

CAPÍTULO VI

SOCIEDAD MUSEO NACIONAL
DEL PRADO DIFUSIÓN SAU

El año 2017 ha sido positivo en cuanto a la recuperación del ritmo de crecimiento del Museo del Prado teniendo como referencia el ejercicio 2015, y tras el resultado del 2016 con el extraordinario resultado derivado del calendario de exposiciones y de forma muy singular de la del V Centenario del Bosco. La afluencia de visitantes a la Colección permanente y el calendario de exposiciones se tradujeron en unas ventas en las tiendas Prado de 5.716.814 euros, un 78% del total de la facturación del ejercicio que en total ascendió a una cifra de 7.335.480 euros.

El 22% restante de la facturación se desglosa en un 10% por servicios editoriales, un 9% que proviene del canon de explotación del Café Prado, y el 3% de la venta por los derechos de la gestión del Banco de imágenes del MNP.

La Sociedad en el ejercicio del 2017 con esta facturación, gestión y actividad ha generado al Museo un canon de 2.653.975 euros. Esta cifra supone un incremento de un 6% respecto al año 2015, siendo un 22% inferior al 2016 que fue el ejercicio con un mayor canon de la serie histórica: 3.405.601 euros.

La actividad comercial del ejercicio se vio reforzada con cuatro tiendas en las exposiciones temporales, concentrándose las exposiciones de mayor impacto comercial en el segundo semestre del año: en noviembre la exposición de *Fortuny (1838-1874)*; durante el verano la exposición *Tesoros de la Hispanic Society of America. Visiones del mundo hispánico*, y finalmente la exposición *Cai Guo Qiang en el Prado. El espíritu de la pintura*. En estas dos últimas exposiciones la actividad de la Sociedad se amplió a la producción de sendos documentales como complemento y enriquecimiento a la visita en la sala D.

En el caso de la exposición del artista Cai Guo Qiang produjo además un documental en versión largometraje para otras ventanas de explotación como la televisión. Cuyo objetivo es ampliar la difusión, abrir audiencias, generar ruido mediático y enriquecer el archivo audiovisual histórico.

La actividad editorial de la Sociedad mantiene la publicación de La Guía del Prado como publicación de mayor venta y rentabilidad, de la que en 2017 se vendieron 63.708 ejemplares. Además, se han producido los catálogos encomendados por el Museo, exposiciones temporales y un nuevo comic.

En cuanto a la distribución de publicaciones, en total se han movido 8.800 ejemplares, de los cuales en la distribución internacional de los catálogos en inglés con Thames and Hudson destacan 2.500 nuevos ejemplares del Bosco, y 800 del de Cai Guo-Qiang.

Por la gestión de los derechos del Banco de Imágenes del Museo del Prado se facturaron en este ejercicio 209.031 euros.

El contrato gestionado por la empresa adjudicataria del servicio de restauración del Café Prado y el catering, Sodexo, fue prorrogado según decisión del Consejo de administración hasta octubre de 2018. Durante 2017 un incremento en la facturación en la terraza y en el catering en el Museo del Prado se tradujo en un canon variable de 199.266 euros. Y con ello un crecimiento de 6% respecto al canon total del ejercicio anterior, con una aportación total de 649.266 euros. El más elevado de la serie histórica de esta actividad.

En complemento a la actividad comercial central, la Sociedad tiene encomendado por el Museo del Prado el diseño de todos los elementos de comunicación, información y elementos gráficos de la actividad expositiva temporal y permanente del Museo Nacional del Prado, la señalización y atención al visitante. Así como la producción de los elementos gráficos de señalización y comunicación dentro y fuera del Museo.