

Plan de Actuación 2021



1. INTRODUCCIÓN.

La Fundación Palacio de Villalón se constituyó el 31 de marzo de 2009, bajo la aplicación de la Ley 30/1994, de 24 de noviembre, de Fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación Privada en Actividades de Interés General, la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones y la Ley 10/2005, de 31 de mayo, de Fundaciones de la Comunidad Autónoma de Andalucía (en adelante, Ley 10/2005). Figura inscrita en el Registro de Fundaciones Andaluzas con el nº 1.248 de 2010, y tiene su domicilio social en Málaga, en la calle Compañía, núm. 10.

Los fines de la Fundación, de acuerdo con lo dispuesto por el art. 4 de sus Estatutos, son los siguientes:

- La suscripción del contrato de préstamo de la Colección Carmen Thyssen Bornemisza, así como el cumplimiento de las obligaciones recogidas en el mismo por el que se otorgan los derechos de uso y disposición de la Colección.
- El mantenimiento, conservación, promoción y pública exposición de la Colección.
- La recepción del uso de los inmuebles municipales incluidos en el conjunto edificatorio que el Ayuntamiento de Málaga adscriba a la exposición de la Colección Carmen Thyssen Bornemisza, así como a las actividades complementarias.
- El mantenimiento y conservación del conjunto edificatorio.
- La creación y la gestión del Museo que albergará la citada colección, la realización de actividades culturales y sociales complementarias, así como la difusión del mismo.

Desde la puesta en marcha del Museo Carmen Thyssen Málaga, la fundación continúa en el cumplimiento de estos fines fundamentalmente los concernientes al mantenimiento del conjunto edificatorio y de la colección, así como de la gestión del museo, la promoción de la colección y la realización de actividades culturales y sociales. Todo ello bajo los principios básicos de racionalidad y austeridad en el gasto, transparencia y concurrencia pública en la contratación.

En cumplimiento de lo dispuesto en el art. 37 de la Ley 10/2005 se elabora el Plan de Actuación y Presupuesto para el año 2021.

2. PLAN DE ACTUACIÓN 2021.

De conformidad con los fines estatutarios, para el próximo 2021 continuaremos con las acciones para la consolidación de la Colección Carmen Thyssen de Pintura Española del siglo XIX y primera mitad del siglo XX.

Paralelamente, la programación expositiva, núcleo de la actividad museística, contempla la realización de dos exposiciones temporales a las que se sumarán dos de pequeño formato. Las líneas de trabajo que definen este Plan de Actuación son:

ACTIVIDAD PROPIA

- I. Exhibición de la Colección Permanente Carmen Thyssen.
- II. Exposición Temporal *Colección Carmen Thyssen* y exposiciones de Sala Noble.
- III. Programa Educativo
- IV. Plan de Promoción y Comunicación.
- V. Contratación y Recursos Humanos.
- VI. Mecenazgo y Patrocinio.
- VII. Mantenimiento y Seguridad.

ACTIVIDAD MERCANTIL

- VIII. Explotación de la Tienda-Librería.
- IX. Organización de Eventos Corporativos.

2.1. **ACTIVIDAD PROPIA**

EXHIBICIÓN DE LA COLECCIÓN PERMANENTE

El Museo Carmen Thyssen Málaga destina una amplia parte de su espacio expositivo a la presentación de su Colección Permanente, un conjunto de más de 180 obras que ofrece un recorrido por la pintura española (y andaluza especialmente) del siglo XIX y comienzos del XX, junto con una pequeña y cuidada selección de obras de maestros antiguos (pinturas y esculturas españolas y europeas de entre los siglos XIII y XVIII).

El itinerario expositivo se distribuye en tres plantas dedicadas, respectivamente, a la pintura romántica de paisaje y costumbrista, al preciosismo y la pintura naturalista, y al arte de fin de siglo. En este discurso destacan autores como Pérez Villaamil, Lucas Velázquez, Fortuny, Sorolla, Zuloaga o Romero de Torres, entre otros muchos. A través de él se puede seguir la transformación de la pintura española a lo largo del XIX, desde la interpretación romántica del paisaje monumental y natural y las costumbres tradicionales, vistos desde una fascinación por lo exótico y desconocido asimilada de los viajeros extranjeros, hasta una interpretación de la pintura al aire libre, cada vez más colorista, libre y espontánea de la técnica pictórica, que llegará, a finales de la centuria, a anunciar los movimientos de renovación y vanguardia del XX.

EXPOSICIONES TEMPORALES

(*Ante la situación excepcional de incertidumbre que en lo social y lo económico está provocando la pandemia mundial del Covid-19, la programación expositiva del Museo para el año 2021 podría sufrir modificaciones, en sus contenidos y fechas.)

Exposición temporal 2020-2021: "Máscaras. Metamorfosis de la identidad moderna"

27 de julio de 2020 a 10 de enero de 2021

La exposición Máscaras planteará una reflexión sobre la máscara como elemento transformador de la representación de la figura humana en el arte moderno. Partiendo de un uso festivo tradicional vinculado al carnaval y al disfraz -que también se mantendrá en la vanguardia en los personajes de la Commedia dell'arte-, la máscara comienza primero, en el fin de siglo XIX y con el antecedente de Goya, a asociarse a lo grotesco y a la muerte, e irrumpe como referencia para el trabajo del rostro en la vanguardia, a partir de la influencia de máscaras etnográficas de culturas no europeas en los inicios del siglo XX.

Rasgos simplificados, planos, ojos de cuencas vacías despersonalizan el rostro humano en movimientos como el cubismo, dadaísmo, expresionismo y surrealismo. Estas experiencias resultarán decisivas para el arte moderno, haciendo que la máscara deje de mostrarse como objeto y termine por asimilarse al propio rostro, cuestionando la identidad, la individualidad y la subjetividad.

Exposición temporal 2021: Maestros internacionales en la Colección Carmen Thyssen

19 de marzo a 5 de septiembre de 2021

Para celebrar su X aniversario, el Museo quiere dar protagonismo a la Colección Carmen Thyssen, parte fundamental de la oferta expositiva de la institución, tanto por su propia colección permanente, toda ella de esa procedencia, como por la participación constante de obras de aquélla en las muestras temporales.

Se propone en esta ocasión una exposición centrada en su pintura internacional con una selecta representación de sus obras maestras del arte europeo y americano entre los siglos XVII y XX, que testimonian los gustos de su propietaria y que permiten explicar su aportación a la colección Thyssen-Bornemisza, iniciada por el magnate de la siderurgia August Thyssen a comienzos del siglo XX.

Centrada en las temáticas predilectas de la colección personal de la Baronesa, el paisaje (visiones de la naturaleza y de lo urbano) y la figura femenina, la muestra se plantea como un recorrido que explica visualmente la evolución del arte durante cuatro siglos en las escuelas pictóricas europeas y americanas. Al mismo tiempo, esta selección plantea una continuación o ampliación del discurso de la colección española del Museo, enriqueciéndola con las referencias contemporáneas e inmediatas del panorama internacional.

EXPOSICIONES EN SALA NOBLE

Las propuestas expositivas desarrolladas en la Sala Noble no solo enriquecen y complementan la programación anual del Museo, sino que se ofrecen como muestras con entidad y atractivo propios, que dan pie a abordar aspectos muy concretos de la producción de grandes artistas españoles e internacionales, o temáticas originales y sugerentes, principalmente a través de obras sobre papel o piezas de pequeño formato.

Siguiendo la línea de muestras como Sorolla en Nueva York, Japón. Grabados y objetos de arte, Goya-Ensor. Sueños al vuelo, Gustave Doré, viajero por Andalucía, Henri Matisse. Jazz, Modernas y seductoras. Mujeres en la Colección ABC (1900-1936), Max Ernst. Historia natural, Fortuny grabador, Toulouse-Lautrec y el circo o Vanguardia dibujada, el Museo continuará en 2021 apostando por estas exposiciones que ofrecen a los visitantes una aproximación directa a los principales movimientos artísticos a través de la mirada más personal y experimental de los artistas que los protagonizaron. Se plantearán dos o tres exposiciones a lo largo del año de carácter monográfico o temático.

PROGRAMA EDUCATIVO

A pesar de las circunstancias singulares del año que abordamos, el Programa educativo ha previsto todas las acciones necesarias para dotar al Museo de un contenido cultural y social de máxima calidad y adaptado a las necesidades actuales de la diversidad de nuestros públicos. Dichas actividades, serán realizadas de una manera flexible y en la medida en que las condiciones sanitarias y de presupuesto lo permitan.

Museo CarmenThyssen Málaga

Además, es nuestra intención desarrollar una serie de acciones innovadoras multidisciplinares que nos permitan posicionar y visibilizar nuestra institución, precisamente, en el año de su X Aniversario, como ese agente activo y creativo que contribuye con firmeza al resurgimiento de la ciudad. Creemos que en el año difícil que hemos iniciado, el programa de actividad cultural, debe ser más sensible que nunca a la realidad social y responder a las emergencias artístico culturales de la escena local, sin renunciar a su proyección internacional en una coyuntura que nos afecta y hermana con el resto de entidades culturales del planeta.

PLAN DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Al objeto de poner en valor el conjunto de las actividades artísticas, así como el generar ingresos para poder contribuir en la sostenibilidad de la Fundación, el Museo elabora sus acciones de promoción y comunicación, tanto en offline como multimedia. La finalidad principal de estas acciones es la de mantener el interés del público actual y captar otros nuevos.

Conscientes de las limitaciones tanto a nivel presupuestario como a nivel de actividades a realizar, planteamos el próximo año con prudencia, sin dejar de trabajar en la misma línea de años anteriores

La inversión en medios se verá muy condicionada por el escenario de la pandemia, puesto que esta planificación se elabora en base a las exposiciones temporales, las exposiciones en Sala Noble y la Colección Permanente, y estos contenidos van a ser inferiores a años anteriores. Aun así, prevemos invertir tanto en medios generalistas como especializados en arte.

Por otro lado, la difusión también se apoya en los siguientes soportes promocionales:



- Lona en fachada del Museo.
- 110 Banderolas dobles ubicadas en las farolas de los siguientes enclaves (Avenida Andalucía, Alameda Principal, Paseo del Parque, Paseo Marítimo Malagueta, farolas detrás del CAC, Paseo de Los Curas, Calle Córdoba y Parque Tecnológico)
- 80 carteles dentro de los autobuses urbanos de la ciudad.
- 400 Mupis distribuidos a lo largo de toda la Costa del Sol y en la propia ciudad de Málaga.
- Relojes urbanos.
- Vídeos de cada exposición en fachada del Corte Inglés.

Desde la perspectiva de la comunicación digital (**Web y Multimedia**), el Museo contempla sus diversas acciones basándose en la creación de estrategias de instauración, refuerzo y fidelización o vinculación de audiencias mediante herramientas o recursos de aplicación virtual, cuyo fin es difundir el Museo, sus colecciones y exposiciones.

La página web se completa de manera periódica con nuevas actividades, exposiciones, publicaciones, etc, y va ampliando su archivo gráfico publicando todo lo que sucede en la sección Multimedia, mediante álbumes de fotografías y un

Museo Carmen Thyssen Málaga

apartado de vídeos, donde se han añadido recientemente los subtítulos en inglés para los vídeos de exposiciones temporales.

Las redes sociales son otro de los pilares esenciales del Programa. Realizamos un mantenimiento y seguimiento diario de cada red social en la que está posicionada el museo: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Vimeo o Pinterest. Los contenidos generados por el Museo se difunden directa o indirectamente en todas ellas, como por ejemplo asuntos relacionados con la Colección Permanente y Temporal, el propio Museo y su entorno, agenda o servicios.



Otro recurso es **el blog del Museo**; se presenta como un espacio de reflexión, incitando al lector a opinar mediante comentarios, y a su vez, a interactuar con otros usuarios. El objetivo principal en este sentido es promover la reflexión mediante la proposición de diversos temas relacionados con el Museo; escritos por sus propios empleados, otorgarán una humanización y cercanía al mismo.

Adicionalmente, el Museo ofrece la posibilidad de poder visitar todas sus exposiciones temporales mediante visitas virtuales que permiten un recorrido **360° por las salas**. Además, ahora, incorpora nuevas funcionalidades para poder realizar estas visitas mediante gafas de realidad virtual consiguiendo así una experiencia aún más inmersiva.

La intención del Museo es seguir avanzando en esta materia, para permitir que todas las exposiciones que ha albergado desde su inauguración puedan ser recorridas a través de la realidad virtual.

También, los visitantes pueden completar su experiencia en Museo consultando frente a las propias obras, a través de sus dispositivos móviles, las fichas técnicas y los comentarios realizados por destacados especialistas del mundo del arte mediante los **códigos QR** instalados en las cartelas de las obras.

La **app móvil** sigue siendo otra de las herramientas utilizadas disponible para el momento de la visita al Museo.

Por último, incidir en la especial importancia tanto del **Entorno Thyssen**.

El Entorno Thyssen Málaga es un proyecto de dinamización comercial para el área de influencia del Museo Carmen Thyssen Málaga, partiendo de la sinergia producida por la propia actividad del Museo. El entorno, delimitado básicamente a partir de la proximidad con el Museo, aprovecha los diferentes flujos de visitantes a esta zona comercial y desarrolla estrategias de promoción del Museo y dicho entorno, con el fin de aportar valor añadido a la oferta de servicios, fusionando comercio, cultura y la recuperación del turismo.



A pesar de la tremenda crisis que está sufriendo, pese al bloqueo coyuntural del sector, seguimos dando una especial atención al turismo como un punto de apoyo fundamental en la difusión de la colección, para ello se programan periódicamente cursos de formación a los guías turísticos de la provincia además de establecer una relación constante con los hoteles, oficinas de turismo asociaciones de guías turísticos, asociación hotelera y de agencias de viajes, estando presente con folletos en sus recepciones y habitaciones, invitando al personal de recepción a que visiten

las exposiciones para que tengan información actualizada que puedan transmitir a sus clientes.

Tenemos contratos de colaboración con Tour Operadores y Agencias de viajes que nos muestran en sus catálogos, páginas web y otros medios que emplean para la venta.

CONTRATACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

La política de contrataciones del Museo está regulada a través de la Ley de Contratos del Sector Público. Desde la puesta en marcha del Museo, la aplicación de los principios de publicidad, libre concurrencia y economía, nos han servido como base en el ámbito de la contratación y la gestión.

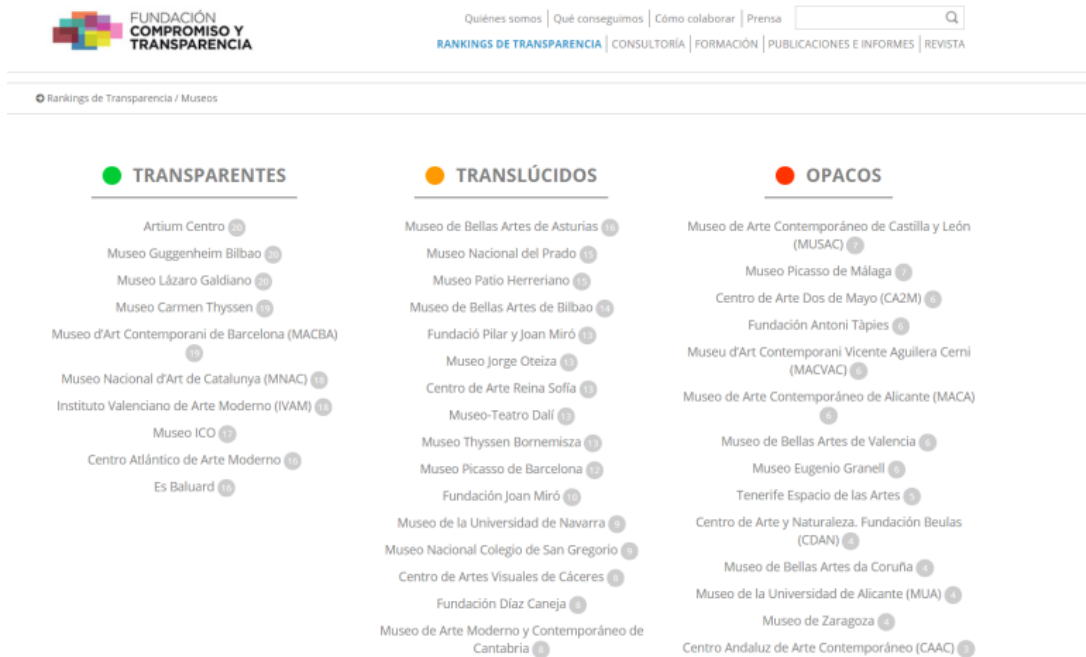
Del mismo modo, el principio de transparencia en la gestión forma parte del ADN del Museo Carmen Thyssen, y va mucho más allá de las disposiciones legales que puedan existir.

El portal de transparencia situado en nuestra página web, cumplimos con los requisitos establecidos por la Ley de Transparencia entre otra información disponemos de la siguiente:

- ⇒ Misión, Visión y Valores de la Fundación.
- ⇒ Composición y Actas de las reuniones del patronato de la Fundación, así como el funcionamiento de la Comisión Delegada.
- ⇒ Organigrama e información sobre el personal de la Fundación.
- ⇒ Contrataciones y retribuciones, donde se incluye el perfil del contratante de la Fundación, así como las retribuciones de todos los miembros de la plantilla.
- ⇒ Información económica, objetivos y resultados, donde incluidos las cuentas anuales de la Fundación, los Planes de Actuación, resumen de objetivos establecidos, así como su cumplimiento y detalle de las visitas al Museo.

Museo CarmenThyssen Málaga

- ⇒ Solicitud de información, donde cualquier ciudadano puede ejercer su libre derecho a solicitar toda aquella información que estime oportuna sobre el funcionamiento del Museo y/o la fundación.



En referencia los recursos humanos, nuestra filosofía es que el capital humano que la Fundación ha logrado reunir es un elemento FUNDAMENTAL para el logro de su misión y su composición (mayor o menor profesionalización, su grado de implicación y compromiso organizacional, sus características demográficas...).

En el ámbito de los Recursos Humanos, hemos de destacar que durante 2020 y ante la crisis sanitaria por covid19, decidimos prorrogar el convenio y retomar las negociaciones a final de año para la elaboración del 2º convenio colectivo de la Fundación Palacio de Villalón, estamos planteando la posibilidad de incluir el teletrabajo como herramienta de trabajo para los trabajadores cuyos puestos lo permitan.

Durante 2020, nuestro principal objetivo ha sido planificar e implementar medidas que ayuden a prevenir y evitar la propagación del covid19 entre nuestros empleados y visitantes:

- Formación e información a nuestros empleados: Información sobre las características del Coronavirus
- Medidas preventivas a tener en cuenta: lavado de manos, higiene respiratoria, ventilación, limpieza, hábitos, etc.
- Normas establecidas de distanciamiento social
- Actuaciones en caso de:
 - ✓ Sospechar que tiene síntomas de contagio
 - ✓ Haber estado en contacto con alguien infectado
 - ✓ Confirmarse un caso positivo
- Reforzar los mensajes mediante la colocación de cartelería en los baños, preferiblemente en material plastificado

Museo CarmenThyssen Málaga

- Instalación medios de protección colectiva (instalación de mamparas de protección entre puestos de trabajo y/o entre éstos y los posibles usuarios/clientes/visitantes)
- Puesta a disposición de los trabajadores equipos de protección respiratoria adecuados (mascarillas higiénicas, mascarillas quirúrgicas y mascarillas autofiltrantes FFP2/FFP3)
- Puesta a disposición, en los lugares de trabajo y de visitantes, geles hidroalcohólicos o desinfectantes con actividad virucida autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad para la limpieza de manos, o cuando esto no sea posible, agua y jabón (se deberá dar prioridad al uso de geles/desinfectantes sobre el uso de agua y jabón, para minimizar el uso de los aseos por parte de los trabajadores).
- Ubicación de papeleras con tapa y pedal, en las que poder depositar pañuelos y cualquier otro material desechable
- Señalización de la distancia de seguridad interpersonal de 2 metros entre clientes, con marcas en el suelo, balizas, cartelería y señalización.

Durante 2021 seguiremos trabajando en la mejora y actualización del plan de contingencia.

La Fundación Palacio de Villalón contempla un sistema integral de gestión de RRHH, nuestro objetivo es seguir trabajando con políticas y estrategias de RRHH que faciliten el cumplimiento de la misión y objetivos de nuestro Museo.

Nuestra estrategia de recursos humanos parte de la misión de nuestro Museo, nuestra razón de ser, no olvidamos que para nuestra Fundación las personas son el principal valor. Somos conscientes de que un equipo preparado y comprometido llegará a cumplir mejor nuestros objetivos, y es por ello, que durante el próximo año 2021 seguiremos trabajando los siguientes aspectos:

⇒ **La Formación**

FPV hace una apuesta por la Formación Continua, y siguiendo esta línea se opta por una herramienta transversal, con criterios unificados encaminados al objetivo de Competir con éxito. La formación, tiene como principal objetivo la capacitación y actualización permanente de las competencias de los recursos humanos, para permitir un mayor desarrollo profesional, y con ello un óptimo desempeño de las actividades encomendadas.

En la actualidad existen planes de ayuda a la Formación Continua financiados por el Fondo Social Europeo y la Fundación Tripartita, procederemos a alcanzar el máximo de bonificación asignado por esta entidad a nuestra Fundación.

Cada acción formativa realizada, irá acompañada de una evaluación tanto en la satisfacción por los conocimientos adquiridos como por la consecución de los objetivos marcados previamente.

Para aquellas acciones formativas que no estén contempladas en el Plan de Formación, se hará la propuesta a RRHH, con el fin de valorar su importancia y urgencia.

⇒ **El Servicio de Atención al Visitante**

El Servicio de Atención al Visitante ha prestado durante este año un funcionamiento ejemplar, a pesar de haber pasado por un ERTE de la totalidad de la plantilla, volvieron a reincorporarse a sus puestos con una sonrisa y sin miedo a estar de cara al público.

Un año más las encuestas a nuestros visitantes nos indican, que uno de los aspectos más valorados en la visita a nuestro museo es la calidad de la atención recibida por nuestro personal, no sólo a nivel de capacitación técnica sino también a nivel de amabilidad y profesionalidad en el trato.

Es por ello que gran parte de nuestro esfuerzo irá encaminado a seguir mejorando esta actividad, no sólo a través de la formación, sino también a través de la evaluación continua del servicio prestado y aportando los recursos necesarios para ello.

En el plan de Formación 2021, incluimos las acciones formativas que solicitamos mediante el pliego técnico a través del Concurso del Servicio de Atención al Visitante del museo, a la empresa adjudicataria del servicio, en este caso Nortempo.

Las acciones formativas irán encaminadas a la Atención al público, mejora de idiomas, primeros auxilios, conocimientos de las colecciones expuestas en el museo.

⇒ **La Política de Calidad**

Muy en línea con el apartado anterior, desde Recursos humanos seguimos impulsando y trabajando la política de calidad.

FPV realiza cada año la auditoría de Calidad Sicted para velar por el cumplimiento de los indicadores del Plan de Calidad. Realizamos evaluaciones periódicas a través de cuestionarios telefónicos, dirigidos a clientes y colaboradores. Este seguimiento continuo y personalizado nos permite la aplicación inmediata de acciones correctoras en caso de desviaciones.

Para ello, seguiremos trabajando en la mejora de:

- Los manuales de procedimientos.
- Registros, seguimiento, control y reporte, toda la información generada en el servicio se refleja en informes mensuales, con los principales datos e incidencias del servicio, junto a la resolución de los mismos.
- Consultas, quejas y reclamaciones, los manuales de cómo gestionar las quejas, reclamaciones y sugerencias. Las sugerencias de nuestros empleados y visitantes.

⇒ **La Prevención de Riesgos Laborales**

Este año seguiremos trabajando con nuestra planificación preventiva, para ir mejorando aquellos aspectos en los que sea necesario. Para este año, invertiremos parte del presupuesto de formación en éste ámbito.

Como cada año, seguiremos con la Vigilancia de la Salud, ofreciendo el reconocimiento médico anual, normalmente también ofrecemos la posibilidad de participar en la Campaña de Vacunación contra la gripe a todos los empleados que lo deseen, pero este año pasado no ha sido posible por no haber existencias de vacunas

Museo Carmen Thyssen Málaga

en nuestra mutua, se han dejado para los mayores de 65 y para población de riesgo. Esperamos poder ofrecerlo en este próximo 2021.

⇒ **Alumnos en prácticas**

Como cada año, la FPV seguirá ejerciendo su compromiso con la formación y preparación de futuros profesionales, estimamos la acogida de unos 10 alumnos en prácticas de distintas entidades.

Los alumnos realizan entre 150-300 horas de prácticas en total. Este tiempo, normalmente, se distribuye del siguiente modo: de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes.

MECENAZGO Y PATROCINIO.

El Museo cuenta con dos líneas de trabajo muy definidas para la captación de ingresos que financien su actividad. Se trata de ingresos de privados por la vía del mecenazgo, abarcando desde las micro aportaciones hasta patrocinios.

ACCIÓN CORPORATIVA



Amigos del Museo

¿Qué es ser Amigo del Museo?

Es una experiencia personal, la sensación de sentirse mecenas del Museo, contribuyendo a su labor de conservación y divulgación disfrutando a su vez de ventajas culturales que puedes compartir.

Únete a nuestro programa de Amigos del Museo Carmen Thyssen Málaga, vivirá la cultura en primera persona con experiencias únicas, actividades exclusivas, descuentos y promociones anuales.

Sea cual sea tu edad, hazte Amigo del Museo.

En este sentido, el programa de Amigos del Museo Carmen Thyssen con la fidelización pretende su integración en diferentes espacios, el ciudadano, el comercial, el de las entidades sin ánimo de lucro y el empresarial.



El Programa de Amigos del Museo, ha generado un colectivo de 316 ciudadanos, 26 establecimientos comerciales, 11 corporaciones y 16 empresas.

Los Patrocinadores que hasta diciembre de 2020 han vinculado su imagen al Museo han sido diversos, y con distintos cometidos, si bien en su mayor parte su aportación se ha vinculado a la celebración de exposiciones temporales.

Las aportaciones de nuestros patrocinadores son vitales para que el Museo pueda sostener su Plan de Actuación cada año. Es un complemento necesario a los ingresos generados en la taquilla y tienda.

La experiencia adquirida en la gestión de los patrocinios de los últimos años es que son necesarios varios factores para alcanzar los objetivos y entre ellos pesan sobre todo la solidez del proyecto, el beneficio contrastable para la empresa y el apoyo institucional del Patronato.

De cara a 2021, el objetivo está alcanzando los 205.000 euros de ingresos entre ambas líneas de trabajos, el programa de amigos del Museo y los patrocinadores. Destacan entre ellos Fundación Unicaja, Caixa, Fundación Cajasol, el Ayuntamiento de Estepona y Daniel Pastor Asociados.

MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

Desde el área de mantenimiento se gestiona la realización de los mantenimientos preventivos y correctivos de todas las instalaciones que forman parte del Museo y sus edificios anexos. Dichos mantenimientos en función del nivel de especialización

o de los requerimientos legales los realizamos con personal propio o a través de empresas externas. A continuación, se detallan los principales mantenimientos que se realizan desde el área:

- Climatización: instalación fundamental para una institución como un museo, donde el mantenimiento de las condiciones de humedad y temperatura estables dentro de las salas de exposiciones y en sus almacenes de obras, es primordial para la conservación de estas.
- Ascensores: por la disposición de nuestro museo con sus salas repartidas en cuatro plantas y por el perfil de nuestro visitante, es también fundamental reducir las averías del ascensor al mínimo, ya que una avería de este redundaría directamente al número de venta de entradas.
- Baja tensión: En un edificio de estas características hay que mantener todo el sistema eléctrico para evitar averías que puedan provocar graves pérdidas económicas, así como incendios.
- Transformadores: Es el sistema que transforma la corriente eléctrica de alta tensión en baja tensión, si falla, disponemos de un grupo electrógeno que lo suplente temporalmente.
- Control automático: controla todas las instalaciones del museo, permite monitorizar y gestionar cualquier instalación con el consiguiente ahorro energético.
- Legionela y plagas.
- Jardinería

Además de los mantenimientos, desde la citada área también se coordinan todos los trabajos de obras e infraestructuras técnicas que son necesarias para la mejora del edificio, en coordinación con otras instituciones se trabaja para solucionar cualquier incidencia como pueden ser la reparación de tuberías en el exterior del museo o en coordinación con la Gerencia de Urbanismo se trabaja para la puesta en valor del yacimiento arqueológico.

También se abastece a otras áreas de los enseres necesarios para realizar eventos y actividades del área educativa, así como el personal necesario para la realización de estos.

Por otro lado, y más estrechamente conectados con la actividad museística, el equipo participa en la preparación de las salas, tanto en la exposición permanente como en las temporales, esa preparación conlleva el pintado de paredes, el pulido de los suelos, la preparación de elementos auxiliares para la exposición (vitrinas, repisas, proyección imágenes), el montaje de obras de arte y la iluminación de estas así como la colocación de cartelas y de todos los elementos necesarios para poder abrir una exposición al público.

Además del jefe de área, el Museo cuenta en su plantilla con cuatro trabajadores directamente vinculados a estas funciones.

Respecto al área de Seguridad del Museo Carmen Thyssen, está compuesto por un Director de Seguridad habilitado para ello por el Ministerio del Interior que es el encargado de organizar y gestionar todo lo relacionado con la seguridad en el Museo.

En el transcurso de este año se ha procedido al cambio de empresa de seguridad a través de concurso público al haber finalizado el periodo contratado con la empresa que venía realizando los servicios. De enero a octubre ha prestado servicio la empresa INV VIGILANCIA y a partir del mes de noviembre la empresa MENKEEPER SEGURIDAD.

Debido a la situación extraordinaria provocada por la pandemia de la COVID-19, los meses de confinamiento más la bajada drástica de visitantes en el museo, el área

Museo Carmen Thyssen Málaga

de seguridad ha tenido que reducir el personal, pasando de 14 a 11 vigilantes de seguridad más un coordinador del servicio. Consiguiendo con ello la reducción del gasto en toda el área de seguridad.

Dicho personal está repartido en 4 puestos de vigilancia y un Coordinador de Servicios:

- Centro de Control del Museo.
- Entrada del Edificio Administrativo.
- Entrada Principal del Museo
- Salida de Emergencia y Plantas Expositivas del Museo

Las actuaciones a realizadas por el Departamento durante el año 2020 son una continuación de las funciones que el área viene desarrollando cada año:

- Actualización anual del Plan de Autoprotección del Museo.
- Actualización del Plan de Emergencias de Obras de Arte.
- Realización de simulacro anual de incendios con el personal de la Fundación.
- Supervisión, pruebas de mantenimiento y actualización de los sistemas de protección contra incendios instalados en el museo.
- Supervisión, pruebas de mantenimiento y actualización de los sistemas contra intrusión y CCTV.
- Inspección de toda la correspondencia y paquetería que llega a las instalaciones del museo, todo ello realizado con un escáner de Rayos X.
- Registro de Entrada y Salida de Documentos de la Fundación, alimentando la base de datos habilitada para ello.
- Control de Accesos al Edificio Administrativo así como al Museo. En este último se revisan todos los bolsos y mochilas que portan los visitantes, con el fin de que no se introduzca en el museo ningún objeto que pudiese ser utilizado para dañar las obras de arte.
- Atender las urgencias médicas que surjan en el museo durante el año, avisando a los servicios de emergencia en caso necesario.
- Realizar, en colaboración con el personal de Atención al Visitante, los partes de incidencias relacionado con las obras de arte, evitando que el público las toque y avisando al Área de Registro cuando se detecte alguna anomalía en las obras.
- Dar cobertura de seguridad a todos los eventos que se realicen durante el año, así como a las inauguraciones de las distintas exposiciones temporales.
- Prestando especial atención en los organizados por la Fundación o en los que vienen autoridades nacionales o extranjeras.
- Coordinación de la entrada de visitantes en las jornadas de puertas abiertas, así como los días de gratuidad. (Tardes de los domingos).
- Ofrecer protección a los Patronos y a la Presidenta durante su estancia en las instalaciones del Museo.
- Realizar los trámites para la entrada y salida de obras y otras mercancías al Museo a través del área de movilidad del ayuntamiento como de la policía local. Trámites para la renovación del permiso anual para la entrada de vehículos al museo.
- Coordinación de todas las entradas y salidas de mercancías del museo, así como de la apertura de puertas para limpieza y mantenimiento principalmente.
- Gestionar y cubrir cada una de las llegadas y salidas de obras que formen parte de las distintas exposiciones temporales.
- Colaborar con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en todo lo relacionado con los delitos en las inmediaciones del Museo. Con ello se ha evitado el robo en algunos comercios del Entorno Thyssen. Además de facilitar las

grabaciones que han sido requeridas por el Cuerpo Nacional de Policía así como de la Policía Local para adjuntar a las investigaciones de delitos que se produzcan en la zona.

2.2. **ACTIVIDAD MERCANTIL**

EXPLOTACIÓN DE LA TIENDA-LIBRERÍA.

La planificación del área en 2021 se centrará en la atención a las necesidades y la dinámica que requiere la explotación del servicio de Tienda. Junto con esta prioridad, se trabajará, un año más, en fortalecer la fidelización de clientes, tanto visitantes del Museo como clientes externos.

Al mismo tiempo proponemos la ejecución de acciones destinadas a incrementar las ventas a través de la Tienda online.

Las líneas generales de trabajo serán:

- Reestructuración de la política de producción y compras para adaptarla a la coyuntura actual (Covid).
- Explotación de la tienda online.
- Captación de clientes no visitantes del Museo.
- Trabajar la mejora de la tasa de conversión visitante/cliente.
- Formación de personal.

Las líneas de trabajo se concretarán en las siguientes actuaciones:

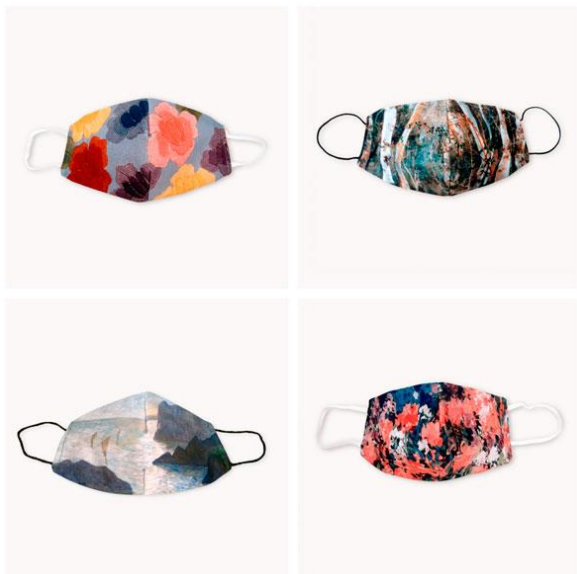
Producción y compras:

La producción de la Tienda está condicionada por la programación del Museo. De cara a 2021 está prevista la celebración de una exposición temporal y dos exposiciones de contexto.

Producto:

Tras los dos meses y medio de cierre del servicio de venta y con la pérdida de parte de los visitantes al Museo, el remanente de stock de productos relacionados con la Colección hace innecesaria la inversión en nuevas colecciones exclusivas. Sin embargo, buscando fidelizar clientes externos, no visitantes del Museo, se plantea una nueva línea de actuación orientada a ampliar el catálogo de referencias, dando entrada constante a novedades, sin comprometer el presupuesto:

Se invertirá en realizar reposiciones sobre producto vendido de aquellos artículos o colecciones que demuestren mejor nivel de rotación y rentabilidad. Estas reposiciones se realizarán en mínimos de producción.



Museo Carmen Thyssen Málaga

Con motivo del décimo aniversario está previsto el diseño y producción de varios artículos relacionados con la exposición temporal, así como centrados en la difusión del logo del Museo.

Para continuar con la difusión de la marca MCTM sin realizar una fuerte inversión, ni comprometer el almacén, se establecerá una red de colaboración con empresas de prestigio. La tienda será punto de venta de algunos artículos seleccionados para llevar la marca Carmen Thyssen Málaga por la calidad del diseño y por el compromiso social de sus creadores y con la gestión responsable los materiales de producción. Se trabajará con productores de cercanía y nacionales.

Entrada de novedades inicialmente en depósito, que permiten testar la respuesta de los clientes a nuevos artículos sin comprometer el presupuesto al facturar sobre artículo vendido.

Se retrasa a 2022 el desarrollo y producción de nuevas colecciones exclusivas: Accesorios de cocina Regoyos y colección de artículos infantiles.

En la **Librería**, siguiendo la misma línea que en la compra de producto, se apostará por la presencia de las novedades editoriales fortaleciendo aquellas secciones con un mejor índice de rotación. Se mantiene el fondo de inglés y español focalizando en la selección de libro infantil, literatura y bibliografía relacionada con las exposiciones temporales y monografías de artista. Libros de cocina española, viajes, decoración, diseño y estilo de vida también seguirán presentes.

La selección de librería se reforzará con temáticas específicas no solo durante las exposiciones temporales. Ciclos de conferencias, *Miradas de escritor*, o cursos monográficos también condicionarán la selección que se realice.

Siempre que el evento sea presencial, y el aforo garantice un ingreso por ventas, la tienda continuará atendiendo, con un punto de venta externo, ciclos de conferencias, presentaciones de libros...

Club de lectura Museo Carmen Thyssen se intensifican las acciones del Club de lectura con contenidos alimentados a través de sugerencias del personal de la Fundación y nuestros colaboradores. El responsable de publicaciones del Museo está trabajando en una imagen gráfica que identifique de manera distintiva este programa.

Durante 2020 la actualización constante de la decoración y elementos expuestos en los **escaparates** ha permitido captar clientes directamente de la calle. De cara al 2021 se intensificará la rotación de escaparates y productos expuestos intentando compensar en parte la reducción de visitantes al Museo.

Para optimizar la circulación de visitantes, se ha realizado una reubicación de módulos expositivos. Esta rotación de mobiliario se mantendrá durante 2021.

Distribución de publicaciones:

Continuaremos reforzando la presencia del catálogo razonado del Museo y de los catálogos de exposiciones temporales en librerías nacionales a través de nuestra red de distribución.

En paralelo continuaremos con la política de liquidación de aquellas referencias de publicaciones propias, catálogos de exposiciones temporales, que no tengan un buen índice de rotación a través de la tienda o en los puntos de distribución.

Tienda online:

Durante 2021 se plantea implementar diferentes acciones para conseguir un aumento de la circulación de visitantes a través de la tienda online. Los principales objetivos son:

- Aumentar los ingresos a través de la venta online.
- Conseguir que la tienda online continúe siendo un canal complementario a la web del Museo.

La Tienda cuenta con un reducido presupuesto destinado, al mantenimiento, desarrollo, actualización y difusión de la tienda online. Es por ello por lo que se han internalizado muchos procedimientos, y de cara a 2021, se ha planificado pequeñas mejoras de SEO onpage, diseñadas para mejorar los niveles de usabilidad, calidad de la visita y a aumentar el volumen de tráfico en la página:

- Actualización de Módulos.
- Revisión módulo sincronización Navisión/Prestashop (añadir artículos más rápidamente usando el sistema de adjuntos y notas de Navision)
- Revisión Look & Feel tienda online (Tamaño imágenes, menú navegación, banner, integración fichas autores colección, recursos descargables).
- Estudiar la integración en Prestashop de funcionalidades de uso en otras áreas de la Fundación.



Para la mejora directa del ratio de conversión de clientes de tienda, se ejecutarán acciones comerciales de mayor impacto: Oferta de envío gratuito dentro de la Península, descuentos por volumen de compra, así como venta cruzada de entradas al Museo y productos de la Tienda. La difusión de estas promociones estará apoyada por una campaña SEM en Google planificada por el responsable de MKD del Museo.

Newsletter y RR. SS: Se mantiene el calendario editorial que rige las publicaciones en redes sociales y el envío de una newsletter mensual, en dos ediciones, inglés y español, con temas específicos de Tienda. En fechas señaladas (Navidad, Día de la Madre, Día del Padre...) se reforzarán las publicaciones con el envío de un boletín extra. Así mismo se realizarán incursiones en el boletín oficial del Museo informando de la actualidad del departamento y de promociones especiales dirigidas a sus subscriptores.

La tienda cuenta con un perfil en Facebook y otro en Instagram que funcionan como parte de la estrategia de difusión de la tienda. A través de los canales en redes del

Museo Carmen Thyssen Málaga

Museo y los propios de la tienda se han planificado campañas de pago de apoyo y difusión a las ofertas comerciales.

Inversiones:

Actualización de los equipos informáticos de venta:

De las tres inversiones propuestas para el 2020, no se ha podido ejecutar ninguna de ellas.

De cara al 2021 planteamos el mantenimiento en presupuesto de la actualización de los equipos informáticos de venta de la Tienda. Tras nueve años de uso, el rendimiento de las máquinas es limitado, presentando frecuentes incidencias de funcionalidad. Se ha aliviado parte de la carga eliminando procedimientos que se realizaban en los TPV, pero no se debe descartar que surja la necesidad urgente de realizar el cambio de máquinas, y con ellas del programa de ventas de la Tienda.

Formación de personal:

Con intención de seguir internalizando procesos y así optimizar al máximo los recursos propios del departamento, planteamos mantener la política de formación de personal que se ha estado desarrollando durante 2019 y 2020: refuerzo de técnicas de venta, atención presencial y telefónica. Formación técnica del responsable de almacén con máster en Prestashop y PHP, diseño y programación web.

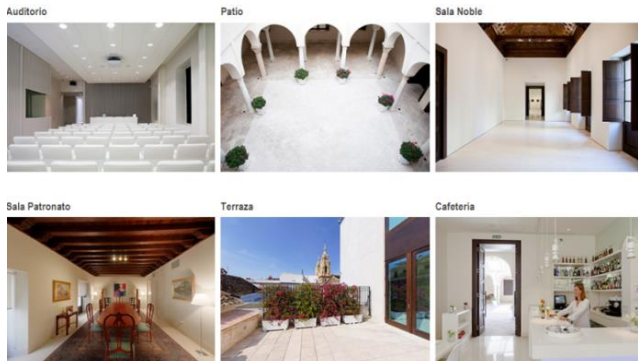
*El desarrollo de estas actuaciones, vinculadas al presupuesto del departamento, serán revisadas mensualmente, realizando los ajustes y modificaciones necesarias que vaya marcando el desarrollo de la situación actual.

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS.

El desarrollo de **eventos** en el Museo es otra de las oportunidades que se brindan a la sociedad, Con capacidad para recoger actos de tipo empresarial, económico, social o institucional en salas y espacios exclusivos muy apropiados para su celebración.

Atendemos un gran número de eventos privados que eligen nuestras instalaciones (Auditorio, Patio de Columnas, Sala Noble, Sala de Patronato, Cafetería y Terraza) para presentaciones de productos, formación, reuniones de empresa, cenas, visitas exclusivas...Sumando un total de 90 actos a lo largo del año de media.

Las limitaciones provocadas por la pandemia tienen un impacto directo en la celebración de eventos en el Museo, reduciendo bastante una de las fuentes de ingresos de la Fundación.



A pesar de ello, pretendemos alcanzar una cifra de 15.000 euros, con más incidencia en la segunda parte del año.

No consideramos como ingresos por eventos, las prestaciones facilitadas a las empresas y corporaciones amigas, a tratarse de una correspondencia con su aportación económica o en especie al museo.

3. TARIFAS Y CALENDARIO DE APERTURA 2021

Las tarifas del Museo para el próximo año, son las siguientes, sin que se produzca variación respecto a las tarifas actuales:

Tipo de entrada	Tipo de visita	Tarifa General	Tarifa Reducida
Visita al Museo	General	10,00 €	6,00 €
	Grupo	8,00 €	
	Grupo guiado	15,00 €	
Programa Educativo	Educación Infantil	30 €/grupo	
	Visita-Taller para Educación Primaria y Secundaria.	40 €/grupo	
	Visita para Educación Primaria y Secundaria.	30 €/grupo	
	Centro Sociales	Gratuita	
	Visitas a educadores y profesores.	Gratuita	
	Visitas autónomas <18 años	Gratuita	
	Visitas autónomas >18 años	30 €/grupo	
	Cursos monográficos	Gratuita	
	Ciclos de conferencias	Gratuita	
	Taller de familias	4 €	3 €
	Taller de fin de semana	4 €	3 €
	Museo de Verano	24 €	21 €
	Museo de Semana Blanca y Navidad	15 €	12 €
	Colaboratorios: Educalab, Jóvenes MCTM, Arteducación	Gratuita	
	Taller de creación	15 €	12 €
Ciclos de conciertos y espectáculos públicos		15,00 €	12,00 €

Las tarifas general y reducida incluyen la audioguía analógica. Los motivos de reducción y gratuidad son los siguientes:

Entrada Reducida:

- Mayores de 65 años y pensionistas.
- Estudiantes de menos de 26 años.
- Carné Joven Euro.
- Residentes en la provincia Málaga.
- Familias numerosas (si accede un adulto y al menos tres descendientes, o dos, si uno de ellos es discapacitado).

Entrada Gratuita:

- Menores de 18 años y menores de 13 acompañados.
- Personas con discapacidad superior al 33%
- Desempleados inscritos en el Servicio Público de Empleo Estatal.
- Estudiantes de la Universidad de Málaga.
- Profesores y alumnos de enseñanza reglada en Bellas Artes o de Historia del Arte.
- Guías y periodistas con acreditación oficial.
- Miembros del ICOM.

Museo Carmen Thyssen Málaga

Por otro lado, y habiendo analizado el calendario 2021, y con el objetivo de incrementar al atractivo del Museo hacia el visitante, aplicaremos el siguiente calendario de apertura ordinaria de martes a Domingo de 10h. a 20h. excepto el 1 de enero y 25 de diciembre, con apertura extraordinarias los siguientes lunes:

- Lunes 1 de marzo (festivo comunidad de Andalucía)
- Lunes 29 de marzo (lunes santo)
- Lunes 11 de octubre (puente festivo nacional)
- Lunes 1 de noviembre (festivo nacional)
- Lunes 6 de diciembre (festivo nacional)

Como aperturas parciales continuaremos con los días 24 y 31 de diciembre, de 10h. a 15h.

Por otro lado y en cumplimiento del apartado 2º del artículo 22 de la Ley 8/2007 de 5 de octubre de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, se establece la gratuidad de la visita al Museo, el Día de Andalucía (28 de Febrero), Aniversario del Museo (24 de Marzo), el Día Internacional de los Museos (18 de Mayo), el Día Internacional del Turismo (27 de Septiembre) y el día que se celebren las Jornadas Europeas de Patrimonio.

Adicionalmente, y en cumplimiento de la citada Ley 8/2007 de 5 de octubre de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, el Museo celebra puertas abiertas durante todas las jornadas de domingo a partir de las 17 horas hasta el cierre del Museo.

4. PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2021

El Presupuesto de Ingresos y gastos del Museo experimenta el impacto negativo que la pandemia ha provocado.

La caída del turismo y la recesión que se prevé para el próximo 2021 nos hace realizar una proyección muy cauta de tanto de la programación expositiva como los números que la soportan.

En este escenario se elabora con una previsión de **120.000 visitas** al Museo, lo que supone un incremento del a reducción del 28 % respecto a la previsión del año 2020.

El Presupuesto de gastos incluye la parte del IVA soportado no deducible, al ser aplicable a la Fundación la regla de la prorrata especial del IVA. A efectos prácticos implica que, de la cuota del IVA, el Museo tan solo se deduce el 42% de la cuota. Para aquellos gastos que estén sujetos al citado impuesto.

4.1. Presupuesto de Ingresos.

Concepto de Ingresos	P2021	%
Subvenciones	2.168.407 €	59,92%
Subvenciones de Capital transferidas a resultados	602.310 €	16,64%
Taquilla	393.000 €	10,86%
Tienda	230.000 €	6,36%
Patrocinadores/Convenios de Colaboración	155.000 €	4,28%
Amigos del Museo	50.000 €	1,38%
Eventos	15.000 €	0,41%
Cafetería	5.000 €	0,14%
Total Ingresos	3.618.717 €	100,00%

4.1.1. Subvenciones de explotación:

En cumplimiento de lo establecido en el Contrato de Préstamo de la Colección, el Ayuntamiento de Málaga firmó con fecha 9 de junio de 2011 con la Fundación Palacio de Villalón un convenio en el que garantiza el equilibrio presupuestario del Museo. Para 2021 se ha mantenido la aportación del actual año 2020 en la cantidad de **2.168.407 euros**.

4.1.2. Subvenciones de capital transferidas a resultados.

Se incluye en este apartado la imputación a resultados como subvención de capital, la cesión gratuita del conjunto edificatorio que sostiene el Museo y la Fundación. Adicionalmente se imputan como ingresos los gastos de amortizaciones de los activos para los que la fundación ha recibido algún tipo de Subvención. En nuestro caso este importe asciende a **602.308,87 euros**.

4.1.3. Taquilla.

Para el próximo año prevemos una importante caída de ingresos por taquilla al prever un menor número de visitantes ante la reducción del turismo en la ciudad, por lo que en base a la experiencia de este año estimamos unos ingresos de **393.000 euros** por la visita al Museo tanto a la Colección Permanente como a las exposiciones temporales, de contexto.

4.1.4. Tienda.

En tienda prevemos unas ventas netas de **230.000 euros**. Incluimos como ventas en tienda física como en la Tienda Online, a través del fondo editorial, toda la producción propia inspirada en la Colección permanente y las exposiciones temporales, así como las publicaciones editadas y puestas a la venta.

4.1.5. Patrocinadores.

Para el próximo año nos establecemos el objetivo de alcanzar los **155.000 euros** de patrocinadores. Para ello, estamos llevando a cabo diversas estrategias, unas orientadas a la captación de pequeños patrocinios para acciones o proyectos puntuales, y en otros casos, planteamos objetivos más ambiciosos y vinculados a proyectos con una mayor visibilidad, como la Colección Permanente, las exposiciones temporales, o el programa educativo.

4.1.6. Amigos del Museo.

El Programa de Amigos del Museo, en sus cuatro variantes: individual, establecimientos, corporaciones y empresas prevé conseguir la cifra de **50.000 euros**.

4.1.7. Eventos.

El Palacio de Villalón dispone de una serie de espacios exclusivos para la celebración de eventos corporativos. A través de la disposición público de la Sala Noble, Auditorio, Patio de Columnas, etc., que son arrendadas por empresas para todo tipo de celebraciones (presentaciones, recepciones, etc.), la Fundación rentabiliza estos espacios estableciéndose unos Ingresos aproximados de **15.000 euros** por esta actividad, considerablemente inferiores a la de otros años. Esta reducción viene motivada por la limitación en la disposición de espacios públicos existente.

4.1.8. Otros Ingresos.

Se corresponde con la explotación de la Cafetería situada en la planta baja del patio de columnas. Para la próxima anualidad contempla un canon fijo y un variable en función de la afluencia de visitantes al Museo, por lo que prevemos unos ingresos de aproximadamente **5.000 euros**.

4.2. Presupuesto conforme Contabilidad Nacional. Presupuesto de Inversión y Gasto.

El desglose del presupuesto de Gastos, lo haremos en función de la naturaleza del gasto o inversión.

Concepto de Gastos	P2021	%
Gastos de Personal	1.205.159 €	33,30%
Amortizaciones	626.251 €	17,31%
Vigilancia y Seguridad	406.972 €	11,25%
Servicio de Atención al Visitante	374.863 €	10,36%
Gastos de Explotación	158.075 €	4,37%
Transporte de obras de arte	150.819 €	4,17%
Electricidad	143.256 €	3,96%
Compras de productos para la venta	141.000 €	3,90%
Profesionales Independientes	118.168 €	3,27%
Limpieza	111.550 €	3,08%
Publicidad y promoción	73.212 €	2,02%
Seguros	64.450 €	1,78%
Alquileres/Tasas	38.307 €	1,06%
Gastos Financieros	2.800 €	0,08%
Viajes y Alojamiento	2.125 €	0,06%
Atenciones y Protocolo	1.712 €	0,05%
Total Gastos	3.618.717 €	100,0%

4.2.1. Gastos de Personal

La plantilla del Museo se mantendrá en los 24 puestos actuales con carácter estructural. Se incluye en la dotación presupuestaria, una previsión por el incremento que pueda producirse conforme lo establecido en el Convenio Colectivo del Museo.

El presupuesto total en sueldos y salarios se sitúa en **936.792 euros**, las cotizaciones sociales en **260.367 euros y 5.000 euros** para formación y realización de actividades del personal de la Fundación.

4.2.2. Amortizaciones

Expresa el gasto correspondiente al total de las correcciones de valor, depreciaciones y deterioros del inmovilizado de la Fundación, incluyendo la amortización del derecho de uso del conjunto edificatorio. El total se sitúa en **626.251 euros**.

4.2.3. Vigilancia y Seguridad

Comprende los gastos contratados a la de seguridad y vigilancia con un total de 6 puestos. El total asciende a **406.972 euros**.

4.2.4. Servicio de Atención al Visitante

Se trata del personal directamente vinculado a la Atención al Visitante del Museo, tanto en información, taquillas, guardarropa, y sala. El presupuesto para se establece en **374.863 euros** para un total de 12 puestos a dos turnos, aunque con dedicación intermitente a lo largo del año en función de la asistencia de visitantes al Museo.

4.2.5. Gastos de Explotación

Este apartado es de los que más ocupan dentro del presupuesto de la Fundación porque comprende gastos como aquellos derivados de los contratos de mantenimiento de ascensores del Museo y edificio administrativo, plantas frigoríficas, sistemas de seguridad y contra incendios, etc., así como los mantenimientos de la WEB del Museo, y el software de gestión, tienda y de ventas de entradas

Por otro lado, también integra todos los gastos de impresión tales como folletos, mupis, banderolas, material de sala, cartelas.

Por último, forman parte de esta partida los gastos relacionados con el mantenimiento informático (ERP, software de taquilla, mantenimiento y consumo de impresoras, etc..)

4.2.6. Transportes de Obras de Arte

Lo compone los transportes necesarios para el traslado de obras de arte con motivo de la celebración de exposiciones temporales, especialmente los gastos de dispersión de obras de la exposición de *Máscaras*.

4.2.7. Consumo de Electricidad

Sobre el total de la partida de suministros, destaca los gastos en electricidad que asciende a **143.256 euros**, tanto los consumos del Palacio de Villalón, como el edificio administrativo.

4.2.8. Compra de productos para a la venta.

Comprende los aprovisionamientos para la puesta a la venta en la tienda librería del Museo. Una vez incluida el movimiento de almacén, el coste de las ventas de tienda se establece en **141.000 euros**.

4.2.9. Profesionales Independientes

Se trata de las contrataciones de expertos en diferentes áreas: Comunicación, diseñadores gráficos y creativos, mutua de accidentes, comercialización y promoción, legales, fiscales y laborales. El presupuesto es de **118.168 euros**, entre lo que destaca:

- a. Promoción y Comunicación: Guías artísticos, asistencia técnica de comunicación, y consultoría.
- b. Educación: Artistas, conferenciantes y diseñadores vinculados a actividades educativas, culturales y académicas.
- c. Administración: Asistencia Jurídica, fiscal, laboral, y auditoría financiera, auditoría de cumplimiento y *compliance* penal
- d. Conservación: Diseñadores gráficos, traductores y editores de material audiovisual.

4.2.10. Publicidad y promoción

Se trata de las actuaciones encaminadas a impulsar las visitas al Museo, su colección Permanente y teniendo en cuenta las inversiones vinculadas a las exposiciones temporales. Asciede a **73.212 euros**, a repartir entre publicidad a través de prensa, radio y marketing digital, así como en publicidad urbana.

4.2.11. Limpieza

Para la conservación en las mejores condiciones, el presupuesto contratado a la empresa de limpieza alcanza la cifra de **111.550 euros** para 2021, con un total de 6 personas en el servicio.

4.2.12. Seguros

En cuanto a los seguros, lo forman el seguro de la Colección Permanente, las distintas exposiciones temporales y las dos de contexto que se puedan celebrar. Además, incluimos en los seguros los de responsabilidad civil, daños y materiales y de accidentes de trabajadores y de visitantes del Museo. El importe de los seguros asciende a **64.450 euros**

4.2.13. Alquileres y tasas

Incluye el alquiler de diversos elementos, (tasas de préstamo de obras de arte, impresoras, arcos de seguridad, fuente de agua potable, audioguías, etc.), así como la adhesión a organizaciones como la Asociación de Fundaciones, o el ICOM. El importe asciende a **38.307 euros anuales**.

4.2.14. Gastos Financieros

El importe señalado de **2.800 euros** refiere a la actualización de los intereses de la provisión por desmantelamiento dotada en virtud del contrato de préstamo.

4.2.15. Viajes y alojamiento

Se incluye una partida para dietas y desplazamientos del personal, así como las dietas y desplazamientos por la asistencia de los conferenciantes a los ciclos organizados por el Museo por importe de **2.125 euros**. Este importe se ve muy reducido por motivos de la limitación a la movilidad.

4.2.16. Atenciones y protocolo:

Recoge especialmente los gastos en catálogos de las exposiciones temporales que el museo utiliza como herramienta de promoción y divulgación, y alcanza la cifra de **1.712 euros**.

En Málaga, a 25 de noviembre de 2020.

Informa



Manuel Quesada Pérez
Jefe de Área Económica
Financiera

Propone



Lourdes Moreno Molina
Directora Artística

Propone

Francisco Javier Ferrer Morató
Gerente