

Más del 40% de las entradas vendidas por el Museo Nacional del Prado se adquieren online

- El Museo del Prado, gracias al apoyo de Telefónica como Benefactor de la institución, ha desarrollado Puerta Digital, una herramienta que ha permitido, desde su puesta en marcha a finales del pasado mes de abril, la emisión de más de 1 millón de entradas que han generado unos ingresos de 6.755.609 €.
- En su afán por ser más accesible al público, este sistema unifica todos los productos y servicios que el Museo ofrece (entradas, actividades...).
- El canal online es utilizado mayoritariamente por público internacional (EEUU, Francia, Reino Unido, Italia y Alemania).
- Prado Puerta Digital contribuye al compromiso que el Museo del Prado tiene con sus públicos para resultar más accesible y cercano.

Madrid, 01 de febrero de 2022. El Museo Nacional del Prado, gracias al apoyo de Telefónica como Benefactor del programa de Atención al Visitante y desarrollado por Telefónica Empresas, ha desarrollado Prado Puerta Digital, una herramienta que contribuye al compromiso que la institución tiene con sus públicos para que su experiencia sea excepcional.

Esta herramienta optimiza la rentabilización de los recursos, mejora la visita del público y obtiene datos anónimos para ampliar el conocimiento de los visitantes y para enriquecer la toma de decisiones. En su canal online permite la compra de entradas de manera sencilla, en menos de dos minutos, desde cualquier dispositivo móvil, sin gastos de envío y con la posibilidad de cambio de fecha y hora de visita tras la adquisición.

El visitante accede a un sistema de ventas unificado para todos los productos y servicios ofertados por el Museo Nacional del Prado (entradas, actividades...) y puede autogestionar de manera inmediata y desde el móvil sus compras en menos de dos minutos con acceso directo a través de la generación de un código QR en el propio dispositivo.

El público profesional y las visitas en grupo se benefician a través de Internet de un área de clientes específica para sus gestiones.

Para Miguel Falomir, director del Museo Nacional del Prado: “La tecnología y la digitalización son fundamentales a la hora de gestionar el flujo de visitantes que acude al Museo Nacional del Prado. El papel de Telefónica, como Benefactor del programa de Atención al Visitante, es fundamental en este proceso de transformación digital del Prado.”

Para Rafael Fernandez de Alarcón, director de Marca, Patrocinios y Medios de Telefónica: “Esta colaboración con el Museo del Prado muestra que Telefónica dispone de las herramientas precisas para que los ciudadanos puedan participar en las manifestaciones artísticas del país y de la vida cultural, contribuir a hacer un mundo más humano a través de la cultura y la conectividad, es esencial en el nuevo entorno social en el que vivimos.”

Descarga de información e imágenes: <https://www.museodelprado.es/museo/acceso-profesionales>

Gráfica: [20210426 Prado Puerta Digital \(629x876\) – HUB PRADO PUERTA DIGITAL – Frontify \(telefonica.com\)](#)

Foto dashboard Prado Puerta Digital: <https://brandfactory.telefonica.com/s/34/CkzSd8mE>

Foto compra entrada con móvil: <https://brandfactory.telefonica.com/s/34/5aCqmAi4>

Foto compra en taquilla: <https://brandfactory.telefonica.com/s/34/WhuXg574>

Foto lectura entrada: <https://brandfactory.telefonica.com/s/34/RyecyKds>

Vídeo disponible: <https://brandfactory.telefonica.com/s/34/o4usacDN>