

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

**SOLICITUD**

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

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

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

<b>3 SOLICITUD, LUGAR FECHA Y FIRMA</b>
El/ la solicitante cuyos datos constan, <b>SOLICITA</b> se tenga por presentada la documentación anteriormente señalada.
( Sello de la entidad)
En Málaga a 29 de Noviembre de 2018
EL/LA SOLICITANTE

<b>Fdo.: Francisco Javier Ferrer Morató</b>

SERVICIO DE FUNDACIONES  
DIRECCIÓN GENERAL DE OFICINA JUDICIAL Y COOPERACIÓN

# Plan de Actuación 2019



## 1. INTRODUCCIÓN.

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

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

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

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

En cumplimiento de lo dispuesto en el art. 37 de la Ley 10/2005 se elabora el Plan de Actuación y Presupuesto para el año 2019.

## 2. PLAN DE ACTUACIÓN 2019.

De conformidad con los fines estatutarios, para el próximo 2019, continuaremos con las acciones para la consolidación de la Colección Carmen Thyssen de Pintura Española del siglo XIX y primera mitad del siglo XX. Paralelamente, la programación expositiva, núcleo de la actividad museística, contempla la realización de dos exposiciones temporales a las que se sumarán dos nuevas de pequeño formato. Las líneas de trabajo que definen este Plan de Actuación son:

### ACTIVIDAD PROPIA

- I. Exhibición de la Colección Permanente Carmen Thyssen.
- II. Exposición Temporal *La furia del color. Francisco Iturrino (1864-1924)*
- III. Exposición Temporal *Mujeres Modernas (título provisional)*
- IV. Exposición Temporal Pintura orientalista en España (título provisional).

# Museo Carmen Thyssen Málaga

- V. Exposiciones de contexto en sala noble.
- VI. Programa Educativo 2018/2019
- VII. Plan de Promoción y Comunicación.
- VIII. Contratación y Recursos Humanos.
- IX. Mecenazgo y Patrocinio.
- X. Mantenimiento y Seguridad.

## ACTIVIDAD MERCANTIL

- XI. Explotación de la Tienda-Librería.
- XII. Organización de Eventos Corporativos.

## 2.1. ACTIVIDAD PROPIA

### I. EXHIBICIÓN DE LA COLECCIÓN PERMANENTE

El Museo destina tres de sus plantas de exposición a la Colección Permanente, con más de 180 obras del siglo XIX y primeras décadas del XX, que muestra un recorrido desde el Romanticismo hasta los inicios de la modernidad en la pintura española, en el que destacan autores como Pérez Villaamil, Lucas Velázquez, Fortuny, Sorolla, Zuloaga o Romero de Torres, entre otros.



El recorrido por la Colección comprende varios itinerarios:

- Maestros antiguos
- Paisajismo romántico
- Costumbrismo
- Preciosismo
- Paisaje naturalista
- La pintura de fin de siglo. Tradición y renovación

### II. Exposición temporal *La furia del color. Francisco Iturrino (1864-1924)*. 6 de octubre de 2018 – 3 de marzo de 2019

Con esta exposición el Museo Carmen Thyssen Málaga ofrece una nueva perspectiva sobre uno de los artistas más destacados de su Colección permanente, Francisco Iturrino (Santander, 1864 - Cagnes-sur-Mer, Francia, 1924), figura clave en la introducción de la modernidad en España.

La muestra destaca cómo la singular pintura del artista fue resultado no solo de sus preferencias individuales sino también de numerosas influencias e intercambios con el poliédrico contexto artístico de su tiempo, desarrollándose en paralelo a las grandes corrientes europeas de vanguardia que hicieron de la exaltación del color su razón de ser.

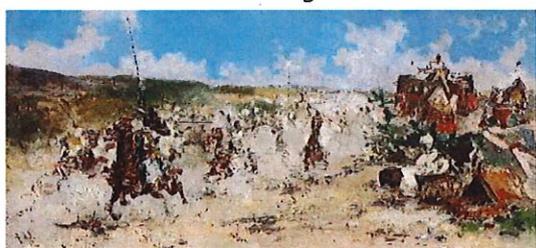


# Museo Carmen Thyssen Málaga

Para ello se ha articulado un diálogo de las mejores pinturas de su producción con la obra de artistas con los que compartió amistad, fuentes de inspiración y referencia y su búsqueda de la modernidad, como Matisse, Derain, Zuloaga y Juan de Echevarría, entre otros.

### III. Exposición temporal 2019: Mujeres modernas (título provisional) 29 de marzo – 8 de septiembre (fechas provisionales)

El propósito de esta muestra es analizar la evolución en la representación de la mujer y la identidad femenina en el arte europeo entre finales del siglo XIX y mediados del siglo XX, en un recorrido desde los arquetipos heredados del pasado, derivados de personajes mitológicos, bíblicos, literarios o históricos y que se reinventan en ese período, hasta las visiones más modernas, que reivindican el papel de la mujer en la sociedad.



A través de una gran variedad de obras, en cuanto a técnica y formato, la exposición analizará esa transformación, que corre paralela al protagonismo de lo femenino en el arte de vanguardia y a la progresiva liberación de la mujer en las sociedades modernas.

Las nuevas perspectivas que se abren con el arte del siglo XX testimonian una reivindicación de la mujer y sustentan una autoafirmación que supondrá la superación del papel de modelo pasiva hasta entonces dominante.

La confrontación de la interpretación española sobre esta temática con el contexto europeo contemporáneo permitirá ofrecer un amplio muestrario de la poliédrica mirada al eterno femenino en el período de eclosión del arte moderno.

### IV. Exposición temporal: Pintura orientalista en España (título provisional) 4 de octubre de 2019 – 1 de marzo de 2020 (fechas provisionales)

Esta exposición ahondará en una de las temáticas más singulares del arte español y europeo de la segunda mitad del siglo XIX y primeras décadas del XX: la fascinación por lugares, costumbres y tipos exóticos que se buscó sobre todo en el norte de África, en un falso y próximo «Oriente».



Sobre este entorno se volcaron miradas muy diversas, desde la poderosa seducción de realidades vistas casi como misteriosas (por desconocidas) o el estereotipo paternalista, hasta una interpretación más realista, aunque igualmente apasionada. En el caso español, el primer hito orientalista son las imágenes de la Andalucía romántica (sobre todo de la Alhambra), que se irá transformando, a raíz del viaje de numerosos artistas a distintas ciudades norteafricanas, en una observación desprejuiciada y casi etnográfica, que capta la vida cotidiana y la realidad histórica de países como Marruecos o Túnez.

Una selección de pinturas, dibujos, acuarelas, grabados y fotografías dará forma a este recorrido por unos asuntos apenas explorados de manera monográfica en el panorama expositivo nacional.

## V. Exposiciones de contexto en sala noble

Henri Matisse. Jazz. 11 de octubre de 2018 – 13 de enero de 2019



A partir de los años 40, como consecuencia del deterioro de su salud que le impide continuar pintando como hasta entonces, Henri Matisse inicia una nueva fase de investigación creativa. Los papeles recortados, que en los años anteriores había utilizado ocasionalmente como apoyo a la creación de sus grandes composiciones pictóricas, se convierten en su medio principal de expresión y las tijeras sustituyen al pincel.

A este período de su vida pertenece Jazz, un innovador y experimental libro de artista encargado por el editor Tériade en 1943, publicado en 1947, y según sus palabras, «un manuscrito con pintura moderna; el más hermoso libro jamás realizado sobre el color». La exposición muestra las 20 láminas que componen el libro, prestadas por el Musée Fabre de Montpellier.

Mujeres modernas en la ilustración gráfica (título provisional)  
15 de marzo – 30 de junio (fechas provisionales)

Como complemento de la exposición temporal de primavera, esta pequeña muestra se centrará en la difusión a través de la ilustración española, del prototipo femenino surgido en Europa tras la Primera Guerra Mundial: una mujer moderna, libre, independiente, que protagoniza la publicidad del momento y abandona los estereotipos y costumbres decimonónicos.



2019: exposición de otoño en Sala Noble

Estas propuestas destinadas a la Sala Noble del Museo se presentan como un complemento de la actividad expositiva, con la intención de ampliar los discursos de la Colección permanente.

Se trata de un tipo de proyectos que dan oportunidad a los visitantes de disfrutar de obras singulares de otras instituciones y colecciones, que no siempre podrá conocer en sus lugares de origen, al tiempo que esas piezas dialogan con la colección propia y con sus grandes exposiciones temporales, ampliando, enriqueciendo, completando o incluso contrastando los discursos que el Museo propone.

## VI. Programa educativo 2018/2019

Un año más, comenzamos el curso proponiendo nuevos contenidos para las personas que se acercan al Museo con diferentes necesidades y expectativas.

El Programa Educativo 2018-2019 agrupa las actividades en tres grandes secciones con sus diferentes apartados:

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

# Museo Carmen Thyssen Málaga

## CENTROS EDUCATIVOS Y SOCIALES

Para las personas de entre 3 y 6 años, preparamos una actividad dividida en dos momentos. Por un lado, activamos el espacio expositivo como escenario idóneo donde propiciar el aprendizaje de hábitos personales y sociales para la convivencia.

La experiencia de transitar juntos/as estos espacios, nos permite trabajar el límite desde una perspectiva sana, respetuosa y comprensiva con las necesidades de los niños y niñas de estas edades.

En un segundo momento, activamos el ambiente preparado en el espacio educativo donde proponemos una vivencia de aprendizaje autónomo a partir de la experimentación sensorial y el juego libre.

Para los niños y niñas de entre 7 y 12 años, diseñamos una actividad desde los planteamientos de la coeducación en la que evidenciamos maneras de establecer relaciones de igualdad desde la diferencia.



Ponemos conciencia en el uso del lenguaje y en las formas de comunicación que sutilmente ejercen dinámicas de poder de unos/as sobre otros/as.

## EN TIEMPO LIBRE

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

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



Si bien varias de las acciones están pensadas para grupos familiares, incluso en estos casos, invitamos a que las relaciones no reproduzcan los modelos de actuación habituales; cada participante tiene una labor propia que abordar, un espacio personal de trabajo que interactuará (o no) con el de los demás en algunos momentos.

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

## COLABORATORIOS

En el apartado de Co-laboratorios, entramos en diálogo con la comunidad de profesores/as y educadores/as, con el público joven y con los/as artistas actuales. El Museo, como institución, como discurso y como agente socializador de la cultura

# Museo Carmen Thyssen Málaga

encuentra en estas tres comunidades su perfecto interlocutor para convertir la autocrítica en herramienta para la transformación.

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

Por último, en la que será su quinta edición, la residencia de arteeducación se consolida como el colofón anual del Programa educativo. Con esta propuesta, los artistas actuales tienen la oportunidad de entrelazar su práctica de creación con la **praxis educativa dando lugar a una experiencia en la que el proceso se colectiviza y el proyecto inicial se expone a ser repensado, interpelado y expandido.**



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

## VII. PLAN DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

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

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

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



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

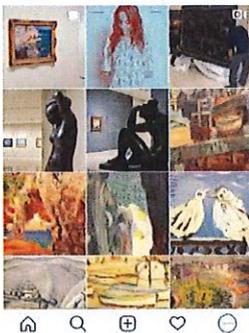
Desde la perspectiva de la comunicación digital (**Web y Multimedia**), el Museo contempla sus diversas acciones basándose en la creación de estrategias de

# Museo Carmen Thyssen Málaga

instauración, refuerzo y fidelización o vinculación de audiencias mediante herramientas o recursos de aplicación virtual, cuyo fin es difundir el Museo, sus colecciones y exposiciones.

**La página web** 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.



virtual.

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

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 Carmen Thyssen 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.

## VIII. 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 competencia y economía, nos han servido como base en el ámbito de la contratación y la gestión.

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

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

- ⇒ Misión, Visión y Valores de la Fundación.
- ⇒ Composición y Actas de las reuniones del patronato de la Fundación, así como el funcionamiento de la Comisión Delegada.
- ⇒ Organigrama e información sobre el personal de la Fundación.
- ⇒ Contrataciones y retribuciones, donde se incluye el perfil del contratante de la Fundación, así como las retribuciones de todos los miembros de la plantilla.
- ⇒ Información económica, objetivos y resultados, donde incluidos las cuentas anuales de la Fundación, los Planes de Actuación, resumen de objetivos establecidos así como su cumplimiento y detalle de las visitas al Museo.
- ⇒ Solicitud de información, donde cualquier ciudadano puede ejercer su libre derecho a solicitar toda aquella información que estime oportuna sobre el funcionamiento del Museo y/o la fundación.

El traslado de toda esta información a nuestros usuarios, tiene como consecuencia el reconocimiento que cada año nos otorga la Fundación Compromiso y

# Museo Carmen Thyssen Málaga

Transparencia, cuyos informes sobre Museos, nos sitúa como uno de los más transparentes de España.



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

En el ámbito de los Recursos Humanos, hemos de destacar que durante el último año hemos tenido oportunidad de trabajar por el 1er. Convenio Colectivo de la Fundación Palacio de Villalón, elaborando un documento que recoge todos aquellos derechos y obligaciones de los empleados del Museo y que ha sido acogido por una amplia mayoría.

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

Nuestra estrategia de recursos humanos parte de la misión de nuestro Museo, nuestra razón de ser, no olvidamos que para nuestra Fundación las personas son el principal valor. Somos conscientes de que un equipo preparado y comprometido llegará a cumplir mejor nuestros objetivos, y es por ello, que durante el próximo año 2.019 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.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

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. Para ellos se informará a la Fundación Tripartita antes del comienzo de las acciones formativas siempre que cumplan los requisitos que establezca la normativa vigente. El Plan de Formación 2019 incluye acciones como

- *Photoshop*
- *Diseño Gráfico*
- *Marketing digital y RRSS*
- *Idiomas*
- Colaboración en *programas formativos* de mejora en empleados directos del museo:
  - ✓ Educación
  - ✓ Mantenimiento
  - ✓ Comunicación y marketing digital
  - ✓ Actualizaciones legislativas
  - ✓ Prevención de Riesgos Laborales
- *Y tú... ¿qué puedes aportar?*, se trata de desarrollar competencias de formadores que permitan realizar, con mayor efectividad, las funciones y tareas desde cada uno de los puestos. Aprovechar el conocimiento o habilidades de otros compañeros para mejorar.

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**

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

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

En el plan de Formación 2019, 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 éste ámbito.

Como cada año, seguiremos con la Vigilancia de la Salud, no sólo ofreciendo el reconocimiento médico anual, también ofreceremos la posibilidad de participar en la Campaña de Vacunación contra la gripe a todos los empleados que lo deseen.

## ⇒ **Alumnos en prácticas**

Como cada año, la FPV seguirá ejerciendo su compromiso con la formación y preparación de futuros profesionales, estimamos la acogida de aproximadamente unos 10 alumnos en prácticas de distintas entidades con las que tenemos convenio, entre ellas:

- Universidad de Málaga (UMA)
- ESIC
- Euroformac
- Instituto Miguel Romero Esteo
- Instituto El Palo

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.

## IX. 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 miembros del Museo contribuyendo a su labor de conservación y divulgación disfrutando a su vez de ventajas culturales que podrás disfrutar.

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

Sea cual sea tu edad, hazte Amigo del Museo.



Amigo del Museo

Corporación Amiga del Museo

Empresa Amiga del Museo

Establecimiento Amigo del Museo

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

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

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

Los Patrocinadores que a hasta diciembre de 2017 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. A lo largo de estos años, el Museo ha recibido en este concepto más de 1.300.000 euros.

Estas aportaciones 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.

Del mismo modo, disponemos de un plan de patrocinio sobre los diferentes proyectos culturales del Museo, concretamente las exposiciones y el programa educativo, entre otras actividades. 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, Cajamar, GVA-Atencia y esperamos confirmarlo en otras empresas como Fujitsu, Cajasol, ..., y otras más 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 25.000 €. La suma de ingresos por patrocinio alcanzaría los 235.000 € para 2019.

# Museo Carmen Thyssen Málaga

Las sumas de ambas partidas alcanza los 355.500 €, un 9,7 % de la financiación del Museo y un 24,5 % de los ingresos de privados.

## X. Mantenimiento y Seguridad

Desde el área de mantenimiento se gestiona la realización de los mantenimientos preventivos y correctivos de todas las instalaciones que forman parte del Museo. Dependiendo del nivel de especialización o de los requerimientos legales los realizamos con empresas externas o con personal directo. Además del jefe de área, el Museo cuenta en su plantilla con cuatro trabajadores directamente vinculados a estas funciones.

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

En relación a la vigilancia y seguridad del Museo, 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. Para ello se cuenta con un personal de 14 Vigilantes de Seguridad y un Coordinador de seguridad todos ellos pertenecientes a la empresa: INV VIGILANCIA, S.L.

Dicho personal está repartido en 5 puestos de vigilancia y un Coordinador de Servicios.

- Centro de Control del Museo.
- Entrada del Edificio Administrativo.
- Entrada Principal del Museo
- Salida de Emergencia y Planta baja y primera del Museo.
- Planta segunda y tercera.

Las actuaciones a realizar por el Departamento durante el año 2019 serán las siguientes:

- 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. Durante el presente año 2018 se ha instalado un sistema de extinción automática de incendios en el almacén de obras.
- Supervisión, pruebas de mantenimiento y actualización de los sistemas contra intrusión y CCTV. Durante el año 2018 se está realizando la actualización de software del Centro de Control.
- 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

# Museo Carmen Thyssen Málaga

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. (en torno a 100 eventos durante 2018).  
Prestando especial atención en los organizados por la Fundación o en los que vienen autoridades nacionales o extranjeras.
- Coordinar 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. Evitando con ello el robo en algunos comercios del Entorno Thyssen. Además de facilitar las grabaciones que sean 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.

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTE		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	1.054.967,81 €		1.054.967,81 €
Gastos de personal	2.102.834,14 €		2.102.834,14 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	650.728,08 €		650.728,08 €
Otros gastos	2.800,00 €		2.800,00 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS</b>	<b>3.811.330,03 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>3.811.330,03 €</b>

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	22	36.630
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	156.000	
Personas jurídicas		x

## 2.2. ACTIVIDAD MERCANTIL

### XI. Explotación de la tienda-librería.

La planificación del área en 2019 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, en la mejora del ratio de conversión visitante / cliente y en incrementar las ventas a través de la Tienda online.

Una parte de la planificación de diseño y compras de productos y librería está determinada por el contenido de las exposiciones temporales programadas, así como por las temáticas de los dos contextos previstos para la Sala Noble.

En paralelo a las inversiones que se realicen para las exposiciones temporales, el departamento continuará con el desarrollo varias líneas de artículos, con diseño exclusivo, inspiradas en obras de la Colección o que reproducen la imagen corporativa del Museo.

Continuamos estudiando el proyecto de remodelación de algunos espacios de la Tienda. Esta intervención se plantea como una necesidad, de cara a conseguir una mayor optimización comercial del espacio y maximizar en positivo la experiencia del visitante al Museo.

#### **Producción y compras:**

El desarrollo de la producción de la Tienda se realiza a partir de la planificación que, de contenidos y exposiciones temporales, hace el área de conservación.

Para el próximo año, seguiremos apostando por productos relacionados con las muestras, y potenciando aquellos inspirados en las obras de la colección Carmen Thyssen presentes en las exposiciones. Desde hace tres años apostamos por la internalización del proceso de maquetación y diseño de algunas referencias para ahorrar costes. Con este mismo objetivo se está trabajando en producir mínimos de tirada sin aumentar el precio.



En 2018 se comenzó a diseñar externamente, sin coste adicional, una línea de complementos de mujer denominada Colección Mantón. Hasta el momento se han desarrollado un abanico y una libreta que están teniendo una buena acogida. De cara al 2019 se plantea el desarrollo definitivo de esta colección con la producción de una línea de estuches, un paraguas y una bolsa Loqi.

También está previsto el diseño de una línea infantil inspirada en obras de la Colección. Seguiremos potenciando la producción de artículos relacionados con las obras más populares de la Colección, Patio de la casa Sorolla, Invierno en Andalucía y Julia.

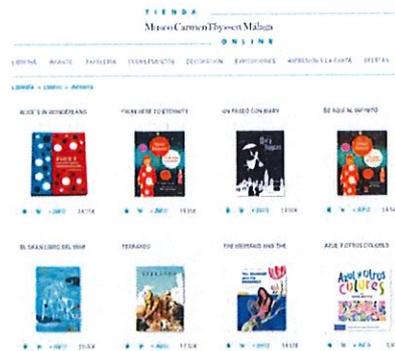
Respecto a las compras de productos de mercado, continuaremos confiando en empresas que abogan por el desarrollo sostenible y la responsabilidad social. Materiales ecológicos, y producción nacional de artículos realizados con la colaboración de empresas implicadas en la difusión del diseño español. Para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

# Museo Carmen Thyssen Málaga

permiten testar la respuesta de los clientes a nuevos artículos sin comprometer el presupuesto.

Tras el éxito de la introducción de libros sobre fotografía histórica en el fondo de librería, de cara al 2019, se trabajará en reforzar esta sección. Como novedad se ha incluido en la oferta de tienda fotografías originales de calles y espacios de Málaga.

En la sección de librería ya se está trabajando en ampliar el fondo de temas malagueños al que se asignará un espacio fijo, de forma estable, en 2019. Se mantiene el fondo de inglés y español focalizando en la selección de libro infantil, literatura y bibliografía relacionada con las exposiciones temporales y monografías de artista. Libros de cocina española, viajes, decoración, diseño y estilo de vida también seguirán presentes.



## **Distribución de publicaciones**

Continuaremos reforzando la presencia del catálogo del Museo y de los catálogos de exposiciones temporales en librerías nacionales a través de nuestra red de distribución. Dado que todas las ediciones del Museo son bilingües, español-inglés, y el perfil de nuestros prestadores es cada vez más internacional, se planteará la posibilidad de abrir un canal para la distribución en Europa para aquellos catálogos que, por temática, puedan ser objeto de interés comercial o académico.

Se continuará con la política de liquidación de aquellas referencias de publicaciones propias, catálogos de exposiciones temporales, que no tengan un buen índice de rotación a través de los canales de venta del del Departamento.



## **Tienda online**

Durante 2019 se plantea implementar diferentes acciones para conseguir un aumento de las ventas que se producen a través de la tienda online. Los principales objetivos son:

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

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

Entre las acciones a realizar, se reestructurará el Menú de la tienda, eliminando parte de la sección de Librería, primando la presencia de los catálogos del Museo, y

# Museo Carmen Thyssen Málaga

proponiendo un Club de lectura con contenidos alimentados a través de sugerencias del personal de la Fundación y nuestros colaboradores.

- Creación de una familia específica de REGALOS.
- Creación de una familia específica para los productos de mejor rotación como camisetas o abanicos.
- Creación de escaparates y ofertas para Amigos del Museo.

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

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

Incremento de la BB.DD de la Tienda. Nos centramos en conseguir suscriptores cualificados al boletín entre los clientes de la tienda del Museo.

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

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

Para 2019, continuamos con la colaboración con la Escuela de Arte de San Telmo para la decoración de los escaparates de tienda. Los alumnos del centro, con motivo de la exposición de primavera, realizarán una intervención como práctica tutorizada en el escaparate de la plaza Carmen Thyssen.

Vitrinas en planta: trasladamos al 2019 el proyecto de instalación de vitrinas en los espacios del Museo como la salida de salas de temporales, y paños junto al ascensor. Con esta intervención buscamos introducir la oferta de tienda al visitante, reforzando contenidos expositivos. Con esta acción se plantea mejorar el ratio de conversión visitante / cliente.

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	254.681,37 €		254.681,37 €
Gastos de personal	93.918,63 €		93.918,63 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	2.900,00 €		2.900,00 €
Otros gastos	0,00 €		0,00 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS</b>	<b>351.500,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>351.500,00 €</b>

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	2	3.360
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

# Museo Carmen Thyssen Málaga

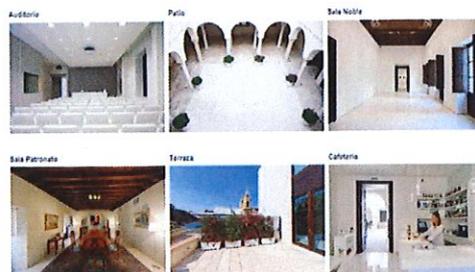
TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	195.000	
Personas jurídicas		x

Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil	Importe
Venta de productos de la Tienda-Librería	350.000,00 €

## XII. Organización de eventos corporativos.

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

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



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

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	2.500,00 €		2.500,00 €
Gastos de personal	12.172,75 €		12.172,75 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado			0,00 €
Otros gastos			0,00 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
<b>TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS</b>	<b>14.672,75 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>14.672,75 €</b>

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	1	330
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	156.000	
Personas jurídicas		x

Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil	Importe
Organización de Eventos Corporativos y otros servicios	35.000,00 €

## 3. TARIFAS Y CALENDARIO DE APERTURA 2019

Las tarifas del Museo para el próximo año son las siguientes:

Tipo de entrada	Tarifa	Precio con exposición temporal	Precio sin exposición temporal
Visita combinada ( Ticket único)	General	10,00 €	7,00 €
	Reducida	6,00 €	4,50 €
	Grupo	8,00 €	4,00 €
	Grupo guiado	15,00 €	10,50 €

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 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 con acreditación oficial.
- Miembros del ICOM.

Por otro lado, y habiendo analizado el calendario 2019, 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 el Lunes 15 de abril (lunes santo).

Como aperturas parciales continuaremos con los días 24 y 31 de diciembre, de 10h. a 15h. y la Feria de Málaga, de martes a viernes, de 10h. a 15h.

Por otro lado y en cumplimiento del apartado 2º del artículo 22 de la Ley 8/2007 de 5 de octubre de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, se establece la gratuidad de la visita al Museo, el Día de Andalucía (28 de Febrero), Aniversario del Museo (24 de Marzo), el Día Internacional de los Museos (18 de Mayo), el Día Internacional del Turismo (27 de Septiembre) y el día que se celebren las Jornadas Europeas de Patrimonio. Adicionalmente, y en cumplimiento de la citada Ley 8/2007 de 5 de octubre de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, el Museo celebra puertas abiertas durante todas las jornadas de domingo a partir de las 17 horas hasta el cierre del Museo.

## 4. RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER POR LA ENTIDAD

INGRESOS PREVISTOS	IMPORTE
▪ <b>Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio.</b> Estos datos se refieren a los ingresos por los siguientes conceptos: Ingresos financieros, Beneficios en enajenación de inmovilizado inmaterial, material y cartera de control y Beneficios por operaciones con obligaciones propias	609.295,52 €
▪ <b>Prestación de servicios de la actividad propia.</b> Agrupación de los importes correspondientes a las cuotas de usuarios y afiliados y los ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	1.031.026,25 €
▪ <b>Subvenciones del sector Público.</b> Se componen de las Subvenciones oficiales a la explotación y las Subvenciones oficiales de capital.	2.117.181,00 €
▪ <b>Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil.</b> Se incluirá el importe de todas las actividades mercantiles	405.000,00 €
▪ <b>Otros tipos de ingresos.</b> Se incluirán en este apartado, otros ingresos, las diferencias positivas de cambio, los ingresos extraordinarios y los ingresos y beneficios de otros ejercicios	15.000,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>4.177.502,77 €</b>

## 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

Para el año 2019, la Fundación Palacio de Villalón pretende llegar a acuerdos de colaboración con las siguientes instituciones.

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

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

PRESUPUESTO 2019			
GASTO E INVERSION		INGRESOS	
CONCEPTO	PRESUPUESTO	CONCEPTO	PRESUPUESTO
Estructura y Gastos Generales	2.784.256,58 €	Subvenciones de explotación	2.117.181,00 €
Expo Iturrino 2018	56.891,65 €	Ventas taquilla	675.526,25 €
Expo Mujeres Modernas	371.509,71 €	Ventas tienda	370.000,00 €
Expo Orientalismo	121.078,74 €	Patrocinadores y colaboraciones	235.000,00 €
Expo Sala Noble	67.629,48 €	Cuotas Amigos del Museo	120.500,00 €
Programa Educativo	159.304,42 €	Servicios prestados (eventos)	35.000,00 €
Plan de Promoción y Comunicación	250.659,44 €	Ingresos por trabajos en el activo	0,00 €
Tienda-Librería	351.500,00 €	Otros ingresos	15.000,00 €
Eventos	14.672,75 €	Subv. aplic. Rdos	609.295,52 €
<b>TOTAL</b>	<b>4.177.502,77 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>4.177.502,77 €</b>

En Málaga, a 5 de noviembre de 2018.