

CAPÍTULO VI

SOCIEDAD MUSEO NACIONAL PRADO DIFUSIÓN

En un contexto complejo de recuperación económica y de afluencia de visitantes, la Sociedad ha ajustado su actividad a la evolución positiva del Museo trabajando con el objetivo de optimizar los recursos para aumentar el potencial comercial para el Museo y recuperar los niveles pre pandemia. El Prado recibió 2.427.718 visitantes durante el año lo que supone un crecimiento del 115% respecto a 2021.

Prado Difusión genera una cifra de negocios de 6.190.253 euros y cierra el ejercicio con un beneficio para el Museo del Prado de 2.098.051 euros. Esto supone, respecto al 2021 un incremento del 63% de la cifra de negocio y un 120% del beneficio neto. Esta cifra se compone en un 92% de ingresos comerciales y un 8% por servicios al Museo.

INGRESOS COMERCIALES POR VENTA DE PRODUCTOS Y PUBLICACIONES DEL MUSEO DEL PRADO

La principal fuente de generación de ingresos de la Sociedad es la venta de productos y publicaciones, en el 2022 supone un 72% del total de ingresos y crece en un 70% respecto a 2021.

Con el objetivo de optimización de los recursos y atendiendo a la calidad de atención al visitante en el Museo, la Sociedad ha desarrollado una política progresiva de activación a medida que se recuperaba la afluencia y la circulación de los visitantes, acompañando el programa expositivo del Museo del Prado:

- con la inversión en existencias, las compras de existencias se incrementan en 2022 en un 100% pero todavía se sitúan en un 40% por debajo de un año de actividad plena.
- y con la reposición de las plazas de personal pendientes del equipo comercial. Como consecuencia de la activación de los puntos de venta, se ha procedido progresivamente a la contratación de personal indefinido hasta conseguir la recuperación de la plantilla de 24 personas. La plantilla de la Sociedad a 31 de diciembre de 2022 se compone de 14 mujeres y 9 hombres.

Es destacable la contención de gastos generales, que se ha traducido en la recuperación de la ratio de servicios exteriores respecto a la cifra de negocio de un 12,2%, mejorando respecto al 2021, que fue de un 14,3%.

El diseño y la producción se han acelerado para responder al incremento de la demanda y la necesidad de refrescar y ampliar las gamas, entorno a la marca MUSEO DEL PRADO, la colección permanente y la producción de series más exclusivas para las exposiciones temporales. En este año se ha seguido trabajando en el objetivo de eliminación de plásticos en el *packaging*, animando y favoreciendo el uso de materiales responsables con el medio ambiente por los distintos proveedores, además de mantener la gestión del suministro y contener el impacto del encarecimiento de las materias primas.

Esta inversión se traduce en 511 nuevas referencias de productos de la gama oficial del Museo del Prado y se imprimen nuevas tiradas de las guías oficiales y de visita en todos los idiomas. Se reactiva también la producción para el Museo de su plan de publicaciones con los siguientes doce títulos en coedición y la producción del video de sala de la exposición *Annibale Carracci. Los frescos de la capilla Herrera*.

Publicación	Fecha publicación	Idioma	Tirada total	PVP
Libro “Arte y ciencia en el Museo del Prado”	Febrero	Español	400	18,00€
Catálogo “Los frescos de Carracci en la Capilla Herrera”	Marzo	Castellano, catalán, italiano	3.555	28,00€
Catálogo “Luis Paret”	Mayo	Español	3.000	28,00€
Actas “Retratos de Lorenzo Lotto”	Junio	Varios idiomas	500	40,00€
Actas “Museo, guerra y posguerra”	Junio	Varios idiomas	500	40,00€
Reflejos del cosmos en el Museo del Prado	Julio	Español, inglés	1.500	10,00€
Boletín Museo del Prado, 58	Octubre	Varios idiomas	2.230	9,50€
Catálogo “El marqués de Santillana”	Octubre	Español	1.600	25,00€
Catálogo “Otro Renacimiento”	Octubre	Español	4.000	35,00€
Catálogo “Zóbel”	Noviembre	Español, inglés	4.500	32,00€
Libro “Itinerarios Promotoras de las artes en el MNP”	Diciembre	Español, inglés	2.400	10,00€
Libro “Cátedra Talleres de restauración del MNP”	Diciembre	Español	1.400	24,00€

GESTIÓN DE DERECHOS Y LICENCIAS

La gestión de los derechos del Museo del Prado cierra el año con una facturación de 696.165 euros. El volumen de este capítulo mejora sobre todo por el crecimiento de las licencias, se mantiene la facturación de derechos editoriales y fluctúan los ingresos por la gestión de rodajes de los que merece destacar la participación de la Sociedad en la producción del documental italiano sobre la exposición *Otro Renacimiento. Artistas españoles en Nápoles a comienzos del Cinquecento* en el Museo del Prado y en Capodimonte (Nápoles), y la gestión del rodaje cinematográfico de Victor Erice, “Cerrar los ojos”.

Gestión del contrato para el servicio de restauración del Café Prado, el catering de cesión de espacios y el comedor de empleados.

En este ejercicio, las ventas del café incrementan un 190% respecto del 2021 destacando la venta del nuevo punto de café en la galería jónica y la recuperación de los

eventos en un año especialmente fructífero de la cesión de espacios en el Prado. El ingreso generado por esta gestión supuso un canon por parte del adjudicatario que representa el 9,1% de la cifra de negocio.

DISEÑO GRÁFICA Y PRODUCCIÓN

En el marco de la encomienda de diseño y producción de la gráfica que engloba los elementos derivados de sus necesidades en comunicación, información y educación, así como la gráfica de las exposiciones y la actividad de la Colección Permanente. La actividad de diseño y producción recupera su ritmo normal junto con la actividad y el programa de exposiciones del Museo. Se incorpora el encargo para el trabajo de consultoría del nuevo proyecto de señalética y la formalización del manual de identidad del Museo del Prado.

ADECUACIÓN RELACIÓN JURÍDICA ENTRE EL MUSEO NACIONAL DEL PRADO Y LA SOCIEDAD

Museo Nacional del Prado Difusión es una sociedad mercantil estatal creada en noviembre de 2006 con el objetivo de contribuir a la financiación del Museo a través de una gestión especializada de toda la gestión comercial, de la marca Museo del Prado y la explotación comercial de sus derechos. La Sociedad se autofinancia y aporta el 95% de su beneficio al Museo Nacional del Prado según Resolución del Director del Museo Nacional del Prado de 28 de diciembre de 2022.

La Sociedad trabaja junto el Museo, en la actualización del régimen jurídico de la encomienda de gestión, para adaptarla a lo dispuesto en la LRJSP y en la LCSP, cuya última prórroga hasta la finalización de la adaptación a la Ley 40/2015, fue firmada por el Director, con fecha 28 de diciembre de 2022.