

Plan de Actuación y Presupuesto 2022



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 2021.

2. PLAN DE ACTUACIÓN 2022.

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

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

ACTIVIDAD PROPIA

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

ACTIVIDAD MERCANTIL

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

2.1. **ACTIVIDAD PROPIA**

EXHIBICIÓN DE LA COLECCIÓN PERMANENTE

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

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

EXPOSICIONES TEMPORALES

En los diez 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 cuarenta muestras desarrolladas 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 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, y la apuesta por proyectos ambiciosos y novedosos 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 un millón y medio de visitantes.

En continuidad con las líneas de programación que se han venido desarrollando, para el año 2022 se proponen las dos nuevas exposiciones referidas a continuación, que retomarán el testigo de la muestra de Paul Strand inaugurada en 2021.

Exposición temporal 2021-2022: *Paul Strand. La belleza directa. Fotografías de las Colecciones Fundación MAPFRE*

Hasta el 6 de marzo de 2022

A través de más de un centenar de fotografías, esta exposición ofrece una amplia visión de la trayectoria del artista neoyorquino Paul Strand (1890-1976). La selección de obras refleja los hitos de su carrera, los rasgos esenciales de su producción y su valor, permitiendo apreciar la evolución de uno de los pioneros de la fotografía moderna y creador fundamental en la historia de la fotografía. Desde las imágenes

iniciales que hizo en Nueva York en la década de 1910, hasta las últimas que tomó en su jardín de Orgeval al final de su vida, pasando por las que realizó durante sus viajes a México, Nueva Inglaterra, Francia, Italia, las islas Hébridas o Ghana, la exposición recorre los temas que preocuparon a Strand durante toda su vida, geometrías, paisajes, retratos y países, a través de los que se hacen patentes las claves de la enorme importancia de su obra.

Exposición temporal 2022: **Real(ismos). Nuevas figuraciones en el arte español entre 1918 y 1936**

4 de abril al 4 de septiembre de 2022

Esta exposición plantea un amplio recorrido por las numerosas y diversas propuestas artísticas de signo realista y figurativo que se desarrollan en el panorama de la primera vanguardia española en los años veinte y treinta, en paralelo a lo que en el contexto europeo se ha dado en llamar el «retorno al orden», coincidente con el período de entreguerras.

Dentro del «arte nuevo» del primer tercio del siglo XX, numerosos pintores y escultores dejan patente un deseo común de renovación formal que fluctúa entre la recepción de las vanguardias internacionales, como el cubismo y el surrealismo, y una apuesta por una nueva figuración, un realismo moderno muy heterogéneo en el que se reflejan el *Novecento* italiano y la Nueva Objetividad alemana, pero que tendrá una personalidad propia en cada artista. Entre quienes de forma más o menos prolongada se vinculan a esta tendencia realista, interrumpida, como el resto de la renovación plástica, con el estallido de la guerra civil, no surgirá un grupo estilísticamente homogéneo, pero sí una figuración de características compartidas, de modelado preciso y volumétrico, donde géneros clásicos como el retrato o el bodegón adquieren una apariencia inquietante, resultado de una nueva mirada a lo real, alejada de la mimesis tradicional, y deudora de las experiencias transformadoras de las vanguardias.



Exposición temporal 2022-2023: **Obras maestras del Musée d'Ixelles**

3 de octubre de 2022 al 5 de marzo de 2023

Esta exposición indaga en las principales tendencias estéticas desarrolladas en Bélgica desde finales de siglo XIX hasta principios del XX. Muestra un completo y singular conjunto de piezas procedente del Musée d'Ixelles de Bruselas. El arte belga de ese período presenta influencias internacionales y características específicamente locales, y se significa sobre todo por sus propuestas avanzadas, el atrevimiento creativo y la tensión entre el profundo apego a la realidad y la propensión a la imaginación desbordante.

La posibilidad de presentar una descripción general del desarrollo artístico en Bélgica a través de una selección de obras de la magnífica colección de Ixelles, museo cerrado por obras hasta el año 2023, supone un acontecimiento excepcional: conocer de primera mano, y a través de notables ejemplos, la esencia del arte belga moderno; basado en la libertad creativa, el color deslumbrante y las atmósferas enigmáticas.

Sala Noble 2022

Las propuestas expositivas desarrolladas en la Sala Noble del Museo no sólo 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 desarrollada hasta la fecha, el Museo continuará en 2022 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. Además de la muestra de 2021 que concluye a comienzos de 2022, se plantearán tres nuevas exposiciones a lo largo

del año, con préstamos tanto nacionales como internacionales y de carácter monográfico o temático.

Exposición Sala Noble 2021-2022. **Sorolla en Jávea**

Hasta el 16 de enero de 2022

La estancia estival de Sorolla en Jávea en 1905 supuso un catalizador para que el pintor alcanzase la madurez de su estilo más reconocido. La pintura en un entorno de acantilados de gran belleza le llevó a la sustitución paulatina de la playa por las calas y las rocas, y propició asimismo el estudio de las figuras en el agua y los juegos cromáticos producidos por la incidencia de la luz y los reflejos en el mar. Tomando como punto de partida una de las obras maestras del Museo y de ese verano, *Rocas de Jávea y el bote blanco*, este proyecto pretende contextualizar la pieza y poner en valor uno de los momentos más felices de la pintura española de la primera mitad del siglo XX. Para ello, de la extensa producción realizada en Jávea por el artista, sobre todo en ese año 1905, en la que fue su cuarta estancia en la localidad alicantina, se seleccionará un conjunto variado, de más de una veintena de obras procedentes del Museo Sorolla de Madrid, con la idea de mostrar detalladamente el proceso creativo de Sorolla: desde los apuntes y las notas de color a los grandes lienzos.

Exposición Sala Noble 2022. **Juana Francés. Colección MACA**

16 de marzo a 19 de junio de 2022

Esta exposición, organizada gracias a la colaboración del Museo de Arte Contemporáneo de Alicante (MACA), presenta en Málaga la obra de una de las artistas españolas más importantes de la segunda mitad del siglo XX: Juana Francés (Alicante, 1924-madrid, 1990). Única mujer miembro y fundadora del Grupo el Paso, la artista alicantina fue una incansable investigadora plástica, transitando indistintamente entre la abstracción y la figuración. La muestra pretende visibilizar su prolífica trayectoria artística, desde sus obras referenciales dentro del informalismo matérico a finales de los cincuenta, pasando por una recuperación de la figuración en los sesenta y setenta que aborda la angustia y alienación del hombre en la metrópoli moderna, hasta sus obras finales, en los ochenta, dentro de una abstracción lírica que deslumbra por su colorido intenso.



Exposición Sala Noble 2022. **Negra es la noche. Grabados de Solana, Cossío y Bores**

30 de junio a 25 de septiembre de 2022

En los grabados del Gabinete de Estampas de la Universidad de Cantabria seleccionados para esta exposición late un submundo en blanco y negro, noctívago, canalla, sórdido e inquietante que arrastra al espectador al reverso oscuro de lo real, a esos territorios voluntariamente ocultos, incómodos, poco recomendables o vedados, en los que, desde Goya, muchos artistas españoles se han sumergido apasionadamente buscando un retrato verdadero de la sociedad de su tiempo.

José Gutiérrez Solana, Pancho Cossío y Francisco Bores, tres nombres capitales de la modernidad en el arte español, unidos por amistad y autores de obras muy personales que contribuyeron, desde prismas diversos, a la renovación en clave vanguardista del panorama artístico nacional, son aquí los cicerones que nos adentran, a través de treinta y cuatro xilografías, aguafuertes y litografías, en esta España y esta noche negras, de «estampas de la mala vida», antros y callejones lóbregos, mendigos, «mujeres de la vida» y extrarradio. Y lo hacen sin juzgar, como meros narradores de una realidad expuesta con crudeza y sinceridad.



Exposición Sala Noble 2022-2023: previsiblemente este espacio acogerá una sección de la exposición temporal *Obras maestras del Musée d'Ixelles*.

PROGRAMA EDUCATIVO

Programa educativo y de Acción cultural 2021/2022

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 escuchando las necesidades sociales para dar respuesta y así atender a las personas que se acercan a él.

En esta línea, desde el año 2020, hemos incorporado el apartado de ACCIÓN CULTURAL, con un total de seis acciones destinadas a un público de perfil local pero sin excluir a los visitantes temporales que recibe la ciudad.

Las nuevas acciones son:

- Ciclo de poesía en acción COSTUMBRE
- Ciclo de *Música en el Patio*
- Convocatoria para proyectos escénicos de pequeño formato
- Ciclo *Con la música al Museo* (en colaboración con el CAMM)
- Ciclo de Artes Vivas TRANSFORMACIONES
- Proyectos artísticos. Instalaciones colaborativas en Sala Noble

VER PROGRAMA EDUCATIVO ON LINE:

https://www.carmenthyssenmalaga.org/bundles/thyssenmalagaweb/pdf/programa_educativo/pe_thyssenmalaga_2021.pdf

El resto de apartados, se organizan conforme a los siguientes epígrafes, dado especial relevancia este año a la sección social COMUNIDADES y generando una nueva modalidad para nuestras residencias de arte.

1 CENTROS EDUCATIVOS

Infantil
Primaria
Secundaria / Bachillerato

Visitas para profesores/as y educadores/as
Visitas autónomas

2 COMUNIDADES

Idas y vueltas
Visitas dialogadas para adultos/as
Visitas adaptadas

Proyectos
Correspondencias VIII
Mapas
Proyecto Azul

3 PENSAMIENTO Y DEBATE

Charlas en torno a las exposiciones temporales
Conferencias artísticas con FGUMA: *Ideas para el equilibrio*
Ciclo *Miradas literarias*
Narrativas en la Colección Carmen Thyssen

4 EN TIEMPO LIBRE

Visitas taller (intergeneracionales)

Arte, música y movimiento

Bebecuentos

Iniciación musical para bebés

Arte en movimiento

Museo de vacaciones

Museo de Navidad 2021

Museo de Semana Blanca 2022

Museo de Verano 2022

5 CO-LABORATORIOS

EducaLab

Talleres de creación

Convocatoria: Laboratorios de creación colaborativa

6 ACCIÓN CULTURAL

Ciclo de poesía *Costumbre*

Música en el Patio

Convocatoria para proyectos escénicos de pequeño formato *Transformaciones*

Proyectos artísticos. Instalaciones colaborativas en Sala Noble

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 online. 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.

Museo Carmen Thyssen Málaga

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.

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.



Museo CarmenThyssen Málaga

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.

Quiénes somos | Qué conseguimos | Cómo colaborar | Prensa

RANKINGS DE TRANSPARENCIA | CONSULTORÍA | FORMACIÓN | PUBLICACIONES E INFORMES | REVISTA

Rankings de Transparencia / Museos

- TRANSPARENTES**
 - Artium Centro
 - Museo Guggenheim Bilbao
 - Museo Lázaro Galdiano
 - Museo Carmen Thyssen
 - Museo d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)
 - Museo Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)
 - Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM)
 - Museo ICO
 - Centro Atlántico de Arte Moderno
 - Es Baluard
- TRANSLÚCIDOS**
 - Museo de Bellas Artes de Asturias
 - Museo Nacional del Prado
 - Museo Patio Herreriano
 - Museo de Bellas Artes de Bilbao
 - Fundació Pilar y Joan Miró
 - Museo Jorge Oteiza
 - Centro de Arte Reina Sofía
 - Museo-Teatro Dalí
 - Museo Thyssen Bornemisza
 - Museo Picasso de Barcelona
 - Fundación Joan Miró
 - Museo de la Universidad de Navarra
 - Museo Nacional Colegio de San Gregorio
 - Centro de Artes Visuales de Cáceres
 - Fundación Díaz Caneja
 - Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Cantabria
- OPACOS**
 - Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC)
 - Museo Picasso de Málaga
 - Centro de Arte Dos de Mayo (CA2M)
 - Fundación Antoni Tàpies
 - Museu d'Art Contemporani Vicente Agullera Cermi (MACVAC)
 - Museo de Arte Contemporáneo de Alicante (MACA)
 - Museo de Bellas Artes de Valencia
 - Museo Eugenio Granell
 - Tenerife Espacio de las Artes
 - Centro de Arte y Naturaleza. Fundación Beulas (CDAN)
 - Museo de Bellas Artes da Coruña
 - Museo de la Universidad de Alicante (MUA)
 - Museo de Zaragoza
 - Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC)

Museo Carmen Thyssen Málaga

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

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

Durante 2021, nuestro principal objetivo ha sido planificar e implementar medidas que ayuden a prevenir y evitar la propagación del covid19 entre nuestros empleados y visitantes:

- Formación e información a nuestros empleados: Información sobre las características del Coronavirus
- Medidas preventivas a tener en cuenta: lavado de manos, higiene respiratoria, ventilación, limpieza, hábitos, etc.
- Normas establecidas de distanciamiento social
- Actuaciones en caso de:
 - ✓ Sospechar que tiene síntomas de contagio
 - ✓ Haber estado en contacto con alguien infectado
 - ✓ Confirmarse un caso positivo
- Reforzar los mensajes mediante la colocación de cartelería en los baños, preferiblemente en material plastificado
- Instalación medios de protección colectiva (instalación de mamparas de protección entre puestos de trabajo y/o entre éstos y los posibles usuarios/clientes/visitantes)
- Puesta a disposición de los trabajadores equipos de protección respiratoria adecuados (mascarillas higiénicas, mascarillas quirúrgicas y mascarillas autofiltrantes FFP2/FFP3)
- Puesta a disposición, en los lugares de trabajo y de visitantes, geles hidroalcohólicos o desinfectantes con actividad virucida autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad para la limpieza de manos, o cuando esto no sea posible, agua y jabón (se deberá dar prioridad al uso de geles/desinfectantes sobre el uso de agua y jabón, para minimizar el uso de los aseos por parte de los trabajadores).
- Ubicación de papeleras con tapa y pedal, en las que poder depositar pañuelos y cualquier otro material desechable
- Señalización de la distancia de seguridad interpersonal de 2 metros entre clientes, con marcas en el suelo, balizas, cartelería y señalización.

Durante 2022, y a pesar de la remisión de la pandemia, seguiremos trabajando en la mejora y actualización del plan de contingencia.

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

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

⇒ **La Formación**

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

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

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

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

⇒ **El Servicio de Atención al Visitante**

El Servicio de Atención al Visitante ha prestado durante este año un funcionamiento ejemplar, con las dificultades que ha supuesto la atención presencial en tiempos de pandemia.

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

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

En el plan de Formación 2022, 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 este ámbito. Como cada año, seguiremos con la Vigilancia de la Salud, ofreciendo el reconocimiento médico anual.

⇒ **Alumnos en prácticas**

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

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

MECENAZGO Y PATROCINIO.

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

Museo Carmen Thyssen Málaga

ACCIÓN CORPORATIVA



Amigos del Museo

¿Qué es ser Amigo del Museo?

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

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

Sea cual sea tu edad, hazte Amigo del Museo.

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



Amigo del Museo Corporación Amiga del Museo Empresa Amiga del Museo Establecimiento Amigo del Museo

El Programa de Amigos del Museo, cuenta a fecha octubre 2021 con 224 ciudadanos, 10 corporaciones y 41 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.

El objetivo para 2022 es recuperar las bajas de ciudadanos que tuvieron lugar con motivo de la pandemia y captar otros nuevos, ofreciendo un completo programa de actividades que le animen a recuperar la confianza y seguridad en las relaciones sociales así como satisfacer su interés y necesidades culturales.

Los Patrocinadores que a hasta diciembre de 2021 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.

Poco a poco hemos conseguido la confianza de entidades como Caixa, Unicaja, Cajasol, Cajamar, Fundación Damm, Ayuntamiento de Estepona, Daniel Pastor, etc...y esperamos confirmarlo en otras empresas que pueden apoyar la actividad cultural del Museo.

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 30.000 €. La suma de ingresos por patrocinio alcanzaría los **250.000 € para 2022.**

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:

Museo Carmen Thyssen Málaga

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

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

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

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

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

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

Debido a la situación extraordinaria provocada por la pandemia de la COVID-19, los meses de confinamiento más la bajada drástica de visitantes en el museo, el área de seguridad ha tenido que reducir el personal, pasando de 14 a 11 vigilantes de seguridad más un coordinador del servicio. Consiguiendo con ello la reducción del gasto en toda el área de seguridad.

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

- Centro de Control del Museo.
- Entrada del Edificio Administrativo.

Museo Carmen Thyssen Málaga

- Entrada Principal del Museo
- Salida de Emergencia y Plantas Expositivas del Museo

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

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

2.2. ACTIVIDAD MERCANTIL

EXPLOTACIÓN DE LA TIENDA-LIBRERÍA.

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

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

Las líneas generales de trabajo serán:

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

Las líneas de trabajo se concretarán en las siguientes actuaciones:

Producción y compras:

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

Producto:

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

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

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



Museo Carmen Thyssen Málaga

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Distribución de publicaciones:

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

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

Tienda online:

Museo CarmenThyssen Málaga

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

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

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

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



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

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

La tienda cuenta con un perfil en Facebook y otro en Instagram que funcionan como parte de la estrategia de difusión de la tienda. A través de los canales en redes del Museo y los propios de la tienda se han planificado campañas de pago de apoyo y difusión a las ofertas comerciales.

Inversiones:

Actualización de los equipos informáticos de venta:

Museo Carmen Thyssen Málaga

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

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

Formación de personal:

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

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

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS.

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

Atendemos un gran número de eventos privados que eligen nuestras instalaciones (Auditorio, Patio de Columnas, Sala Noble, Sala de Patronato, Cafetería y Terraza) para presentaciones de productos, formación, reuniones de empresa, cenas, visitas exclusivas...teniendo una media de 100 eventos por año.

No consideramos como ingresos por eventos, las prestaciones facilitadas a las empresas y corporaciones amigas, al tratarse de una correspondencia con su aportación económica o en especie al museo. Nos establecemos un objetivo de 20.000 euros para 2022.

Auditorio



Patio



Sala Noble



Sala Patronato



Terraza



Cafetería



3. TARIFAS Y CALENDARIO DE APERTURA 2022

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 2022, 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 28 de diciembre (festivo autonómico)
- Lunes 11 de abril (lunes santo)
- Lunes 2 de mayo (festivo nacional)
- Lunes 15 de agosto (festivo nacional)
- Lunes 31 de octubre (puente festivo nacional)
- Lunes 5 de diciembre (puente festivo nacional)

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

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

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

4. PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2022

El Presupuesto de Ingresos y gastos del Museo manifiesta al igual que el pasado año el impacto negativo que la pandemia ha provocado.

La ralentización en el crecimiento del turismo nos hace realizar una proyección muy cauta en cuanto a la cifra de visitantes, la cual la establecemos en de **120.000 visitas** al Museo, misma cifra objetivo que realizamos para 2021.

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.

Concepto de Ingresos	Presupuesto 2021	Presupuesto 2022	% Variación
Subvenciones	2.168.407,00 €	2.231.860,18 €	2,93%
Subvenciones de Capital transf. resultados	602.310,00 €	601.408,48 €	-0,15%
Taquilla	393.000,00 €	531.250,00 €	35,18%
Tienda	230.000,00 €	372.500,00 €	61,96%
Convenio de Colaboración	60.000,00 €	150.000,00 €	150,00%
Patrocinadores	95.000,00 €	100.000,00 €	5,26%
Amigos del Museo	50.000,00 €	75.000,00 €	50,00%
Eventos	15.000,00 €	20.000,00 €	33,33%
Cafetería	5.000,00 €	10.000,00 €	100,00%
Total general	3.618.717,00 €	4.092.018,66 €	13,08%

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 2022 se ha incrementado sobre la aportación hasta la cantidad de **2.231.860 euros**, casi un 3% por encima de los 2.168.407 de 2021.

4.1.2. Subvenciones de capital transferidas a resultados.

Se incluye en este apartado la imputación a resultados como subvención de capital, la cesión gratuita del conjunto edificatorio que sostiene el Museo y la Fundación. Adicionalmente se imputan como ingresos los gastos de amortizaciones de los activos para los que la fundación ha recibido algún tipo de Subvención. En nuestro caso este importe asciende a **601.408,48 euros**, algo menor a los 602.308,87 de 2021.

4.1.3. Taquilla.

Para el próximo año prevemos un ligero incremento de ingresos por taquilla al prever un menor número de visitantes ante la reducción del turismo en la ciudad, por lo que en base a la experiencia de este año estimamos unos ingresos de **531.250 euros** por la visita al Museo tanto a la Colección Permanente como a las exposiciones temporales, de contexto. En 2021 consignamos una cifra de 393.000 euros.

4.1.4. Tienda.

En tienda prevemos unas ambiciosas ventas netas de **372.500 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. El objetivo de 2022 está muy por encima de los 230.000 euros de 2021.

4.1.5. Patrocinadores.

Para el próximo año nos establecemos el objetivo de alcanzar los **250.000 euros** de patrocinadores. Para ello, estamos llevando a cabo diversas estrategias, unas orientadas a la captación de pequeños patrocinios para acciones o proyectos puntuales, y en otros casos, planteamos objetivos más ambiciosos y vinculados a proyectos con una mayor visibilidad, como la Colección Permanente, las exposiciones temporales, o el programa educativo. El objetivo de 2021 fue de 155.000 euros.

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 **75.000 euros**, un 50% más ambicioso que los 50.000 euros de 2021.

4.1.7. Eventos.

El Palacio de Villalón dispone de una serie de espacios exclusivos para la celebración de eventos corporativos. A través de la disposición público de la Sala Noble, Auditorio, Patio de Columnas, etc., que son arrendadas por empresas para todo tipo de celebraciones (presentaciones, recepciones, etc.), la Fundación rentabiliza estos espacios estableciéndose unos Ingresos aproximados de **20.000 euros** por esta actividad, considerablemente inferiores a la de otros años, pero superior a la de 2021 que estaba establecida en 15.000 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 **10.000 euros**, superiores a los 5.000 euros de 2021.

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

El desglose del presupuesto de Gastos, lo haremos en función de la naturaleza del gasto o inversión. A efectos comparativos, mostramos el presupuesto de 2021:

Concepto de Gastos	Presupuesto 2021	Presupuesto 2022	% Variación
Gastos de Personal	1.205.158,64 €	1.219.319,63 €	1,18%
Amortizaciones	626.250,86 €	634.629,00 €	1,34%
Servicio de Atención al Visitante	374.862,71 €	473.382,00 €	26,28%
Vigilancia y Seguridad	406.971,76 €	442.000,00 €	8,61%
Gastos de Explotación	158.075,39 €	228.763,70 €	44,72%
Profesionales Independientes	118.167,67 €	204.562,80 €	73,11%
Transporte de obras de arte	150.819,24 €	183.762,70 €	21,84%
Compras de productos para la venta	141.000,00 €	170.625,00 €	21,01%
Electricidad	143.255,87 €	153.042,50 €	6,83%
Publicidad y promoción	73.211,73 €	142.793,63 €	95,04%
Limpieza	111.549,83 €	108.069,00 €	-3,12%
Seguros	64.450,00 €	55.500,00 €	-13,89%
Alquileres/Tasas	38.306,59 €	48.515,70 €	26,65%
Viajes y Alojamiento	2.124,71 €	15.028,00 €	607,30%
Atenciones y Protocolo	1.712,00 €	9.225,00 €	438,84%
Gastos Financieros	2.800,00 €	2.800,00 €	0,00%
Total general	3.618.717,00 €	4.092.018,66 €	13,08%

4.2.1. Gastos de Personal

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

El presupuesto total en sueldos y salarios se sitúa en **953.962,43 euros**, las cotizaciones sociales en **259.357,20 euros y 6.000 euros** para formación y realización de actividades del personal de la Fundación.

4.2.2. Amortizaciones

Expresa el gasto correspondiente al total de las correcciones de valor, depreciaciones y deterioros del inmovilizado de la Fundación, incluyendo la amortización del derecho de uso del conjunto edificatorio. El total se sitúa en **634.629 euros**.

4.2.3. 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 **473.382 euros** para un total de 12 puestos a dos turnos, aunque con dedicación intermitente a lo largo del año en función de la asistencia de visitantes al Museo.

4.2.4. Vigilancia y Seguridad

Comprende los gastos contratados a la de seguridad y vigilancia con un total de 6 puestos. El total asciende a **442.000 euros**.

4.2.5. Gastos de Explotación

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

Por otro lado, también integra todos los gastos de impresión tales como folletos, mupis, banderolas, material de sala, cartelas. Por último, forman parte de esta partida los gastos relacionados con el mantenimiento informático (ERP, software de taquilla, mantenimiento y consumo de impresoras, etc..) hasta llegar a los **228.763,70 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 **204.562,80 euros**, entre lo que destaca:

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

4.2.7. Transportes de Obras de Arte

Lo compone los trasportes necesarios para el traslado de obras de arte con motivo de la celebración de exposiciones temporales y de sala noble, especialmente los gastos de la exposición temporal Nuevos Realismos. Suponen **183.762 euros**.

4.2.8. Compra de productos para a la venta.

Comprende los aprovisionamientos para la puesta a la venta en la tienda librería del Museo. Una vez incluida el movimiento de almacén, el coste de las ventas de tienda se establece en **170.625.000 euros**.

4.2.9. Consumo de Electricidad

Sobre el total de la partida de suministros, destaca los gastos en electricidad que asciende a **153.042 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 **142.793 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 **108.069 euros** para 2021, con un total de 6 personas en el servicio.

4.2.12. Seguros

En cuanto a los seguros, lo forman el seguro de la Colección Permanente, las distintas exposiciones temporales y las dos de contexto que se puedan celebrar. Además, incluimos en los seguros los de responsabilidad civil, daños y materiales y de accidentes de trabajadores y de visitantes del Museo. El importe de los seguros asciende a **55.500 euros**

4.2.13. Alquileres y tasas

Incluye el alquiler de diversos elementos, (tasas de préstamo de obras de arte, impresoras, arcos de seguridad, fuente de agua potable, audioguías, etc.), así como la adhesión a organizaciones como la Asociación de Fundaciones, o el ICOM. El importe asciende a **48.515 euros anuales**.

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 **15.028 euros**. Este importe se ve muy reducido por motivos de la limitación a la movilidad.

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 **9.225 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.

En Málaga, a 15 de Octubre de 2021.

Informa



Manuel Quesada Pérez
Jefe de Área Económica
Financiera

Propone

Lourdes Moreno Molina
Directora Artística

Propone

Francisco Javier Ferrer Morató
Gerente