

# Plan de Actuación y Presupuesto 2025



## FUNDACIÓN PALACIO DE VILLALÓN

### 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 2025.

### 2. PLAN DE ACTUACIÓN 2025.

De conformidad con los fines estatutarios, para el próximo 2025 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 nuevas exposiciones temporales a las que se sumarán tres 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. Exposiciones temporales y exposiciones de sala noble.
- III. Programa educativo y acción cultural.
- IV. Plan de promoción y comunicación.
- V. Contratación y recursos humanos.
- VI. Plan de Patrocinio y Mecenazgo.
- 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, integrada en su totalidad por obras de la Colección Carmen Thyssen-Bornemisza, cedidas en préstamo gratuito al Museo. Este conjunto exhibe de más de 180 obras, en 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 del fin-de-siècle. 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 en la técnica pictórica, que llegará, a finales de la centuria, a anunciar los movimientos de renovación y vanguardia del XX.

#### **Sorolla en Andalucía. Exposición en la Colección permanente 2024-2025**

**Hasta el 9 de febrero de 2025**

Como culminación del Año Sorolla, iniciado en 2022 y dedicado a conmemorar el centenario del fallecimiento del artista, esta exposición dentro de la planta segunda de la Colección permanente del Museo Carmen Thyssen Málaga muestra la fascinación del pintor Joaquín Sorolla (1863-1923) por Andalucía: sus paisajes, monumentos, costumbres y gentes.



Una cuidada selección de catorce obras, procedentes del Museo Sorolla, la Fundación Museo Sorolla y el propio MCTM, entabla diálogo con las piezas de la Colección Carmen Thyssen del fin de siglo XIX español expuestas en la sala.

Sorolla, uno de los grandes maestros de la pintura española de finales del XIX e inicios del XX, manifestó durante toda su carrera una especial predilección por Andalucía, región a la que viajó con frecuencia y cuya luz y folclore inspiraron su producción, como se puede apreciar en las piezas que componen el proyecto, donde encontramos escenas protagonizadas por el litoral malagueño, los monumentos nazaríes de Granada, los jardines del Alcázar de Sevilla, la Mezquita de Córdoba o la vendimia de Jerez.

## **EXPOSICIONES TEMPORALES**

En los trece años de andadura del Museo Carmen Thyssen Málaga las exposiciones temporales se han consolidado como parte esencial de su programación artística y cultural. Las casi sesenta muestras desarrolladas hasta la fecha en las distintas salas del Museo han apostado principalmente por contenidos de producción propia que han permitido abordar numerosos enfoques, monográficos sobre varios artistas (figuras destacadas de la colección permanente o, en general, del arte español y europeo), y temáticos, sobre la colección Carmen Thyssen y sobre diversos movimientos y aspectos iconográficos del arte español e internacional, de los siglos XIX y XX especialmente.

La creación de amplias redes de colaboradores y prestadores nacionales y europeos, y la apuesta por proyectos ambiciosos, creativos e inéditos que enriquecen los ejes cronológicos y temáticos de la colección permanente del Museo han acercado un muy extenso panorama del arte moderno a más de dos millones de visitantes.

En continuidad con las líneas de programación que se han venido desarrollando, para el año 2025 se proponen las siguientes exposiciones.

\*Todos los títulos y fechas son provisionales

**Exposición temporal 2024-2025: Desnudos. Cuerpos normativos e insurrectos en el arte español (1870-1970).** Hasta el 9 de marzo de 2025.

Las casi noventa obras de esta exposición, de producción propia y comisariada por el equipo de Conservación, conforman un relato sin normas, subjetivo e incitante para la mente y los instintos, con el que invitamos a recorrer más de un siglo de desnudos muy diversos en el arte español.

En un país sin tradición histórica en un género artístico que en otros lugares fue central para los creadores, la representación del individuo al natural nace realmente con la modernidad, a finales del siglo XIX y sobre todo en el primer tercio del XX, como una insurrección contra el ideal académico y como un desvelamiento progresivo del cuerpo. El desnudo transitó así de un canon pretendidamente universal de perfección física, con el que los antiguos griegos habían dado forma humana a los dioses y que la Academia normativizó durante siglos como sinónimo de belleza, al retrato vanguardista de la diversidad física de una humanidad en absoluto idílica. El decoro, los prejuicios morales y sociales y la aparente neutralidad de la mirada meramente artística de temas casi exclusivamente mitológicos o históricos fueron reemplazados por interpretaciones desprejuiciadas y provocadoras, por una verdadera desnudez del desnudo.

La libertad para rebelarse contra siglos de desnudos pudorosos y académicos, de ver más allá de la sola anatomía del cuerpo, desencadenó, en definitiva, entre los movimientos de renovación y vanguardia españoles –especialmente en los años veinte y treinta– un imparable cambio de paradigma en el que lo carnal se impuso a lo ideal y que destapó las posibilidades más interesantes y excitantes del desnudo. El cuerpo contemporáneo se convirtió entonces en un fértil territorio artístico de exploración y autoconocimiento.

Apenas iniciado ese camino de experimentación formal y expresiva, el desnudo moderno regresó, sin embargo, a los estigmas decimonónicos durante buena parte de la dictadura franquista, coartado por la censura del régimen, refugiado en





las exposiciones oficiales de lenguajes otra vez académicos, provocador desde los márgenes y el exilio, o camuflado en formas abstractas.

## **Exposición temporal 2025: Pintura liberada. Joven figuración española de los 80.** 31 de marzo – 14 de septiembre de 2025

Este proyecto expositivo abordará, a través de una treintena de pinturas de gran formato, un momento creativo muy prolífico y de gran libertad en el arte contemporáneo español. Una pintura figurativa «liberada» –hedonista y sin propósito político– que triunfó en los primeros años de la democracia, de la mano de jóvenes artistas que reflejaron en sus obras el inusitado y anhelado clima de libertad de aquella década y una nueva imagen de España tras el fin de la dictadura franquista.

Después de la hegemonía del informalismo en los 60 y las experiencias conceptuales colectivas de los 70, en los 80 sobresale una flamante pintura narrativa figurativa, que reivindica la técnica, el estilo y la subjetividad del artista, y que se manifiesta mediante la pintura de gran formato y la preeminencia expresionista de la forma y el color.

Ese «renacimiento» de la pintura figurativa es un capítulo fascinante de nuestra historia del arte, sostenido por el concurso de jóvenes críticos e importantes galerías e instituciones, y conocido hoy sobre todo por la Nueva Figuración madrileña, pero que se extendió a otros lugares y de forma significativa a Andalucía.

Pasado el tiempo suficiente, este capítulo brillante del arte español merece una mirada renovada y desprejuiciada. Con este proyecto de producción propia y comisariado por el equipo de Conservación, desde el Museo Carmen Thyssen Málaga queremos reparar la presencia marginal de estas nuevas figuraciones en la escena expositiva actual y dar a conocer al gran público, con un completo elenco, este episodio de eferescente libertad creativa, que fue clave en la configuración de la plástica contemporánea de nuestro país.



## **Exposición temporal 2025-2026: Proyecto por definir.** 6 de octubre de 2025 – 8 de marzo de 2026.

## Exposiciones en Sala Noble y Espacio ArteSonado 2025.

**Imogen Cunningham. Esencias.** Hasta el 19 de enero de 2025



La fotógrafa norteamericana Imogen Cunningham (1883-1976) nació en Portland (Oregón), en el seno de una humilde familia de granjeros. Su padre, Isaac Cunningham, librepensador y lector voraz, le inculcó a Imogen, la mayor de seis hermanos, el amor por el arte y la naturaleza.

En los primeros años del siglo XX, Cunningham estudió química en la Universidad de Washington en Seattle, una disciplina que le permitió conocer y explorar en profundidad las posibilidades técnicas de la fotografía. Su primer trabajo remunerado como fotógrafa consistió en la realización de diapositivas para el departamento de botánica de la universidad. Tras una breve estancia en Europa, abrió un estudio en Seattle y comenzó a ser reconocida por sus retratos y sus composiciones pictorialistas, tan de moda entonces.

En 1917, casada con el grabador Roi Partridge, se trasladó a California, donde nacieron sus hijos. Imogen se centró entonces en la crianza de los niños, pero no dejó de fotografiar, con inusitada modernidad, su entorno más cercano, especialmente las plantas de su jardín y retratos de sus amigos. La preferencia por la exploración de las formas revela una de las principales claves de su obra: la reducción de la naturaleza a sus estructuras más simples. Un lenguaje experimental de sorprendente plasticidad, que altera la escala con un enfoque cercano y la materia mediante el juego de luces y sombras.

En California fundó el Grupo f/64, asociación que promovía la toma directa de imágenes (sin intervenciones en el proceso, ni de laboratorio ni de revelado) y de gran predicamento en la fotografía norteamericana.

Desde la década de 1920 sus imágenes, cargadas de fuerza y lirismo, manifiestan una percepción sensual de la naturaleza. Y eso es lo que hallamos en esta muestra, una selección de fotografías de plantas y desnudos procedente de la Colección José Luis Soler Vila que examina su producción más señera. Un repertorio que presenta los especímenes del reino vegetal y los cuerpos desnudos como objetos de deseo. Un trabajo de exquisita delicadeza que se interesa por el registro de texturas, volúmenes, líneas, sombras y detalles de la belleza universal.

Este proyecto reivindica la magnitud del legado de una figura fundamental en la historia de la fotografía del siglo XX. Una creadora que exploró incansablemente las esencias de su universo, hasta su fallecimiento a los 93 años.

## Proyectos por definir

El resto de propuestas expositivas desarrolladas para Sala Noble y el Espacio ArteSonado enriquecen y complementan la programación anual del Museo, al tiempo que ofrecen 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, fotografías o piezas de pequeño formato.

Siguiendo la línea desarrollada hasta la fecha, el Museo continuará en 2025 apostando por estas exposiciones de carácter monográfico o temático 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, y que contarán con préstamos nacionales.

Se plantearán tres o cuatro exposiciones creadas específicamente para estos espacios por el Área de Conservación del Museo.

Fechas provisionales:

- 31 de enero a 20 de abril
- 11 de julio a 13 de octubre
- 24 de octubre de 2025 a 18 de enero de 2026

\*\*Todas estas exposiciones se acompañarán de conferencias, charlas o talleres artísticos relacionados con el contenido de los distintos proyectos, organizados por el Área de Conservación.



## **PROGRAMA EDUCATIVO Y DE ACCION CULTURAL**

Desde el año 2020, el programa se divide en dos grandes bloques estratégicos: EDUCACIÓN y ACCIÓN CULTURAL.

En el apartado de EDUCACIÓN, el Museo sigue atendiendo a los centros educativos y sociales, a las familias, a los niños/as en tiempo vacacional, al público adulto, interesado en las exposiciones temporales y en la Colección, a los jóvenes y a los artistas.

### CENTROS EDUCATIVOS

- Infantil
- Primaria
- Secundaria / Bachillerato
- Encuentros con profesores/as y educadores/as
- Visitas autónomas



INTERDEPENDIENTES. Visita taller para grupos de Educación primaria.

La escucha activa es un estado indispensable para las educadoras cuando realizamos las visitas educativas, sin ella no podríamos adaptarnos a las necesidades de los niños y las niñas con los que entablamos el diálogo durante el recorrido. Esta metodología nos ayuda también a conocer los intereses del grupo, los cambios generacionales que se van produciendo, e incluso sus temores o llamadas de atención.

Cada año, observamos el interés de los/las estudiantes cuando pasamos cerca de obras en las que aparecen personas desnudas. Desde esa curiosidad por lo que habitualmente se oculta en la mayoría de los espacios cotidianos, en este curso, queremos reflexionar sobre la relación que tenemos con la propia materia que somos y abordarnos como seres interdependientes en constante relación con otros cuerpos, y con los ambientes que nos rodean.

Partiendo de las obras expuestas en el Museo y apoyándonos en las políticas de cuidados que promueve el ecofeminismo, transitaremos por las salas poniendo el foco en nuestra realidad matérica individual y comunitaria, con la intención de fortalecer y mejorar nuestras capacidades de relación respetuosa con el entorno, los/as demás y con nosotros/as mismos/as.

### COMUNIDADES

- Idas y vueltas
- Visitas dialogadas
- Visitas adaptadas



# Museo CarmenThyssen Málaga

- Correspondencias IX
- Voces de la memoria. Ir al baile
- Mapas
- Realidades
- Laboratorio de vuelos

## PENSAMIENTO Y DEBATE

- Monográficos en torno a las exposiciones temporales
- Ciclo *Otras miradas*

## EN TIEMPO LIBRE

Visitas taller para familias/intergeneracional

Arte, música y movimiento

- Bebecuentos
- Iniciación musical para bebés
- Arte en movimiento

Museo de vacaciones

- Museo de Navidad 2024
- Museo de Semana Blanca 2025
- Museo de Verano 2025



Iniciación musical para bebés y niños/as

Siguiendo la metodología de Música in Culla®, la actividad propone un espacio para la experimentación musical a través del juego con melodías, ritmos y movimientos, además de reforzar la comunicación verbal y gestual, así como el vínculo entre los miembros de la familia.

Los talleres de iniciación musical están adaptados a las diferentes etapas evolutivas de los bebés y niños/as participantes y cuentan con los adultos/as para colaborar y disfrutar de la sesión desde el respeto a las necesidades y el movimiento libre de los/as pequeños/as. Con la participación de Parapapán. Espacio educativo, artístico y creativo.

CO-LABORATORIOS

- EducaLab
- Talleres de creación
- Laboratorios de creación colaborativa

# Museo CarmenThyssen Málaga

En el apartado de ACCIÓN CULTURAL, el Museo sigue incorporando ciclos que incluyen todas las disciplinas artísticas actuales:

- VI Ciclo de poesía en acción COSTUMBRE
- Verano 2025. MÚSICA EN EL PATIO
- VI Convocatoria de ARTES VIVAS
- V Ciclo de Artes vivas "Presencia"
- IV Ciclo TANGENTES. Experiencias de danza
- Proyectos artísticos para Sala Noble SITE-S



## **PROGRAMA DE PROMOCIÓN**

Este capítulo se ocupa de la planificación de actividades a desarrollar por el área de promoción, concretamente las concernientes a comunicación y publicidad, fidelización de públicos (amigos del museo), plan de patrocinio, colaboraciones y eventos.

Con todas ellas se pretende poner en valor y difundir el conocimiento del museo, sus exposiciones y el conjunto de las actividades artísticas, así como generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la Fundación.

La finalidad principal de estas acciones es la de mantener el interés del público actual y captar otros nuevos. El Museo elabora sus acciones de promoción y comunicación, tanto en offline como online.

### **Publicidad y comunicación**

Cada ejercicio anual es objeto de una planificación de la inversión publicitaria en medios de comunicación para el conocimiento de las acciones del museo, fundamentalmente las exposiciones temporales y la Colección Carmen Thyssen.

Ante la limitación de recursos se hace un esfuerzo por tener presencia en todos los medios informativos locales, los más destacados Diario Sur, El Español, La Opinión, Málaga Hoy,

# Museo CarmenThyssen Málaga

Cope, Ser, Onda Cero, Kiss FM, Canal Málaga, La Diversiva ..., medios regionales como Canal Sur y nacionales como La Razón y el Grupo Prisa.

También se aborda la prensa especializada, medios como "Descubrir el arte", "Tendencias del Mercado del Arte", "ARS Magazine" para llegar al público más interesado en la cultura.

Finalmente, bajo el objetivo de llegar al público turista que visita la ciudad, el museo se publicita en medios como "Mas Málaga", "Málaga Slow Guide", o Gogo Cards, ...

También desarrollamos publicidad gratuita en Google al amparo del programa para entidades no lucrativas Google Ads Grants, que nos da un impacto de 15.600 € en este medio digital

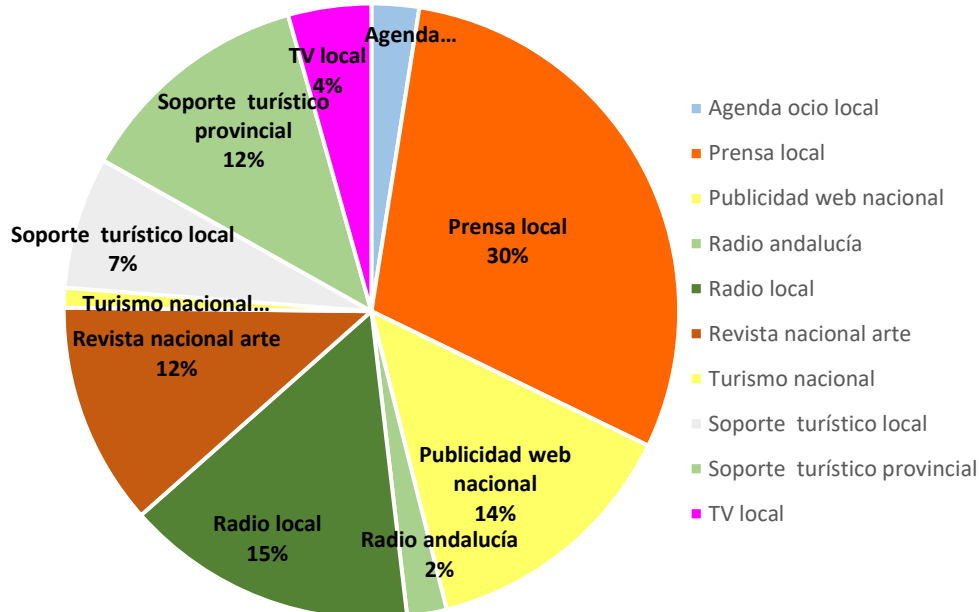
La publicidad de las exposiciones se apoya también en soportes promocionales en el museo, es el caso de la lona en fachada del Museo y la gigantografía en hall de auditorio visibles desde la calle Compañía, también en publicidad urbana en la ciudad y en su ámbito subregional, concretamente:

- 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).
- Banderolas ubicadas en la avenida principal de Alhaurín de la Torre.
- Carteles y publicidad en las pantallas de los autobuses urbanos de la ciudad.
- Mupis distribuidos a lo largo de toda la Costa del Sol y en Málaga.
- Relojes urbanos.
- Vídeos de cada exposición en fachada del Corte Inglés.

Estas últimas medidas, estáticas y permanentes, nos facilitan una comunicación generalista, a todos los públicos, que nos permite conectar con diferentes públicos y crear marca en la ciudad.

A continuación, el gráfico de la inversión publicitaria recoge muy bien la programación de los recursos contemplados en la partida de gastos de publicidad, concretamente 144.000 € que se distribuyen del siguiente modo:

## Inversión publicitaria 2025



Por otro lado, el área de promoción también participa de las funciones de **comunicación de la Fundación** Palacio de Villalón y de la programación del Museo, para ello nos apoyamos en un servicio externalizado contratado con la empresa COONIC para los años 2024 y 2025. Esta empresa se ocupa de la elaboración de comunicados para notas y la preparación de ruedas de prensa, que en el último año han sido de 33 comunicados de prensa en 2023 y a 19 de noviembre de 2024 llevamos otras 30, una cifra que muy probablemente se mantenga o supere durante este 2025.

Se ocupa también de la gestión con medios, clipping, redacción de mailings, elaboración de material audiovisual para difusión en RRSS, diseño gráfico para campañas publicitarias... Lo que nos ha aportado un mayor rendimiento de la inversión y un considerable incremento en las acciones de comunicación respecto a años anteriores.

El Museo ha construido un aparato propio, al margen de la inversión publicitaria, para la comunicación de sus actividades, se apoya en el técnico informático, Jorge Rodríguez y en la técnica de audiovisuales María Navarro, que abarca la web del museo con 933.000 visitas anuales, el boletín informativo con 52 publicaciones que en este próximo año 25 superará los 23.000 inscritos, con una ratio de apertura del 36 %, las pantallas informativas en el museo y también las *newsletters* de los directorios de Educación, Amigos del Museo y social. Lo que nos permite una masa de más de 50.000 destinatarios directos de la información de nuestros programas.

La página web ha consolidado su nueva plataforma e imagen. La 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 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

# Museo CarmenThyssen Málaga

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.

**En redes sociales**, el mismo equipo con el apoyo de Coonic, coordina las redes sociales abiertas por el Museo en Facebook, X, Youtube e Instagram.

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 temporales, así como las diversas actividades que se desarrollan a partir de estas.



# Museo CarmenThyssen Málaga

Museo CarmenThyssen Málaga

Horario y tarifas | Amigos del Museo | Venta de entradas

EN ES

VISITA COLECCIÓN EXPOSICIONES EDUCACIÓN ACTIVIDADES MULTIMEDIA LA FUNDACIÓN PRENSA TIENDA

**FIERAMENTE HUMANOS** RETRATOS DE SANTIDAD BARROCA

30 septiembre 2023 - 18 febrero 2024

Palacio Thyssen | Colabora: **coamf** | **BOLETÍN DE ARTES VISUALES**

- Organiza tu visita
- Entorno Thyssen
- Tienda

## COLECCIÓN

Hoy, 13 octubre 2023

octubre 2023

LUN	MAR	MIE	JUV	VIE	SÁB	DO
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Hoy en el Museo:

- Infantil: Casetas
- Primaria: Esquejitos
- Fieramente humano. Retratos de santidad barroca
- Refer: Cerezo

## ACTIVIDADES

Educativas

**Infantil. Casetas**

Del 10 de octubre de 2023 al 01 de mayo de 2024

Acción cultural

**VULNERABLES**

Y le cortaron la cabeza

20 de octubre de 2023

Educativas

**Iniciación musical. Forts-piano**

Del 21 al 22 de octubre de 2023

## RECOMENDACIONES

Visitas virtuales exposiciones

Blog del Museo

Amigo del Museo

App Second Canvas

## Eventos

Desde un principio la visión ha sido la de un museo que también sirva como lugar de encuentro social y de desarrollo de actividades y eventos culturales, un espacio que sirva también al intercambio de ideas con colectivos, empresas, artistas, empresas, ...

Consideramos el desarrollo de **eventos** como una oportunidad de atraer a diferentes sectores sociales y empresariales, el Museo se brinda a la sociedad mediante pago de tasas

# Museo CarmenThyssen Málaga

o mediante colaboraciones como una herramienta más de acercamiento de otros públicos a nuestros contenidos.

El Museo ha generado capacidad para recoger actos de tipo empresarial, espectáculos, económico, social o institucional en salas y espacios exclusivos muy apropiados para su celebración. Esta capacidad es muy limitada, el auditorio y el patio de columnas, pero nos permite realizar un gran número de acciones a lo largo del año, entre las propias y las externas, serán más de 100 eventos los que se organicen.

Auditorio



Patio



Sala Noble



Sala Patronato



Terraza



Cafeteria



Los eventos privados nos permitirán facturar unos 60.000 € por el arriendo de los espacios, también tenemos

Entre los eventos propios queremos destacar las siguientes actividades:

- El programa de Navidad, con el Coro ESAEM, los coros navideños y la instalación del Belén Napolitano.
- El programa de visitas guiadas, en especial para los días de puertas abiertas y gratuitas
- El programa de música del cuarteto de cuerda con un repertorio dedicado a compositores coetáneos a la Colección Carmen Thyssen.

# Museo CarmenThyssen Málaga



- Taller de pintura con el patrocinio de la firma Winsor&Newton. Son 4 talleres anuales y que cuentan con el patrocinio de impartidos por el pintor cordobés afincado en Málaga Daniel Parra Lozano, quien cuenta con más de 300 premios nacionales e internacionales en las categorías de pintura, dibujo, cómic e ilustración.



Una programación que también nos ofrece unos ingresos cercanos a los 20.000 € para la financiación del programa.

## **Colaboraciones**

El Museo es una institución comprometida con el ámbito territorial que le rodea y una de las formas que tiene para interrelacionarse con la sociedad es facilitar las colaboraciones con entidades no lucrativas para el desarrollo de eventos y actos de difusión de sus objetivos también con pequeñas acciones como invitaciones y visitas guiadas que tango pueden ayudar a asociaciones y fundaciones de menor entidad.

De entre estas, durante este próximo año tendremos colaboraciones con:

- Agrupación de Cofradías
- Fundación Musical de Málaga
- Fundación Málaga
- Asociación de Fundaciones de Andalucía (Comité directivo)
- Consejo Social de Andalucía de Asepeyo.
- Escuela de Arte San Telmo (Consejo Escolar)
- Asociación Española contra el Cáncer
- Cruz Roja
- Fundación Vicente Ferrer

También se otorga una especial atención a las colaboraciones con el sector turístico como un punto de apoyo fundamental en la difusión de la colección entre operadores y clientes, de hecho, la fundación forma parte de AEHCOS y a lo largo del año se programan periódicamente:

- cursos de formación a los guías turísticos de la provincia,
- relación constante con los hoteles y operadores turísticos,
- campaña de difusión de las exposiciones temporales para las visitas de la plantilla de los hoteles extensible a los empleados de las oficinas de turismo, asociaciones de guías turísticos, y de agencias de viajes, para que tengan información actualizada y la 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, otros casos como la integración en los precios de City Sightseeing y la tarjeta room museum con el hotel Vincci Posada del Patio, ...

A nivel institucional es destacable la colaboración con el Ayuntamiento de Alhaurín de la Torre, que facilita la difusión de nuestras exposiciones mientras que el Museo facilita visitas de grupo para asociaciones culturales y sociales.

También, con el Ayuntamiento de Málaga, la campaña anual con los once Distritos de la ciudad, a cuyos colectivos que se otorga una visita guiada recurrentemente a principio de primavera.

## **Plan de patrocinio**

A los pocos meses de la inauguración del Museo Carmen Thyssen Málaga, en diciembre de 2011, se tomaron las primeras medidas para canalizar posibles vías de financiación procedentes del patrocinio y del mecenazgo. Entre esas medidas que se tomaron está el primer contrato de patrocinio, firmado con la empresa Mahou-San Miguel.

Las acciones de Patrocinio comenzaron también de forma temprana con el contrato indicado, que era un patrocinio global que, a su terminación, dio paso a la elaboración de un Plan de Patrocinio en el que se especificaban dentro del Museo diferentes proyectos a patrocinar.

Desde entonces y hasta estos últimos meses, ha sido especialmente operativo en los proyectos de exposiciones temporales, de contexto y en el programa educativo con un



# Museo Carmen Thyssen Málaga

grupo de una decena de empresas y bancos que han colaborado con el Museo. Entre todos ellos, han sumado una aportación cercana a los tres millones de euros en favor del Museo y de nuestra fundación.

Estas aportaciones han sido necesarias para el sostenimiento de los sucesivos Planes de Actuación anuales del Museo y complementario a otras vías de financiación como taquilla, tienda y eventos.

## Patrocinador del Museo.

Se trata de la colaboración o patrocinio que sirve a la financiación general de la actividad de la fundación y el Museo que gestiona, por tanto, se extiende por todos y cada uno de los proyectos, actividades y acciones programadas como patrocinador principal del Museo, desde las categorías de amigos hasta la programación correspondiente a la Colección Permanente.

Tiene una duración anual, carácter exclusivo en su sector empresarial y recibe todas las ventajas derivadas de la acción integral de la fundación.

La cuantía de la aportación se eleva a 200.000 € y habilita a personar su marca y representantes en los espacios públicos y privados de promoción del Museo, en el espacio más destacado.

La marca convivirá con las empresas que colaboren en los restantes proyectos del Museo que, en cualquier caso, serán compatibles con su actividad empresarial.

Contempla las siguientes ventajas:

- Presentación del acuerdo de patrocinio en sesión del Patronato del Museo.
- Presencia con voz del titular de la empresa en las sesiones del Patronato del Museo.
- Presentación pública del acuerdo con presencia institucional del Alcalde de la ciudad y la Presidenta del Museo.
- Elaboración de logotipo conjunto Museo y empresa para su uso en cartelería y folletos y campañas de promoción del Museo.
- Campaña publicitaria en medios de comunicación y de publicidad urbana con logo de la empresa patrocinadora, en cartelería estática (Málaga capital y provincia).
- Campaña de difusión del patrocinio en los barrios de la ciudad de Málaga.
- Presencia de la marca en lona de fachada del Museo, compartida con las marcas de los patrocinadores de la Colección Permanente y de la exposición temporal.
- Logo en todos los folletos del Museo Carmen Thyssen Málaga
- Panel en la recepción para la imagen de la marca como patrocinadora del Museo.
- Denominación del Auditorio con la marca.
- Imagen de la marca en la home-page de la web del Museo.
- Mención en la locución de las audio-guías para las visitas a la Colección Permanente, a la exposición temporal o a la combinada de ambas, compartida con las marcas de sus respectivos patrocinadores, en su caso.
- Presidencia del cuadro de empresas patrocinadoras del Museo.
- Disposición de catálogos de la Colección Permanente y de cada exposición temporal.
- Disposición del Patio de Columnas y Auditorio para eventos sociales.
- Disposición de guía para las visitas guiadas que programe al Museo.
- Disposición de invitaciones para sus clientes.



# Museo Carmen Thyssen Málaga

## Características:

- Denominación de la Actividad: Museo Carmen Thyssen Málaga.
- Fecha de la actividad: Desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2024.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 200.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

## Patrocinador de la Colección Permanente.

Tiene por objeto la colaboración y financiación de todo lo concerniente a la investigación, conservación y difusión sobre la Colección permanente, quedando la marca de la empresa patrocinadora vinculada a la Colección, conviviendo, en su caso, con el logo del patrocinador del Museo.

Se trata de una colaboración o patrocinio anual que ha de ser compatible con el patrocinador principal del Museo.

La aportación económica alcanza los 100.000 € anuales y contempla las siguientes ventajas:

- Presentación del acuerdo de patrocinio en sesión del Patronato del Museo con presencia del titular de la empresa.
- Presentación pública del acuerdo con presencia institucional del Alcalde de la ciudad y la Presidenta del Museo.
- Campaña publicitaria en medios de comunicación y de publicidad urbana con logo de la empresa patrocinadora, en cartelería estática (Málaga capital y provincia).
- Campaña de difusión del patrocinio en los barrios de la ciudad de Málaga.
- Logo en folletos de la Colección Permanente del Museo.
- Panel en entrada de la Sala de la Colección permanente.
- Imagen de la marca en el site de la colección permanente de la web del Museo.
- Mención en locución de audio guías permanente y combinada.
- Presencia en el cuadro de patrocinadores.
- Disposición de catálogos de la colección permanente y de cada exposición temporal.
- Disposición del Patio de Columnas y Auditorio para eventos sociales.
- Disposición de guía para las visitas guiadas que programe al Museo.
- Disposición de invitaciones para sus clientes.

## Características:

- Denominación de la Actividad: Colección Carmen Thyssen Málaga.
- Fecha de la actividad: Desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2024.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 100.000 €

# Museo CarmenThyssen Málaga

- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

## Patrocinador de Exposición Temporal.

El programa del Museo, habitualmente, contempla la realización de dos exposiciones temporales con una duración que ronda los 4,5 meses de duración y un impacto, entre que se publicita y que se cierra de unos 6 meses.

Con este programa la empresa participa en la financiación de las exposiciones temporales que junto con las de contexto dinamizan el contenido expositivo y académico del Museo.

El patrocinio tiene un recorrido temporal de seis meses y tiene un gran impacto publicitario e informativo, la aportación estimada es de 60.000 € y se realiza con exclusividad en las actividades que contempla y siendo compatible con el patrocinador del Museo.

Lo deseable es que estos patrocinios sean únicos, tienen una estimación que perfectamente puede ser aceptada en determinados sectores empresariales.

La cuantía de la aportación contempla las siguientes ventajas:

- Presencia institucional del Alcalde de la ciudad y de la Presidenta del Museo en la presentación del acuerdo y en la inauguración de la exposición.
- Campaña publicitaria en medios de comunicación y publicidad urbana con logo de la empresa patrocinadora de la exposición, en cartelería estática (Málaga capital y provincia) en un período de cinco meses al año.
- Logo en folletos de la Exposición Temporal.
- Panel en entrada de la Sala de la Exposición Temporal permanente con la imagen de la marca patrocinadora.
- Mención en locución de audio guías de la exposición temporal.
- Imagen de la marca en el site de la exposición temporal de la web del Museo.
- Presencia en el cuadro de patrocinadores.
- Disposición de catálogos de la exposición temporal.
- Disposición del Patio de Columnas y Auditorio para eventos sociales.
- Disposición de guía para las visitas guiadas que programe al Museo.
- Disposición de invitaciones para sus clientes.
- Firma en los correos electrónicos del Museo

Características:

- Denominación de la Actividad: Exposición temporal.
- Fecha de la actividad: Desde marzo a septiembre 2025 (temporal 1), octubre a marzo 2026 (temporal 2).
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2024.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 60.000 € respectivamente.
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

# Museo CarmenThyssen Málaga

## Patrocinio del Programa Educativo

El programa educativo es otro de los núcleos de la actividad del Museo, tiene menor impacto mediático, pero sí tiene una visible presencia en las actividades semanales del área de educación, ofreciendo unos buenos parámetros de calidad y público para el patrocinador.

Este patrocinio tiene una duración de unos 9 meses entre octubre y junio, afecta a un volumen de unos 9.000 visitantes, se extiende por toda la provincia y, en especial, se ocupa de varios colectivos con dificultades de integración como los de salud mental, autismo y refugiados. La aportación se estima en 40.000 €.

Se realiza con exclusividad y en solitario en el ámbito de la función educativa del Museo, en las actividades que contempla, debiendo ser compatible con el patrocinador del Museo.

Acciones que contempla:

- Presencia institucional del Museo en la presentación del acuerdo.
- Disposición de entradas (colección permanente y exposiciones temporales)
- Visitas gratuitas para grupos con disponibilidad de los espacios del Museo.
- Entrega de catálogos de cada exposición temporal.
- Imagen en cuadro de patrocinadores
- Ventajas Categoría Empresa Amigos del Museo
- Imagen del patrocinador en espacio educativo, folletos y publicaciones.

Características:

- Denominación de la Actividad: Programa Educativo.
- Fecha de la actividad: Desde Septiembre 2024 a junio 2025.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2024.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 40.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

## Patrocinio de Exposiciones de Contexto.

También en el marco del programa expositivo se desarrollan pequeñas exposiciones sobre el Salón Noble con una duración máxima de 3 meses, muy reducida por tanto en público y en difusión mediática.

La aportación sería de 15.000 € y este patrocinio, en solitario, tendría una duración de unos cuatro meses aproximadamente. Las acciones serían:

- Presencia institucional del Ayuntamiento en la presentación del acuerdo.
- Presentación en sala para un grupo limitado y selecto de invitados.
- Imagen en sala
- Logo en folleto de sala
- Logo en cartelería EMT y Entorno Thyssen
- Imagen en cuadro de patrocinadores

# Museo CarmenThyssen Málaga

## Características:

- Denominación de la Actividad: Exposiciones de Contexto.
- Fecha de la actividad: A determinar durante el 2025.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2024.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 15.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

## Patrocinio del programa Amigos del Museo

La estrategia de fidelización del público se articula a través del grupo de Amigos del Museo que como ya sabemos tiene varias vertientes, ciudadanos, establecimientos, corporaciones y empresas.

Durante el año se va desarrollando un programa de actividades para este público ganado por el Museo que precisan de un patrocinador que permita mejorar la calidad de las actividades programadas.

La aportación sería de 10.000 € y otorgaría la presencia de la marca en todas las actividades y, directamente, para el colectivo de personas que con una pequeña cuota colabora con el Museo y usa de sus servicios. El patrocinio tendría una duración de un año.

Contempla las siguientes acciones:

- Presencia institucional del Museo en la presentación del acuerdo.
- Disposición de entradas (colección permanente y exposiciones temporales)
- Visitas exclusivas para grupos con disponibilidad de espacios de la terraza del Museo.
- Presencia en la recepción anual.
- Imagen en cuadro de patrocinadores

## Características:

- Denominación de la Actividad: Programa Amigos del Museo.
- Fecha de la actividad: Desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2024.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 10.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Poco a poco hemos conseguido la confianza de entidades como Caixa, Unicaja, Cajasol, Fundación Damm, Ayuntamiento de Estepona, Coanfi, Larios, Soho Boutique Hotels, McArthurGlen Málaga, etc...y esperamos confirmarlo en otras empresas que pueden apoyar la actividad cultural del Museo.

# Museo CarmenThyssen Málaga

El objetivo está en comprometer un patrocinador con cada una de las exposiciones temporales a razón de 60.000 € cada una, con el programa educativo el ingreso previsto suma los 20.000 € y para las muestras de contexto, el objetivo es captar empresas que puedan aportar un total de 15.000 €. El objetivo de ingresos por patrocinio alcanzaría los 255.000 € para 2025.

## Fidelización. Los Amigos del Museo.

Otra vía de financiación, en la que más se marca la conexión y fidelización de los públicos es el programa de amigos del museo, sustentado en un programa estable de actividades, una relación constante con el visitante, la captación de recursos y la prestación de servicios a ciudadanos, comercios, entidades sin ánimo de lucro y a empresas.

### 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, vivirás 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 objetivo para 2025 es crecer en la captando nuevos amigos, ofreciendo un completo programa de actividades que satisfagan su interés y necesidades culturales.



# Museo CarmenThyssen Málaga



A todo ello hay que sumar las jornadas de Networking realizadas con las Empresas Amigas. Estas jornadas han provocado el interés y la adhesión al programa de estas nuevas empresas: Andersen, Abante, Ibercaja y Marinsa.



La Previsión presupuestaria del área de promoción para 2025 es la siguiente:

## **Ingresos**

- Eventos: 60.000
- Amigos del Museo: 110.000
- Patrocinio: 255.000

**Total Ingresos: 425.000 euros.**

## **Gastos**

- Publicidad y promoción: 172.686,06 €
- Gastos de Personal: 113.591,98 €
- Profesionales Independientes: 52.393,60 €
- Servicio de Atención al Visitante: 43.920,00 €
- Gastos de Explotación: 40.360,00 €

**Total Gastos: 422.951,64 euros.**

## 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.

The screenshot shows the website's navigation menu with options like VISITA, COLECCIÓN, EXPOSICIONES, EDUCACIÓN, ACTIVIDADES, MULTIMEDIA, LA FUNDACIÓN, PRENSA, and TIENDA. The main content area is titled 'Portal de la Transparencia' and includes an introductory paragraph, a sub-header 'Patronato', and several informational cards with images and 'VER MÁS' buttons. The cards cover topics such as 'Misión, visión y valores', 'Equipo del Museo', 'Contrataciones', 'Política de Seguridad de la Información', 'Información económica, visitas y actividades', and 'Solicitud de información'.

Por otro lado, y conforme lo establecido en la reforma de 2015 del Código penal en materia de cumplimiento (compliance), disponemos del órgano de cumplimiento normativo al que este año se ha sumado el canal de denuncias.

# Museo CarmenThyssen Málaga

La entrada en vigor de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción, conlleva la obligación de incorporar a la organización de la Fundación el Sistema Interno de Información (en adelante SII), que se añade al citado Sistema de Gestión de Compliance Penal (en adelante SGCP) del que ya está dotada 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...).

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 2025 seguiremos trabajando los siguientes aspectos.

## La Formación y cohesión de equipos

La Fundación 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, como siempre, ha prestado durante este año un funcionamiento ejemplar, 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.



# Museo CarmenThyssen Málaga

En el plan de Formación 2025, 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, precisamente en estos momentos está abierta la licitación del servicio, con lo que aún no sabemos la empresa que desarrollará el servicio el año próximo.

Las acciones formativas irán encaminadas a la accesibilidad, mejora de idiomas, conocimientos de las colecciones expuestas en el museo, trabajo en equipo, ... entre otras.

## La Política de Calidad

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

El Museo 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 este ámbito. Como cada año, seguiremos con la Vigilancia de la Salud, ofreciendo el reconocimiento médico anual.

Es indudable la tendencia de empresas y entidades de menor tamaño hacia una mayor transparencia, y, en este sentido, FPV, decidió someterse en 2023 a la certificación de Bureau Veritas en el Sistema de Gestión del Turismo Patrimonial Sostenible, siendo auditada y encontrada conforme con los requisitos del referencial del Campus de Excelencia Internacional en Patrimonio Cultural y Natural.

Por nuestra parte, hemos obtenido resultados muy positivos y que nos han aportado muchas ideas de avance y mejora. Durante 2024, publicamos nuestra memoria de sostenibilidad, describiendo nuestras actuaciones desde el inicio de nuestra actividad hasta 2023, durante 2025 seguiremos trabajando para mejorar en esta línea.



# Museo Carmen Thyssen Málaga

Además, vamos a reforzar la recogida de información a través de las encuestas a nuestros visitantes. También, tenemos planificada seguir mejorando en la gestión de la accesibilidad.



El Museo Carmen Thyssen Málaga es el «Museo de las Personas», y como tal, debe lograr que tanto el espacio físico, como los contenidos que en él se exhiben, sean totalmente accesibles a personas con dificultades en su movilidad, comprensión y/o comunicación. En 2025 se pondrá a disposición de nuestros visitantes la Guía Fácil de 10 obras maestras de la Colección permanente.

⇒ 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.

## **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,



# Museo Carmen Thyssen Málaga

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 (vitricas, 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, contando para ellos con 5 puestos de vigilancia y un Coordinador de Servicios:



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

## 2.2. ACTIVIDAD MERCANTIL

Las actuaciones del área de Tienda para el año 2025 priorizan atender las necesidades que requiere la explotación del servicio, la implementación efectiva de nuestra política de producción y compras que tiene la sostenibilidad como eje vertebrador, ambos puntos orientados a satisfacer los estándares de calidad y excelencia del servicio demandados por nuestros clientes.



Estas líneas generales de trabajo buscan la mejora continua de la ratio de conversión visitante/cliente, así como a la captación de cliente externo a la actividad del Museo. Así mismo, se trabajará la fidelización de cliente local, reforzando la calidad del servicio, exclusividad en el catálogo de productos, y maximizando la experiencia de visita.

Buscando la fidelización del cliente no local, e incrementar los ingresos globales, de cara a 2025, se apuesta por la renovación y refuerzo del canal de venta web.

La consecución de estos objetivos se realizará a través de la implementación de las siguientes acciones:

- Refuerzo de la producción exclusiva para el Museo, apostando por proveedores locales y nacionales, y por artículo en cuyo proceso de producción se ha tenido en cuenta el impacto social y medioambiental de la actividad, aportando valor añadido a nuestro catálogo, y a las compras de nuestros clientes.
- Un año más, la política de compra de artículos de catálogo/mercado también está centrada en la creación de alianzas con empresas líderes en su campo y que desarrollen una gestión basada en la RSC.
- Para maximizar las áreas de exposición de producto y mejorar los flujos de circulación, evitando los colapsos en momentos de máxima afluencia, redefinir la distribución de mobiliario y zonas de cobro.
- Dentro de nuestro compromiso con el cliente mantenemos la directriz de marcación de precios que nos permita continuar ofreciendo artículos de calidad, producidos de manera sostenible y con una relación calidad/precio equilibrada. Control de la cuenta de tienda ajustando gastos en el proceso de producción para minimizar el impacto de la inflación en el precio final del producto.
- Librería: Diseño de contenidos de librería distintivo y diferencial. Tenemos vocación de espacio diverso e inclusivo, en el que convivirán las temáticas trabajadas en la programación del Museo, así como a temas de interés social, y de actualidad.
- Continuaremos con las acciones de captación de cliente externo a través de la ejecución de estrategias de marketing digital, merchandise display en la tienda física y en los escaparates, con actualización semanal de los contenidos.
- Con el mismo objetivo y como apuesta estratégica para el incremento de ingresos: Aumento de la inversión para la actualización y desarrollo del canal online de venta de la tienda, cuya actualización se traslada a 2025.

# Museo CarmenThyssen Málaga

- Mejora del volumen y calidad de la base de datos de clientes en las RR.SS. y el boletín de la Tienda.
- Apuesta por la formación de personal para la mejora de capacitaciones que aporten conocimientos transversales que enriquezcan sus perfiles personales y laborales al tiempo que facilitan el desarrollo de sus funciones.

Estas acciones se concretarán en las siguientes actuaciones:

## **Líneas generales de producción y compras:**

El contenido de la directriz de producción y compras de la Tienda del Museo tiene como eje articulador la difusión de la Colección Carmen Thyssen y la difusión de la marca Museo Carmen Thyssen Málaga, y está condicionada por las propuestas de programación diseñadas desde las diferentes áreas de producción del Museo. Esta línea de gestión tiene a la sostenibilidad como eje articulador.

A partir de los principios de DS ,mantenemos la propuesta de producir y comprar para cubrir la demanda de ciclos de 1, 3, 6 y 12 meses, atendiendo a la naturaleza y procesos de producción de cada familia de producto, buscando optimizar el presupuesto, a la vez que dotamos el almacén de flexibilidad.

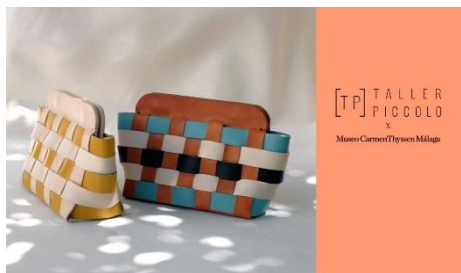
El sistema de gestión de compras, con entrada de novedad de producto continuará orientado a fidelizar al público local. Este perfil específico de cliente, no visitante del Museo, está acostumbrado a las dinámicas del comercio tradicional con oferta estacional, es el que más demanda la exclusividad del catálogo y la rotación sistemática de referencias.

Para 2025 está programada la celebración de dos exposiciones temporales (una de ellas pendiente de definir) y tres exposiciones de contexto, así como diversas acciones diseñadas desde el Departamento de Educación que requieren de la colaboración de la tienda.

## **Producto:**

Continuaremos con la reposición sobre producto vendido de aquellos artículos o colecciones que demuestren mejor nivel de rotación y rentabilidad. Estas reposiciones se realizarán en mínimos de producción. A través del proceso de negociación con nuestra cartera de proveedores se buscará mantener los precios de producción estables, intentando minimizar el impacto de la inflación en el precio final sin afectar a los márgenes de comercio.

Se continua con la mejora de la calidad de materiales y acabados de nuestras producciones optando por calidades premium producidas bajo parámetros sostenibles.



En 2025 continuaremos apostando por la producción local artesanal de complementos de piel exclusivos y piezas cerámicas desarrollados a partir de la iconografía presente en obras de la Colección. Las pinturas más representativas de la Colección Permanente centrarán la producción de artículos y se trabajará en colaboración con las instituciones prestadoras para el desarrollo de artículos de las exposiciones temporales.

La tienda continuará siendo punto de venta preferente de los productos de empresas españolas e internacionales, que no estén presentes en otros comercios de la ciudad, y que destaquen por el compromiso de sus creadores con la gestión responsable de los recursos y las buenas prácticas.

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.

La selección de literatura se apostará por temáticas específicas no solo durante las exposiciones temporales. Así mismo, los ciclos de conferencias, cursos monográficos, o el ciclo de poesía Costumbre, tendrán su reflejo en la oferta de la tienda.

Siempre que el evento sea presencial, la tienda continuará atendiendo, con un punto de venta las presentaciones de libros que se programen en el auditorio.

Durante 2025 continuaremos intensificando el ciclo de actualización de la decoración de la tienda y de los escaparates, aportando un contacto visual directo con el cliente y el visitante al Museo. La rotación constante de producto de mercado, acompañada por la oferta de artículos relacionados con las exposiciones temporales facilita la renovación continua del catálogo, y es la herramienta central de fidelización de un importante número de clientes ajenos a la actividad del Museo.

### **Publicaciones y distribución de publicaciones:**

Durante el ejercicio 2025 planteamos la distribución de los catálogos de las dos exposiciones temporales. 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 lo que nos permite posicionar la marca editorial Carmen Thyssen Málaga.

### **Tienda online:**

Para el año 2025, ya que no se ha podido ejecutar durante 2024, proponemos una apuesta fuerte por la activación del canal de venta online del Museo con los siguientes objetivos:

- A través de la mejora de la experiencia de usuario y reorganización del catálogo y campaña de MKD, aumentar la aportación económica del canal venta online.
- A partir del rediseño del tema y variación del formato de contenidos, buscamos dotar la página de una cualidad experiencial, atractiva y complementaria a la web del Museo, que permita posicionar la marca Carmen Thyssen Málaga como una referencia en la apuesta por el desarrollo tecnológico.
- Para la consecución de estos objetivos se plantean las siguientes acciones:
- Actualización de la tienda online a la versión de PrestaShop 1.8 que implica la renovación del tema de la tienda, mejora de procedimientos y de la experiencia de navegación.
- Revisión módulo sincronización BC/PrestaShop acción orientada a desarrollar unos mayores niveles de automatización de los procedimientos.
- Optimización de las herramientas SEO bases de PrestaShop como primer paso para una mejora del posicionamiento.
- Revisión y redefinición de la imagen y estrategia de comunicación en RR. SS y del boletín de tienda.

Para la mejora directa de la ratio de conversión de clientes de tienda online, se continuará con las acciones comerciales que mejor retorno han reportado: Oferta de envío gratuito dentro de la Península y descuentos por volumen de compra en fechas concretas.

La difusión de estas promociones seguirá estando apoyada por una campaña SEM en Google planificada por el responsable de MKD del Museo, y que, en una segunda fase, proponemos esté apoyada por agentes externos.

**Boletín y RR. SS:** Acompañando la actualización del canal de venta web, se rediseñará el calendario editorial que rige las publicaciones en redes sociales, dirigiendo los esfuerzos en Instagram abriendo un perfil Business y conectando la red con la tienda online. Envío de un boletín mensual con temas específicos de la Tienda. Estas publicaciones mensuales se verán reforzadas en fechas señaladas (Navidad, Día de la Madre, Día del Padre...).

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.

### **Base de datos y perfiles de clientes:**

El conocimiento de nuestro cliente está resultando clave a la hora de optimizar la estrategia de compras y producción. Durante 2025 continuaremos con la captación de información.

Buscando depurar y mejorar los niveles de información, que aporte datos sobre la motivación de compra y niveles de satisfacción con el servicio y la experiencia de cliente.

### **3. TARIFAS Y CALENDARIO DE APERTURA 2025**

Las tarifas del Museo se expresan a continuación, en determinadas actividades dependerán de la cotización del profesional o artista que lleve a cabo la actividad, también dependiendo de la ubicación en el aforo de la localidad adquirida. Por otro lado, con carácter general, los Amigos del Museo disfrutarán de un descuento en las actividades de hasta un 20%.

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 CarmenThyssen Málaga

Capítulo	Tarifa	Precio 2025
<b>Entrada al Museo</b>	Entrada General Exposiciones.	12,00 €
	Entrada Reducida Exposiciones.	8,00 €
	Entrada Grupo Exposiciones.	10,00 €
	Entrada Visita Guiada Exposiciones.	16,00 €
<b>Actividades del Programa Educativo</b>	Educación Infantil. (25 PAX.)	30,00 €
	Visita-Taller para Ed. Primaria y Secundaria. (25 PAX.)	40,00 €
	Visita para Educación Primaria y Secundaria. (25 PAX.)	30,00 €
	Visitas autónomas >18 años. (25 PAX.)	30,00 €
	Conferencias.	Gratuito
	Actividad de familias. Entrada General.	6,00 €
	Actividad de familias. Entrada Reducida.	5,00 €
	Museo de Verano. Entrada General 2 jornadas.	36,00 €
	Museo de Verano. Entrada Reducida 2 jornadas.	28,00 €
	Museo de Semana Blanca y Navidad. Entrada General 2 jornadas.	22,00 €
	Museo de Semana Blanca y Navidad. Entrada Reducida 2 jornadas.	18,00 €
	Taller de creación.	25,00 €
	Acción Cultural. Artes vivas.	11,00 €
	Acción Cultural. Tangentes.	11,00 €
	Acción Cultural. Poesía.	3,00 €
	Acción Cultural. Música en el patio.	28,00 €
	Colaboratorios.	Gratuito
	Centro Sociales.	Gratuito
	Visitas a educadores y profesores.	Gratuito
	Visitas autónomas <18 años	Gratuito
<b>Amigos del Museo</b>	Amigos del Museo. Cuota General.	75,00 €
	Amigos del Museo+ acompañante.	100,00 €
	Amigos del Museo. Cuota Reducida.	55,00 €
	Establecimiento Amigo del Museo.	220,00 €
	Corporación Amiga del Museo.	150,00 €
	Empresa Amiga del Museo.	3.150,00 €
<b>Actividades de Promoción</b>	Cuarteto Carmen Thyssen.	16,00 €
	Taller de Pintura.	25,00 €
	Los palos del Flamenco.	22,00 €

Por otro lado, y habiendo analizado el calendario 2025, aplicaremos el siguiente calendario de apertura ordinaria de martes a Domingo de 10h. a 20h. excepto el 1 y 6 de enero y 25 de diciembre, con apertura extraordinarias los lunes 24 de marzo, 14 de abril, 13 de octubre y 8 de diciembre.

Como aperturas parciales continuaremos con los días 24 y 31 de diciembre, de 10h. a 15h. así como la feria de Málaga.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

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.

# Museo CarmenThyssen Málaga

ENERO						
L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

1.- Fiesta Nacional. Museo cerrado.  
6.- Fiesta Nacional. Museo cerrado.

FEBRERO						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

28.- Fiesta Autonómica. Puertas abiertas.

MARZO						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

24.- Aniversario Museo. Puertas abiertas.

ABRIL						
L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

14- Lunes Santo. Museo abierto.

MAYO						
L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

18- Día de los Museos. Puertas abiertas.

JUNIO						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

JULIO						
L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

AGOSTO						
L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

17-23 Feria. Apertura parcial.

SEPTIEMBRE						
L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

27.- Día del Turismo. Puertas abiertas.

OCTUBRE						
L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

12.- Fiesta Nacional.

NOVIEMBRE						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

1.- Fiesta Nacional (se traslada al lunes 2)

DICIEMBRE						
L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

8. Fiesta Nacional. Museo abierto.  
24 y 31 Navidad. Apertura Parcial.  
25- Fiesta Nacional. Museo cerrado.

- Puertas abiertas.
- Festivo. Museo cerrado.
- Laborable. Museo cerrado.
- Laborable. Museo abierto.
- Apertura parcial de 10h. a 15h.
- Festivo. Museo abierto.

## 4. PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2025

El Presupuesto de Ingresos lo situamos sobre una previsión de 210.000 visitantes, lo que nos permitirá prever más recursos para financiar las actividades expositivas, educativas y sociales del Museo.

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 50% de la cuota. Para aquellos gastos que estén sujetos al citado impuesto.

### 4.1. Presupuesto de Ingresos.

Epígrafe	Presupuesto de 2024	Presupuesto de 2025	Variación %
Subvenciones	2.292.531 €	2.292.531 €	0,00%
Taquilla	959.700 €	1.119.000 €	16,60%
Tienda	579.690 €	661.500 €	14,11%
Subvenciones de Capital transferidas a resultados	608.528 €	653.419 €	7,38%
Patrocinadores	370.000 €	255.000 €	-31,08%
Amigos del Museo	85.000 €	110.000 €	29,41%
Eventos	60.000 €	60.000 €	0,00%
Cafetería	12.600 €	18.000 €	42,86%
<b>Total general</b>	<b>4.968.049 €</b>	<b>5.169.451 €</b>	<b>4,05%</b>

#### 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 2025 se ha mantenido la aportación de **2.292.531 euros**, misma cantidad que 2024.

#### 4.1.2. Taquilla.

Para el próximo año prevemos un incremento de ingresos por taquilla al incrementar el número de visitantes hasta los **210.000** debido al mayor alcance del contenido expositivo y cultural, por lo que estimamos unos ingresos de **1.119.000 euros** por la visita al Museo tanto a la Colección Permanente como a las exposiciones temporales y de contexto.

#### 4.1.3. Tienda.

En tienda prevemos unas ambiciosas ventas netas de **661.500 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.

#### 4.1.4. 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 **653.419**, algo más que en 2024.

#### 4.1.5. Patrocinadores.

Para el próximo año nos establecemos el objetivo de alcanzar los **255.000 euros** de patrocinadores. Para ello, estamos llevando a cabo nuestro Plan de Patrocinio, con 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 **110.000 euros**, ligeramente por encima de 2024.

#### 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 pública 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 **60.000 euros**.

#### 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 **18.000 euros**.

## 4.2. Presupuesto de Inversiones.

Para 2025 el Museo Carmen Thyssen tiene comprometida una Subvención de Capital por parte del Ayuntamiento de Málaga, por importe de 78.507,40 euros para la instalación de nuevos humectadores en las distintas plantas del Museo, así como la nueva climatización del almacén de tránsito de obras de arte.



## 4.3. Presupuesto de Gastos.

El desglose del presupuesto de Gastos, lo haremos en función de la naturaleza del gasto o inversión. A efectos comparativos, mostramos el presupuesto de 2025 y su comparativo del año anterior:

Epígrafe	Presupuesto de 2024	Presupuesto de 2025	Variación %
Gastos de Personal	1.301.667,62 €	1.341.376 €	3,05%
Servicio de Atención al Visitante	586.277,92 €	740.363 €	26,28%
Amortizaciones	686.640,89 €	717.085 €	4,43%
Vigilancia y Seguridad	537.795,72 €	604.718 €	12,44%
Compras de productos para la venta	346.532,08 €	335.825 €	-3,09%
Profesionales Independientes	284.266,64 €	273.333 €	-3,85%
Gastos de Explotación	275.757,92 €	252.640 €	-8,38%
Transporte de obras de arte	217.800,00 €	245.309 €	12,63%
Electricidad	199.627,34 €	193.375 €	-3,13%
Publicidad y promoción	225.788,50 €	191.140 €	-15,35%
Limpieza	142.511,74 €	141.440 €	-0,75%
Alquileres/Tasas	54.978,58 €	53.554 €	-2,59%
Seguros	60.200,00 €	49.700 €	-17,44%
Viajes y Alojamiento	44.805,25 €	19.393 €	-56,72%
Atenciones y Protocolo	600,00 €	7.400 €	1133,33%
Gastos Financieros	2.800,00 €	2.800 €	0,00%
<b>Total general</b>	<b>4.968.050 €</b>	<b>5.169.451 €</b>	<b>4,05%</b>

### 4.2.1. Gastos de Personal

La plantilla del Museo se mantendrá en los 25 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 de personal se sitúa en **1.341.376 euros**, incluyendo las cotizaciones sociales y la formación, así como la realización de actividades del personal de la Fundación.

El presupuesto de 2025 refleja las remuneraciones existentes a cierre de 2024, que ya se encuentran por encima de las previsiones iniciales. En el caso de que proceda incremento adicional, dicho incremento se realizará en 2025.

### 4.2.2. 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 **740.363 euros**, muy por encima del presupuesto de 2024, debido al incremento recogido en el convenio colectivo de aplicación.

## 4.2.3. 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 **717.085 euros**.

## 4.2.4. Vigilancia y Seguridad

Comprende los gastos contratados a la de seguridad y vigilancia por un total de **604.718 euros**. El personal está repartido en 5 puestos de vigilancia y un Coordinador de Servicios:

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

## 4.2.5. 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 **335.825 euros**.

## 4.2.6. 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 **273.333 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. Conservación: Diseñadores gráficos, traductores y editores de material audiovisual.
- d. Administración: Asistencia fiscal y laboral, y auditoría financiera.

## 4.2.7. 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..) hasta llegar a los **252.640 euros**.

## 4.2.8. 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 y de sala noble. Suponen **245.309 euros**.

## 4.2.9. Consumo de Electricidad

Sobre el total de la partida de suministros, destaca los gastos en electricidad que asciende a **193.375 euros**, tanto los consumos del Palacio de Villalón, como el edificio administrativo.

## 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. Asciende a **191.140 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 **141.440 euros** para 2025, con un total de 6 personas en el servicio.

## 4.2.12. 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 **53.554 euros anuales**.

## 4.2.13. 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 **49.700 euros**

## 4.2.14. 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 **19.393 euros**.

## 4.2.15. 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 **7.400 euros**.

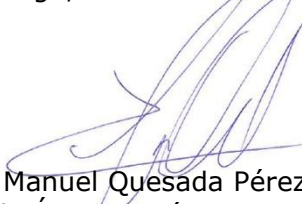
## 4.2.16. Gastos Financieros

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.

Todo lo que se informa para su consideración ante la Comisión delegada y aprobación por el Patronato de la Fundación Palacio de Villalón.

# Museo CarmenThyssen Málaga

En Málaga, a 19 de noviembre de 2024.



Manuel Quesada Pérez  
Jefe de Área Económica Financiera

Lourdes Moreno Molina  
Directora Artística.

Francisco Javier Ferrer Morató  
Director Gerente.