.

Estrategia 2.6.

Extender contenidos, soluciones y experiencias digitales para favorecer la difusión y visibilidad de la colección del museo y su labor investigadora y de conservación.

Proyecto 2.6.1. Creación de contenidos y productos digitales vinculados con la colección, proyectos de investigación y de conservación del museo.

Objetivo específico: Facilitar el acceso y la comprensión pública de la colección y su labor investigadora y de conservación mediante la creación y publicación de contenidos y productos digitales que permitan conocer en profundidad las obras y los autores, así como poner en valor la labor investigadora y de conservación del museo.

Proyecto 2.6.2. Creación de contenidos y productos digitales para la mejora de la experiencia del visitante del museo.

Objetivo específico: Ampliar y enriquecer los recursos existentes mediante el desarrollo de contenidos y productos digitales que interrelacionen la información orientada al visitante o que permitan explorar la colección y el edificio, completando la experiencia in situ del visitante, así como reaprovechar los recursos existentes para incluirlos en la señalética digital de las pantallas del museo.

Proyecto 2.6.3. Mejora de la experiencia de usuario y accesibilidad de los portales y sitios web del museo.

Objetivo específico: Optimizar la arquitectura de la información y navegación de los portales del museo para garantizar un acceso intuitivo, rápido y coherente a los contenidos y servicios, mejorar la accesibilidad universal conforme a las directrices WCAG 2.2 y la normativa española sobre accesibilidad digital (Real Decreto 1112/2018) y evolucionar la interfaz visual y funcional de los portales con un enfoque centrado en el usuario, asegurando la coherencia entre los distintos apartados de información.



MUSEO DEL PRADO

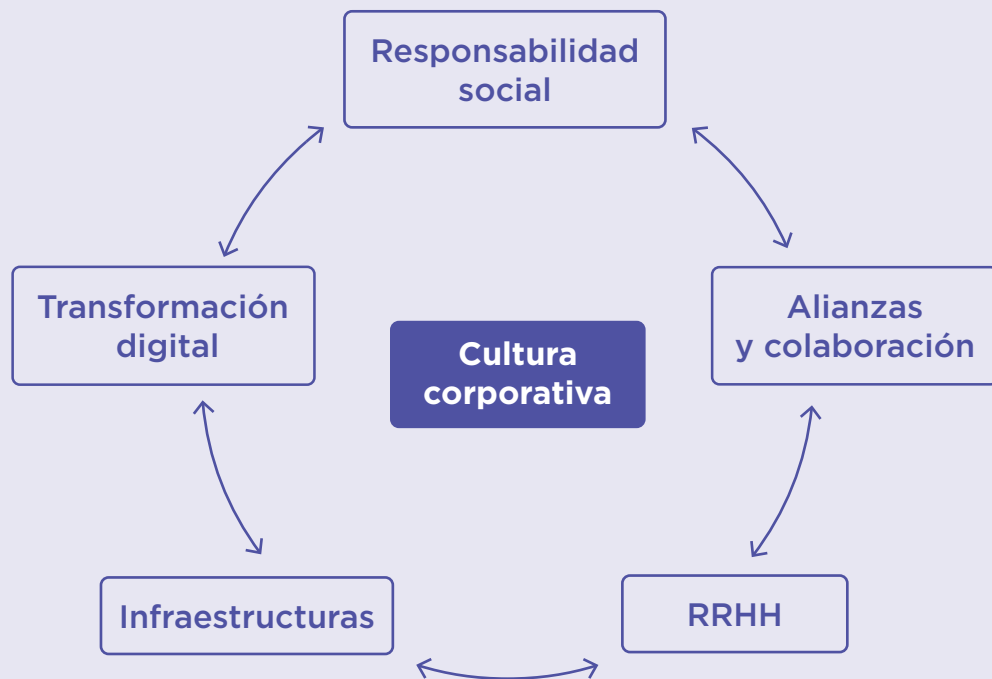
PATRIBUS
RODOLPHUS
BOGGUS
ALEXANDER
HANS FOLLEN
ANTONIO MICO
RUBENS
VAN DYCK
REMBRANDT
DAVID TENNERS
CLAUDIO LORCHA
WATTEAU

TAQUILLAS
TICKET OFFICE

TAQUILLAS TICKET OFFICE

Objetivo general 3

Afianzar una cultura corporativa moderna, eficiente y socialmente responsable que impulse la transparencia, la sostenibilidad, la digitalización y la mejora continua de la organización.



Estrategia 3.1.

Impulsar la responsabilidad social y el compromiso colectivo del museo.

Proyecto 3.1.1. Gobernanza ética e integridad institucional.

Objetivo específico: Promover una gestión integral basada en la transparencia y la responsabilidad social, asegurando el cumplimiento normativo, la ejemplaridad en la actuación y la coherencia entre la actividad del museo y los objetivos y fines establecidos en su Ley reguladora.

Proyecto 3.1.2. Recursos organizativos y marco procedimental.

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 3.1.3. Una labor en equipo.

Objetivo específico: Fomentar un entorno de trabajo colaborativo basado en la responsabilidad individual, el respeto mutuo y las buenas prácticas, impulsando la comunicación interna, la cooperación entre áreas y el compromiso compartido con los objetivos de la organización.

Proyecto 3.1.4. Producción y consumos 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 3.2.

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 3.2.1. 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 3.2.2. 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, adaptadas al contexto económico presente en cada momento, para la captación de fondos.

Proyecto 3.2.3. Colaboración, desarrollo y extensión internacional.

Objetivo específico: Establecer y desarrollar relaciones de reciprocidad con organismos multilaterales de carácter internacional, así como con profesionales destacados de diferentes disciplinas artísticas o científicas, con los que incentivar la transferencia de conocimientos y experiencias útiles y beneficiosas en la consecución de objetivos por ambas partes.

Estrategia 3.3.

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 3.3.1. Planificación, organización y selección.

Objetivo específico: Fortalecer el modelo organizacional del museo mediante una planificación, organización y selección de personal que garantice una óptima adaptación de la institución a unas necesidades crecientes y favorezca la atracción e integración del talento como vía para alcanzar sus objetivos.

Proyecto 3.3.2. Ser y sentirse del Prado.

Objetivo específico: Fomentar la formación continua, la igualdad de trato y oportunidades y la acción social dentro del museo, impulsando el desarrollo personal y profesional, la inclusión y la responsabilidad corporativa como pilares fundamentales de una cultura organizacional comprometida y sostenible.

Proyecto 3.3.3. Organismo seguro y saludable.

Objetivo específico: Promover y mantener un entorno de trabajo seguro y saludable, previniendo accidentes y enfermedades laborales y fomentando una cultura preventiva que contribuya al bienestar general de los empleados.

Estrategia 3.4.

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

Proyecto 3.4.1. Seguridad integral.

Objetivo específico: Continuar el proceso de adecuación de las infraestructuras y sistemas de seguridad del museo para responder de manera global e integrada a las necesidades de protección de los bienes culturales que en él se custodian, así como de sus visitantes y profesionales, optimizando su eficacia y eficiencia.

Proyecto 3.4.2. Áreas públicas.

Objetivo específico: Conservar, mantener, adecuar y mejorar los espacios destinados a la acogida y circulación de visitantes, a la exposición de bienes culturales, a las actividades educativas y de investigación por parte de profesionales externos, así como los espacios destinados a servicios comerciales de tienda y cafetería.

Proyecto 3.4.3. Áreas internas.

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

Proyecto 3.4.4. 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.

Proyecto 3.4.5. Rehabilitación 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 3.4.6. Implantación BIM en la gestión de infraestructuras.

Objetivo específico: Continuar la adaptación de los procesos internos vinculados con la gestión de las infraestructuras de acuerdo a los objetivos del Plan BIM en la Contratación Pública.

Estrategia 3.5.

Consolidar el proceso de transformación digital y de modernización de la administración del museo.

Proyecto 3.5.1. Infraestructuras adaptativas y sostenibles.

Objetivo específico: Fortalecer las infraestructuras tecnológicas del museo mediante la modernización y escalado de los sistemas, comunicaciones y puesto de usuario, garantizando su adecuación al Esquema Nacional de Seguridad, así como promover la mejora de la conectividad en los espacios expositivos y la consolidación de los servicios tecnológicos esenciales, asegurando su sostenibilidad y capacidad de adaptación a las necesidades futuras.

Proyecto 3.5.2. Servicios orientados al negocio.

Objetivo específico: Evolucionar e implantar sistemas de información modernos y eficientes que integren la gestión administrativa, la gestión de la colección y los proyectos del museo desde una perspectiva orientada al negocio, así como impulsar la digitalización de los procedimientos administrativos, favoreciendo la eficiencia, la trazabilidad y la transparencia en la gestión.

Proyecto 3.5.3. Innovación, apertura del dato y cooperación y reutilización de plataformas y experiencias digitales.

Objetivo específico: Promover políticas de apertura y reutilización de datos, impulsar la cooperación y colaboración con otras instituciones para la reutilización de plataformas digitales y experiencias de transformación digital, así como fomentar la innovación mediante la posible aplicación de soluciones basadas en inteligencia artificial para optimizar procesos y tareas técnicas.



Objetivo general 4

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



Estrategia 4.1.

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

Proyecto 4.1.1. Rehabilitación arquitectónica del Salón de Reinos y acondicionamiento de su entorno urbano.

Objetivo específico: Finalizar la adaptación del 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 4.1.2. 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 4.1.3. 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 4.1.4. Actuaciones en otros edificios para la racionalización de espacios.

Objetivo específico: Continuar el proceso de adecuación de 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 4.1.5. 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 4.2.

Adaptar la ordenación de la colección permanente e integrar los espacios polivalentes del Salón de Reinos en la programación de exposiciones temporales.

Proyecto 4.2.1. Programa de exposición permanente del Salón de Reinos.

Objetivo específico: Finalizar el proceso de desarrollo de 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 como consecuencia de ello la presentación de la colección en el edificio Villanueva, de manera que se potencie un discurso complementario entre ambos inmuebles.

Proyecto 4.2.2. 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.

Proyecto 4.2.3. 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 4.3.

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

Proyecto 4.3.1. 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 4.3.2. 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 y adaptar los existentes.

Estrategia 4.4.

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

Proyecto 4.4.1. Acciones educativas y formativas adaptadas a los nuevos 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 4.4.2. 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.

Proyecto 4.4.3. 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 4.4.4. 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 4.5.

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

Proyecto 4.5.1. 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 4.5.2. Desarrollo de una campaña de presentación a los medios y publicidad de 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 4.6.

Facilitar la activación coordinada y sincronizada de todas las unidades del museo en el cumplimiento del objetivo.

Proyecto 4.6.1. Programación integrada anual y mensual de todas las actuaciones vinculadas al Salón de Reinos.

Objetivo específico: Incrementar el alcance y grado de detalle en la planificación y programación de todas las actividades relacionadas con el Salón de Reinos, tanto internas como externas, asegurando su sincronización y coherencia temporal hasta alcanzar un régimen de funcionamiento público, estable e integrado del edificio en el conjunto del campus Prado.

Proyecto 4.6.2. Establecimiento de un protocolo de comunicación para la activación y seguimiento del trabajo desarrollado por las diferentes unidades.

Objetivo específico: Diseñar e implementar un protocolo de comunicación interna que garantice el intercambio ágil, transparente y continuo de información entre las unidades implicadas, facilitando la activación coordinada, el seguimiento de las tareas y la toma de decisiones en torno al Salón de Reinos

Proyecto 4.6.3. Coordinación e información transversal de los avances en el cumplimiento del objetivo.

Objetivo específico: Establecer diferentes mecanismos de coordinación y de información transversal que permitan evaluar y comunicar periódicamente la actividad y avances del proyecto Salón de Reinos, asegurando la participación activa de todas las unidades del museo y la alineación de los resultados con los objetivos generales de la institución.

ANEXO I

Plan Anual de Actividades

ANEXO II

Ficha de seguimiento y Evaluación



MUSEO NACIONAL
DEL **PRADO**