

# FUNDACION COLECCIÓN THYSSEN-BORNEMISZA, F.S.P.

## PLAN ESTRATÉGICO 2019-23. INFORME DE OBJETIVOS Y RESULTADOS



	Página
1. Informe de objetivos y resultados 2023	2
2. Logros del Plan Estratégico 2019-2023	6

31 de diciembre de 2023

## 1. Plan estratégico 2019-2023. Informe de objetivos y resultados 2023

***Define los pilares sobre los que se apoyará la gestión del Museo hasta el 2023. Este Plan proyecta al Museo en un nuevo plano más competitivo, eficiente y socialmente responsable***

Las principales líneas estratégicas enfocadas a reforzar el modelo estratégico de “Ser identificado como Museo Nacional, activo cultural de referencia, con vocación de servicio público y máximo nivel de calidad de la experiencia museística, sostenible económicamente y con buen nivel de autofinanciación”.

### 1 Logros del año 2023

A lo largo del año se ha trabajado en los planes de acción definidos para la consecución de los objetivos marcados en cada una de las líneas estratégicas siendo los siguientes los principales avances conseguidos.

Los resultados obtenidos en 2023 han alcanzado los objetivos marcados en el plan y se han alcanzado niveles de actividad prepandemia COVID.

<p><b>A. Museo nacional y público</b>, trabajando en la línea de poner en valor el impacto económico y social, así como continuar trabajando en una gobernanza, transparencia y sostenibilidad de la gestión en todos los ámbitos (económico, social, medioambiental y ético).</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1.017.684 visitantes, superando una vez más la cifra del millón y casi alzando la cifra de 1.020.178 previstos para este año.</li><li>• 10 exposiciones temporales.</li><li>• Portal de transparencia totalmente actualizado.</li><li>• El Museo aporta un 0,19% al PIB de la CC.AA. Madrid.</li><li>• Canal de denuncia: Como parte de su política de transparencia y en cumplimiento de la Ley 2/2023 de Protección al Informante se ha puesto en marcha un sistema de denuncia de irregularidades de forma confidencial o anónima.</li></ul>
--	---

31 de diciembre de 2023

<p><b>B. Carácter social</b>, trabajando para transmitir conocimiento y educar a través de la colección, comprometido con la Agenda 2030 y con un consumo responsable y eficiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educatyssen. 126 actividades, 815 visitas y 19.548 participantes.</li> <li>• 58 actividades para los Amigos del Museo con 6.796 participantes.</li> <li>• Consumos energéticos responsables. 3,22 Kwh de energía eléctrica por visitante, -20% del objetivo anual, y 0,10 l. de gasóleo por visitante, misma cifra que el objetivo anual marcado.</li> <li>• Packaging sostenible. Renovación de productos de Tienda y embalajes por materiales otros más sostenibles. El 100 % de los proveedores entregan los artículos sin plásticos.</li> <li>• Reducción significativa de construcción de embalajes de madera nuevos mediante la remodelación de las cajas de transporte de obras, cumpliendo con los compromisos de sostenibilidad del plan de desarrollo sostenible recogido en la Agenda 2030.</li> </ul>
--	--

<p><b>B. Carácter social</b>, trabajando para transmitir conocimiento y educar a través de la colección, comprometido con la Agenda 2030 y con un consumo responsable y eficiente</p>	<p>Certificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificado de accesibilidad UNE 170001-2.</li> <li>• Gestión de emergencias ISO 22320</li> <li>• Calidad Turística UNE 302002 UNE 170001-2.</li> <li>• Certificado EFR (empresa familiarmente responsable).</li> </ul> <p>Premios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El programa de exposiciones 2022 (Picasso/Chanel, Alex Katz y Ragnar Kjartansson. Paisajes emocionales) ha llevado al museo a ocupar el tercer puesto de "Lo mejor de la cultura 2022", ranking elaborado cada año por la Fundación Contemporánea.</li> </ul>
---	--

31 de diciembre de 2023

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premio Nacional de Discapacidad Reina Letizia: El programa Educación y acción social del Área de Educación ha recibido el Premio Nacional de Discapacidad Reina Letizia 2022 en la categoría de "Cultura inclusiva"</li> <li>• Premios ADG Laus 2023: Los docuwebs Cartas de amor a las ciudades y Volver a la naturaleza, realizados por el Área de Educación en colaboración con la Fundación BBVA, han recibido el LAUS Plata y LAUS Bronce, respectivamente, en la edición de 2023 de los premios de diseño gráfico y comunicación audiovisual otorgados por la Asociación de Directores de Arte y Diseñadores Gráficos del FAD</li> <li>• Remarkable Venue Awards 2023, de Tiqets: -Recinto mas destacado (Most Remarkable Venue)</li> <li>• La exposición En el ojo del huracán. Vanguardia en Ucrania, 1900-1930, premiada como la mejor del año por la revista Apollo</li> </ul>
<p><b>C. Vanguardia de la innovación y la tecnología.</b> Siendo líder en la modernización del modelo museístico y en la transformación digital y permitiendo la innovación en contenidos y experiencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 64 acciones de formación transversal en habilidades personales y competencias digitales para la plantilla del Museo.</li> <li>• Ampliación del catálogo online de contenidos de calidad.</li> <li>• Continuidad al proyecto de mejora de la accesibilidad en la web y aplicaciones móviles.</li> <li>• 12,7 millones páginas web vistas.</li> <li>• Visitas virtuales guiadas, nueva línea de negocio digital, con 4 mil experiencias vendidas.</li> <li>• 1,3 millones de seguidores en todas sus plataformas.</li> </ul>

31 de diciembre de 2023

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoras y nuevos contenidos en plataforma de Museo virtual.</li> <li>• Modelo de Convergencia Digital. Desarrollo de proyectos.</li> </ul>
<p><b>D. Mejora de ingresos</b> a través de una mayor orientación al Público, potenciando la comunicación y creando una unidad de captación de fondos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha alcanzado el objetivo previsto de visitantes. El beneficio de la Tienda ha sido un + 1,2% superior a 2022. El programa de visitas privadas ha superado en un 38% la cifra de ingresos de 2022.</li> <li>• El programa de Patrocinio y captación de fondos ha obtenido un 16% de ingresos por encima de la cifra de 2022.</li> </ul>
<p><b>E. Eficiencia y reducción de costes</b>, que ponga especialmente el foco en una estructura organizativa optimizada, mejora de los procedimientos y automatización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ERP Microsoft Business Central: se han incorporado nuevas funcionalidades como Document Capture para la automatización de la recepción de las facturas por email.</li> <li>• Se ha potenciado el uso de Sharepoint como herramienta para realizar trabajo colaborativo y reducir el envío de email.</li> </ul>
<p><b>F. Conservación colección permanente, exposiciones temporales y comunicación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de la fase de implementación del sistema de gestión de las colecciones, TMS GALLERY SYSTEMS y de activos digitales con la intervención de todas las áreas de conservación.</li> <li>• Para cumplir con el objetivo de Desarrollo de la comunicación corporativa se han realizado 21 acciones de comunicación.</li> </ul>

## 2 Logros del Plan Estratégico (2019-2023)

La Dirección aprobó en 2019 el Plan Estratégico 2019-2023 con las principales líneas estratégicas enfocadas a reforzar el modelo estratégico de "Ser identificado como Museo Nacional, activo cultural de referencia, con vocación de servicio público y máximo nivel de calidad de la experiencia museística, sostenible económicamente y con buen nivel de autofinanciación".

En 2023, tras la exitosa finalización de la vigencia del Plan, el Museo mira hacia adelante con entusiasmo y está listo para afrontar nuevos desafíos y oportunidades. Se ha logrado un impacto positivo en todos los ámbitos internos, así como en sus audiencias y ha situado al museo a la vanguardia del sector cultural nacional e internacional.

Respecto a los objetivos marcados, a excepción del objetivo C3 que se ha realizado al 60% debido a que no se han percibido los Fondos Europeos de los que dependía su ejecución, no sólo se han cumplido, sino que incluso se han sobrepasado varios.

El Plan, dejó establecidos unos objetivos esenciales que contemplaban una serie de actividades para alcanzarlos. Dichas acciones se enmarcaron en una serie de Indicadores Clave de Negocio (*Key Performance Indicators*, o *KPIs*) que permitían la verificación de su cumplimiento.

○ ○ ○ ○ ○

Objetivo alcanzado (100%)

○ ○ ○ ○ ○ ●

Objetivo superado (más del 100%)

Objetivos	Cumplimiento
<b>A - Concepto de museo nacional y público</b>	
A1 - Servicio público	○ ○ ○ ○ ○ ●
A2 - Con impacto económico positivo en la sociedad	○ ○ ○ ○ ○ ●
A3 - Con una gobernanza ética	○ ○ ○ ○ ○
<b>B - Carácter social</b>	
B1 - Estructurador, transmisor de valores	○ ○ ○ ○ ○ ●
B2 - Promotor de la educación, comprometido con la Agenda 2030 para la integración, accesibilidad, inclusión, diversidad y el diálogo	○ ○ ○ ○ ○
B3 - Consumo responsable y eficiente, comprometido con el medio ambiente	○ ○ ○ ○ ○
<b>C - Vanguardia de la innovación y la tecnología</b>	
C1 - Líder en modernización del modelo museístico	○ ○ ○ ○ ○
C2 - Liderando la transformación digital	○ ○ ○ ○ ○
C3 - Permitiendo la innovación en contenidos y experiencias	○ ○ ○

31 de diciembre de 2023

**D - Mejora de ingresos**

- D1 - Orientación al público/Mercados/Marketing ○○○○○○
- D2 - Potenciando la comunicación ○○○○○○
- D3 - Creando la unidad de captación de fondos ○○○○○●

**E - Eficiencia y reducción de costes**

- E1 - Estructura organizativa optimizada ○○○○○○
- E2 - Procedimientos y automatización ○○○○○○

**F - Conservación colección permanente, exposiciones temporales y comunicación**

- F1 - Garantizando el estado de la colección ○○○○○○
- F2 - Optimizando la difusión de actividades y la comunicación corporativa ○○○○○○

31 de diciembre de 2023

Líneas directrices	Indicador	Cumplimiento (5 O = 100% y 6 O= por encima del 100%)	
A 1- . Servicio público	N.º de actividades realizadas	6 O	Se han realizado más actividades de las que estaban previstas.
A 2- . Con impacto económico positivo en la sociedad	PIB generado por el Museo en Madrid	6 O	La aportación al PIB de la CAM ha sido un 40% superior a la previsión.
A.3. Con una gobernanza ética	Portal de Transparencia totalmente actualizado	5 O	Actualizado puntualmente.
B 1- . Estructurador, transmisor de valores	Actividades educativas realizadas Actividades Programa de Amigos	6 O	Se han realizado más actividades de las previstas
B 2- . Promotor de la educación, comprometido con la Agenda 2030 para la integración, accesibilidad, inclusión, diversidad y el diálogo	Mantener certificados de accesibilidad, gestión de emergencias, calidad turística y EFR. ODS Agenda 2030.  Premios y menciones.	5 O	Se ha conseguido el certificado Q de calidad turística y se han mantenido los otros 3 certificados.  Se han recibido 44 premios y menciones. No se marcó ningún objetivo.
B 3- . Consumo responsable y eficiente, comprometido con el medio ambiente	Huella de carbono (Kg) Gasóleo (l) Electricidad (Kwh) Agua (l)  Packaging sostenible. Eliminación de plásticos y potenciación de materiales reciclados.	5 O	Consumos energéticos por debajo de la previsión  98% proveedores entregan sin plásticos
C 1- . Líder en modernización del modelo museístico	Proyectos: Redefinir Cuadro de Mando Crear unidad de información Desarrollo del Open Data / linked data (A) Despliegue solución atención al visitante	5 O	Proyectos realizados excepto el (A) que estaba previsto para 2023 se realizará en 2024 porque no se recibieron los Fondos de la Unión Europea con los que se iba a financiar.

31 de diciembre de 2023

C 2- . Liderando la transformación digital	Proyectos: Mejora puestos de trabajo Herramientas trabajo colaborativo Renovación centro de datos Mejora seguridad informática	5 O	Se han realizado los proyectos previstos
C 3- . Permitiendo la innovación en contenidos y experiencia	Proyectos realizados:	3 O	Finalizados 2 y 4 se iniciarán en 2024.
	Nuevo Museothyssen.org		Estaban previstos para 2023, pero se realizarán en 2024 porque finalmente no se recibieron los Fondos de la Unión Europea con los que se iban a financiar.
	Nuevo Educathyssen.org		
	Nueva Tienda on line		
	Proyecto cartelería digital		
	Sistema Gestión de Colección y exposiciones		90%
	Proyecto gestión de activos digitales		90%
D 1- . Orientación al público / mercados / Plan de Marketing	N.º visitantes	5 O	Se ha superado en un 4% la cifra de visitantes estimada para todo el plan.
D 2- . Potenciando la comunicación	Proyectos: Plan de Comunicación Traspaso de gestión de la publicidad al área de Marketing y Desarrollo estratégico Profesionalizar y externalizar plan de acción en redes sociales	5 O	Se han realizado todos los proyectos previstos
D 3- . Creando la unidad de captación de fondos	Ingresos totales por Patrocinios (monetario + especie)	6 O	Se ha superado en un 49% el objetivo fijado de ingresos por patrocinio.

FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN-BORNEMISZA, F.S.P.

PLAN ESTRATÉGICO 2019-23. INFORME DE OBJETIVOS Y RESULTADOS

31 de diciembre de 2023

E 1- . Estructura organizativa optimizada	Sist. Gestión: ERP, contratación flujos de trabajo, Gestión documental. Certificación Esquema Nacional De Seguridad	5 O	Se han realizado todos los proyectos previstos
E 2- . Procedimientos y automatización	Proyectos de Administración sin papeles y aplicación punto de venta de tienda	5 O	Se han realizado todos los proyectos previstos
F 1- . Garantizando el estado de la colección	Sistema de Gestión de Colección y Exposiciones Temporales	5 O	Se han realizado todos los proyectos previstos
F 2- . Optimizando la difusión de actividades y la comunicación corporativa	Proyecto: Desarrollo de la comunicación corporativa.	5 O	Se han realizado todos los proyectos previstos

FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN-BORNEMISZA, F.S.P.

PLAN ESTRATÉGICO 2019-23. INFORME DE OBJETIVOS Y RESULTADOS

31 de diciembre de 2023

SEGUIMIENTO DEL PLAN PLAN ESTRATÉGICO 2019-23				Año											% real / previsto
Líneas directrices	Objetivo	Indicador	Tipo de indicador	2019 real	2019 previsto	2020 real	2020 previsto	2021 real	2021 previsto	2022 real	2022 previsto	2023 real	2023 previsto		
<b>A. Concepto de museo nacional y público</b>															
A 1 - Servicio público	Exposiciones: 3 en salas de planta baja y 2 en salas Moneo	Nº de actividades realizadas	Número	34	19	26	28	30	26	36	26	54	26	208%	
		Exposiciones:		13	5	5	9	10	10	13	10	10	10	100%	
		Recorridos:		8	8	6	6	6	6	10	6	20	6	333%	
		Conferencias, cine, otras actividades:		13	6	15	11	14	10	13	10	24	10	240%	
A 2 - Con impacto económico positivo en la sociedad	2.251.580.450€ para todo el plan (a)	PIB generado por el Museo en Madrid	Número	629.294.181	407.427.756	161.981.241	458.331.344	355.586.346	469.916.372	675.311.934	447.244.570	657.024.961	468.619.644	140%	
	Aportación del PIB del Museo al PIB de la CAM	Variación Año n / n-1		+ 0,23%		+ 0,07%		+ 0,09%		+ 0,13%		- 0,10%		-	
A.3. Con una gobernanza ética	Gestión eficiente y transparente	Portal de Transparencia totalmente actualizado	Si/No	Si- 31/07/2019	31/07/2019	Si- 31/07/2020	31/07/2020	Si-31/07/2021	31/07/2021	31/07/2022	31/07/2022	31/07/2023	31/07/2023	100%	
<b>B. Carácter social</b>															
B 1 - Estructurador, transmisor de valores	92 actividades previstas para todo el plan	Actividades educativas realizadas	Número	64	64	88	88	48	48	97	48	126	48	263%	
		Actividades Programa de Amigos	Número	32	32	17	17	33	33	49	33	58	33	176%	
B 2 - Promotor de la educación, comprometido con la Agenda 2030 para la integración, accesibilidad, inclusión, diversidad y el diálogo	Mantenimiento de certificado de accesibilidad UNE 170001-2, certificado de gestión de emergencias ISO 22020 y consecución del certificado de calidad turística UNE 302002. ODS Agenda 2030. Certificado EFR	Mantener certificados. ODS Agenda 2030.	Número	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	100%	
		Premios y menciones. Nota B2	Número	3		4		9		11		6		-	
B 3 - Consumo responsable y eficiente, comprometido con el medio ambiente	Consumos medios, por visitante, estimados para todo el plan: Gasóleo: 0,10 l. Electricidad: 4 Kwh. Agua: 0,02 m3.	Consumos eficientes,..	Número - Si/No	Si		Si		Si		Si		Si			
		Emissiones CO2 (Kg) / visitante		2,750	2,975	6,712	3,909	3,6883	3,9092	1,5542	3,9966	1,7100	3,6773	-53%	
		Gasóleo (l)		0,08	0,10	0,25	0,10	0,15	0,10	0,08	0,10	0,10	0,10	0%	
		Electricidad (Kwh)		3,33	4,00	9,15	4,00	4,97	4,00	3,13	4,00	3,22	4,00	-20%	
		Agua (l)		0,040	0,020	0,030	0,020	0,020	0,020	0,01	0,020	0,01	0,020	-50%	
		Visitantes		1.024.872	900.258	341.008	1.017.473	671.098	1.021.015	1.073.183	1.031.015	1.017.684	1.020.178	0%	
	Packaging sostenible. Renovación de los productos de tienda y embalajes por materiales más sostenibles. Ver nota B.3.1.	Eliminación de plásticos y potenciación de materiales reciclados.	Si/No/(%)	Si	Si	90% proveedores entregan sin plásticos	Si	90% proveedores entregan sin plásticos	Si	98% proveedores entregan sin plásticos	Si	98% proveedores entregan sin plásticos	Si		
<b>C. Vanguardia de la innovación y la tecnología</b>															
C 1 - Líder en modernización del modelo museístico	Los proyectos previstos serán: redefinir el Cuadro de Mando, crear una unidad de información, desarrollo del Open Data/linked data en Museothyszen.org, proyecto de cartelería digital, desplegar solución de atención al visitante en el Museo.	Proyectos realizados	Si/No/(%)												
		Redefinir Cuadro de Mando				Ajudicado el concurso		Si	Desarrollar proyecto	100%	100%			100%	
		Crear unidad de información												100%	
		Desarrollo del Open Data / linked data												Retraso por Fondos EU -	
		Cartelería digital												Retraso por Fondos EU -	
		Despliegue solución atención al visitante		50%	X	100%	X							100%	
C 2 - Liderando la transformación digital	Entre otros proyectos se mejorará la eficiencia de los puestos de trabajo mediante la implantación de tecnología. Se implantarán herramientas colaborativas de gestión de proyectos, se renovará el centro de datos (transición a la nube), mejora de seguridad informática.	Proyectos realizados	Si/No/(%)												
		Mejora puestos de trabajo				NO	X	Si	X					100%	
		Herramientas trabajo colaborativo				X	X	75%	X	100%				100%	
		Renovación centro de datos						X	X					100%	
		Mejora seguridad informática		70%	70%	20%	20%	100%	10%	No	X	100%	X	100%	
C 3 - Permitiendo la innovación en contenidos y experiencia	Se realizarán los siguientes proyectos: nuevos sitios web para Museothyszen.org, Educatihyszen.org y Tienda online, proyecto de cartelería digital, implantación de sistema de Gestión de la Colección y Exposiciones Temporales y proyecto de gestión de Activos Digitales.	Proyectos realizados	Si/No/(%)												
		Nuevo Museothyszen.org												Retraso por Fondos EU -	
		Nuevo Educatihyszen.org												Retraso por Fondos EU -	
		Nueva Tienda on line												Retraso por Fondos EU -	
		Proyecto cartelería digital												Retraso por Fondos EU -	
		Sistema Gestión de Col. Y Expos.						25%	X	45%	X	90%	-	En proceso	
		Proyecto gestión de activos digitales								70%	X	90%	-	En proceso	
<b>D. Mejora de ingresos</b>															
D 1 - Orientación al público / mercados / Plan de Marketing	4.995.258 para todo el plan	Nº visitantes	Número	1.024.872	900.258	341.008	1.017.473	671.098	1.021.015	1.073.183	1.031.015	1.017.684	1.020.178	100%	
D 2 - Potenciando la comunicación	Dentro del Plan de Comunicación del Plan estratégico 2019-2023, cuya elaboración se debe producir en el horizonte del plan, se incluirán proyectos para la consecución de estos objetivos.	Proyectos realizados		33%	33%										
		Plan de Comunicación				No	X	No	X	100%	-			100%	
		Traspaso de gestión de la publicidad al área de Marketing y Desarrollo estratégico		100%	X									100%	
		Profesionalizar y externalizar plan de acción en redes sociales				No	X	No	X	100%	-			100%	

FUNDACIÓN COLECCIÓN THYSSEN-BORNEMISZA, F.S.P.

PLAN ESTRATÉGICO 2019-23. INFORME DE OBJETIVOS Y RESULTADOS

31 de diciembre de 2023

SEGUIMIENTO DEL PLAN PLAN ESTRATÉGICO 2019-23				Año											% real / previsto
Líneas directrices	Objetivo	Indicador	Tipo de indicador	2019 real	2019 previsto	2020 real	2020 previsto	2021 real	2021 previsto	2022 real	2022 previsto	2023 real	2023 previsto		
D 3 - Creando la unidad de captación de fondos	Conseguir objetivo de ingresos: 6.764.845€	Ingresos totales por Patrocinios (monetario+especie)	N Numérico	1.762.677 €	1.346.873 €	1.322.802	2.071.265	1.566.992	1.303.398	1.691.917	1.319.000	2.072.066	1.546.774	134%	
<b>E. Eficiencia y reducción de costes</b>															
E 1 - Estructura organizativa optimizada	Sistema de Gestión Empresarial (ERP, Contratación, Flujos de Trabajo, Gestión Documental) y Certificación Esquema Nacional De Seguridad	Proyectos realizados	Si/No											-	
		Sist. Gestión: ERP, contratación flujos...		Lanzado concurso		Adjudicado e iniciada consultor		Análisis y definición		100%	Explotación			-	100%
		Certificación Esquema Nacional De Seguridad				No	X	No	X	100%				-	100%
E 2 - Procedimientos y automatización	Proyectos de Administración sin papeles y aplicación punto de venta de tienda	Proyectos realizados	Si/No			Adjudicado e iniciada consultor		Consultoría		100%				-	100%
<b>F. Conservación colección permanente, exposiciones temporales y comunicación</b>															
F 1 - Garantizando el estado de la colección	Sistema de Gestión de Colección y Exposiciones Temporales	Proyectos realizados	Si/No							Iniciada consultoría	70%		90%	-	En proceso
F 2 - Optimizando la difusión de actividades y la comunicación corporativa	Dentro del Plan de Comunicación del Plan estratégico 2019-2023, cuya elaboración se debe producir en el horizonte del plan, se incluirán proyectos para la consecución de estos objetivos.	Proyectos realizados	Si/No												
		Desarrollo de la comunicación corporativa. Acciones de comunicación corporativa		15	-	X	X	11	-	13	-	21	-	100%	

(a) Modelo de impacto económico basado en la Matriz Inversa de Leontief con datos de: Distribución del gasto del turista: INE, encuesta EGATUR (ene-jun 2018); presión fiscal en España: Eurostat, www.epdata.es y gasto del turista Madrid: Vademecum Turístico. Madrid Destino (dic 2022).

**(b) INDICADOR B2**

**PREMIOS 2023**

El programa de exposiciones del año pasado (*Picasso/Chanel, Alex Katz y Ragnar Kjartansson. Paisajes emocionales*) ha llevado al museo a ocupar el tercer puesto de "Lo mejor de la cultura 2022", ranking elaborado cada año por la **Fundación Contemporánea**.

**Premio Nacional de Discapacidad Reina Letizia:** El programa *Educación y acción social* del Área de Educación ha recibido el Premio Nacional de Discapacidad Reina Letizia 2022 en la categoría de "Cultura inclusiva"

**Premios ADG Laus 2023:** Los docuwebs *Cartas de amor a las ciudades* y *Volver a la naturaleza*, realizados por el Área de Educación en colaboración con la Fundación BBVA, han recibido el LAUS Plata y LAUS Bronce, respectivamente, en la edición de 2023 de los premios de diseño gráfico y comunicación audiovisual otorgados por la Asociación de Directores de

**Remarkable Venue Awards 2023, de Tiqets:** -Recinto más Destacado (*Most Remarkable Venue*)

La exposición *En el ojo del huracán. Vanguardia en Ucrania, 1900-1930*, premiada como la mejor del año por la revista *Apollo*

La revista *El Cultural* ha elegido *Maestras* como la mejor exposición de 2023.

**Nota B.2:**

Certificado de accesibilidad UNE 170001-2.

Gestión de emergencias ISO 22320

Certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable).

Q Calidad Turística UNE 302002 UNE 170001-2.

**Nota B.2.1.: Sostenibilidad**

En 2023 se continúa con el proceso de renovación tanto de los productos de la Tienda como del embalaje para ir sustituyendo y racionalizando el uso de plásticos y, cuando resulta posible reemplazando por materiales más sostenibles. Este proceso engloba desde el material de embalaje básico, como bolsos, sobres... que, aunque ya era de papel se han iniciado el proceso de cambiarlo por papel reciclado y ecológico con certificaciones garantizando su sostenibilidad. Se están cambiando muchos de los materiales plásticos que envuelven a los artículos, cambiando los envoltorios de plástico por fajas o cartones de papel reciclado. Actualmente el 100 % de nuestros proveedores entregan los artículos sin plásticos, ha sido un proceso lento, pero se ha conseguido a final de este año 2023.