

**PROTECTORADO DE FUNDACIONES  
IMPRESO DE PRESENTACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIÓN**

**SALIDA**  
15 NOV. 2019  
971/S/2019  
SOLICITUD

Ley 10/2005, de 31 de mayo, de Fundaciones de la Comunidad Autónoma de Andalucía ( BOJA nº 117, de 7 de junio de 2005)  
Decreto 32/2008, de 5 de febrero, por el que se aprueba el reglamento de Fundaciones de la Comunidad Autónoma de Andalucía ( BOJA nº 44, de 4 de marzo de 2008)

JUNTA DE ANDALUCÍA  
SECRETARÍA GENERAL DE FUNDACIONES  
15 NOV. 2019  
Registro Andújar  
Hera

<b>1 DATOS DEL/ DE LA SOLICITANTE Y DEL / DE LA REPRESENTANTE LEGAL</b>		
APELLIDOS Y NOMBRE/ RAZON SOCIAL <b>Fundación Palacio de Villalón</b>		NIF/ CIF <b>G93003150</b>
APELLIDOS Y NOMBRE DE LA PERSONA QUE ACTUA EN REPRESENTACIÓN, EN SU CASO: <b>Francisco Javier Ferrer Morató</b>		NIF/ CIF <b>25062766B</b>
DOMICILIO A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN <b>C/ Mártires nº5</b>		
LOCALIDAD <b>Málaga</b>	PROVINCIA <b>Málaga</b>	C. POSTAL <b>29008</b>
TELEFONO <b>952214682</b>	FAX <b>952220403</b>	CORREO ELECTRONICO <b>manuel.quesada@carmenthysssenmalaga.org</b>

<b>2 DATOS RELATIVOS A LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA</b>
PRESENTACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIÓN PARA EL EJERCICIO :
A esta solicitud se acompañan los siguientes DOCUMENTOS:
<input checked="" type="checkbox"/> Plan de Actuación.
<input checked="" type="checkbox"/> Certificado de aprobación por el Patronato emitido por el Secretario con el visto bueno del Presidente.

<b>3 SOLICITUD, LUGAR FECHA Y FIRMA</b>
El/ la solicitante cuyos datos constan, <b>SOLICITA</b> se tenga por presentada la documentación anteriormente señalada. En Málaga a 12 de Noviembre de 2019
( Sello de la entidad)
<p style="text-align: center;">EL/LA SOLICITANTE</p> <p style="text-align: center;">FUNDACIÓN PALACIO DE VILLALÓN C/ COMPAÑIA 107 29008 MÁLAGA CIF: G93003150</p> <p style="text-align: center;"><b>Fdo.: Francisco Javier Ferrer Morató</b></p>

SERVICIO DE FUNDACIONES  
DIRECCIÓN GENERAL DE OFICINA JUDICIAL Y COOPERACIÓN

# Plan de Actuación 2020



## 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 2019.

## 2. PLAN DE ACTUACIÓN 2020.

De conformidad con los fines estatutarios, para el próximo 2020 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 nuevas 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 *Fantasía Árabe*.
- III. Exposición Temporal *Máscaras (título provisional)*
- IV. Exposición Temporal *Nueva figuración en España (título provisional)*.
- V. Exposiciones en sala noble.
- VI. Programa Educativo 2019/2020
- VII. Plan de Promoción y Comunicación.
- VIII. Contratación y Recursos Humanos.

- IX. Mecenazgo y Patrocinio.
- X. Mantenimiento y Seguridad.

## ACTIVIDAD MERCANTIL

- XI. Explotación de la Tienda-Librería.
- XII. 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**

Exposición temporal 2019-2020: Fantasía árabe. Pintura orientalista en España (1860-1900). 12 de octubre de 2019 a 1 de marzo de 2020.

La expansión colonial europea en el norte de África en el siglo XIX alentó los viajes de numerosos artistas, sobre todo franceses y españoles, por Marruecos, Argelia o Túnez. De la representación de sus paisajes, costumbres y paisanaje surgió la llamada pintura orientalista, un género con personalidad propia dentro del arte decimonónico, que se recrea en la luz, el color y el preciosismo de los detalles, y que cultivaron apasionadamente grandes maestros como Eugène Delacroix o Mariano Fortuny.



A través de tres secciones, esta exposición recorrerá los territorios, la vida cotidiana y los rostros de los habitantes de este espacio de evasión del occidente burgués, reflejados en el arte español de la segunda mitad del siglo XIX por Fortuny, Lameyer, Fabrés, Tapiró y otros muchos artistas. Su visión de esta temática se acompaña de varios ejemplos de la pintura francesa contemporánea, de Delacroix, Benjamin-Constant o Dehodencq, que permiten relacionar a los principales artífices de este género en ambos países.

Exposición temporal 2020: Máscaras (título provisional). 27 de marzo a 13 de septiembre de 2020 (fechas provisionales)

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 2020-2021: Nueva figuración en España (1920-1936) (título provisional). 9 de octubre de 2020 – 28 de febrero de 2021 (fechas provisionales)

Esta exposición plantea una interesante reflexión en torno a un aspecto del arte español que ha sido muy poco tratado por la crítica y soslayado por los estudios: la «vuelta al orden clásico» que, en los años veinte y treinta, convivió en el panorama internacional, y en el español, con los movimientos de vanguardia.

La influencia en nuestro país de corrientes artísticas coetáneas, como la Nueva Objetividad alemana o el Novecento italiano, da como resultado una figuración con características similares a las del resto de Europa, es decir, una pintura contemporánea de herencia clasicista, tanto en el interés por los géneros tradicionales -retrato, bodegón- como en el gusto por una pintura dominada por el dibujo, el detalle y el sentido volumétrico, y, sobre todo, la idea de un arte «realista» donde lo enigmático y lo misterioso constituye un elemento principal.



## EXPOSICIONES EN SALA NOBLE

Sala Noble 2019-2020: Fortuny grabador. Octubre 2019 – febrero 2020 (fechas provisionales)

Esta muestra reunirá las principales obras que Mariano Fortuny (1838-1874) realizó en su experimentación con las técnicas de grabado, en las que demostró ser un extraordinario maestro, en la estela de grandes pintores-grabadores como Rembrandt o Goya, y en la que abordó temas orientalistas, costumbristas y de inspiración clásica.

## Sala Noble 2020

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) o Max Ernst. Historia natural, que han recibido una media de 50.000 visitantes cada una, el Museo continuará en 2020 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 tres exposiciones a lo largo del año, con préstamos tanto nacionales como internacionales.

### **PROGRAMA EDUCATIVO 2019/2020**

El museo como espacio inmerso en el tejido de una colectividad tiene que dejarse influenciar por las corrientes que se mueven en su entorno, deshaciendo la idea de museo como espacio estanco y escuchar las necesidades sociales para dar respuesta y así atender a las personas que se acercan a él.

Para el Programa Educativo 2019-2020, agrupamos las actividades en tres grandes secciones con sus diferentes apartados:

- 1) Centros educativos y sociales
- 2) En tiempo libre
- 3) Co-laboratorios

#### **CENTROS EDUCATIVOS Y SOCIALES**

Para las personas de entre 3 y 6 años, seguimos en la línea de una actividad dividida en dos momentos; por un lado, activamos el espacio expositivo como escenario idóneo donde propiciar el aprendizaje de hábitos personales y sociales para la convivencia. En un segundo momento, activamos el ambiente preparado en el espacio educativo donde proponemos una vivencia de aprendizaje autónomo a partir de la experimentación sensorio-motriz y el juego libre.

Para los niños y niñas de entre 7 y 12 años, proponemos una actividad en la que analizar la relación que mantenemos con el ambiente para ponerlo en valor y desarrollar nuevas estrategias que garanticen su pervivencia. Recogeremos los planteamientos de los movimientos actuales sobre el respeto a la naturaleza que nos acercan a realidades concretas.



# Museo CarmenThyssen Málaga

Con las personas de entre 13 y 18 años, proyectamos una actividad en la que reflexionar sobre quiénes somos, cómo hemos llegado a ser como somos, qué factores pueden influir en la confección de nuestra identidad, ya sea propia o colectiva, así como en la fragilidad o variabilidad de ésta. Cuestiones intrínsecas del ser en el periodo de la adolescencia que ponen en cuestión lo aprehendido.

Para la comunidad universitaria y para aquellos adultos/as que quieren profundizar en los contenidos teóricos sobre las exposiciones temporales y la Colección del Museo, organizamos dos cursos monográficos y dos ciclos de conferencias que procuran expandir las temáticas propias de la historia del arte y poner el arte visual en relación con otras disciplinas.

El programa social atiende a los diferentes centros sociales u ocupacionales que quieren trabajar el museo como otra herramienta educativa dentro de sus programaciones. Además, continuamos con los programas Correspondencias, que este año incluye la participación de familiares de personas con trastorno mental grave, y Entre culturas, en colaboración con Comisión española de ayuda a refugiados (CEAR), además de las visitas-taller para familias con niños/as con TEA.

## EN TIEMPO LIBRE

Si para los grupos de edad de los centros reglados el tema de interés es la matriz de la que surgen las dinámicas, para estos grupos, mucho más heterogéneos en edad y procedencia, el punto de partida es el juego con las disciplinas artísticas, o mejor dicho, la inter-disciplina.

Siendo la cultura visual el motivo transversal, nos valemos del movimiento, la música y la narración oral para desplegar los diferentes contenidos a lo largo del año. Las propuestas para el hacer se basan en el juego espontáneo y la experimentación, tanto de niños y niñas como de adultos y adultas.

Con nuestra propuesta de actividades para el tiempo LIBRE, queremos alejarnos de la idea de ocio cultural como mero entretenimiento y buscamos preparar espacios en los que podamos construir activamente, una parte de nuestra identidad personal y social con cada experiencia de movimiento, música, palabra e imagen.

## COLABORATORIOS

En el apartado de Co-laboratorios, entramos en diálogo con la comunidad de profesores/as y educadores/as, con el público joven y con los/as artistas actuales. El Museo, como institución, como discurso y como agente socializador de la cultura encuentra en estas tres comunidades su perfecto interlocutor para convertir la autocrítica en herramienta para la transformación.



Nos sentimos parte de una comunidad educativa abierta a repensar sus fundamentos, espacios, métodos y objetivos en EducaLab.

Las prácticas artísticas actuales también encuentran su lugar en los Talleres de creación, planteando proyectos y procesos creativos que involucran a

diferentes personas en la conciencia de que la creación ofrece herramientas intelectuales y prácticas para la vida.

Por último, en la que será su sexta edición, la Residencia de Arteducación se consolida como el colofón anual del Programa educativo. Con esta propuesta, los artistas actuales tienen la oportunidad de entrelazar su práctica de creación con la praxis educativa.

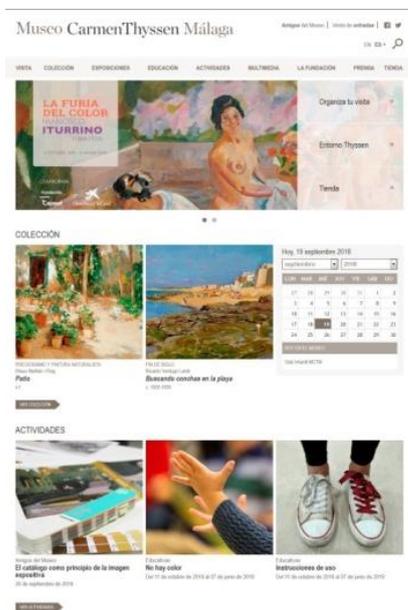
En cuanto a las actividades públicas del Museo, el Área de Educación se encarga de dar contenido a La Noche en Blanco y al Día Internacional de los Museos. Cada año, siguiendo la tematización del Ayuntamiento de Málaga y del ICOM, el Área de Educación propone actividades para la mayor afluencia anual de público.

## 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.

Cabe destacar la planificación anual de inversión en medios. Esta planificación se elabora en base a las exposiciones temporales, las exposiciones en Sala Noble y la Colección Permanente. Invertimos medios tales como Diario Sur, ABC, La Opinión, La Razón, Grupo Prisa, Prensa especializada como "Descubrir el arte", Cope, Ser, Onda Cero, Revista local de actividades "Mas Málaga" o Gogo Cards y tarjetas promocionales.

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.
- Visitas guiadas.

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.

# Museo CarmenThyssen Málaga

**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 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 las sinergias producidas 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 turismo.



Damos especial atención al **Sector Turístico** 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.
- ⇒ 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.

El traslado de toda esta información a nuestros usuarios, tiene como consecuencia el reconocimiento que cada año nos otorga la Fundación Compromiso y Transparencia, cuyos informes sobre Museos, nos sitúa como uno de los más transparentes de España.



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 trabajaremos en la elaboración del 2º convenio colectivo de la fundación palacio de villalón, elaborando un documento que recoge todos aquellos derechos y obligaciones de los empleados del museo y que ha sido acogido por una amplia mayoría.

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 2.020 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**

La reciente adjudicación del Servicio de Atención al Visitante a la empresa Nortempo ha venido a consolidar el buen funcionamiento del citado servicio del Museo.

Cada año 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 2020, 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, no sólo ofreciendo el reconocimiento médico anual, también ofreceremos la posibilidad de participar en la Campaña de Vacunación contra la gripe a todos los empleados que lo deseen.

## ⇒ Alumnos en prácticas

Como cada año, la FPV seguirá ejerciendo su compromiso con la formación y preparación de futuros profesionales, estimamos la acogida de aproximadamente 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 sentirte 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.



Amigo del Museo

Corporación Amiga del Museo

Empresa Amiga del Museo

Establecimiento Amigo del Museo

El Programa de Amigos del Museo, ha generado la incorporación de 270 ciudadanos, 14 corporaciones y 40 empresas y establecimientos comerciales del

Entorno Thyssen, generando unos ingresos superiores a los 300.000 euros a lo largo de estos años, con la singularidad de que no se trata de un simple programa de captación de recursos o financiación de Museos, también se ocupa de la difusión de la Colección permanente y exposiciones temporales que realiza el Museo.

Los Patrocinadores que a hasta diciembre de 2019 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.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

Poco a poco hemos conseguido la confianza de entidades como Caixa, Unicaja, Cajasol, Cajamar, Daniel Pastor, GVA-Atencia y esperamos confirmarlo en otras empresas que pueden apoyar la actividad cultural del Museo.



Cajamar



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 30.000 € y para las muestras de contexto, el objetivo es captar empresas que puedan aportar un total de 25.000 €. La suma de ingresos por patrocinio alcanzaría los 235.000 € para 2020.

## 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. Dependiendo del nivel de especialización o de los requerimientos legales los realizamos con empresas externas o con personal directo. Los principales mantenimientos que se realizan desde el área son:

- Ascensores
- Climatización
- Legionela y plagas
- Electricidad y control automático
- 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, para la puesta en valor del yacimiento arqueológico, así como para la adecuación de las exposiciones temporales a los requerimientos del área artística.

Este año tenemos previsto acabar la transformación de todas las luminarias a leds en las salas de exposiciones, mejorar la usabilidad del auditorio modificando la mesa y el escenario, así como instalar un videowall en el acceso del auditorio a la calle entre otros trabajos.

Por otro lado, y más estrechamente conectados con la actividad museística, el equipo participa en actividades como el pintado sala y preparación suelo, la preparación de elementos auxiliares para la exposición (vitrinas, repisas, proyección imágenes) , el montaje de obras de arte, la iluminación de salas expositivas, colocación de cartelas, etc...

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

# Museo Carmen Thyssen Málaga

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. Para ello se cuenta con un personal de 14 Vigilantes de Seguridad y un Coordinador de seguridad. Todos ellos pertenecientes a la empresa: INV VIGILANCIA, S.L.

Dicho 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
- Salida de Emergencia y Planta baja y primera del Museo.
- Planta segunda y tercera.

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

- 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.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	2.082.512,79 €		2.082.512,79 €
Gastos de personal	1.080.511,03 €		1.080.511,03 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	622.272,72 €		622.272,72 €
Otros gastos	119.991,37 €		119.991,37 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS</b>	<b>3.905.287,91 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>3.905.287,91 €</b>
RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Adquisición Activo inmovilizado, excluidos los bienes del Patrimonio Histórico y el inmovilizado financiero			0,00 €
Adquisición Bienes del Patrimonio Histórico			0,00 €
CANCELACIÓN DEUDA NO COMERCIAL A L.P.			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>TOTAL RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>3.905.287,91 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>3.905.287,91 €</b>

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	23	36.901
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	168.000	
Personas jurídicas		

## 2.2. **ACTIVIDAD MERCANTIL**

### **EXPLOTACIÓN DE LA TIENDA-LIBRERÍA.**

La planificación del área en 2020 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, y en continuar con la mejora del ratio de conversión visitante / cliente. Al mismo tiempo proponemos la ejecución de acciones destinadas a incrementar las ventas a través de la Tienda online.

Una parte de la planificación de diseño y compras de productos y librería está determinada por el contenido de las exposiciones temporales programadas, *Máscaras y Realismo mágico*, así como por las temáticas de los tres/cuatro contextos previstos para la Sala Noble. *Fortuny grabador, Toulouse-Lautrec y el circo* y dos más, con temática pendiente de confirmación.

En paralelo a las inversiones que se realicen para las exposiciones temporales, el departamento reforzará el desarrollo varias líneas de artículos, con diseño exclusivo, inspiradas en obras de la Colección Permanente, así como la producción de nuevas colecciones.

Alguno de estos proyectos ha comenzado a trabajarse en 2019, pero se materializarán durante el primer trimestre de 2020. Continuamos estudiando el proyecto de remodelación de algunos espacios de la Tienda. Esta intervención se plantea como una necesidad, ya que los muebles, tras nueve años de uso necesitan una revisión.

#### **Producción y compras:**

El desarrollo de la producción de la Tienda se realiza tomando como punto de referencia de contenidos y exposiciones temporales, propuestas desde el área de Conservación. Para el próximo año, seguiremos apostando por productos relacionados con las muestras, pero sobre todo potenciaremos aquellos inspirados en las obras de la colección Carmen Thyssen.

Continuamos con la política de internalización del proceso de maquetación de algunas referencias de papelería lo que nos ha permitido ahorrar costes. La externalización del diseño, con este mismo objetivo, se deja para el desarrollo de las grandes colecciones, con un gran número de aplicaciones. Para estas producciones trabajamos con los proveedores la producción en mínimos de tirada sin aumentar el precio.

Esta línea de trabajo que comenzó a finales de 2018, se ha reforzado durante 2019 para continuar en el año próximo. A finales de este año se ha comenzado a diseñar externamente, sin coste adicional, una línea de complementos de mujer denominada *Colección Alcázar de Sevilla*, inspirada en la obra de Manuel Wssel de Guimbarde *Escena costumbrista en el Alcázar de Sevilla, 1872*. Hasta el momento se han desarrollado un bolso un neceser y varios cuadernos que saldrán a la venta a mediados de octubre. De cara al 2020 se plantea el desarrollo definitivo de esta colección con la producción de complementos de cocina y escritorio.

También está previsto el diseño de una línea infantil inspirada en obras de la Colección.

Seguiremos potenciando la producción de artículos relacionados con las obras comercialmente más populares de la Colección.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

Respecto a las compras de productos de mercado, continuaremos confiando en empresas que abogan por el desarrollo sostenible y la responsabilidad social. Materiales ecológicos, y producción nacional de artículos realizados con la colaboración de empresas implicadas en la difusión del diseño español. Para evitar encarecer el precio final, se realiza una labor de negociación con los proveedores y para optimizar la gestión de stock se cierran compras iniciales en depósito, que permiten testar la respuesta de los clientes a nuevos artículos sin comprometer el presupuesto.

En la sección de librería ya se está trabajando en ampliar el fondo de temas malagueños al que se asignará un espacio fijo, de forma estable, en 2019. 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.

La tienda atenderá, con un punto de venta externo, en el auditorio del Museo, conferencias, presentaciones de libros y el ciclo Miradas de escritor.

## **Distribución de publicaciones:**

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

Ante la planificación por parte del departamento de Conservación de editar una colección que analiza las diferentes temáticas representadas en la Colección, de cara al 2020 la Tienda plantea su apuesta más ambiciosa abriendo un canal de distribución en América latina para aquellos catálogos que, por temática, puedan ser objeto de interés comercial o académico.

Se continuará 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 2020 se plantea implementar diferentes acciones para conseguir un aumento de las ventas que se producen a través de la tienda online. Los principales objetivos son:

- Aumentar los ingresos a través de la venta online.
- Fidelizar visitantes nacionales, no locales, y extranjeros a través de la tienda online.
- Conseguir que la tienda online se convierta en un canal complementario a la web del Museo.

Contamos con un mínimo presupuesto y no podemos plantearnos invertir en una gran campaña de difusión. Por ello se ha planificado una fase inicial, en la que se trabajarán pequeñas mejoras de SEO onpage, que afectan a niveles de usabilidad y calidad de la visita.

Entre las acciones a realizar, se reestructurará el Menú de la tienda, eliminando parte de la sección de Librería, primando la presencia de los catálogos del Museo, y proponiendo un Club de lectura con contenidos alimentados a través de sugerencias del personal de la Fundación y nuestros colaboradores.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

En paralelo se trabaja en la difusión de la tienda a través de las redes sociales, campañas específicas en redes sociales y e-mailing.

La tienda del Museo administra una página de Facebook y otra de Instagram a través de las que se promociona la producción de tienda, selección de librería y programación del Museo.

De cara a 2020 se reforzará las RR.SS. específicas con la administración de una página en Google My Bussines específica para la Tienda.

Incremento de la BB.DD de la Tienda. Continuaremos con la captación de suscriptores cualificados al boletín entre los clientes de la tienda del Museo.

**Newsletter:** Se ha establecido un calendario editorial que rige las publicaciones en redes sociales y el envío de una newsletter bimensual, 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.

Como campañas de SEM, de cara al segundo semestre del año, se plantea una pequeña inversión en Google Adwords, que se realizaría junto con las campañas de la Fundación.

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	162.267,58 €		162.267,58 €
Gastos de personal	97.603,21 €		97.603,21 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	8.452,63 €		8.452,63 €
Otros gastos	59.973,97 €		59.973,97 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS</b>	<b>328.297,39 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>328.297,39 €</b>
RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Adquisición Activo inmovilizado, excluidos los bienes del Patrimonio Histórico y el inmovilizado financiero			0,00 €
Adquisición Bienes del Patrimonio Histórico			0,00 €
CANCELACIÓN DEUDA NO COMERCIAL A L.P.			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>TOTAL RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>328.297,39 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>328.297,39 €</b>

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	2	3.244
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	210.000	
Personas jurídicas		X

## 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.

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.

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	7.328,84 €		7.328,84 €
Gastos de personal	15.801,87 €		15.801,87 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado			0,00 €
Otros gastos			0,00 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS</b>	<b>23.130,71 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>23.130,71 €</b>
RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Adquisición Activo inmovilizado, excluidos los bienes del Patrimonio Histórico y el inmovilizado financiero			0,00 €
Adquisición Bienes del Patrimonio Histórico			0,00 €
CANCELACIÓN DEUDA NO COMERCIAL A L.P.			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>TOTAL RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>23.130,71 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>23.130,71 €</b>

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	1	406
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	168.000	
Personas jurídicas		x

## 3. TARIFAS Y CALENDARIO DE APERTURA 2020

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 2020, 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 6 de abril ( lunes santo)
- Lunes 12 de octubre ( festivo nacional)
- Lunes 2 de noviembre ( festivo nacional)
- Lunes 7 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. RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER POR LA ENTIDAD

INGRESOS PREVISTOS	IMPORTE
▪ <b>Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio.</b> Estos datos se refieren a los ingresos por los siguientes conceptos: Ingresos financieros, Beneficios en enajenación de inmovilizado inmaterial, material y cartera de control y Beneficios por operaciones con obligaciones propias	602.308,87 €
▪ <b>Prestación de servicios de la actividad propia.</b> Agrupación de los importes correspondientes a las cuotas de usuarios y afiliados y los ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	1.071.000,00 €
▪ <b>Subvenciones del sector Público.</b> Se componen de las Subvenciones oficiales a la explotación y las Subvenciones oficiales de capital.	2.168.407,13 €
▪ <b>Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil.</b> Se incluirá el importe de todas las actividades mercantiles	405.000,00 €
▪ <b>Otros tipos de ingresos.</b> Se incluirán en este apartado, otros ingresos, las diferencias positivas de cambio, los ingresos extraordinarios y los ingresos y beneficios de otros ejercicios	10.000,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>4.256.716,00 €</b>

## 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

Para el año 2020, la Fundación Palacio de Villalón pretende llegar a acuerdos de colaboración con las siguientes instituciones.

- Convenios con Administraciones Públicas.
- Contratos y Convenios de patrocinio y mecenazgo con entidades financieras.
- Convenios con otras instituciones museísticas, universidades, y otros organismos de investigación.
- Convenio con medios de comunicación y de promoción (radio, prensa, televisión).
- Convenios con colegios profesionales y otras corporaciones adscritos al programa de amigos del museo.

El resumen agrupado comparativo de Inversiones, Gastos e Ingresos es el siguiente:

<b>PRESUPUESTO 2020</b>			
<b>GASTO E INVERSIÓN</b>		<b>INGRESOS</b>	
CONCEPTO	PRESUPUESTO	CONCEPTO	PRESUPUESTO
Estructura Fundacion	2.538.923,99 €	Subvenciones	2.168.407,13 €
Exposición Máscaras	368.884,15 €	Taquilla	731.000,00 €
Tienda	328.297,39 €	Subv. de Capital transferidas a resultados	602.308,87 €
Colección Permanente	258.507,05 €	Tienda	370.000,00 €
Plan de Comunicación, Promoción y Multimedia	222.166,57 €	Patrocinadores	250.000,00 €
Exposición Realismo Mágico	175.107,35 €	Amigos del Museo	90.000,00 €
Plan educativo	163.099,29 €	Eventos	35.000,00 €
Exposición Orientalismo	81.142,28 €	Cafetería	10.000,00 €
E.C.Toulouse Lautrec	41.220,90 €		
E.C.Mapfre	20.855,59 €		
E.C.2020-21	18.276,79 €		
Amigos Museo	9.425,53 €		
E.C. Fortuny	7.678,42 €		
Eventos Clientes Privados	23.130,71 €		
<b>TOTAL</b>	<b>4.256.716,00 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>4.256.716,00 €</b>

En Málaga, a 11 de noviembre de 2019.