

7.

EL MUSEO EN CIFRAS



El Museo. La exposición
Daniel G. Andújar
Sistema operativo



El Museo. La exposición
Aún no
Sólo el anuncio del documental y la cobija de la modernidad



El Museo. La exposición
El retorno de la serpiente
Matthias Goerz y la invención de la arquitectura emocional

El Museo. La exposición
Luciano Fabro



El Museo. La exposición
Fuego
La colección moderna de Kunsthaus Basel

REINA SOFÍA



blanco
Coleccionismo
y Modernidad
Colecciones de
Eduardo Sotomayor
Museum



Gerencia

Desde el punto de vista de la gestión pública del Museo Reina Sofía, el año 2015 ha estado marcado por varios hitos importantes. El primero guarda relación con el número de visitantes, alcanzándose la cifra récord de 3 257 044, que convierte a la institución, por tercer año consecutivo, en el museo más visitado de España.

En lo económico, este incremento de visitantes ha supuesto un aumento de los ingresos propios que ha permitido cumplir con el objetivo de incrementar la autofinanciación que estableció la Ley 34/2011, de 4 de octubre, reguladora del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Respecto a la planificación estratégica, se ha continuado aplicando con éxito el Plan General de Actuación 2014-2017. El Plan Operativo Anual 2015 recoge 62 proyectos, que han alcanzado los objetivos establecidos en un 88 %, lo cual supone un alto grado de ejecución.

Otro aspecto reseñable ha sido la puesta en marcha de la tramitación de la factura electrónica, en cumplimiento de la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, de impulso de la factura electrónica y creación del registro contable de facturas en el Sector Público. Con ello se obtiene un control mucho más efectivo de las facturas presentadas por contratistas y proveedores, así como del cumplimiento legal de los plazos máximos de pago.

Por último, cabe apuntar el fortalecimiento de la relación con otras instituciones culturales. En lo que se refiere a la oferta comercial, esto se ha articulado en «entradas conjuntas» que han dado acceso simultáneamente a las exposiciones del Museo Reina Sofía y de otras instituciones, acciones que han sido bien acogidas por los visitantes. Como ejemplos destacamos la entrada conjunta para el acceso a las siguientes exposiciones:

- *Fuego blanco. La colección moderna del Kunstmuseum Basel y Coleccionismo y Modernidad*, organizadas por el Museo Reina Sofía, y *Diez Picassos del Kunstmuseum Basel*, organizada por el Museo Nacional del Prado.
- *Arte contemporáneo en Palacio. Pintura y Escultura en las Colecciones Reales*, organizada por el Palacio Real de Madrid (Patrimonio Nacional) y la Colección y exposiciones temporales del Museo Reina Sofía.

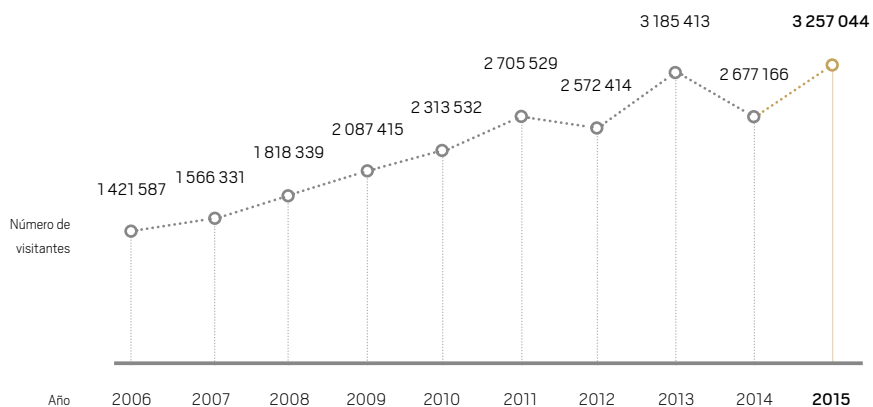
COMPARATIVA DE VISITANTES 2014-2015 POR MESES

PLAN OPERATIVO ANUAL 2015

MES	2014	2015	VARIACIÓN (%)
ENERO	138 973	182 571	31,37
FEBRERO	166 290	233 287	40,29
MARZO	202 080	239 507	18,52
ABRIL	343 541	322 288	-6,19
MAYO	287 083	376 617	31,19
JUNIO	242 119	300 837	24,25
JULIO	247 305	256 677	3,79
AGOSTO	273 102	335 015	22,67
SEPTIEMBRE	241 150	235 536	-2,33
OCTUBRE	219 393	306 473	39,69
NOVIEMBRE	125 107	229 909	83,77
DICIEMBRE	191 023	238 327	24,76
TOTAL	2 677 166	3 257 044	21,66

OBJETIVOS GENERALES	PROYECTOS	%
OBJETIVO 1	21	34
OBJETIVO 2	9	15
OBJETIVO 3	7	11
OBJETIVO 4	5	8
OBJETIVO 5	20	32
TOTAL	62	100

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES DESDE 2006 A 2015



Ingresos y gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS 2015

AREAS DE GASTO	PRESUPUESTO INICIAL	PRESUPUESTO DEFINITIVO	OBLIGACIONES RECONOCIDAS	PORCENTAJE DE EJECUCIÓN
1. GASTOS DE PERSONAL	16 752 900,00	16 756 700,95	14 645 037,99	87,40
RETRIBUCIONES BÁSICAS	8 219 243,00	8 262 760,00	5 146 898,74	62,29
OTRAS RETRIBUCIONES	5 277 567,00	5 237 850,95	6 961 922,23	132,92
CUOTAS Y GASTOS SOCIALES	3 256 090,00	3 256 090,00	2 536 217,02	77,89
2. GASTOS CORRIENTES	15 748 790,00	16 110 790,00	15 565 094,58	96,61
ARRENDAMIENTOS Y CÁNONES	433 000,00	683 000,00	291 024,52	42,61
REPARACIONES MANTENIMIENTO Y OTROS	6 738 720,00	6 738 720,00	6 084 556,60	90,29
MATERIAL, SUMINISTRO Y OTROS	8 073 320,00	8 173 320,00	8 589 044,08	105,09
INDEMNIZACIONES POR RAZÓN DE SERVICIO	50 000,00	62 000,00	81 518,64	131,48
GASTOS DE PUBLICACIONES	453 750,00	453 750,00	518 950,74	114,37
3. GASTOS FINANCIEROS	32 000,00	32 000,00	553,38	1,73
GASTOS FINANCIEROS	32 000,00	32 000,00	553,38	1,73
4. TRANSFERENCIAS CORRIENTES	120 000,00	138 000,00	118 798,07	86,09
BECAS Y AYUDAS FORMAC. Y PERFECC.	120 000,00	138 000,00	118 798,07	86,09
6. INVERSIONES REALES	3 000 000,00	3 100 000,00	3 038 701,00	98,02
INVERSIÓN NUEVA	1 500 000,00	1 500 000,00	1 524 472,44	101,63
INVERSIÓN EN REPOSICIÓN	1 450 000,00	1 450 000,00	1 406 456,36	97,00
INVERSIÓN INMATERIAL	50 000,00	150 000,00	107 772,20	71,85
8. ACTIVOS FINANCIEROS	52 800,00	52 800,00	40 516,08	76,74
PRÉSTAMOS A LP AL PERSONAL	52 800,00	52 800,00	40 516,08	76,74
TOTAL	35 706 490,00	36 190 290,95	33 408 701,10	92,31

Comparativa de ingresos 2014-2015

EJECUCIÓN PRESUPUESTO DE INGRESOS 2014-2015

	2014	2015
TRANSFERENCIAS DEL ESTADO	22 942 150,00	27 240 956,00
INGRESOS PROPIOS	7 455 680,65	8 243 392,46
REMANENTE TESORERÍA	320 884,95	0,00
EJECUCIÓN INGRESOS	30 718 715,60	35 484 348,46

RECURSOS PROPIOS 2015

	2015
INGRESOS PROPIOS	8 243 392,46
VENTA DE ENTRADAS	3 321 742,70
PUBLICACIONES	109 150,15
ALQUILER DE ESPACIOS	644 018,47
PATROCINIOS	2 141 333,11
CÁNONES	556 805,79
OTROS INGRESOS	1 470 342,24
INGRESOS EN ESPECIE	1 060 567,00
DONACIONES	692 620,00
TOTAL RECURSOS PROPIOS	9 996 579,46

Recursos Humanos

FUNCIONARIOS

NIVEL	DISTRIBUCIÓN		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
30	1	0	1
29	0	1	1
28	5	8	13
26	6	16	22
24	7	14	21
22	8	9	17
20	2	2	4
18	4	12	16
17	1	2	3
16	3	3	6
15	1	3	4
14	0	1	1
12	0	0	0
	38	71	109

PERSONAL LABORAL

(alto cargo, alta dirección y fuera de convenio)

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
AC	1	0	1
AD	1	2	3
FC	3	10	13
	5	12	17

LABORALES

RELACIÓN PUESTOS DE TRABAJO	DISTRIBUCIÓN		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
GP1	2	19	21
GP2	3	14	17
GP3	17	6	23
GP4	43	121	164
GP5	6	4	10
	71	164	235

Área de desarrollo estratégico y de negocio

El Área de Desarrollo Estratégico y de Negocio, englobada dentro de la Subdirección de Gerencia, tiene como principal objetivo incrementar los recursos económicos del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía con el fin de reinvertirlos en los múltiples programas artísticos y servicios que este ofrece a la sociedad.

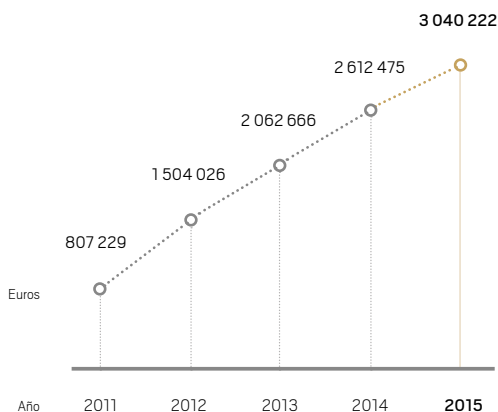
A lo largo de 2015 se han desarrollado proyectos de patrocinio que establecen alianzas con empresas e instituciones, se ha gestionado el alquiler de los espacios del Museo y contribuido a la captación de financiación externa a través de la creación de nuevas líneas de actividad o de la optimización de las ya existentes.



Gracias al apoyo constante de los Patronos Corporativos, Patrocinadores y Colaboradores de la Institución, se ha favorecido de forma significativa el sostenimiento de las actividades del Museo. La búsqueda activa de potenciales patrocinadores y colaboradores ha permitido mantener una tendencia de crecimiento desde 2011, que ha posibilitado un aumento del 277 % de los recursos económicos en los últimos cinco años. En 2015 el incremento fue del 16,3 % respecto al año anterior.

A través del programa de fidelización se organizan y coordinan todas las contraprestaciones ofrecidas a los distintos grupos de vinculación. En el último año se han organizado 149 visitas guiadas —fuera del horario de apertura al público— tanto a las exposiciones temporales como a la Colección. También se han realizado 45 talleres para familias. En total, han participado en todas estas iniciativas más de 4 000 personas.

EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS POR PATROCINIO DESDE 2011 A 2015 (euros)



PATRONOS CORPORATIVOS



Patrocinadores



Colaboradores

- Centro de Estudios Mexicanos UNAM
- Centro de Língua Portuguesa - Camões
- Embajada del Reino de los Países Bajos
- Embajada EE.UU.
- Embajada Real de Dinamarca
- Fundación Iberdrola
- Global Cloud Xchange
- Goethe Institut
- Instituto Cultural Mexicano
- Instituto Francés de Cultura
- Instituto Polaco de Cultura
- Sotheby's
- The Cultivist

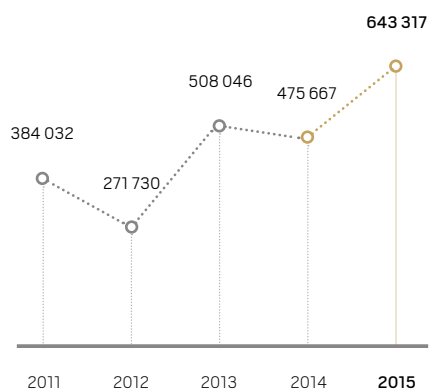
Alquiler de espacios

En relación con el alquiler y el uso de los diversos espacios del Museo para la celebración de eventos por parte de empresas o instituciones, visitas privadas y filmaciones, en 2015 los ingresos han aumentado un 35 % con respecto a 2014. El crecimiento acumulado en los ingresos registrado en los últimos siete años ha sido del 116 %.

EMPRESAS USUARIAS DE LOS ESPACIOS

TIPOLOGÍA	NÚMERO	
CULTURA	3	5
SECTOR FINANCIERO	9	14
INFORMACIÓN	2	3
SECTOR SANITARIO	12	19
INFRAESTRUCTURAS	1	2
GRUPO TURÍSTICO	3	5
ONG. FUNDACIONES	3	5
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	6	9
VARIOS	25	39

CRECIMIENTO DE LOS INGRESOS POR ALQUILER DE ESPACIOS DESDE 2009 A 2015



NÚMERO DE CONVENIOS ALQUILER DE ESPACIOS

	2014	2015
ESPACIOS EN EDIFICIO NOUVEL	25	39
ESPACIOS EN EDIFICIO SABATINI	6	5
VISITAS PRIVADAS(*)	10	18
FILMACIONES	4	2
TOTAL	45	64
RECAUDACIÓN	475 666,91	643 317,73

(*) Del total de visitas privadas en 2014, 5 de ellas lo fueron en combinación con alquiler de otro/s espacio/s. En 2015, 8 de ellas fueron en combinación con alquiler de otro/s espacio/s.

Por último, se han consolidado en 2015 los siguientes servicios:

- OFERTA DE PRODUCTOS

DE *MERCHANDISING* en las dos tiendas que gestiona la empresa Palacios y Museos, localizadas en los edificios Sabatini y Nouvel. En ellas se ofrece una cuidada oferta de productos, que han sido creados y personalizados en exclusiva para el Museo y su Colección.

- LIBRERÍA GESTIONADA POR LA CENTRAL, que ofrece un fondo especializado único en las diferentes áreas de humanidades, con una cuidada selección de títulos y especial atención a las publicaciones de arte contemporáneo.

- PLAN DIRECTOR DE MEJORA DE LOS ESPACIOS GASTRONÓMICOS con la apertura de un nuevo restaurante en el edificio Sabatini, cuyo operador es la Taberna Arzábal.



