

Plan de Actuación 2017



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.

En este próximo año se cumplirá el sexto aniversario desde que el 24 de Marzo de 2011 abriera al público el Museo Carmen Thyssen Málaga y 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 2017.

2. PLAN DE ACTUACIÓN 2017.

De conformidad con los fines estatutarios, para el próximo 2017, 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 sumará una de pequeño formato bajo el concepto de exposiciones de contexto o de gabinete.

En un segundo orden se activarán otras iniciativas dirigidas a continuar con la recuperación del yacimiento arqueológico (en la colaboración con el Ayuntamiento de Málaga), la revisión de los recorridos y usos del museo.

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 ilusión del Lejano Oeste*
- III. Exposición Temporal *La apariencia de lo real* (título provisional).
- IV. Exposición Temporal *Juan Gris, María Blanchard y la segunda generación cubista* (título provisional).
- V. Exposición de Contexto *Grabados japoneses*.
- VI. Programa Educativo.
- VII. Plan de Promoción y Comunicación.

ACTIVIDAD MERCANTIL

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

ACTIVIDAD PROPIA

I. EXHIBICIÓN DE LA COLECCIÓN PERMANENTE

La Fundación continúa con la exhibición, conservación y difusión de la Colección Carmen Thyssen-Bornemisza, que muestra el desarrollo de los géneros que protagonizaron la pintura española del siglo XIX, con especial atención a la pintura andaluza. 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 2016-2017: LA ILUSIÓN DEL LEJANO OESTE NOVIEMBRE DE 2016 – MARZO DE 2017

A través de más de un centenar de piezas, que incluye pinturas, grabados, esculturas, mapas y objetos antropológicos, esta exposición presenta un apasionante recorrido por una temática apenas conocida en España, mostrando la mirada que los artistas del siglo XIX dirigieron al Oeste estadounidense, hacia sus paisajes, desconocidos y exóticos, y hacia las formas de vida y costumbres de las tribus indias, que la colonización modificaría irreversiblemente.



Su forma de reflejar estos asuntos, desde una visión romántica del paisaje y desde el tópico cultural, contribuyó a crear el mito de un territorio salvaje, paradisíaco y peligroso: una «ilusión» del Lejano Oeste de las culturas indias, que en estos

Museo Carmen Thyssen Málaga

artistas y en la literatura se abordó casi siempre con respeto, admiración y entusiasmo, y que se ha perpetuado hasta hoy en la cultura popular.

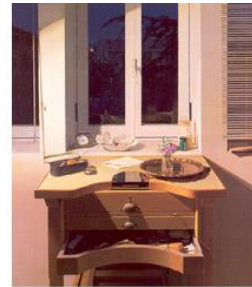
Paisajes de George Catlin, Albert Bierstadt o Henry Lewis, escenas de vida india, como las realizadas por Karl Bodmer para sus *Travels in the Interior of North America*, objetos antropológicos originales de varias tribus y diversa documentación trazan este panorama que se completa con varios libros-caja del artista Miguel Ángel Blanco, comisario de la exposición, pertenecientes a su proyecto la Biblioteca del Bosque, y que en este caso rinden homenaje a las tierras y pueblos del Oeste.

Esta exposición, procedente del Museo Thyssen-Bornemisza y del Espai Carmen Thyssen de Sant Feliu de Guíxols, completará su discurso en el Museo Carmen Thyssen Málaga con una sección dedicada a los bandoleros, entablando así un paralelismo entre este mundo de forajidos característico del tópico romántico andaluz, presente en la colección permanente del Museo, y los mitos del Lejano Oeste.

III. EXPOSICIÓN TEMPORAL 2017: LA APARIENCIA DE LO REAL (título provisional). ABRIL DE 2017- SEPTIEMBRE DE 2017

Los diversos períodos realistas de la Historia del Arte buscaron, desde distintas ópticas, el mismo objetivo: registrar la apariencia cambiante y fugaz de lo real, un desafío técnico de trabajo con la luz y el espacio para lograr pintar del modo más verídico la realidad vista.

Este reto persigue una "trampa ante el ojo" (el trampantojo o trompe l'oeil), el fingimiento de objetos y espacios tridimensionales sobre la superficie bidimensional del cuadro, basado en las normas de la óptica y la perspectiva. Y trata, asimismo, de superar los límites e intenciones habituales de la pintura en su aspiración de captar lo verdadero, en tanto que busca el desconcierto y sorpresa del observador, engañar su percepción y sus sentidos, llevándole en un momento dado a tomar por real lo meramente pintado.



Más de 50 obras, entre naturalezas muertas, figuras, interiores y vistas urbanas, presentarán al espectador un recorrido por este fascinante juego de simulaciones, apariencias y realidades, confrontando maestros antiguos y modernos. Así, pintores holandeses y españoles de los siglos XVII y XVIII dialogarán con realistas contemporáneos: los de la generación de Antonio López, Francisco López Hernández, María Moreno, Amalia Avia e Isabel Quintanilla, y otros como Claudio Bravo, Eduardo Naranjo, César Galicia, Gerardo Pita, Manuel Franquelo, etc.

A través de ellos se mostrarán mesas y repisas cubiertas de objetos que se convierten en retos para la mirada, tangibles y llenos de magistrales reproducciones de texturas; figuras que hacen dudar sobre la naturaleza pictórica o fotográfica de lo representado y sobre los límites del cuadro; y vistas y paisajes que con su verismo atmosférico y espacial invaden el lugar real desde el que los contempla el espectador.

IV. EXPOSICIÓN TEMPORAL 2017-2018: JUAN GRIS, MARÍA BLANCHARD Y LA SEGUNDA GENERACIÓN CUBISTA (título provisional) OCTUBRE DE 2017 –FEBRERO DE 2018

Este proyecto expositivo abordará una nueva aproximación a Juan Gris (1887-1927), una de las figuras claves del cubismo, poniendo en relación la producción de sus años de madurez, entre 1916 y 1920, con la obra cubista de la pintora santanderina María Blanchard (1889-1932), con quien tuvo estrecha amistad y en quien influyó poderosamente, así como con otros artistas contemporáneos con los que ambos mantuvieron sintonía creativa: los pintores Jean Metzinger, Albert Gleizes y André Lhote, el escultor Jacques Lipchitz, o el poeta chileno Vicente Huidobro.



Juan Gris enlazó con la estética cubista de Picasso y Braque a comienzos de la década de 1910, en París, y a ella aportó un estilo personal e independiente. Optó siempre por el color y sus composiciones nacían, según él mismo explicó en sus escritos, de un «método deductivo» de creación, en el que parte de estructuras abstractas para llegar a objetos reales. Su propia obra evoluciona desde un cubismo analítico de formas facetadas y perspectivas cambiantes, a un estilo sintético, de planos superpuestos de color y textura, que será el de su madurez.

Si Gris se mantuvo dentro de la estética del cubismo durante la mayor parte de su carrera, la producción de Blanchard en este contexto está limitada a una breve etapa en su trayectoria, entre 1916 y 1919. Supone, sin embargo, el momento álgido de su obra, en el que realizó sus mejores y más hermosas obras. La valoración de lo plástico, la síntesis de la forma y, como en Juan Gris, el uso del color, serán sus aportaciones más importantes al cubismo. En esos años Blanchard comparte amistad, ideas e inquietudes artísticas con grandes figuras de este movimiento, y sobre todo con el pintor madrileño.

En torno a Juan Gris se configura pues una segunda generación cubista, en los años finales de la década de 1910, de la que Blanchard es figura capital. Este grupo tuvo su epicentro en 1918 en la casa de Juan y Josette Gris en Beaulieu, por la que pasaron Blanchard, Metzinger, Lipchitz y Huidobro, y en la que se creó una suerte de laboratorio de reflexión colectiva sobre el cubismo de enorme transcendencia tanto para la pintura como para la poesía moderna.

V. EXPOSICIÓN DE CONTEXTO 2017: GRABADOS JAPONESES. ENERO 2017-ABRIL 2017

Esta exposición propone descubrir una de las colecciones de grabados y objetos de arte japonés más interesantes de España, de la que fue propietario el dilettante José Palacio (1875-1952) y que pertenece al Museo de Bellas Artes de Bilbao desde 1953-1954.

Se trata de un arte inédito aún en el panorama expositivo de Málaga, que ejemplificará un tipo de coleccionismo exclusivo y selecto en su tiempo. Palacio, dotado de un gusto refinado y una gran exigencia de calidad, adquirió en París, en las décadas de 1920 y 1930, numerosas xilografías ukiyo-e (literalmente, «pintura del mundo flotante») que reflejan su evolución –sobre todo en su Edad de Oro (últimas décadas del XVIII y primeras del XIX)- , y reúnen a sus artistas y temas principales, constituyendo una de las partes más destacadas de su amplia colección de objetos artísticos orientales.



Asimismo, la creación de esta colección es contemporánea a la fascinación por lo japonés en la Europa de mediados del siglo XIX, gracias a la llegada de este tipo de grabados que dio lugar al llamado japonismo. Es un fenómeno no sólo de coleccionismo, sino también de influencia de las estampas japonesas y su particular lenguaje y composición en grandes artistas europeos (Manet, Degas, Monet, Lautrec, Van Gogh, Vuillard, etc.), que lo incorporaron a sus obras como una fuente de renovación y modernidad.

La selección de piezas de la exposición reunirá 24 grabados ukiyo-e, que cubren todo el arco cronológico abarcado por la colección (principios s. XVIII-mediados del XIX) y una veintena de objetos de arte japonés.

VI. PROGRAMA EDUCATIVO 2016-2017

El Programa Educativo del Museo Carmen Thyssen Málaga, que entiende el Museo como lugar de encuentro social e intercambio de experiencias y conocimiento, tiene en el **Área de Educación** y en su intervención desde la pedagogía crítica, el instrumento adecuado para canalizar y enriquecer la experiencia museística de los participantes.

La transversalidad de nuestros contenidos y la utilización de nuevas herramientas tecnológicas incorporadas a la educación, son elementos clave para la orientación de nuestros programas.

El Programa Educativo 2016-2017 agrupa las actividades en tres grandes secciones con sus diferentes apartados:

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

La primera está dirigida a los **CENTROS EDUCATIVOS Y SOCIALES** y abarca todos los niveles de educación formal: Infantil, Primaria, Secundaria, Universidad, así como encuentros con profesores y educadores.

Las actividades de los diferentes programas para centros educativos y sociales están destinadas a expandir y diversificar los contenidos del currículo en los diferentes ciclos de la educación reglada.

El Programa social, de apoyo a las personas en riesgo de exclusión o con diversidad funcional ofrece recursos específicos a las Asociaciones, Centros Sociales y Centros Ocupacionales.



Un año más, desarrollamos el proyecto en colaboración con la Unidad de Salud Mental del Hospital Carlos Haya de Málaga llamado "Correspondencias", en el que un nuevo grupo de diez personas participarán en un programa de intercambio de experiencias que transcurre a lo largo de doce sesiones.

Además, el desarrollo del apartado **social** que de nuevo diferencia al Programa educativo del MCTM, da lugar al acuerdo de colaboración firmado con La Fundación Bancaria *La Caixa* por segundo año consecutivo. Junto con los objetivos específicos de cada actividad, tenemos la meta de trabajar transversalmente el desarrollo de la autoestima personal, la capacitación para el diálogo y la tolerancia, la coeducación e igualdad de géneros, la autorregulación emocional, el trabajo en comunidad y la expresión crítica.

Museo Carmen Thyssen Málaga

Para iniciar un proceso que nos acerque a tales logros, nos apoyamos en el paradigma de la Pedagogía Crítica al mismo tiempo que apostamos por una perspectiva integradora de los diferentes procedimientos según las necesidades de los programas y las personas a las que nos dirigimos.

Nos valemos de las dinámicas de preguntas abiertas para el análisis visual, del trabajo en pequeños grupos de discusión, de las comparaciones significativas, del aprendizaje autónomo a partir de la experiencia y de tantas otras herramientas que facilitan la participación dialógica y la problematización del conocimiento.



Nuestra manera de trabajar y nuestros proyectos, nos ha supuesto el reconocimiento por parte de la comunidad educativa, meta a la que seguiremos aspirando este nuevo año.

El segundo bloque **EN TIEMPO LIBRE** trata acciones educativas alternativas no formales basadas en la participación, el juego y la construcción de experiencias colectivas a partir de propuestas artísticas. Se incluyen actividades para bebés, niños/as y familias en sus diferentes apartados antes enumerados.



Por último, **CO-LABORATORIOS** es un espacio destinado a la reflexión crítica y a la experimentación en el que se incluyen las comunidades de aprendizaje de *EducaLab* y *Jóvenes MCTM*. También forman parte de este apartado la *Residencia de artista-educador* y los *Talleres de creación*.

EducaLab es un espacio abierto a la reflexión crítica sobre la educación dentro y más allá de las instituciones culturales así como a la generación creativa de nuevas prácticas educativas y a la creación de redes de investigación sobre educación en museos y centros de arte: pedagogías, metodologías, profesionales, alumnos/as, participantes de la comunidad educativa, historia, contenidos, contextos, experiencias, etc.



El colectivo de **Jóvenes MCTM**, que atesora ya un recorrido de tres años e inicia ahora su cuarta edición, propone a los jóvenes participar de una manera continuada en la vida del Museo con el fin de, desde una estrecha colaboración con los agentes de la institución, desarrollar proyectos críticos y creativos así como actividades destinadas a otros públicos.

Para la 3ª edición de la **Residencia de artista MCTM. Joven artista educador** queremos favorecer esa doble faceta del artista-educador ofreciendo esta residencia abierta a creadores de ámbito nacional o internacional que desarrollen sus trabajos desde cualquier disciplina artística con el objetivo de involucrar a los públicos en conceptos y procedimientos propios de la creación contemporánea.

Museo Carmen Thyssen Málaga

Un año más, los nuevos **Talleres de creación**, que ya cuentan con una reconocida trayectoria y nos han permitido dar a conocer al público malagueño la labor de artistas como *Los Torreznos*, implicarán al público joven en el trabajo de creadores de reconocido prestigio en las diferentes disciplinas artísticas.

Respecto a las herramientas y colaboraciones del Museo en el ámbito de su Programa Educativo, hay que recordar que una de las prioridades del Área de Educación del Museo Carmen Thyssen Málaga es poner a disposición de la diversidad de públicos los recursos educativos necesarios para una mejor comprensión de los contenidos que alberga el Museo.

El programa educativo del Museo Carmen Thyssen Málaga contará con la estrecha colaboración de instituciones educativas, culturales, asociaciones, fundaciones y empresas. En el apartado de educación reglada, contamos con la participación del Ayuntamiento de Málaga y la Diputación Provincial de Málaga, que hasta el momento se habían ocupado de un total de 50 y 100 grupos respectivamente de 25 participantes.

Dentro de la colaboración con entidades académicas, el Museo trabaja con la UMA y la UNIA en la elaboración de programas con reconocimiento académico para el mutuo enriquecimiento. Se ofrecerán ciclos de conferencias y actividades a partir de la Colección y de las exposiciones temporales, promoviendo el acercamiento de los estudiantes a la experiencia museística.



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, el Museo elabora sus acciones de promoción, comunicación y Multimedia. Estas acciones se extienden sobre la finalidad de divulgar y promover el conjunto de actividades que el museo propone a la sociedad, abriendo la posibilidad de captar nuevos públicos para el Museo. Especial importancia toman en ello el Entorno Thyssen, el programa de amigos del museo, los canales sociales, comunidades digitales, etc. como herramientas de difusión.

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.



Asimismo, el **Programa de Amigos del Museo** es una herramienta tanto de fidelización como de micro patrocinio del Museo. A lo largo de 2017, planteamos un

Museo CarmenThyssen Málaga

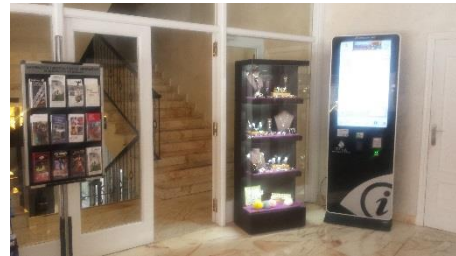
crecimiento moderado del programa, centrándonos en la captación de nuevas Empresas y Corporaciones.



Seguimos orientados 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 estando presente con folletos en sus recepciones y habitaciones.



Por otro lado, y 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.



información.

La página web cuenta con una nueva plataforma e imagen, más actual, intuitiva y con contenido inédito para incrementar sus flujos de

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.

Para cada exposición temporal se coordina la preparación y ejecución de videos y visitas virtuales, que posteriormente son incrustados en la página web, y difundidos en las redes sociales, consiguiendo así que todos los recursos disponibles estén en permanente conexión entre ellos.

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.

Museo CarmenThyssen Málaga

Amigos del Museo | Visto de entradas |  

EN ES 

VISTA COLECCIÓN EXPOSICIONES EDUCACIÓN ACTIVIDADES MULTIMEDIA LA FUNDACIÓN PRENSA

TENDA



COLECCIÓN



Playa de Estepona con la vista del Corrida de toros. Picador herido

Museo CarmenThyssen Málaga

La **app móvil** sigue siendo otra de las herramientas utilizadas disponible para el momento de la visita al Museo.

ACTIVIDAD MERCANTIL

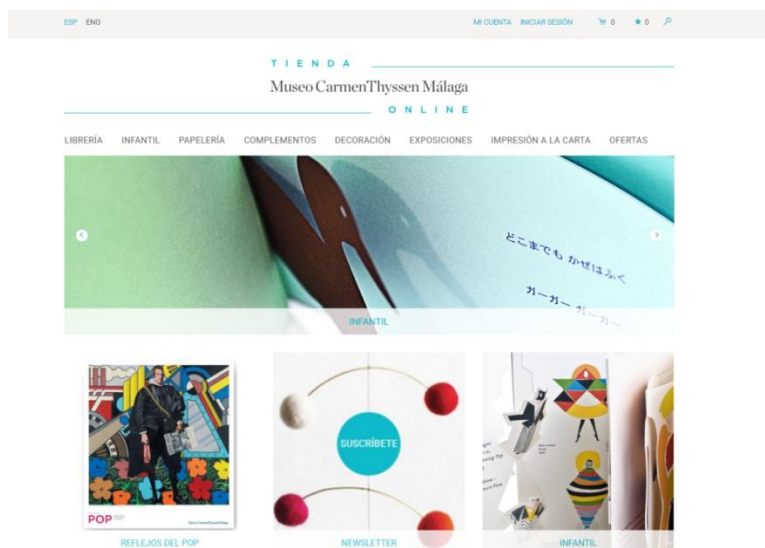
VIII.- EXPLOTACIÓN DE LA TIENDA-LIBRERÍA.

Para 2017 el Área de Tienda intentará mantener un crecimiento estable de los ingresos apoyándose en el refuerzo de la oferta de productos en la tienda del Museo, así como en la explotación de la tienda online.

Tras la publicación de la tienda online a principios del verano de 2016, a partir de septiembre de este mismo año, comienza la campaña de promoción y publicidad de la misma. Para ello utilizaremos todas las herramientas de marketing disponibles apoyándonos en la creación de una imagen distintiva del servicio, asociada a la exclusividad.

Una de las primeras medidas será incentivar la presencia de la tienda en redes sociales. A partir de septiembre 2016 comenzamos a realizar campañas de publicidad pagada en Facebook, apoyándonos en el boletín del Museo y el específico de la tienda online. Todas estas campañas se intensificarán en 2017, realizando una programación de las mismas.

También contaremos con la colaboración de los proveedores de librería que realizarán apoyos puntuales a nuestras campañas. Así mismo, proponemos reforzar la presencia en redes, abriendo nuevos perfiles en canales alternativos a Facebook como Instagram o Pinterest así como reforzar el apoyo de las páginas oficiales del Museo. Consideramos que la difusión de la tienda online, aun tratándose de una explotación comercial, debe ser coherente con la imagen de la Fundación, de la web del Museo y con la del mismo servicio de Tienda.



Contamos con la ventaja de gestionar una marca de prestigio, Thyssen, pero con independencia de ello, consideramos necesaria la inversión económica en redes sociales para poder optimizar al máximo la presencia de nuestro producto en internet. Desde el área de tienda se continuará trabajando para seguir diferenciando la oferta tanto de productos como de libros respecto al del resto de tiendas institucionales de la ciudad.

Museo Carmen Thyssen Málaga

El incremento de la oferta museística en la ciudad supuso la apertura de más "tiendas de museo" con lo que nos hemos enfrentado con una nueva competencia que se une a la ya existente de tiendas de souvenir. Consideramos que ahora, más que nunca, la planificación de compras debe estar enfocada a la diferenciación de nuestra oferta respecto a la de otras instituciones.

Las librerías de otras instituciones tienen un marcado carácter de cadena (LAIE) o de librería especializada en un único tema (Librería Museo Picasso Málaga). En cuanto a la librería mantener el fondo de inglés y español de libros de arte, ensayo, infantiles, estilo de vida...cuya rotación se podrá incrementar a través de la venta por tienda online.

Seguiremos apostando por la producción exclusiva marca Museo Carmen Thyssen Málaga. No solo en el producto de papelería y merchandising tradicional. Planteamos para 2017 la producción de una pequeña línea de menaje fabricada artesanalmente en España con bajos costes que nos permita ofrecer precios competitivos.

En cuanto al producto de mercado, seguiremos manteniendo unos estrictos estándares de calidad. Continuaremos trabajando con empresas que abogan por el desarrollo sostenible y la responsabilidad social. Materiales ecológicos, producción km 0 y productos realizados con la colaboración de empresas que aplican los principios de comercio justo. Esto supone un incremento en el coste y el precio final al público.

La tienda depende de la planificación del área de conservación y exposiciones temporales. Seguiremos realizando productos relacionados con las muestras. La selección de productos se hará en función al perfil de la exposición. Dado que en las exposiciones temporales de 2017.

Por otro lado, una vez agotadas la edición en inglés de la guía del Museo, prevista para abril-mayo 2017, se plantea la puesta en marcha del proceso de diseño y producción de una serie de guías de la Colección en diferentes idiomas y darles un uso no solo como un complemento a la visita también como un elemento de difusión y promoción del Museo. Se tratará de una guía de visita en un formato más pequeño al actual, atractivo, barato y en más idiomas: castellano, inglés, francés, alemán y ruso.

Con este nuevo formato de guía se pretende captar esos nuevos perfiles de clientes que llegan a la ciudad atraídos por la creciente oferta cultural. Junto con las guías y como complemento a la oferta del Departamento de Educación, se propone la edición de un itinerario infantil que incluirá actividades para después de la visita. Esta guía, dadas sus características podría ser introducida en la red de distribución de las publicaciones del Museo.

En cuanto a la decoración de los escaparates de tienda, tras la buena experiencia que supuso la colaboración con motivo de la muestra Reflejos del Pop, proponemos mantener de forma estable la colaboración con la Escuela de Arte San Telmo.

IX.- 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.

3. CALENDARIO DE APERTURA 2017

Habiendo analizado el calendario 2017, y con el objetivo de incrementar al atractivo del Museo hacia el visitante, creemos conveniente para el funcionamiento ordinario, aplicar el siguiente calendario de apertura:

| | |
|---|-----------------------------|
| De Martes a Domingo: | de 10h. a 20h. |
| Lunes, cerrado, excepto los siguientes: | |
| Lunes 2 de Enero. | Festivo nacional. |
| Lunes 27 de Febrero. | Puente del día de Andalucía |
| Lunes 10 de Abril. | Lunes santo. |
| Lunes 1 de Mayo | Festivo nacional. |
| 24 y 31 de Diciembre: | de 10h. a 15h. |
| 1 de Enero y 25 de Diciembre: | cerrado |

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 2017

El Presupuesto se elabora con una previsión de **162.000 visitas** al Museo, lo que supone un incremento del 3,2 % respecto a la previsión del año 2016, con un resultado de equilibrio entre ingresos y gastos. Seguidamente detallaremos cada una de las cuentas atendiendo al criterio contable que le aplica a la Fundación.

3.1. Presupuesto de Ingresos:

Según la previsión, los Ingresos en 2017 alcanzarán la cifra de 3.330.862 euros, un 1,83% más sobre la previsión de ingresos de 2016.

| Concepto Ingreso | Presupuesto 2017 | Presupuesto 2016 | % |
|--|--------------------|--------------------|----------------|
| Ventas de Productos terminados | 330.000 € | 312.000 € | ● 5,77% |
| Prestaciones de servicios | 45.000 € | 45.000 € | ● 0,00% |
| Cuotas de asociados y afiliados | 118.000 € | 85.700 € | ● 37,69% |
| Cuotas de usuarios | 577.000 € | 589.100 € | ● -2,05% |
| Ingresos de patrocinadores y colaboradores | 100.000 € | 80.000 € | ● 25,00% |
| Subvenciones de Explotación | 2.100.000 € | 2.100.000 € | ● 0,00% |
| Subvenciones de Capital aplicadas a resultados | 45.862 € | 46.781 € | ● -1,97% |
| Ingresos por arrendamientos y otros ingresos | 15.000 € | 12.500 € | ● 20,00% |
| Total | 3.330.862 € | 3.271.081 € | ● 1,83% |

3.1.1. Ventas de productos terminados.

En tienda prevemos unas ventas netas de **330.000 euros**, con una media de ingreso de 2,03 euros por visitante, se contempla un stock de productos con mayor rotación y margen que permita un incremento en los ingresos.

Incluimos como ventas en tienda, el 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.

3.1.2. Prestaciones de servicios.

El Palacio de Villalón dispone de una serie de espacios exclusivos para la celebración de eventos corporativos. A través de la disposición público de la Sala Noble, Auditorio, Patio de Columnas, etc., que son arrendadas por empresas para todo tipo de celebraciones (presentaciones , recepciones, etc..) , la Fundación rentabiliza estos espacios estableciéndose unos Ingresos aproximados de **45.000 euros** por esta actividad.

3.1.3. Cuotas de asociados y afiliados.

El Programa de Amigos del Museo, en sus tres variantes: individual, corporativo y empresa, prevé conseguir una captación de 240 amigos individuales, 63 establecimientos, 20 corporaciones y 25 empresas, hasta alcanzar la cifra de **118.000 euros**.

3.1.4. Cuotas de usuarios.

Con el establecimiento de la jornada de puertas abiertas de los domingos, se ha producido un incremento de visitas gratuitas que ha provocado una menor recaudación en taquilla.

Esta tendencia nos lleva a una previsión de **555.000 euros** de ingreso por ventas de taquilla por la visita al Museo tanto a la Colección Permanente como a las

exposiciones temporales, de contexto, así como a los diferentes programas culturales que generan ingresos.

También se incluyen los ingresos por venta de Audioguía, que es un complemento a las visitas del Museo. De igual forma, y en función del número de visitantes previsto, establecemos unos Ingresos de **22.000 euros** por este concepto.

3.1.5. Ingresos de patrocinadores y colaboraciones.

Para el próximo año nos establecemos el objetivo de alcanzar los **100.000 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.

3.1.6. 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 estimado para este ejercicio en **2.100.000 euros**, al igual que en ejercicios anteriores.

3.1.7. Subvenciones de capital.

Por otro lado, la Fundación recibió en la anualidad 2013 una subvención de capital destinada a cubrir la inversión asumida por el Museo en sustitución del Ayuntamiento para su puesta en funcionamiento. Esos **45.862 euros** se corresponden con la anualidad 2017 de la amortización de los activos subvencionados.

3.1.8. Ingresos por arrendamientos y 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, más una comisión sobre ventas, por lo que prevemos unos ingresos de aproximadamente **15.000 euros**.

3.2. Presupuesto de Gastos e Inversiones

El desglose del presupuesto de Gastos, lo haremos en función de la naturaleza del gasto o inversión.

3.2.1. Inversiones.

La Fundación no prevé realizar inversiones para la próxima anualidad al no contar con financiación específica para ello. Tan solo se incluye el crecimiento en el fondo bibliotecario del Museo con **1.000 euros**.

3.2.2. Compra de Mercadería y de bienes destinados a la venta.

Comprende los aprovisionamientos para la puesta a la venta en la tienda librería del Museo. Una vez descontadas la variación de existencias, el coste de las ventas de tienda se establece en **147.020 euros**.

3.2.3. IVA no deducible

Se trata de un sobrecoste derivado de la imposibilidad de deducir todo el IVA soportado en sus compras al estar sujeto a la regla de la prorrata. La Ley 37/1992 del IVA no permite la deducción total de las cuotas de IVA soportadas en la adquisición de bienes y servicios destinados a la realización de actividades exentas (Actividad Museística). Sólo permite la deducción de las cuotas de IVA soportadas en las adquisiciones destinadas a la realización de operaciones no exentas (Tienda y organización de Eventos, en nuestro caso). Dicho sobrecoste se estima en **223.067 euros**.

3.2.4. Arrendamientos y cánones

Comprende el alquiler de diversos elementos, (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 **54.541 euros anuales**. El crecimiento respecto a 2016 se corresponde por un lado por las tasas de préstamo y derechos de autor de las actividades expositivas, y por otro por el contrato de alquiler para dotar de wifi las salas del Museo.

3.2.5. Reparaciones y Conservación

Este apartado es de los que más ocupan dentro del presupuesto de la Fundación. Comprende todos los gastos de Mantenimiento, Seguridad y personal externo que presta sus servicios en el Museo.

a. Vigilancia y Seguridad

Comprende los gastos contratados a la de seguridad y vigilancia con un total de 6 puestos. El total asciende a 402.554 euros.

b. Personal Auxiliar

Se trata del personal directamente vinculado a la atención al visitante, tanto en información, taquillas, guardarropa, y sala. El presupuesto para se establece en 385.000 euros para un total de 13 puestos.

c. Limpieza

Para la conservación en las mejores condiciones, el presupuesto contratado a la empresa de limpieza alcanza la cifra de 100.000 euros para 2017, con un total de 6 personas en el servicio.

El resto de gastos que componen la partida, lo constituyen los gastos 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.

3.2.6. Asistencias Técnicas (Servicios de 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 **141.830 euros**, entre lo que destaca:

- a. Artistas y Conferenciantes vinculados a actividades educativas, culturales y académicas 23.400 euros.
- b. Asistencia técnica de Comunicación 24.000 euros.
- c. Conservación y restauración artística 21.400 euros
- d. Guías Artísticos de actividades expositivas 19.250 euros.
- e. Asistencia Jurídica, fiscal, laboral, y auditoría financiera 18.000 euros.
- f. Diseñadores gráficos, traductores y editores de material audiovisual. 16.770 euros
- g. Producciones audiovisuales, 11.060 euros

3.2.7. Transportes y Seguros

Lo componen los transportes necesarios para el traslado de obras de arte con motivo de la celebración de exposiciones temporales, especialmente la exposición de Juan Gris, cifra que asciende a **118.050 euros**.

En cuanto a los seguros, lo forman el seguro de la Colección Permanente, las distintas exposiciones temporales que se van a 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 total de los seguros asciende a **51.581 euros**.

3.2.8. Publicidad y promoción

Se trata de las actuaciones encaminadas a impulsar las visitas al Museo, teniendo en cuenta las inversiones vinculadas a las exposiciones temporales. Asciende a **137.550 euros**, entre lo que podemos destacar:

Publicidad: Comprende la promoción a través de publicidad urbana (banderolas, mupis, lona de fachada, etc...) con 40.000 euros, por otro lado la publicidad en radio que asciende a 3.000 euros, la publicidad en los medios escritos que la estimamos en 14.500 euros, y la que realizaremos a través de internet y que la prevemos en 24.100 euros, lo que supone un total de llegando a total de 81.600 euros.

Dietas y desplazamientos. Se incluye una partida para dietas y desplazamientos del personal, así como las dietas y desplazamientos por la asistencia de los conferenciantes a los ciclos organizados por el Museo por importe de 15.800 euros.

Atenciones y publicaciones: recoge los gastos en catálogos de las exposiciones temporales que el museo utiliza como herramienta de promoción y divulgación, y alcanza la cifra de 30.150 euros. Por último, incluimos una partida de 10.000 euros para la organización de eventos en el marco del Entorno Thyssen, Andalucía Romántica y el Programa de Amigos del Museo.

3.2.9. Suministros y otros gastos

Sobre el total de la partida de Suministros, destaca los gastos en electricidad que asciende a 100.000 euros, tanto los consumos del Palacio de Villalón, como el

Museo Carmen Thyssen Málaga

edificio administrativo. Asimismo, suponen 40.600 euros el conjunto de suministros para el mantenimiento de las instalaciones, material de oficina, etc...

Los consumos de móviles, ADSL, telefonía fija, y alojamientos en servidores se situará en torno a los 13.450 euros. La impresión de folletos y material divulgativo y didáctico, se sitúa en 38.700 euros, incluyendo los relativos a las exposiciones temporales.

3.2.10. Gastos de Personal

La plantilla del Museo se mantendrá en los 25 puestos actuales con carácter estructural. Se incluye en la dotación presupuestaria, la devolución total del importe pendiente correspondiente a la parte de la paga extra congelada en 2012.

El presupuesto total en sueldos y salarios se sitúa en 897.900 euros, las cotizaciones sociales en 241.520 euros y 6.000 euros para formación del personal de la Fundación.

3.2.11. Amortizaciones

Expresa el gasto correspondiente al total de las correcciones de valor, depreciaciones y deterioros del inmovilizado de la Fundación.

La valoración de la amortización del derecho de uso del conjunto edificatorio afecta por igual a ingresos, (como subvención de capital transferida resultado del ejercicio), y gastos (como amortización de inmovilizado intangible), por lo que no se incluye en el desglose al no implicar entrada ni salida efectiva de recursos. La citada valoración asciende a 536.138 euros.

El resumen de Gastos e Inversiones **en función de la naturaleza del gasto**, queda como sigue:

| Concepto de Gasto/Inversión | Presupuesto 2017 | Presupuesto 2016 | % |
|---|--------------------|--------------------|----------------|
| Aplicaciones Informáticas | 0 € | 15.000 € | ● -100,00% |
| Instalaciones Técnicas | 0 € | 8.000 € | ● -100,00% |
| Mobiliario | 0 € | 2.300 € | ● -100,00% |
| Otro inmovilizado material | 1.000 € | 750 € | ● 33,33% |
| Compras de bienes destinados a la Venta | 137.800 € | 166.525 € | ● -17,25% |
| Variación de existencias | 9.220 € | -24.707 € | ● -137,32% |
| IVA devengado no deducible | 223.067 € | 226.674 € | ● -1,59% |
| Arrendamientos y cánones | 54.541 € | 22.802 € | ● 139,19% |
| Reparaciones y conservación | 992.031 € | 1.016.310 € | ● -2,39% |
| Servicios de profesionales independientes | 141.830 € | 156.160 € | ● -9,18% |
| Transportes | 118.050 € | 75.030 € | ● 57,34% |
| Primas de seguros | 51.582 € | 37.819 € | ● 36,39% |
| Servicios bancarios y similar | 3.700 € | 4.000 € | ● -7,50% |
| Publicidad, propaganda y RRPP | 137.550 € | 110.000 € | ● 25,05% |
| Suministros | 222.250 € | 258.220 € | ● -13,93% |
| Otros servicios | 10.550 € | 11.600 € | ● -9,05% |
| Otros tributos | 50 € | 50 € | ● 0,00% |
| Sueldos y salarios | 897.905 € | 870.700 € | ● 3,12% |
| Seguridad Social a cargo de la empresa | 241.519 € | 239.250 € | ● 0,95% |
| Otros gastos sociales | 6.000 € | 12.000 € | ● -50,00% |
| Gastos excepcionales | 500 € | 500 € | ● 0,00% |
| Amort. Inmov. Intangible (*) | 56.127 € | 63.461 € | ● -11,56% |
| Amort. Inmov. Material | 25.586 € | 24.479 € | ● 4,52% |
| Otros servicios | 3.330.858 € | 3.296.923 € | ● 1,03% |

(*) No se incluye 536.138 euros correspondientes a la amortización de los activos que componen el conjunto edificatorio.

Museo Carmen Thyssen Málaga

La Cuenta de Resultados y el Balance resultante de la ejecución del Presupuesto propuesto sería el siguiente:

| DESCRIPCIÓN | Presupuesto 2017 | Presupuesto 2016 |
|--|------------------|------------------|
| Ingreso de la entidad por la actividad propia | 2.895.000 € | 2.854.800 € |
| a) Cuotas de usuarios y afiliados | 118.000 € | 85.700 € |
| b) Aportaciones de Usuarios | 577.000 € | 589.100 € |
| c) Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones. | 100.000 € | 80.000 € |
| d) Subvenciones, donaciones y legados de explotación | 2.100.000 € | 2.100.000 € |
| e) Reintegro de subvenciones, donaciones y legados. | | |
| Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil | 375.000 € | 357.000 € |
| a) Ventas de productos | 330.000 € | 312.000 € |
| b) Prestación de servicios | 45.000 € | 45.000 € |
| Variación de existencias | -9.220 € | 24.707 € |
| Trabajos realizados por la entidad para su activo | | |
| Aprovisionamientos | -137.800 € | -166.525 € |
| Otros ingresos de la actividad | 15.000 € | 12.500 € |
| Gastos de personal | -1.145.424 € | -1.121.950 € |
| Otros gastos de la actividad | -1.955.651 € | -1.915.832 € |
| Amortización del inmovilizado | -617.851 € | -619.783 € |
| Subvenciones, donaciones y legados de capital | 582.000 € | 578.624 € |
| A) EXCEDENTE DE LA ACTIVIDAD | 1.054 € | 3.542 € |
| Ingresos financieros. | 0 € | 0 € |
| Gastos financieros. | 0 € | 0 € |
| B) EXCEDENTE DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS | 0 € | 0 € |
| C) EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS (A+B) | 1.054 € | 3.542 € |
| Impuestos sobre beneficios. | -50 € | -50 € |
| D) EXCEDENTE DEL EJERCICIO (C+20) | 1.004 € | 3.492 € |

| DESCRIPCIÓN | Presupuesto 2017 | Presupuesto 2016 |
|---|--------------------|--------------------|
| A) ACTIVO NO CORRIENTE | 4.743.670 € | 5.380.004 € |
| I. Inmovilizado intangible. | 4.578.935 € | 5.183.034 € |
| III. Inmovilizado material. | 164.736 € | 187.130 € |
| VI. Inversiones financieras a largo plazo. | 0 € | 9.840 € |
| B) ACTIVO CORRIENTE | 342.065 € | 317.596 € |
| I. Existencias. | 240.724 € | 236.932 € |
| III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar. | 65.833 € | 39.780 € |
| VIII. Periodificaciones a corto plazo | 19.550 € | 20.884 € |
| IX. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes. | 15.957 € | 20.000 € |
| TOTAL ACTIVO (A+B) | 5.085.735 € | 5.697.600 € |
| A) PATRIMONIO NETO | 4.651.093 € | 5.228.775 € |
| A-1) Fondos propios | 75.170 € | 74.166 € |
| I. Dotación fundacional/Fondo Social | 30.000 € | 30.000 € |
| II. Reservas | 44.166 € | 40.699 € |
| IV. Excedente del ejercicio | 1.004 € | 3.467 € |
| A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos | 4.575.923 € | 5.154.609 € |
| B) PASIVO NO CORRIENTE | 51.163 € | 50.710 € |
| I. Provisiones a largo plazo. | 51.163 € | 50.710 € |
| C) PASIVO CORRIENTE | 383.478 € | 418.115 € |
| VI. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar. | 383.478 € | 418.115 € |
| TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C) | 5.085.735 € | 5.697.600 € |

Propuesta de Aprobación:

En base a lo expuesto, tanto en el apartado de Ingresos como en el de Gastos, **se propone la aprobación del Presupuesto y Plan de Actuación 2017 de la Fundación Palacio de Villalón.**

Propone

D^a Lourdes Moreno Molina
Directora Artística

Propone

D. Francisco Javier Ferrer Morató
Gerente