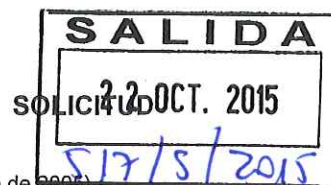


PROTECTORADO DE FUNDACIONES
IMPRESO DE PRESENTACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIÓN



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)

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

2 DATOS RELATIVOS A LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA
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.

3 SOLICITUD, LUGAR FECHA Y FIRMA
El/ la solicitante cuyos datos constan, SOLICITA se tenga por presentada la documentación anteriormente señalada. En Málaga a 22 de Octubre de 2015 EL/LA SOLICITANTE
(Sello de la entidad)
 Fdo.: Francisco Javier Ferrer Morató

SERVICIO DE FUNDACIONES
DIRECCIÓN GENERAL DE OFICINA JUDICIAL Y COOPERACIÓN

Plan de Actuación 2016



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 quinto 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 2016.

2. PLAN DE ACTUACIÓN 2016.

De conformidad con los fines estatutarios, para este ejercicio 2016, se plantean una serie de actuaciones dedicadas a poner en valor al principal activo del museo, la Colección Carmen Thyssen de Pintura Española del siglo XIX y primera mitad del siglo XX. Entre las iniciativas que se proponen, destacan la elaboración de publicaciones científicas, catálogos de las exposiciones, la conservación preventiva, el crecimiento en Amigos del Museo, la programación de exposiciones temporales, la interacción con otros Museos y colecciones, el fomento de la integración con la ciudad...

En la programación expositiva, núcleo de la actividad museística, se contempla la realización de dos exposiciones temporales a las que se sumarán otras dos de pequeño formato bajo el concepto de exposiciones de contexto o de gabinete.

Museo Carmen Thyssen Málaga

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 o la puesta en marcha de la tienda on line.

Las líneas de trabajo que definen este Plan de Actuación son:

ACTIVIDAD PROPIA

- I. Exhibición de la Colección Permanente Carmen Thyssen.
- II. Exposición Temporal Carteles de artista. De Toulouse-Lautrec a Jeff Koons.
- III. Exposición Temporal Reflejos del Pop en el arte español (título provisional).
- IV. Exposición Temporal Diálogo entre colecciones (título provisional).
- V. Exposición de Contexto Joaquín Sorolla en Nueva York.
- VI. Exposición de Contexto Grabados japoneses.
- VII. Programa Educativo.
- VIII. Plan de Promoción y Comunicación.

ACTIVIDAD MERCANTIL

- IX. Explotación de la Tienda-Librería.
- X. 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 2015-2016: CARTELES DE ARTISTA. DE TOULOUSE-LAUTREC A JEFF KOONS. 2 DE OCTUBRE DE 2015 - 21 DE FEBRERO DE 2016

A través de un significativo conjunto de carteles de artista de la colección del productor musical Joseluis Rupérez, el Museo Carmen Thyssen mostrará en esta exposición los orígenes del cartel moderno y cómo los lenguajes del arte contemporáneo fueron pasando por este género, confirmándolo como un medio de expresión cuya presencia e influencia sigue formando parte de la cultura visual actual.

Museo Carmen Thyssen Málaga

En el nuevo concepto de arte moderno que se definirá desde finales del siglo XIX comenzó a diluirse la diferenciación y preeminencia entre los distintos géneros artísticos.

El arte gráfico pasó así a ser objeto de gran interés y experimentación por parte de pintores, lo que benefició también a los ilustradores especialistas que empezaron a gozar de categoría de artistas. Asimismo, las innovaciones en las técnicas de grabado y la generalización de la publicidad rompieron definitivamente los límites de la ilustración para instalarse, en forma de carteles publicitarios, en las calles de las ciudades.

Los principales pioneros de esta revolución artística –Toulouse-Lautrec, Bonnard, Mucha– estarán presentes en la exposición, a través de ejemplos conspicuos de estos intercambios entre pintura y publicidad y que son, además, en algunos casos, iconos del arte contemporáneo.

Con la irrupción de las vanguardias históricas en las primeras décadas del siglo XX, que supusieron una ruptura con los conceptos artísticos tradicionales, y gracias a la consolidación de la sociedad de consumo, el cartel se convirtió en un medio de comunicación de masas, a cuya experimentación técnica, expresiva y temática se dedicaron numerosos creadores de diversos campos artísticos. Atraídos por sus posibilidades expresivas y de comunicación, muchos de los grandes nombres de la vanguardia internacional – como Picasso, Dalí, Miró, Magritte, Matisse, Malévich, Chagall, Hockney, Warhol, Lichtenstein, etc. – pusieron sus obras al servicio de la publicidad, ya fuera de manera ocasional o continuada, para anunciar eventos y productos de todo tipo, con mensajes comprometidos, comerciales, culturales o lúdicos.



II. EXPOSICIÓN TEMPORAL 2016: REFLEJOS DEL POP EN EL ARTE ESPAÑOL (título provisional). 18 DE MARZO – 4 DE SEPTIEMBRE

Con la intención de ampliar la presencia del arte español del siglo XX en su programación expositiva, el Museo Carmen Thyssen propone con esta muestra una aproximación a los orígenes del Arte Pop en España a través de sus representantes más significativos. Así, y aunque a diferencia de lo que ocurre en el contexto internacional, en nuestro país es difícil definir de forma nítida un movimiento pop, sí hay que destacar varios nombres claves para comprender la incidencia del Pop, su lenguaje y su contexto en el arte español. La exposición desarrollará este discurso con el apoyo intelectual del catedrático de Estética de la UNED y crítico de arte Simón Marchán Fiz, quien trabajará como comisario científico.

En este sentido la exposición proyectada no pretende ser una muestra antológica de todos los artistas que en algún momento y en cualquier fecha se acercaron al Pop en España, sino una selección representativa, de entre 40 y 50 obras, de los pintores que tuvieron una vinculación más clara y continuada con ese lenguaje y técnicas, y cuya producción se desarrolló principalmente en las décadas de 1960 y 1970, entre otros, Eduardo Arroyo, Luis Gordillo, Equipo Crónica y Equipo Realidad.

Al igual que en el contexto internacional, el Arte Pop irrumpe en España, a comienzos de la década de 1960, como una reacción ante un panorama artístico dominado por el Informalismo, y vinculado a la cultura popular de masas y a la

Museo Carmen Thyssen Málaga

sociedad de consumo, pero con la singularidad de una evidente carga política y crítica. Recibe influencias de artistas internacionales, tanto directas como indirectas y guarda cercanía con el ámbito europeo y estadounidense.

El Pop español recurrirá a la representación de la realidad concreta (acontecimientos, personajes), a una iconografía y un lenguaje popular, propio de los mass media, del cartelismo y las viñetas, a lo trivial como tema, a un lenguaje crítico, sarcástico, humorístico, irreverente, y a técnicas como el collage y el montaje.

IV. EXPOSICIÓN TEMPORAL 2016-2017: DIÁLOGO ENTRE COLECCIONES. (título provisional). 30 DE SEPTIEMBRE DE 2016 – 26 DE FEBRERO DE 2017



Esta exposición reafirma la tendencia del Museo Carmen Thyssen Málaga de recontextualizar las obras de la Colección con el fin de renovar la mirada sobre las mismas. En este marco, la convivencia con la colección de arte contemporáneo de la Fundación Coca-Cola es una ocasión única para ambas instituciones de contrastar miradas artísticas y estéticas.

Tomando como punto de partida el arte contemporáneo español desde 1990, la Fundación Coca-cola posee una de las colecciones más jóvenes de arte español de los siglos XX y XXI. Por otro lado, la Colección Carmen Thyssen pone a disposición su fondo de obra ubicada en el período iniciado a finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX. Mediante la convivencia de dos colecciones, se invita al espectador a contrastar dos paradigmas, a compararlos y descubrirlos bajo la mirada de artistas cuya obra cohabitará en este viaje inédito desglosable en capítulos temáticos:

- Paisaje y percepción
- Sociedad
- Artista, obra y espectador.

Diálogo entre colecciones ofrece un diálogo inédito en el que surgirán contrastes formales y conceptuales así como puntos en común inesperados.

V. EXPOSICIÓN DE CONTEXTO 2016: JOAQUÍN SOROLLA EN NUEVA YORK. 5 DE SEPTIEMBRE – 6 DE NOVIEMBRE (fechas provisionales)

Gracias a un intercambio con el Museo Sorolla, se expondrán en el Museo Carmen Thyssen nueve *gouaches* que Sorolla pintó en Nueva York, en el transcurso del mes que pasó en Manhattan, entre el 22 de abril y el 24 de mayo de 1911, en su segundo viaje a Estados Unidos. Forman parte de una serie de quince imágenes, de impresiones leves y rápidas de la ciudad, vista en picado desde la ventana de su habitación en el hotel Savoy.



Museo Carmen Thyssen Málaga

Son piezas de gran calidad y modernidad, apenas conocidas, que han sido presentadas únicamente en la última gran retrospectiva sobre el artista, *Sorolla and America* (2013-2015). Conforman un conjunto absolutamente singular que permitirá al Museo mostrar a Sorolla, uno de los principales autores de su colección permanente, dentro del contexto más importante de su producción, que fue su relación con mecenas americanos, que catapultaron su carrera convirtiéndolo en un artista de fama internacional.

VI. EXPOSICIÓN DE CONTEXTO 2016-2017: GRABADOS JAPONESES. NOVIEMBRE 2016-ENERO 2017

Esta exposición propone descubrir una de las colecciones de grabados japoneses ukiyo-e más sobresalientes y singulares de España, de la que fue propietario el diletante José Palacio (1875-1952) y que pertenece, junto al resto de su colección de arte oriental, al Museo de Bellas Artes de Bilbao desde 1953-1954.



Este conjunto refleja la evolución del grabado japonés en su Edad de Oro (últimas décadas del XVIII y primeras del XIX) y reúne a sus artistas y temas principales (Utamaro, Hokusai, Hiroshige, etc.), constituyendo la que hoy se puede considerar la colección más completa de España de este período, creada, además, contemporáneamente a la fascinación por lo japonés que comenzó en Europa a mediados del siglo XIX, gracias a la llegada de grabados ukiyo-e y que dio lugar al llamado japonismo. Con estas obras se ofrecerá un recorrido selecto por el arte del grabado japonés, inédito aún en Málaga.

VII. PROGRAMA EDUCATIVO 2015-2016

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

La evaluación del comportamiento de los públicos frente a los contenidos que se proponen, la transversalidad de nuestras actividades y la utilización de nuevas herramientas tecnológicas incorporadas a la educación, son elementos clave para la orientación de nuestros programas.

El Programa Educativo 2015-2016 agrupa las actividades en tres grandes secciones:

- 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. 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. Iniciativa completa, singular y novedosa en la provincia de Málaga y en el que este año, incluimos el proyecto colaborativo con la



Museo Carmen Thyssen Málaga

Unidad de Salud Mental del Hospital Carlos Haya de Málaga llamado "Correspondencias".

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.



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, el trabajo en comunidad y la expresión crítica.

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.



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 niños/as (Arte, música y movimiento) y familias. 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 MCTM*, *Joven artista educador* y *murosYredes*.

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



MurosYredes es una actividad permanente del Museo Carmen Thyssen Málaga en la que se propone a todos los visitantes que participen activamente en la vida de la institución. A través de sencillas acciones, la relación entre museo-personas-arte pone en juego una comunicación multicanal convirtiendo al visitante un interlocutor del hecho cultural.



El colectivo de **Jóvenes MCTM** nace a partir del Taller de creación experimental de radio: en 2013, un grupo de jóvenes participantes en el taller se propone participar de una manera continuada con el

Museo Carmen Thyssen Málaga

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 2ª 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.

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 del conocimiento que alberga el Museo.

Entre los recursos educativos que estamos preparando para la visita está, por un lado, el material didáctico para talleres y actividades presenciales, las guías didácticas, pero también recursos educativos digitales que tendrán gran protagonismo en el nuevo proyecto web que se presentará a principios del próximo otoño. Los nuevos recursos multimedia permitirán a los docentes hacer uso de ellos en las aulas y servirán para el estudio de diferentes materias escolares.

El programa educativo del Museo Carmen Thyssen Málaga –basado en la idea de **museo participativo**– 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 en la elaboración de programas conjuntos conducentes al enriquecimiento mutuo. 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.



También el público asistente, con el pago de su entrada a cualquiera de las actividades educativas que el Museo ofrece, es un imprescindible colaborador de la institución por cuanto el total de sus aportaciones se reinvierte y hace posible el desarrollo de los programas sociales gratuitos. 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.



VIII.- PLAN DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Museo Carmen Thyssen Málaga

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, plantea en aprovechar los diferentes flujos de visitantes a esta zona comercial y desarrollar 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 2016, planteamos un crecimiento moderado del programa, fruto de consolidación del Museo en la ciudad.



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.



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

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 Carmen Thyssen Málaga

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

Finalmente, como proyecto digital, se plantea la realización del curso de **Wikipedia Editaton**; pretende afianzar la presencia del Museo en esta plataforma digital mediante la aportación de usuarios que acudirán al Museo durante una semana, creando sinergias entre los participantes y el Museo para corregir y actualizar contenidos que están presentes en la red.

RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	1.691.350,29 €		1.691.350,29 €
Gastos de personal	1.019.017,80 €		1.019.017,80 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	619.782,77 €		619.782,77 €
Otros gastos	179.709,82 €		179.709,82 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	3.509.860,67 €	0,00 €	3.509.860,67 €
RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Adquisición Activo inmovilizado, excluidos los bienes del Patrimonio Histórico y el inmovilizado financiero	3.096,58 €		3.096,58 €
Adquisición Bienes del Patrimonio Histórico			0,00 €
CANCELACIÓN DEUDA NO COMERCIAL A L.P.			0,00 €
TOTAL RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	3.096,58 €	0,00 €	3.096,58 €
TOTAL RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD	3.512.957,25 €	0,00 €	3.512.957,25 €

RECURSOS HUMANOS EMPLEADOS

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	23	38.640
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

BENEFICIARIOS O USUARIOS

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	157.000	
Personas jurídicas		x

ACTIVIDAD MERCANTIL

IX.- EXPLOTACIÓN DE LA TIENDA-LIBRERÍA.

Para 2016 el Área de Tienda pretende mantener un crecimiento estable de los ingresos apoyándose en dos frentes: Puesta en marcha y explotación de la tienda online del Museo, así como la intervención para mejorar la climatización.

La puesta en marcha de la **Tienda Online** está prevista para finales de 2015 y principios de 2016. El lanzamiento se apoyará en dos puntos fundamentalmente: la creación de una imagen distintiva del servicio, asociada a la exclusividad, y la explotación de la presencia de la tienda en redes sociales. Durante 2015 hemos venido trabajando en la concepción y diseño de la tienda online del Museo Carmen Thyssen Málaga.

Desde un principio hemos considerado que la imagen de la web de tienda debería ser coherente con la imagen corporativa de la Fundación, con la de la web del Museo y con la del mismo servicio de Tienda. Con esa idea se decidió contratar, para el desarrollo del *Look and feel* de la página de tienda, los servicios del estudio de diseño Sánchez / Lacasta, responsables de la imagen gráfica del Museo.

En este punto, y una vez entregados los diseños finales de las páginas principales de navegación, así como de un logo distintivo de la tienda online y de las cabeceras de las páginas de redes, nos planteamos la posibilidad de presentar la página no como un servicio más, sino como un servicio diferenciado y exclusivo dentro de la oferta de tienda. Durante 2016, desarrollaremos esta idea apoyándonos en la imagen gráfica creada por Sánchez / Lacasta. Firmas de correo electrónico, packaging específico con la firma Tienda Online Museo Carmen Thyssen Málaga, Newsletter, tarjetas de visita del personal de tienda, así como una atención personalizada a los clientes de este servicio, formarán parte de la estrategia para explotar la web.

Utilizaremos todas las **herramientas de marketing** disponibles para reforzar el lanzamiento del servicio. Desde finales de esta primavera, venimos realizando una campaña de captación de datos de los clientes de tienda. Estamos sondeando su interés como posible cliente online, así como se les está solicitando el correo de contacto. Todo ello vinculado a un ticket de compra. El proceso, aunque laborioso, nos está proporcionando información específica de preferencias de compra lo que nos permitirá realizar campañas selectivas y personalizadas, dirigidas a un público receptivo.

Proponemos reforzar la presencia en redes, como ya hemos avanzado en el párrafo anterior, se ha desarrollado el logo de tienda para utilizar en las cabeceras de las diferentes redes. Se plantea lanzar una página de tienda de Instagram, así como reforzar el apoyo de las páginas oficiales del Museo.

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. Para ello, plantearemos al área de Recursos Humanos un plan específico de formación de personal centrado en el Marketing Online y en el posicionamiento de SEO. El incremento de la oferta museística en la ciudad trae consigo la apertura de más "tiendas de museo" con lo que nos enfrentamos con una nueva línea de

Museo Carmen Thyssen Málaga

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.

La tienda depende de la planificación del área de conservación y exposiciones temporales. Seguiremos realizando productos relacionados con las muestras, aunque abriremos el rango de productos no limitándonos a los tradicionales de **merchandising cultural**.

En cuanto a **la librería** mantener el fondo de inglés y español cuya rotación se podrá incrementar a través de la venta por tienda online. Consolidar la oferta de otros idiomas como francés e italiano o ruso.

Producto de mercado 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.

Diferenciar la tienda. No somos una tienda de souvenir estándar, vendemos calidad, exclusividad, producción local, comercio justo, materiales ecológicos y una selección de libros no presentes en otras librerías de la ciudad.

Una de las claves para el aumento de las ventas es la diferenciación de nuestra oferta respecto a la de otros comercios de la ciudad.

A partir de enero del 2016 la distribución de las publicaciones del Museo Carmen Thyssen Málaga será reforzada por la empresa Les Punxes que se encargará del **posicionamiento** de las mismas en el área de Andalucía y en otros puntos de España como Extremadura o la comunidad gallega.

Se ejecutará la **liquidación 2ª edición guía** del museo. Seguimos considerando indispensable producir una publicación en un formato más pequeño, atractivo, barato y en más idiomas: castellano, inglés, francés, alemán y ruso. (1.224 en inglés y 2.941 en castellano). Enfocar la publicación a captar esos nuevos perfiles de clientes que llegan a la ciudad atraídos por la oferta cultural.

El desarrollo de estas propuestas de actuación del área de tienda comienza a partir del cierre del Inventario del año anterior. Para el Inventario 2015 se fija la fecha del 11 de enero de 2016. Una vez cerrado, regularizadas existencias y enviado el informe de inventario empezaremos a trabajar en ejecutar la planificación 2016.

De manera paralela, y dado el impacto que tiene sobre las ventas una correcta disposición del producto, el Museo está realizando un estudio para para la reestructuración de la disposición de la Tienda, de la mano del arquitecto Rafael Roldán. Tras su evaluación, plantearemos la conveniencia de acometer la reforma.

RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	181.032,03 €		181.032,03 €
Gastos de personal	90.564,00 €		90.564,00 €
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 €
TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	271.596,03 €	0,00 €	271.596,03 €
RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Adquisición Activo inmovilizado, excluidos los bienes del Patrimonio Histórico y el inmovilizado financiero	26.236,50 €		26.236,50 €
Adquisición Bienes del Patrimonio Histórico			0,00 €
CANCELACIÓN DEUDA NO COMERCIAL A L.P.			0,00 €
TOTAL RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	26.236,50 €	0,00 €	26.236,50 €
TOTAL RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD	297.832,54 €	0,00 €	297.832,54 €

RECURSOS HUMANOS EMPLEADOS

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

BENEFICIARIOS O USUARIOS

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	196.250	
Personas jurídicas		x

INGRESOS ORDINARIOS

Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil	Importe
Venta de productos de la Tienda-Librería	312.000,00 €

Museo Carmen Thyssen Málaga

X.- 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.

RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	5.607,63 €		5.607,63 €
Gastos de personal	12.368,20 €		12.368,20 €
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 €
TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	17.975,83 €	0,00 €	17.975,83 €
RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Adquisición Activo inmovilizado, excluidos los bienes del Patrimonio Histórico y el Inmovilizado financiero			0,00 €
Adquisición Bienes del Patrimonio Histórico			0,00 €
CANCELACIÓN DEUDA NO COMERCIAL A L.P.			0,00 €
TOTAL RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTAL RECURSOS PREVISTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD	17.975,83 €	0,00 €	17.975,83 €

RECURSOS HUMANOS EMPLEADOS

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral		336
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

BENEFICIARIOS O USUARIOS

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	157.000	
Personas jurídicas		X

INGRESOS ORDINARIOS

Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil	Importe
Organización de Eventos Corporativos y otros servicios	45.000,00 €

3. RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER POR LA ENTIDAD

INGRESOS PREVISTOS	IMPORTE
▪ Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio. 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	578.600,00 €
▪ Prestación de servicios de la actividad propia. Agrupación de los importes correspondientes a las cuotas de usuarios y afiliados y los ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	754.800,00 €
▪ Subvenciones del sector Público. Se componen de las Subvenciones oficiales a la explotación y las Subvenciones oficiales de capital.	2.100.000,00 €
▪ Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil. Se incluirá el importe de todas las actividades mercantiles	357.000,00 €
▪ Otros tipos de ingresos. Se incluirán en este apartado, otros ingresos, las diferencias positivas de cambio, los ingresos extraordinarios y los ingresos y beneficios de otros ejercicios	12.500,00 €
TOTAL	3.802.900,00 €

4. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

Para el año 2016, la Fundación Palacio de Villalón pretende llegar a acuerdos de colaboración con las siguientes instituciones.

- Convenios con Administraciones Públicas
- 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.
- Convenios de patrocinio con empresas y con entidades financieras.

Museo Carmen Thyssen Málaga

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

PRESUPUESTO 2016			
GASTO E INVERSIÓN		INGRESOS	
CONCEPTO	PRESUPUESTO	CONCEPTO	PRESUPUESTO
Exhibición de la C.P. Carmen Thyssen y Gastos Generales	2.779.419 €	Subvenciones Oficiales a la Explotación	2.100.000 €
Expo Pintores de Carteles	67.220 €	Subvenciones de Capital Transferidas a resultados	578.600 €
Expo Pop Español	223.530 €		
Expo Diálogo de Colecciones	77.071 €	Ventas Taquilla	570.000 €
Expo Contexto Sorolla en Nueva York	16.727 €	Ventas Tienda	312.000 €
Expo Contexto Grabado Japonés	11.901 €	Servicios Prestados	45.000 €
Programa Educativo	157.332 €	Patrocinadores y Colaboradores	80.000 €
Plan de Promoción y Comunicación	179.758 €	Programa de Amigos del Museo	85.700 €
Eventos	17.976 €	Venta de Audioguías	19.100 €
Tienda-Librería	297.833 €	Otros Ingresos	12.500 €
TOTAL	3.828.766 €	TOTAL	3.802.900 €

**CERTIFICADO ACREDITATIVO DE LA APROBACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIÓN
LA FUNDACIÓN PALACIO DE VILLALÓN**

VENANCIO GUTIÉRREZ COLOMINA, SECRETARIO GENERAL DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA Y SECRETARIO DEL PATRONATO DE LA FUNDACIÓN PALACIO DE VILLALÓN.

CERTIFICO: Que en la sesión celebrada por la Fundación Palacio de Villalón el día 30 de septiembre de 2015, con la siguiente lista de asistentes:

- D^a. Carmen Thyssen-Bornemisza de Kaszon, en su calidad de Presidenta del Patronato de la Fundación, excusa su asistencia otorgando su representación a la Sra. Sauret Guerrero.
- Excmo. Sr. Alcalde del Ayuntamiento de Málaga, Don Francisco de la Torre Prados, en su condición de Vicepresidente del Patronato de la Fundación.
- En su condición de vocales de la comisión delegada del Patronato de la Fundación:
 - D^{ña}. Teresa Sauret.
 - Doña Gemma del Corral Parra.
 - Doña Ysabel Torralbo.
 - D. Daniel Pérez.
- D. Guillermo Solana, excusa su asistencia, otorgando su representación a la Sra. Sauret Guerrero.
- Don Borja Thyssen- Bornemisza Cervera, excusa su asistencia acreditando encontrarse enfermo y otorga su representación a la Sra. Sauret Guerrero.
- D^a Elvira Rodríguez Herrer, quien excusa su presencia y delega su voto en el Sr. Vicepresidente.

Que conformaban quórum necesario para constituir válidamente el Patronato, según el Art.13 de los estatutos de esta Fundación, se adoptó, entre otros el siguiente acuerdo:

APROBAR LA PROPUESTA DE LA DIRECCIÓN ARTISTICA Y LA GERENCIA PARA EL PLAN DE ACTUACIÓN Y PRESUPUESTO 2016, según consta en acta, con la siguiente votación:

7 votos a favor (Sra. Thyssen-Bornemisza (representada por la Sra. Sauret), Sr. de la Torre Prados, Sr. Thyssen-Bornemisza (representada por la Sra. Sauret) Sr. Solana Díez (representado por la Sr. Sauret), Sra. Rodríguez Herrer (representada por el Sr. de la Torre) Sra. Sauret Guerrero y Sra. Del Corral Parra y 2 abstenciones (Sr. Pérez y Sra. Torralbo)

Y para que conste y surta sus efectos donde proceda, haciendo notar, de conformidad con lo establecido en el art. 11.3 del Reglamento de Fundaciones de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que el Acta de la mencionada sesión no ha sido aún aprobada, y que, por ello, la presente certificación se extiende a reserva de los términos que resulten de su aprobación, expido la presente certificación de orden y con el visto bueno del Sr. Vicepresidente del Patronato de la Fundación Palacio de Villalón, en Málaga, a 15 de octubre de dos mil quince.

Vº Bº
EL VICEPRESIDENTE
DEL PATRONATO


Francisco de la Torre Prados

