

# Plan de Actuación y Presupuesto 2023



## 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 2023.

De conformidad con los fines estatutarios, para el próximo 2023 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 y acción cultural
- 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, integrada en su totalidad por obras de la Colección Carmen Thyssen-Bornemisza, cedidas en préstamo gratuito al Museo. Este conjunto exhibe de más de 180 obras, en un recorrido por la pintura española (y andaluza especialmente) del siglo XIX y comienzos del XX, junto con una pequeña y cuidada selección de obras de maestros antiguos (pinturas y esculturas españolas y europeas de entre los siglos XIII y XVIII).



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

#### **EXPOSICIONES TEMPORALES**

En los once años de andadura del Museo Carmen Thyssen Málaga las exposiciones temporales se han consolidado como parte esencial de su programación artística y cultural. Las cuarenta muestras desarrolladas hasta la fecha en las distintas salas del Museo han apostado principalmente por contenidos de producción propia que han permitido abordar numerosos enfoques, monográficos sobre varios artistas (figuras destacadas de la colección permanente o, en general, del arte español y europeo), y temáticos, sobre la colección Carmen Thyssen y 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 desarrollado, para el año 2023 se proponen las siguientes exposiciones.

Exposición temporal 2023: Fervor de Buenos Aires. Fotografías de Horacio Coppola.  
Colecciones Fundación Telefónica  
27 de marzo – 10 de septiembre (fechas provisionales)

Prestadores: Colecciones Fundación Telefónica e IVAM

Conformada por más de un centenar de imágenes, pertenecientes a las colecciones de Fundación Telefónica, esta exposición sigue la mirada del fotógrafo argentino Horacio Coppola (1906-2012) por las calles de la Buenos Aires de la década de 1930. Sus viajes por Europa y su paso por la Bauhaus en los últimos momentos de existencia de la escuela, a comienzos de aquella década, así como su propia visión fotográfica, próxima ya desde los años veinte a las corrientes de vanguardia internacionales (Nueva Objetividad y Nueva Visión), cristalizaron, tras su regreso a Argentina a partir de 1935 - junto a su esposa, la también fotógrafa alemana Grete Stern -, en el momento cumbre de su fotografía.

En esos años, las imágenes realizadas con su cámara Leica, resultado de largos paseos por la ciudad, a veces en compañía de su amigo Borges, son el retrato apasionado, y el primero intensamente moderno e innovador, de las calles, edificios y gentes de la ciudad porteña, donde las geometrías de los espacios rozan la abstracción, y encuadres y contrastes sorprendentes conforman unas instantáneas de enorme calidad, en las que Coppola se revela como una figura fundamental de la fotografía del siglo XX.

Junto a algunas fotografías de sus años europeos tomadas en Berlín o Londres, y algunos ejemplos de sus experimentos visuales más audaces, en esta exposición su ciudad natal, vista a pie de calle o desde lo alto, de día o de noche, vacía o poblada de multitudes anónimas, arrabalera o cosmopolita, decimonónica o en plena modernización, portuaria o urbana, es la protagonista indiscutible. En estas imágenes brilla la voluntad experimental del autor y en ellas se conforma una crónica callejera de una ciudad fascinante, que el artista ve con ojos nuevos, y en la que, ante un pasado aún presente, se respiran aires de modernidad, los mismos que impregnaron la extraordinaria fotografía de Coppola.

La exposición se complementará con una selección de veinte fotomontajes, procedentes de la colección del IVAM, de la fotógrafa alemana Grete Stern (1904-1999), pionera de este género en la Argentina de los años cuarenta y que compartió vida y profesión con Horacio Coppola desde que se conocieron en la Bauhaus a comienzos de los treinta y hasta su separación en 1943. Creados como ilustración de la sección «El psicoanálisis le ayudará», de la revista femenina *Idilio*, entre 1948 y 1951, para acompañar las interpretaciones de los sueños de las lectoras por parte de un psicoanalista, esta serie, conocida como *Sueños*, muestra una producción fotográfica de gran originalidad, protagonizada por mujeres en un mundo onírico y surrealista y con un latente contenido reivindicativo.



Exposición temporal 2023-2024: Fieramente humanos.  
Retratos de santidad barroca en el siglo XVII español, entre la carne y el alma  
9 de octubre de 2023 – 25 de febrero de 2024

Comisariado: Pablo González Tornel, director del Museo de Bellas Artes de Valencia

Auspiciada por la doctrina contrarreformista y apoyada con fervor por la clientela artística, la representación de santos y santas experimentó un

# Museo Carmen Thyssen Málaga

extraordinario auge en el arte español del siglo XVII. Siguiendo las exigencias tridentinas de utilizar estas imágenes para mover a los fieles a devoción, el barroco naturalista de la primera mitad de la centuria alcanzó en estas iconografías cotas de absoluta maestría, en retratos de intenso realismo y enorme carga dramática y efectividad emocional.

En este proyecto de colaboración entre el Museo Carmen Thyssen Málaga y el Museo de Bellas Artes de Valencia, una selección de unas cuarenta obras revisará esta temática, proponiendo una mirada actual a estas imágenes, capaces de impresionar hoy, como entonces, de forma muy vívida. Y resaltando su doble condición de instrumentos de propaganda de la fe, con un sentido alegórico de gran calado en la devoción popular, y de descripción universal y atemporal de las flaquezas de unos seres fieramente humanos, alejados de toda belleza idealizada por una pintura casi hiperrealista de las texturas de cuerpos, tejidos y objetos, una iluminación dirigida y contrastada, de sombras negras y amenazantes y potentes haces de luz que destacan a los personajes, y formatos monumentales que aumentan la impresión sobrecogedora de estos lienzos.

Durante más de medio siglo, desde los primeros artistas que se hicieron eco del austero y oscuro naturalismo inspirado por Caravaggio y José de Ribera, hasta la irrupción del barroco pleno, seducido por el color veneciano y las formas exaltadas de Rubens, una larga nómina de pintores exploró la convivencia de realismo y devoción en estas temáticas bajo el eco, siempre presente, del naturalismo más desabrido. Desde Valencia, Sevilla, Madrid, Toledo o Zaragoza, entre otras muchas escuelas regionales, los santos dejaron de ser sólo iconos de divinidad para exudar humanidad y en sus retratos los mejores artistas del período dieron forma a todo un "arte de ver", un extenso caudal de imágenes nacidas para persuadir y conmover y de una belleza y originalidad pocas veces vista en Europa y que en España supuso una indiscutible cumbre creativa.

## **Sala Noble 2023**

Las propuestas expositivas desarrolladas en la Sala Noble del Museo enriquecen y complementan la programación anual del Museo, al tiempo que ofrecen muestras con entidad y atractivo propios que dan pie a abordar aspectos muy concretos de la producción de grandes artistas españoles e internacionales, o temáticas originales y sugerentes, principalmente a través de obras sobre papel o piezas de pequeño formato.

Siguiendo la línea desarrollada hasta la fecha, el Museo continuará en 2023 apostando por estas exposiciones de carácter monográfico o temático que ofrecen a los visitantes una aproximación directa a los principales movimientos artísticos a través de la mirada más personal y experimental de los artistas que los protagonizaron y que contarán con préstamos tanto nacionales como internacionales.

Exposición Sala Noble 2023. Luis Feito  
Sala Noble  
17 de marzo – 11 de junio

Prestadores: herederos de Luis Feito

En la abstracción que Luis Feito (1929-2021) practicó desde la década de 1950, parca en colores y en formas, que oscilan entre la gestualidad, la geometría y lo orgánico a lo largo de las distintas etapas de su producción, subyace una fuerza en tensión, a veces contenida y otras en plena explosión que ha ido dando forma a una extensa obra, de permanente investigación plástica. Desde el informalismo del grupo El Paso, que fundó junto a varios de los pioneros de la abstracción matérica española en 1957, hasta su obra más reciente, la potente gestualidad y expresividad del trazo y de sus

# Museo Carmen Thyssen Málaga

tonos esenciales negros, blancos, ocre y rojos, vierte en sus lienzos una impresión de libertad creativa absoluta, que otorga valor a la pintura por su propia materialidad, al margen de contenidos y significados: «yo quería que la pintura tuviera un valor por sí misma, que no ilustrara nada».

Una selección de obras de autor mostrará en esta exposición sus más interesantes aportaciones creativas dentro del arte abstracto español, del que Feito fue figura capital.

Exposición Sala Noble 2023. Vilhelm Lundstrøm

Sala Noble

7 de septiembre – 10 de diciembre

Prestador: Kunstmuseum Brandts (Odense, Dinamarca)

Casi desconocido para el público español, y aún europeo, el pintor danés Vilhelm Lundstrøm (1893-1950) fue una figura destacada del panorama de su país, donde introdujo el cubismo. Formado, como sus compañeros de generación, en las enseñanzas tradicionales de la Real Academia Danesa de Bellas Artes, residió durante largos años en Francia (desde comienzos de los años veinte hasta su regreso a su Copenhague natal en 1932), donde pudo conocer de primera mano los movimientos de entreguerras surgidos del cubismo, como el purismo de Ozenfant y Jeanneret, que impactaron intensamente en su obra. Sus bodegones y desnudos son obras exquisitas, de un pintor dotado de una fina sensibilidad, que supo personalizar, con pinceladas precisas y colores brillantes, un lenguaje de vanguardia, el del cubismo, que ya en los años veinte se había convertido en seminal para la modernidad y que él llevó hasta la escuela local danesa.

Esta exposición presentará, de forma inédita en España, a este autor, aún por descubrir y valorar fuera de su país.

Obras invitadas 2023. *Street Life*. Helen Levitt y Lisette Model en Nueva York (años 30)

Espacio ArteSonado

8 de marzo- 11 de junio

Prestador: Colecciones Fundación Mapfre.

Este proyecto expositivo recoge una veintena de imágenes realizadas por dos mujeres fotógrafas en Nueva York en los años treinta, Helen Levitt y Lisette Model, y reivindica el trabajo de unas artistas que situaron las temáticas urbanas en el motivo principal de su producción. Un repertorio que manifiesta un modo de mirar la ciudad humanista y afectivo, donde los aspectos cotidianos alcanzan un valor sorprendente.

Lisette Model (1901-1983), austriaca afincada en Nueva York, donde se convirtió en una autora de la fotografía directa realizada en la calle y en bares, cafés o cabarets. Su obra se compone de retratos anónimos muy expresivos, que denotan la atracción por lo que está fuera de lo común, y que capta de manera furtiva y directa, sin concesiones, con encuadres radicales.

Por su parte, Helen Levitt (1913-2009) fue una de las principales representantes de la *Street Photography* (fotografía de calle) norteamericana. De Levitt ha sido muy ponderada por la crítica su idea de la fotografía como poética del instante y su capacidad para convertir en extraordinarios los motivos más corrientes: escenas callejeras niños jugando y las clases más desfavorecidas tratadas con empatía, respeto y humanidad.

## PROGRAMA EDUCATIVO Y DE ACCION CULTURAL

Para responder de manera óptima a las necesidades de la diversidad de públicos que se acercan al Museo, desde el año 2020, hemos dividido el programa en dos partes: EDUCACIÓN y ACCIÓN CULTURAL.

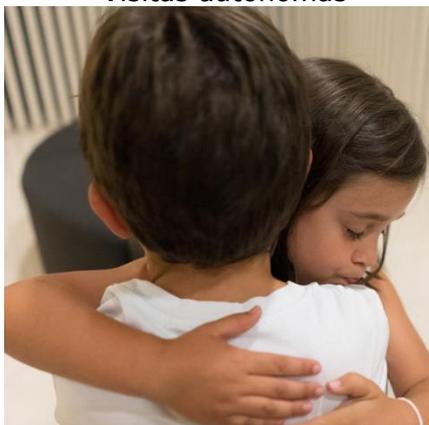
Museo CarmenThyssen Málaga

## Programa de Educación y Acción cultural 2022-2023

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

### CENTROS EDUCATIVOS

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



### COMUNIDADES

- Idas y vueltas
- Visitas dialogadas para adultos/as
- Visitas adaptadas
  
- Correspondencias VIII
- Mapas
- Proyecto Azul

### PENSAMIENTO Y DEBATE

- Charlas en torno a las exposiciones temporales
- Ciclo *Miradas literarias*
- Narrativas en la Colección Carmen Thyssen

# Museo CarmenThyssen Málaga

## EN TIEMPO LIBRE

Visitas taller para familias/intergeneracional

Arte, música y movimiento

- Bebecuentos
- Iniciación musical para bebés
- Arte en movimiento

Museo de vacaciones

- Museo de Navidad 2022
- Museo de Semana Blanca 2023
- Museo de Verano 2023

## CO-LABORATORIOS

- EducaLab
- Talleres de creación
- Convocatoria: Laboratorios de creación colaborativa

En el apartado de ACCIÓN CULTURAL, el Museo sigue incorporando ciclos que incluyen todas las disciplinas artísticas emergentes, con especial interés a aquellas que se desarrollan en el entorno más cercano.

- Ciclo de poesía en acción COSTUMBRE
- Ciclo de MÚSICA EN EL PATIO
- Convocatoria para proyectos escénicos de pequeño formato
- Ciclo de ARTES VIVAS
- Ciclo de danza TANGENTES
- 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", "Tendencias del Mercado del Arte", "ARS Magazine", Cope, Ser, Onda Cero, Kiss FM, Revista local de actividades "Mas Málaga", "Málaga Slow Guide", "La Diversiva" o Gogo Cards y tarjetas promocionales.



Con la acción publicitaria buscamos por un lado atraer visitantes y por otro construir marca y crear valor, ejemplo de ello es la demanda e interés alcanzados con:

➤ La creación del Cuarteto Carmen Thyssen, que nació a principios de 2022 fruto de la alianza del museo y la Orquesta Filarmónica de Málaga. En 2023 llevaremos a cabo la segunda edición con otros 4 conciertos.

- Taller de pintura, el próximo 2023 celebraremos la tercera edición. Son 4 talleres anuales y que cuentan con el patrocinio de Winsor&Newton, impartidos por el pintor cordobés afincado en Málaga Daniel Parra Lozano, quien cuenta con más de 300 premios nacionales e internacionales en las categorías de pintura, dibujo, cómic e ilustración.



- Todo ello es comunicado a través de nuestra newsletter semanal que cuenta con casi 19.000 contactos y un ratio de apertura en torno al 35%.

Para la comunicación de todo lo anteriormente comentado, contamos con el apoyo de la empresa Coonic, quien empezó a trabajar con nosotros el pasado mes de enero, encargándose de la gestión de las notas de prensa, gestión con medios, clipping, redacción de mailings, elaboración de material audiovisual para difusión en RRSS, diseño gráfico para campañas publicitarias... Lo que nos ha aportado un mayor rendimiento de la inversión y un considerable incremento en las acciones de comunicación respecto a años anteriores.

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

# Museo Carmen Thyssen Málaga



- 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). 10 Banderolas ubicadas en la avenida principal de Alhaurín de la Torre.
- 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 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.

# Museo CarmenThyssen Málaga

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 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.

## MECENAZGO Y PATROCINIO.

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

### ACCIÓN CORPORATIVA



#### Amigos del Museo

¿Qué es ser Amigo del Museo?

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

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

Sea cual sea tu edad, hazte Amigo del Museo.

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



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 2022 con 256 ciudadanos, 12 corporaciones y 39 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 2023 es seguir captando nuevos amigos, ofreciendo un completo programa de actividades que satisfagan su interés y necesidades culturales.

# Museo Carmen Thyssen Málaga



Los Patrocinadores que a hasta diciembre de 2022 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, Larios, Soho Boutique Hotels, McArthur Glen Málaga, 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 2023.



## **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 le Ley de Transparencia entre otra información disponemos de la siguiente:

# Museo Carmen Thyssen Málaga

- ⇒ 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.

En referencia a 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 2022 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 para los trabajadores cuyos puestos lo permitan.

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.

La estrategia de recursos humanos parte de la misión del 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 sus objetivos, y es por ello, que durante el próximo año 2023 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, como siempre, ha prestado durante este año un funcionamiento ejemplar, un año más las encuestas a nuestros visitantes nos indican, que uno de los aspectos más valorados en la visita a nuestro museo es la calidad de la atención recibida por nuestro personal, no sólo a nivel de capacitación técnica sino también a nivel de amabilidad y profesionalidad en el trato.

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

En el plan de Formación 2023, 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 Eulen.

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.

## **MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD**

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

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

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

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

# Museo Carmen Thyssen Málaga

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

## **2.2. ACTIVIDAD MERCANTIL**

La planificación del área de Tienda para el 2023 se centrará, un año más, en atender las necesidades que requiere la explotación del servicio, y en el desarrollo de la política de producción y compras, alineando todas las estrategias con la programación del Museo.

Estas líneas generales están orientadas a la consecución de un alto nivel de satisfacción del visitante/cliente con la calidad del servicio, con el catálogo de productos, así como a fortalecer los niveles de fidelización del público local, y maximizar la experiencia de visita al Museo y de compra en los canales de la Tienda.

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

- Refuerzo de la producción sobre la Colección Permanente del Museo y de la imagen corporativa.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

- Refuerzo de las compras de artículos de mercado y de librería orientadas a dotar de variedad al catálogo de la tienda, sin comprometer presupuesto ni el peso de almacén.
- Continuaremos con las acciones de captación de cliente externo a través de la ejecución de estrategias de marketing digital, merchandise display en la tienda física y en los escaparates actualizando semanalmente los contenidos expuestos.
- Con el mismo objetivo: apuesta por una intensificación estrategia de desarrollo del canal online de venta de la tienda.
- Crecimiento de la base de datos de clientes y mecanización del proceso de toma de información referente a las dos tipologías de clientes: visitante-cliente y cliente externo.
- Formación de personal

Estas acciones se concretarán en las siguientes actuaciones:

## **Producción y compras:**

La política de producción y compras de la Tienda está condicionada por los contenidos que se diseñan desde las diferentes áreas de producción del Museo, y tiene a la sostenibilidad de procesos y gestión como eje articulador:

Para 2023 está programada la celebración de dos exposiciones temporales y dos exposiciones de contexto, así como diversa programación diseñada desde el Departamento de Educación.

## **Producto:**

Durante 2023 mantendremos la política de compras orientada a dotar al almacén y al departamento de flexibilidad y capacidad de reacción ante la incertidumbre del escenario económico.



Continuaremos con la reposición sobre producto vendido de aquellos artículos o colecciones que demuestren mejor nivel de rotación y rentabilidad. Estas reposiciones se realizarán en mínimos de producción. Así mismo mantendremos la entrada a novedades de producto en concepto de depósito. Esta línea de trabajo nos ha permitido testar la respuesta de los clientes a nuevos artículos sin comprometer el presupuesto.

Las líneas de producción exclusivas sobre obra se centrarán en reforzar la difusión de pinturas de la Colección Permanente: *La plaza de la Alfalfa*, *Sevilla* y *Julia*. Ambas colecciones se realizan en colaboración con un estudio de diseño malagueño y se producirán también

a nivel local.

Las inversiones para producto de exposiciones temporales se concentrarán en la exposición de fotografía dedicada a la obra de Horacio Coppola, *Fervor de Buenos Aires. Fotografías de Horacio Coppola. Colecciones Fundación Telefónica* y a la exposición programada para el otoño *Fieramente humanos. Retratos de santidad barroca en el siglo XVII español entre la carne y el alma*. La primera exposición, con obra sujeta a derechos de reproducción, verá reforzada su difusión a través de la comercialización del catálogo y de una selección de librería y artículos de mercado con la fotografía como tema central. *Fieramente humanos*, estará más centrada en la producción de artículos exclusivos. Las exposiciones de contexto contarán con una

# Museo CarmenThyssen Málaga

cuidada selección de librería que, en ausencia de catálogo, permitirán profundizar en la temática propuesta.

La tienda continuará siendo punto de venta preferente de los productos de empresas españolas e internacionales que destaquen por el compromiso de sus creadores con la gestión responsable de los recursos, priorizando la colaboración con proveedores de cercanía y nacionales.

En 2023 continuaremos, siempre que sea viable, con la directriz de eliminación del plástico en nuestros elementos de packaging.

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.

Durante 2023 se reforzará la selección de publicaciones dedicadas a la ciudad de Málaga que reportado un buen retorno durante 2022.

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

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

En la misma línea se intensifican las acciones del **Club de lectura** online con contenido alimentado por nuestros colaboradores y por el personal del Museo.

Durante 2023 mantendremos el ciclo de actualización constante de la decoración en el punto de venta y en los **escaparates**, dando soporte visual a la gestión de compras orientada a la entrada de novedades semanales de libros, y mensuales de producto. Esta rotación constante de producto de mercado, acompañada por la oferta de artículos relacionados con las exposiciones temporales facilita la renovación continua del catálogo, y es la herramienta para fidelizar un importante número de clientes locales, ajenos a la actividad del Museo.



Este perfil específico de cliente, acostumbrado a las dinámicas del comercio tradicional con oferta estacional, es el que más demanda la rotación sistemática de referencias.

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

Planificación de la reimpresión de las guías del Museo y dos idiomas, español e inglés.

Comenzar a trabajar la publicación de un catálogo de obras maestras de la Colección del Museo Carmen Thyssen Málaga.

# Museo CarmenThyssen Málaga

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 que nos ha permitido posicionar la marca editorial Carmen Thyssen Málaga.

## **Tienda online:**

Para el año 2023, proponemos una apuesta fuerte por la activación del canal de venta online del Museo con los siguientes objetivos:

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

Para la consecución de estos objetivos se plantean las siguientes acciones:

- Actualización de la tienda online a la versión de PrestaShop 1.7 que implica la renovación del tema de la tienda y mejora de procedimientos y de experiencia de navegación.
- Revisión módulo sincronización Navision/PrestaShop (añadir artículos más rápidamente usando el sistema de adjuntos y notas de Navision).
- Revisión y redefinición de la imagen y estrategia de comunicación en RR. SS y a través del boletín de tienda.

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

La difusión de estas promociones seguirá estando apoyada por una campaña SEM en Google planificada por el responsable de MKD del Museo.

**Boletín y RR. SS:** Se rediseña el calendario editorial que rige las publicaciones en redes sociales, Instagram y Facebook, y el envío de un boletín mensual con temas específicos de la Tienda. Estas publicaciones mensuales se verán reforzadas en fechas señaladas (Navidad, Día de la Madre, Día del Padre...).

Así mismo se realizarán incursiones en el boletín oficial del Museo informando de la actualidad del departamento y de promociones especiales dirigidas a sus subscriptores.

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

El conocimiento de nuestro cliente está resultando clave a la hora de optimizar la estrategia de compras y producción. De cara a 2023 continuaremos con la captación de información, aunque a partir de ahora planteamos la automatización de la toma de datos de procedencia del cliente de tienda.

Buscando depurar y mejorar los niveles de información, la encuesta de procedencia se complementará con una pequeña toma de datos, puntual, que aporte información sobre medio por el que se ha conocido la tienda, motivación de compra y niveles de satisfacción con el servicio y la experiencia.

## **Inversiones:**

**Actualización de la tienda online:** Tras la implementación en enero de 2023 del desarrollo de nuestro ERP, Business Central, y tras el cambio del software de ventas

# Museo Carmen Thyssen Málaga

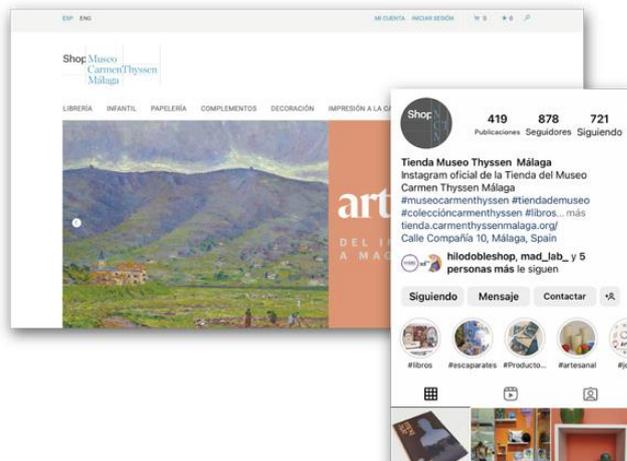
de tienda a NEO, se plantea, la actualización de la tienda online del Museo para adecuarla a la última versión de PrestaShop 1.7. Este cambio se hace necesario después de que nuestra versión, 1.6 se quedó sin soporte oficial en 2019.

En paralelo se trabajará el análisis y refuerzo del canal en RR.SS de la tienda con las actualizaciones que marca la tendencia del mercado.

Una vez definidas las necesidades de actualización del mobiliario de exposición de producto de la tienda queda pendiente la ejecución de este proyecto a fechas por determinar.

**Formación de personal:** Refuerzo de la formación para el personal del SAV que se ha estado desarrollando durante los últimos años: refuerzo de técnicas de venta, atención presencial.

**Formación en curso:** Técnico superior en Diseño de Aplicaciones Web (DAW): formación realizada por el titular de Logística del departamento. Esta formación está alineada con el plan de Formación de la Fundación orientada al desarrollo personal y a la dotación de herramientas y mejora de capacidades para el desarrollo de las funciones.



## 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.

En eventos esperamos mantener la tendencia de este 2022 en que superaremos los 55.000 € de ingresos con la realización de más de 140 eventos, sumando los solicitados por empresas privadas y los organizados por el museo para los Amigos del Museo, entre los que se encuentran la inauguración del Belén Napolitano con la actuación de ESAEM, actuación de Coros de Navidad, visitas guiadas, conferencias, presentación de exposiciones temporales, visitas culturales como la que hicimos a los Dólmenes de Antequera...

# Museo CarmenThyssen Málaga

A todo ello hay que sumar las jornadas de Networking realizadas con las Empresas Amigas. Estas jornadas han provocado el interés y la adhesión al programa de estas nuevas empresas: Hispánica de Limpieza, Vegaverde, Pinturas Andalucía, TK Elevator y Management Activo.

Auditorio



Patio



Sala Noble



Sala Patronato



Terraza



Cafeteria



### 3. TARIFAS Y CALENDARIO DE APERTURA 2023

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		20 €	15 €

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 2023, 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 y 6 de enero y 25 de diciembre, con apertura extraordinarias los siguientes lunes:

- Lunes 3 de abril (lunes santo)
- Lunes 14 de agosto (puente festivo nacional)
- Lunes 4 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 2023

El Presupuesto de Ingresos lo situamos sobre una previsión de 160.000 visitantes, lo que nos permitirá prever más recursos para financiar las actividades expositivas, educativas y sociales del Museo.

El Presupuesto de gastos incluye la parte del IVA soportado no deducible, al ser aplicable a la Fundación la regla de la prorrata especial del IVA. A efectos prácticos implica que, de la cuota del IVA, el Museo tan solo se deduce el 50% de la cuota. Para aquellos gastos que estén sujetos al citado impuesto.

### 4.1. Presupuesto de Ingresos.

Epígrafe	Presupuesto 2022	Presupuesto 2023	% Variación
Subvenciones	2.231.860,18	2.262.193,17	1,4%
Taquilla	531.250,00	641.902,26	20,8%
Subvenciones de Capital transferidas a resultados	601.408,48	602.256,26	0,1%
Tienda	372.500,00	461.900,00	24,0%
Patrocinadores	250.000,00	360.000,00	44,0%
Amigos del Museo	75.000,00	80.000,00	6,7%
Eventos	20.000,00	55.000,00	175,0%
Cafetería	10.000,00	12.000,00	20,0%
<b>Total general</b>	<b>4.092.018,66</b>	<b>4.475.251,69</b>	<b>9,4%</b>

#### 4.1.1. Subvenciones de explotación:

En cumplimiento de lo establecido en el Contrato de Préstamo de la Colección, el Ayuntamiento de Málaga firmó con fecha 9 de junio de 2011 con la Fundación Palacio de Villalón un convenio en el que garantiza el equilibrio presupuestario del Museo. Para 2022 se ha incrementado sobre la aportación hasta la cantidad de **2.262.193,69 euros**, un 1,4% por encima de 2022.

#### 4.1.2. Taquilla.

Para el próximo año prevemos un incremento de ingresos por taquilla al incrementar el número de visitantes, por lo que en base a la experiencia de este año estimamos unos ingresos de **641.902,26 euros** por la visita al Museo tanto a la Colección Permanente como a las exposiciones temporales, de contexto.

#### 4.1.3. Subvenciones de capital transferidas a resultados.

Se incluye en este apartado la imputación a resultados como subvención de capital, la cesión gratuita del conjunto edificatorio que sostiene el Museo y la Fundación. Adicionalmente se imputan como ingresos los gastos de amortizaciones de los activos para los que la fundación ha recibido algún tipo de Subvención. En nuestro caso este importe asciende a **602.256,26**, algo más que en 2022.

#### 4.1.4. Tienda.

En tienda prevemos unas ambiciosas ventas netas de **461.900 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 372.000 euros de 2022.

## 4.1.5. Patrocinadores.

Para el próximo año nos establecemos el objetivo de alcanzar los **360.000 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 2022 fue de 250.000 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 **80.000 euros**, ligeramente por encima de 2022.

## 4.1.7. Eventos.

El Palacio de Villalón dispone de una serie de espacios exclusivos para la celebración de eventos corporativos. A través de la disposición pública de la Sala Noble, Auditorio, Patio de Columnas, etc., que son arrendadas por empresas para todo tipo de celebraciones (presentaciones, recepciones, etc.), la Fundación rentabiliza estos espacios estableciéndose unos Ingresos aproximados de **55.000 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 **12.000 euros**, superiores a los 10.000 euros de 2022.

## 4.2. Presupuesto de Gastos.

El desglose del presupuesto de Gastos, lo haremos en función de la naturaleza del gasto o inversión. A efectos comparativos, mostramos el presupuesto de 2022:

Epígrafe	Presupuesto 2022	Presupuesto 2023	% Variación
Gastos de Personal	-1.219.319,64	-1.265.557,30	3,8%
Amortizaciones	-634.629,00	-631.188,93	-0,5%
Servicio de Atención al Visitante	-490.785,75	-619.554,72	26,2%
Vigilancia y Seguridad	-442.000,00	-484.940,97	9,7%
Gastos de Explotación	-219.481,70	-270.145,21	23,1%
Compras de productos para la venta	-170.625,00	-221.355,00	29,7%
Profesionales Independientes	-187.159,05	-197.738,26	5,7%
Electricidad	-153.042,50	-194.310,83	27,0%
Transporte de obras de arte	-183.762,70	-162.140,00	-11,8%
Publicidad y promoción	-152.075,63	-153.515,59	0,9%
Limpieza	-108.069,00	-142.695,27	32,0%
Alquileres/Tasas	-48.515,70	-53.993,82	11,3%
Seguros	-55.500,00	-47.310,00	-14,8%
Viajes y Alojamiento	-15.028,00	-18.505,79	23,1%
Atenciones y Protocolo	-9.225,00	-9.500,00	3,0%
Gastos Financieros	-2.800,00	-2.800,00	0,0%
<b>Total general</b>	<b>-4.092.018,66</b>	<b>-4.475.251,69</b>	<b>9,4%</b>

### 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 **989.925,81 euros**, las cotizaciones sociales en **269.731,49 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 **631.188,93 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 **619.554,72 euros**, un 26,2% de sobrecoste sobre 2022 como consecuencia de la nueva licitación del servicio y del incremento del Salario mínimo por parte del Gobierno.

### 4.2.4. Vigilancia y Seguridad

Comprende los gastos contratados a la de seguridad y vigilancia por un total de **484.940,97 euros**. El personal está repartido en 4 puestos de vigilancia y un Coordinador de Servicios:

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

#### 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 **270.145,21 euros**.

#### 4.2.6. 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 **221.355 euros**.

#### 4.2.7. 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 **197.738,26 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.

#### 4.2.8. Consumo de Electricidad

Sobre el total de la partida de suministros, destaca los gastos en electricidad que asciende a **194.310,83 euros**, tanto los consumos del Palacio de Villalón, como el edificio administrativo.

#### 4.2.9. 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 *Barroco*. Suponen **162.140 euros**.

## 4.2.10. Publicidad y promoción

Se trata de las actuaciones encaminadas a impulsar las visitas al Museo, su colección Permanente y teniendo en cuenta las inversiones vinculadas a las exposiciones temporales. Asciede a **153.515 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 **142.695 euros** para 2023, con un total de 6 personas en el servicio.

## 4.2.12. Alquileres y tasas

Incluye el alquiler de diversos elementos, (tasas de préstamo de obras de arte, impresoras, arcos de seguridad, fuente de agua potable, audioguías, etc.), así como la adhesión a organizaciones como la Asociación de Fundaciones, o el ICOM. El importe asciende a **53.993 euros anuales**.

## 4.2.13. Seguros

En cuanto a los seguros, lo forman el seguro de la Colección Permanente, las distintas exposiciones temporales y las dos de contexto que se puedan celebrar. Además, incluimos en los seguros los de responsabilidad civil, daños y materiales y de accidentes de trabajadores y de visitantes del Museo. El importe de los seguros asciende a **47.310 euros**

### 4.2.1. 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 **18.505 euros**.

### 4.2.2. 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 **9.500 euros**.

### 4.2.3. 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 Noviembre de 2022.

**Informa**



Manuel Quesada Pérez  
Jefe de Área Económica  
Financiera

**Propone**



Lourdes Moreno Molina  
Directora Artística

**Propone**

Francisco Javier Ferrer Morató  
Gerente