

Museo
Universidad
de Navarra

2.4. Modelo de Contribuciones MUSEO



Mensajes seleccionados como prioritarios



El museo contribuye a generar y difundir conocimiento en el ámbito cultural, en concreto en los campos en los que es especialista: fotografía y arte contemporáneo.

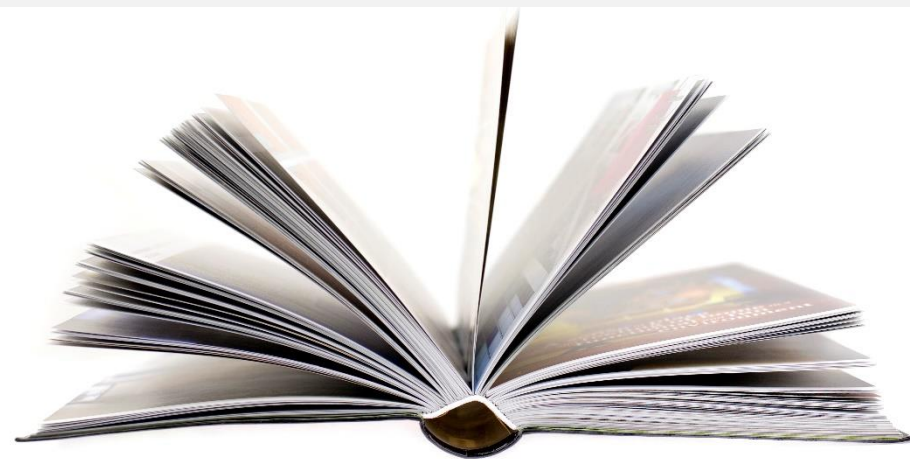
Capital Conocimiento

Generación de
conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación

Difusión del
conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad académica / sociedad en general





Generación de conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación



60%

de las tesis doctorales en base al fondo fotográfico donado a la Universidad, se han generado a partir de la construcción del Museo

20

artistas de prestigio internacional involucrados en el proyecto Tender Puentes impulsado por el Museo Universidad de Navarra

657

piezas generadas mediante el proyecto Tender Puentes

158

obras de arte generadas han pasado a formar parte de la colección del museo



26

publicaciones vinculadas a las actividades del Museo



Difusión de conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad académica / sociedad en general



415.000 *páginas vistas en la página web del Museo*

5.785 *suscriptores a la Newsletter*

29 *eventos mensuales de media organizados por el Museo*

2.087 *libros vendidos en puntos de venta de origen nacional e internacional*

Museo Universidad de Navarra

Capital Social



El Museo Universidad de Navarra tiene un alto impacto en el tejido social fruto de su actividad en el ámbito cultural y educativo y de su involucración en actividades de difusión y acercamiento del arte a la sociedad

Capital Social

Acceso a
Educación

Oferta educativa universitaria y de postgrado de primer nivel

Integración al
Mercado laboral

Inserción en el mercado laboral de diferentes colectivos

Ocio y Cultura

Actividades de promoción de la cultura y de las artes escénicas, desde un enfoque de acercamiento a la sociedad

Concienciación y
Compromiso
Social

Promoción de valores y sensibilización sobre problemáticas y necesidades sociales

Adaptabilidad –
Accesibilidad

Adaptabilidad de las instalaciones y servicios de la Universidad a colectivos con necesidades especiales

Transformación de
territorios y
ciudades

Influencia de la Universidad como eje vertebrador del territorio, con capacidad de atraer y movilizar agentes afines a su actividad en el entorno de proximidad



Acceso a la educación

Oferta educativa universitaria y de postgrado de primer nivel



40 *alumnos matriculados en el Diploma en Estudios Curatoriales*

34 *alumnos de la Universidad para la prestación del servicio de visitas guiadas gratuitas*

20 *artistas han combinado su principal misión de representación o exhibición, con la impartición de sesiones didácticas con alumnos y público en general*



Integración al
Mercado laboral

Contribución a la inserción en el mercado laboral de diferentes colectivos

Integración en
el Mercado
laboral



Integración en
el Mercado
laboral

8 %

de la plantilla del Museo ha estado conformada por personas con beca o alumnos en prácticas durante su primer año de actividad

150

currículos recibidos, tanto antes de la inauguración como durante el primer año de apertura

52

instituciones, museos, fundaciones y centros culturales donde los alumnos pueden realizar prácticas profesionales



Ocio y cultura



Atracción de
nuevos
visitantes a la
ciudad



89.541

visitantes al Museo Universidad de Navarra

9.138

*espectadores han presenciado los
espectáculos realizados en el Teatro del
Museo*



Fomento de la
educación integral
e interdisciplinar
desde etapas
tempranas

2.300

*personas (familias y niños) han participado en
las actividades educativas del Museo durante
2015*

Museo Universidad de Navarra

Capital Relacional



Capital Relacional

El Museo Universidad de Navarra contribuye a crear y fortalecer redes internacionales de colaboración con agentes culturales que son clave para la promoción y desarrollo de su actividad

Alianzas/Red de colaboración

Creación e impulso de redes de colaboración estables con otras instituciones culturales y museísticas, así como participación activa en diferentes redes

Capacidad de influencia

Capacidad del Museo Universidad de Navarra para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad.





Alianzas/Red de
colaboración

Creación e impulso de redes de colaboración estables con otras instituciones culturales y museísticas, así como participación activa en diferentes redes





Capacidad de
influencia

Capacidad de la Universidad de Navarra para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad



Museo
Universidad
de Navarra

Capacidad de
influencia



Capacidad
de atracción



Presencia en
Redes
Sociales



73

personalidades del sector institucional, empresarial, artístico y mediático procedentes de 60 empresas / instituciones distintas han visitado el Museo

61

artistas de prestigio nacional e internacional se han involucrado de manera activa en los diferentes congresos, conferencias y seminarios

10.762

seguidores RRSS

4.900

seguidores en Twitter

4.485

"me gusta"-s en Facebook

1.007

seguidores en Instagram

370

seguidores en YouTube

Museo Universidad de Navarra

Capital Económico



La actividad desarrollada por el Museo Universidad de Navarra contribuye a la generación de riqueza y empleo en la región, aportando al mismo tiempo valor a sus grupos de interés

Capital
Económico

Impacto
económico en
Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra

Valor para los
grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con el Museo Universidad de Navarra



Impacto económico en Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra



Impacto Económico en la fase constructiva (2011-2014)



Impacto Económico del primer año de funcionamiento

18 Millones de € gasto total en Navarra (80% del total)

19,2 Millones de € de PIB en Navarra

110 Empleos mantenidos en Navarra

1 Millón de € de retornos fiscales para las Administraciones Públicas

1,07 € de contribución al PIB en Navarra por cada euro de gasto en proveedores navarros derivado de su construcción

★ 2,1 Millones de € gasto total en Navarra (58% del total)

2,6 Millones de € de PIB en Navarra

45 Empleos mantenidos en Navarra

181 mil € de ingresos fiscales para las Administraciones Públicas

0,5 € Gasto adicional traccionado por cada 1€ de gasto de UNAV en Navarra



Valor para los grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con el Museo Universidad de Navarra



Museo Universidad de Navarra

Capital Marca



Capital Marca

Reputación y
credibilidad

El Museo Universidad de Navarra es reconocido por su colección fotográfica y de arte moderno, que han contribuido a que sea considerada como una institución de referencia a nivel nacional, en particular en el ámbito de fotografía de España del S.XIX

Contribución de las iniciativas desarrolladas por MUN a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento





Reputación y credibilidad

Contribución de las iniciativas desarrolladas por MUN a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento



Posicionamiento del Museo desde la perspectiva del visitante

76 %

de los visitantes del museo destaca como principal motivación de la visita las colecciones permanentes o temporales

54 %

de los visitantes asocian la arquitectura del edificio como característica diferencial del museo

47

obras de arte de artistas reconocidos a nivel nacional e internacional

Reconocimiento del museo y su colección



10.762

seguidores RRSS

4.900

seguidores en Twitter

4.485

"me gusta"-s en Facebook

1.007

seguidores en Instagram

370

seguidores en YouTube



800

apariciones en prensa escrita, digital, radio y televisión

14,9

millones de seguidores en twitter de la portada de "The Economist"

100%

de las noticias publicadas han tenido una

Reputación y credibilidad

Interés de los medios de comunicación y redes sociales



Si desea información adicional, por favor, visite www.deloitte.es

Deloitte Advisory se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, (private company limited by guarantee, de acuerdo con la legislación del Reino Unido) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En www.deloitte.com/about se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Advisory presta servicios de consultoría y asesoramiento en transacciones corporativas a entidades que operan en un elevado número de sectores de actividad. La firma aporta su experiencia y alto nivel profesional ayudando a sus clientes a alcanzar sus objetivos empresariales en cualquier lugar del mundo. Para ello cuenta con el apoyo de una red global de firmas miembro presentes en más de 140 países y con aproximadamente 170.000 profesionales que han asumido el compromiso de ser modelo de excelencia.

El contenido de esta publicación no puede ser total ni parcialmente reproducido, transmitido ni registrado por ningún sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni a través de ningún medio o soporte, sin el previo consentimiento por escrito de los titulares del copyright. Deloitte Advisory no se hace responsable del uso que de esta información puedan hacer terceras personas. Nadie puede hacer uso de este material salvo autorización expresa por parte de Deloitte Advisory.