

Plan de Actuación y Presupuesto 2026



1. INTRODUCCIÓN.

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

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

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

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

En cumplimiento de lo dispuesto en el art. 37 de la Ley 10/2005 se elabora el Plan de Actuación y Presupuesto para el año 2026.

2. PLAN DE ACTUACIÓN 2026. ACTIVIDAD PROPIA

De conformidad con los fines estatutarios, para el próximo 2026 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 nuevas exposiciones temporales a las que se sumarán tres de pequeño formato. Las líneas de trabajo que definen este Plan de Actuación son:

ACTIVIDAD PROPIA

- I. Exhibición de la Colección Permanente Carmen Thyssen.
- II. Exposiciones temporales y exposiciones de sala noble.
- III. Programa educativo y acción cultural.
- IV. Plan de promoción y comunicación.
- V. Contratación y recursos humanos.
- VI. Plan de Patrocinio y Mecenazgo.
- VII. Mantenimiento y seguridad.

ACTIVIDAD MERCANTIL

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

2.1. ACTIVIDAD PROPIA

COLECCIÓN PERMANENTE

El Museo Carmen Thyssen Málaga destina una amplia parte de su espacio expositivo a la presentación de su Colección Permanente, integrada en su totalidad por obras de la Colección Carmen Thyssen, cedidas en préstamo gratuito al Museo. Este conjunto exhibe más de 180 obras, en un recorrido por la pintura española –y andaluza especialmente– del siglo XIX y comienzos del XX, junto con una pequeña y cuidada selección de obras de maestros antiguos (pinturas y esculturas españolas y europeas de entre los siglos XIII y XVIII).



El itinerario expositivo se distribuye en tres plantas dedicadas, respectivamente, a la pintura romántica de paisaje y costumbrista, al preciosismo y la pintura naturalista, y al arte del *fin-de-siècle*. En este discurso destacan autores como Pérez Villaamil, Lucas Velázquez, Fortuny, Sorolla, Zuloaga o Romero de Torres, entre otros muchos. A través de él se puede seguir la transformación de la pintura española a lo largo del XIX,

desde la interpretación romántica del paisaje monumental y natural y las costumbres tradicionales, vistos desde una fascinación por lo exótico y desconocido asimilada de los viajeros extranjeros, hasta una interpretación de la pintura al aire libre, cada vez más colorista, libre y espontánea en la técnica pictórica, que llegará, a finales de la centuria, a anunciar los movimientos de renovación y vanguardia del XX.

YACIMIENTO ARQUEOLÓGICO

En 2026 se prevé abrir al público el yacimiento arqueológico del sótano del Museo Carmen Thyssen Málaga, una vez completada su adecuación arquitectónica y museográfica para la visita. La incorporación de este singular espacio a la oferta cultural del Museo permitirá integrar la historia de la Malaca romana en el recorrido por las colecciones y exposiciones que se programan anualmente.

A nivel general, la importancia de este yacimiento radica en su contribución para caracterizar desde un punto de vista conceptual y funcional la periferia norte de la Malaca romana e incide en su rol como enclave comercial de primer orden y como uno de los puertos más importantes del litoral sur hispano.



En sí mismo, además, el interés de este espacio estriba tanto en la amplitud de la superficie excavada (unos 700 m²), como en la convergencia de estancias diferenciadas pertenecientes a un mismo complejo destinado a residencia e industria pesquera.

Todo ello compone un hallazgo excepcional en el marco de la arqueología urbana malagueña que el correspondiente discurso interpretativo y expositivo hará accesible a públicos diversos.

EXPOSICIONES TEMPORALES

En los catorce años de andadura del Museo Carmen Thyssen Málaga las exposiciones temporales se han consolidado como parte esencial de su programación artística y cultural. Las casi sesenta muestras desarrolladas hasta la fecha en las distintas salas del Museo han apostado principalmente por contenidos de producción propia (comisariados por el propio equipo de Conservación o con la colaboración de destacados especialistas externos), que han permitido abordar numerosos enfoques, monográficos sobre varios artistas (figuras destacadas de la colección permanente o, en general, del arte español y europeo), y temáticos, sobre la colección Carmen Thyssen y sobre diversos movimientos, géneros y conceptos del arte español e internacional, de los siglos XIX y XX especialmente.

Como rasgo distintivo, estos proyectos se proponen desde relatos corales, integrando obras de diversas disciplinas (pintura, escultura, dibujo, grabado y fotografía), y con discursos curatoriales originales, que aportan nuevas interpretaciones sobre los asuntos estudiados. La creación de amplias redes de colaboradores y prestadores nacionales y europeos, y la apuesta por proyectos ambiciosos, creativos e inéditos que enriquecen los ejes cronológicos y temáticos de la colección permanente del Museo han acercado un muy extenso panorama del arte moderno a más de dos millones de visitantes.

En continuidad con las líneas de programación que se han venido desarrollando, para el año 2026 se proponen las siguientes exposiciones.

*Todos los títulos y fechas son provisionales

Exposición temporal 2025-2026: Rembrandt grabador

Hasta el 18 de enero de 2026

Una selección de 35 estampas muestra en esta exposición la extraordinaria maestría del pintor neerlandés Rembrandt (Leiden, 1606 – Ámsterdam, 1669) como grabador, gracias a la colaboración del Museo Lázaro Galdiano, que custodia la principal colección privada del artista en nuestro país.



Maestro universal en esta disciplina, junto a Durero, Goya y Picasso, Rembrandt grabó alrededor de trescientas láminas desde 1628 hasta 1665, alcanzando una gran reputación en su época y llegando a ser más conocido por su obra gráfica que por sus pinturas. En sus estampas trató la misma variedad de asuntos que en su producción pictórica, y de ellos hemos seleccionado en esta ocasión dos temáticas fundamentales en su obra: retratos y autorretratos y escenas religiosas (temas bíblicos que se centran en las vidas de los patriarcas Abraham, Isaac y Jacob, y en la vida y pasión de Cristo).

El conjunto reunido por el coleccionista José Lázaro Galdiano (1862-1947) cuenta con ejemplos de las piezas más sobresalientes realizadas por el artista, en ediciones de épocas diversas, y que testimonian la evolución del maestro en el dominio de las técnicas del grabado, su genial utilización del claroscuro, su virtuosismo en los detalles y su extraordinaria inventiva.

La Sala Noble del Museo Carmen Thyssen Málaga ofrece una oportunidad única para recorrer lo mejor de la obra de un artista imprescindible de la historia del arte, a través de la que fue sin duda su producción más personal, en la que se expresó con mayor libertad y donde experimentó con enorme creatividad. Con sus grabados, Rembrandt trascendió la fama de que gozó en vida, y hoy, casi cuatrocientos años después, siguen fascinando a los espectadores por su exquisitez, vivacidad y calidad.

Museo Carmen Thyssen Málaga

Exposición temporal 2025-2026: Telúricos y primitivos. De la Escuela de Vallecas a Miquel Barceló.

Hasta el 1 de marzo de 2026

La tierra y un lenguaje primordial de signos y formas esenciales o, como lo presentamos en esta exposición, lo telúrico (terrestre o geológico) y lo primitivo (primigenio) ofrecieron desde el primer episodio de la modernidad artística española –en los años veinte y treinta del siglo XX– dos vías de renovación que, por su persistencia y recurrencia, conforman un sustrato plástico idiosincrásico de nuestra vanguardia, reconocible aún en la actualidad.



La ruptura con la tradición académica antes de la guerra civil y el reinicio desde finales de los cuarenta de los avances interrumpidos por la contienda fueron un esfuerzo compartido por artistas de tendencias muy diversas que, de forma individual o colectiva y desde el surrealismo al informalismo y sus derivas (y más allá), refundaron la expresión artística desde nuevos presupuestos vanguardistas.

Para ello, se sirvieron de la tierra, proponiendo sus propias «creaciones naturales», de aspectos inusitados, originales y sorprendentes, que trascienden con mucho lo real. Y se remontaron a lo rupestre, lo indígena o lo primario en un trasfondo histórico que impelía a partir de cero para reencontrar una nueva identidad plástica. Como si el arte español comenzara otra vez, en la vanguardia, desde el origen más absoluto: el de la materia de que está hecha la naturaleza y los signos más ancestrales de la primera expresión humana.

Las más de sesenta obras aquí reunidas –entre pinturas, esculturas, dibujos, fotografías y grabados– se presentan en dos secciones, según la preeminencia de cada leitmotiv, si bien ambos se entrecruzan continuamente, imbricados inseparablemente en este relato que reivindica una nueva mirada a la mayor renovación plástica acaecida en España hasta los últimos años del siglo XX. En este imaginario ecléctico y muy sugerente, de colores terrosos, saturado unas veces de materia, de intensa expresividad en otras y siempre de poderosa personalidad, TELÚRICOS y PRIMITIVOS recurren a lo atávico, lo gestual, lo gráfico, lo orgánico o lo onírico para sus propuestas de vanguardia, irresistiblemente atraídos por esas dos fuerzas motrices de un arte moderno específicamente español.

Exposición temporal 2026: Archipiélago. Cartografía imaginaria de la Colección Suñol Soler (1960-1980)

27 de marzo – 6 de septiembre de 2026

Cada colección es diferente y lleva la marca inconfundible de quien la ha creado, de sus gustos y de su trayectoria vital. Y, sin embargo, las piezas que la componen no siempre trazan un relato único, abiertas a interpretaciones, combinaciones y miradas nuevas. La que propone *Archipiélago* es otra de las posibles lecturas de la Colección Suñol Soler, que desde el Museo Carmen Thyssen Málaga hemos organizado como un mapa visual para trazar, al modo del *Atlas Mnemosyne* de Aby Warburg o el *Musée Imaginaire* de André Malraux, un relato de conexiones y afinidades electivas entre los principales ejes del fondo reunido por el empresario y coleccionista Josep Suñol Soler (1927-2019).

La cartografía que hemos imaginado para orientar este recorrido por las principales obras y autores de la Colección Suñol Soler es una forma de pensar las imágenes y de evocar analogías a través de un concepto alegórico, el del archipiélago: un conjunto de cinco islas diversas que son a la vez otros tantos vectores de la creación contemporánea: la reflexión sobre el individuo, la naturaleza como medio inagotable de creación, las esencias destiladas de las formas visibles, los signos como señales de un nuevo lenguaje visual de comunicación, y la materia primigenia de la que todo surge.

Museo CarmenThyssen Málaga



Cada isla de nuestro archipiélago es autónoma, una exposición en sí misma dentro del mapa general. Pero comparte su orografía o sus especies endémicas (obras formalmente análogas) con las demás, y trasciende sus fronteras, interconectada por conexiones visuales y semánticas, y, sobre todo, por un mismo mar: el carácter de conjunto de la Colección, el sello personal de las elecciones e intereses de Josep Suñol que dota de sentido a todo. Juntas conforman un collage del arte entre 1960 y 1980 – cronología de las piezas seleccionadas– donde el pop, el informalismo, la abstracción geométrica y el arte minimalista se entrecruzan al tiempo que se oponen, en una nueva forma de narrar la Colección desde sí misma.

Exposición temporal 2026: ¡Olé! El mito de lo español a través de Andalucía
2 de octubre de 2026 – 1 de marzo de 2027

En la caracterización típica y genérica de España y lo español buena parte de los referentes visuales y conceptuales proceden del folclore de Andalucía. «Descubierta» para el mundo por los viajeros extranjeros a comienzos del siglo XIX, esta tierra en los márgenes del Grand Tour ilustrado quedó asociada desde entonces a un imaginario de exotismo, libertad, diversión, ociosidad y vida despreocupada, y a un repertorio de manifestaciones artísticas y culturales y tipos populares que siguen, doscientos años después, funcionando como *claim* para difundir lo andaluz y lo español dentro y fuera de nuestras fronteras.

La mirada paternalista a una región salvaje o primitiva, la admiración y fascinación por sus bellezas, la asimilación de sus temas como identidad de vanguardia española, la repetición estereotipada y kitsch del tipismo más recalcitrante o el cuestionamiento, desde la ironía o la denuncia, de una imagen de postal, incompleta, interesada o directamente falsa del país, son algunos de los muchos enfoques que han convivido o se han alternado en las artes plásticas desde el siglo XIX para construir, entre propios y extraños, una idea e imagen de Andalucía.

A través de una selección de 60-70 obras esta exposición conjugará varios de ellos para trazar un mosaico de lo que bajo la apariencia de un mero motivo iconográfico es en realidad una lectura histórica de cómo los artistas españoles han interpretado y proyectado su propia identidad desde presupuestos muy diversos, reforzando o enfrentando los tópicos del *typical Spanish*.

Nuestra propuesta curatorial pretende analizar el mito *in situ*, desde un museo en su propio epicentro geográfico y desde la mirada específicamente española, tanto o más autora y culpable de las bondades y abusos de la idea de Andalucía como la foránea, y que los cien años de reflexión artística en torno a ella que aquí se muestran han convertido en un asunto poliédrico, controvertido y fascinante.

Y lo hacemos desde un planteamiento desprejuiciado, ofreciendo un recorrido por un fenómeno de alcance internacional que es lo que se ve: un retrato colectivo de lo andaluz (y por asimilación de lo español) que los artistas españoles impregnaron de orgullo o incertidumbre, belleza o crónica negra, exaltación patria o promoción turística, rancidez o modernidad, veracidad o invención, pertinencia o anacronismo y tantas otras caras y cruces de una misma realidad. Desde dentro y más allá del cante y baile flamencos, tipos de piel morena y pelo negro, mantillas, abanicos, guitarras, toros y toreros y todo el repertorio ineludible de un imaginario tan fértil como recurrente.

Exposiciones en Sala Noble y Espacio ArteSonado 2026

Las propuestas expositivas desarrolladas en la Sala Noble y el Espacio ArteSonado enriquecen y complementan la programación anual del Museo, al tiempo que ofrecen muestras con entidad y atractivo propios que dan pie a abordar aspectos muy concretos de la producción de grandes artistas españoles e internacionales, o temáticas originales y sugerentes, principalmente a través de obras sobre papel, fotografías o piezas de pequeño formato.

Siguiendo la línea desarrollada hasta la fecha, el Museo continuará en 2026 apostando por estas exposiciones de carácter monográfico o temático que ofrecen a los visitantes una aproximación directa a los principales movimientos artísticos a través de la mirada más personal y experimental de los artistas que los protagonizaron, y que contarán con préstamos nacionales e internacionales.

Las exposiciones creadas específicamente para estos espacios desde el Área de Conservación serán en 2026 las siguientes:

Sala Noble

Mariano Fortuny. Dibujos

2 de febrero-3 de mayo

Este proyecto propone un recorrido detallado por la faceta de dibujante del pintor Mariano Fortuny (1838-1874), uno de los artistas principales de la Colección permanente del Museo. La exposición contará con préstamos del Musée Goya de Castres y reunirá una treintena de dibujos y grabados del artista, seleccionados por Francesc Quílez, especialista en el autor. Se mostrarán los principales asuntos tratados por éste en distintos momentos de su trayectoria y en diferentes lugares (Barcelona, Marruecos, Roma, Granada): escenas de género y cotidianas, temas orientalistas y personajes estudiados del natural. Testimonios todos ellos de la maestría absoluta de Fortuny en el dibujo, desde sus primeros ejercicios de estudiante hasta sus elaboradas composiciones, de una incomparable versatilidad creativa y anuncio de una prometedora modernidad interrumpida por su temprana muerte con apenas 36 años.



Los Ribalta y el barroco naturalista

22 de mayo – 4 de octubre

Siguiendo la línea temática de exposiciones como *Fieramente humanos* (2023) y *Zurbarán. Santos* (2025), esta exposición continuará explorando la representación de la imagen religiosa en el barroco español. En este caso será a través del excepcional ejemplo que representan Francisco y Juan Ribalta, y especialmente el primero (pues Juan falleció tempranamente, el mismo año que su progenitor, en 1628), dentro del primer naturalismo valenciano de comienzos del siglo XVII. Su arte, de gran maestría en la descripción realista y cargado de una intensa emoción y patetismo para excitar la devoción y simpatía de los fieles, representa una cumbre creativa del Siglo de Oro, que una selección de diez obras del Museo de Bellas Artes de Valencia permitirá destacar y explicar. Asimismo, la colaboración de ambos en el taller familiar dará pie a ahondar en la producción de la iconografía religiosa, de santos y escenas bíblicas, que ya se apuntó en la revisión de las santas zurbaranescas.



Julio González, pintor y dibujante

19 octubre 2026 – 17 enero 2027

Julio González (Barcelona, 1876 – Arcueil, 1942) protagonizó la nueva era de la escultura contemporánea, pero su faceta como pintor y dibujante sigue siendo hoy bastante desconocida por el gran público y poco estudiada por los especialistas. Con este proyecto, que cuenta con la generosa colaboración del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, queremos poner en valor esa otra vertiente plástica de González, fundamento conceptual de toda su producción y donde aborda cuestiones presentes en su trabajo escultórico; como la tensa relación entre modernidad y tradición, el valor estructural y volumétrico de la forma, la abstracción, la naturaleza y lo rural o la permeabilización en su obra de influencias dispares a lo largo de su trayectoria –desde el *noucentisme* a las expresiones más avanzadas del cubismo y surrealismo–.



Así, con una exquisita exposición de gabinete pretendemos arrojar luz sobre un capítulo oculto de las vanguardias parisinas; porque es un hecho incontestable que, pese a su importancia histórica y su volumen, la pintura de Julio González no se ha beneficiado de la fortuna crítica y la atención que sí ha recibido su obra escultórica. Y, por último, y dado el carácter inédito del proyecto, constituirá un original homenaje a uno de los principales artistas españoles del siglo XX en el 150 aniversario de su nacimiento.

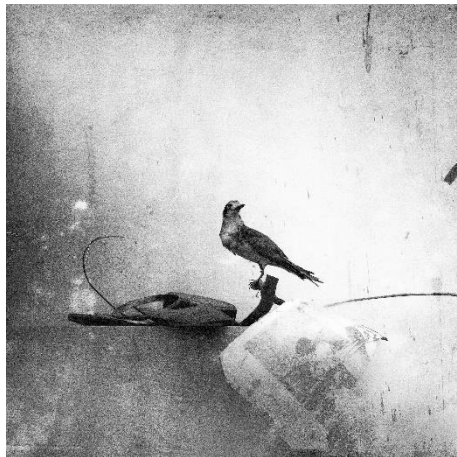
Espacio ArteSonado

Manuel Franquelo. El lenguaje de las cosas

12 junio – 12 octubre

El malagueño Manuel Franquelo (1953-2024) fue un artista inclasificable e irrepetible, creador de un universo hiperrealista tan personal, cotidiano y humilde que su obra (escasa además por la lentitud de su proceso de trabajo, detallista hasta la obsesión) pertenece a esos márgenes de la historia del arte donde residen algunos de nuestros más grandes creadores, voluntariamente reclusos en un mundo propio, ajenos a tendencias, mercados y distracciones de cualquier tipo, en el que sólo existen el artista y sus pinceles, lápices o buriles, suspendidos en un tiempo que sus obras han convertido en eterno.

Como pequeño homenaje desde su tierra natal, que el Museo organiza gracias a la colaboración de la familia del artista, esta exposición íntima, delicada y minimalista ofrece un fugaz vistazo a un poco de lo mucho que fue el arte de Franquelo. La serie de catorce estampas *El lenguaje de las cosas* y dos estampaciones fotográficas a partir de los motivos trabajados en ellas no sólo enseñan ese trabajo solitario, casi de ascetismo monacal, sino que muestran retazos de su estudio, de los objetos más insignificantes que se acumulaban en él, de forma azarosa y circunstancial, y con los que dio forma a un microcosmos que parece el de un coleccionista de instantes.



Asimismo, tres dibujos de paisajes urbanos de Madrid, su ciudad de adopción, ejemplifican como tras las puertas de su estudio, el mundo era para Franquelo otro cúmulo más de cosas inertes, de formas organizadas en el espacio, susceptibles de integrar otro bodegón de la vida, en silencio y quietud. Y todo ello con una técnica de sobrecogedora minuciosidad, que desafía al ojo hasta el límite.

PROGRAMA EDUCATIVO Y DE ACCION CULTURAL

https://www.carmenthyssenmalaga.org/bundles/thyssenmalagaweb/pdf/programa_educativo/pe_thyssenmalaga_2025.pdf

Desde el año 2020, el programa se divide en dos grandes bloques estratégicos: EDUCACIÓN y ACCIÓN CULTURAL.

En el apartado de EDUCACIÓN, el Museo sigue atendiendo a los centros educativos y sociales, a las familias, a los niños/as en tiempo vacacional, al público adulto, interesado en las exposiciones temporales y en la Colección, a los jóvenes y a los artistas.



CENTROS EDUCATIVOS

- Infantil
- Primaria
- Secundaria / Bachillerato
- Encuentros con profesores/as y educadores/as
- Visitas autónomas
- Visita taller para grupos de Educación secundaria.

¿EN QUÉ TE PUEDO AYUDAR?

El rápido avance de las inteligencias artificiales no sólo supone un incremento del considerado estado de "bienestar", sino también una gran incertidumbre sobre el futuro de la sociedad que conocemos.

En concreto, en el ámbito de la Educación se está generando un intenso debate sobre el uso de estas inteligencias generativas, que plantean dudas sobre los modelos clásicos de estudio y aprendizaje. Los chatbots pueden elaborar contenidos de forma rápida y sin ningún esfuerzo.



Además, recientes estudios revelan que los principales usos que damos a estas herramientas tienen que ver con la búsqueda de compañía y la búsqueda de sentido. ¿A qué reflexión nos lleva este nuevo escenario? ¿Qué necesidades operan en el uso de los más jóvenes? ¿Cómo podemos plantear un debate crítico sobre la IA? Este año, nos plantearemos estas y otras cuestiones junto al alumnado de Secundaria y Bachillerato a través de una visita a la Colección y exposiciones temporales del Museo, así como mediante dinámicas performativas y de creación colectiva que nos abrirán a la reflexión sobre el potencial del ser humano y el algoritmo.

COMUNIDADES (programa social)

1. Idas y vueltas
2. Visitas dialogadas
3. Visitas adaptadas
4. Correspondencias IX
5. Voces de la memoria. Ir al baile
6. Mapas
7. Realidades
8. Laboratorio de vuelos



PENSAMIENTO Y DEBATE

- Monográficos en torno a las exposiciones temporales
- Ciclo *Otras miradas*

EN TIEMPO LIBRE

- 1 Visitas taller para familias/intergeneracional.
- 2 Arte, música y movimiento.
- 3 Bebecuentos.
- 4 Iniciación musical para bebés.
- 5 Arte en movimiento.

Museo de vacaciones

- Museo de Navidad 2026
- Museo de Semana Blanca 2026
- Museo de Verano 2026

Iniciación musical para bebés y niños/as

Siguiendo la metodología de Música in Culla®, la actividad propone un espacio para la experimentación musical a través del juego con melodías, ritmos y movimientos, además de reforzar la comunicación verbal y gestual, así como el vínculo entre los miembros de la familia.



Los talleres de iniciación musical están adaptados a las diferentes etapas evolutivas de los bebés y niños/as participantes y cuentan con los adultos/as para colaborar y disfrutar de la sesión desde el respeto a las necesidades y el movimiento libre de los/as pequeños/as. Con la participación de Parapapán. Espacio educativo, artístico y creativo.

CO-LABORATORIOS

- EducaLab
- Talleres de creación
- El cuerpo en el centro. Laboratorio de creación.

ACCIÓN CULTURAL

- VII Ciclo de poesía en acción COSTUMBRE
- VI Convocatoria de ARTES VIVAS
- VI Ciclo de Artes vivas "ANCESTRAL"
- V Ciclo TANGENTES. Experiencias de danza

Los proyectos VII MÚSICA THYSSEN y Proyectos artísticos SITE-S se llevarán a cabo en el caso de encontrar una nueva financiación.



PROGRAMA DE PROMOCIÓN

Este capítulo se ocupa de la planificación de actividades a desarrollar por el área de promoción, concretamente las concernientes a comunicación y publicidad, fidelización de públicos (amigos del museo), plan de patrocinio, colaboraciones y eventos.

Con todas ellas se pretende poner en valor y difundir el conocimiento del museo, sus exposiciones y el conjunto de las actividades artísticas, así como generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la Fundación.

La finalidad principal de estas acciones es la de mantener el interés del público actual y captar otros nuevos. El Museo elabora sus acciones de promoción y comunicación, tanto en offline como online.

Publicidad y comunicación

Cada ejercicio anual es objeto de una planificación de la inversión publicitaria en medios de comunicación para el conocimiento de las acciones del museo, fundamentalmente las exposiciones temporales y la Colección Carmen Thyssen.

Ante la limitación de recursos se hace un esfuerzo por tener presencia en todos los medios informativos locales, los más destacados Diario Sur, El Español, La Opinión, Málaga Hoy, Cope, Ser, Onda Cero, Kiss FM, Canal Málaga, La Diversiva ..., medios regionales como Canal Sur y nacionales como La Razón y el Grupo Prisa.

También se aborda la prensa especializada, medios como "Descubrir el arte", "Tendencias del Mercado del Arte", "ARS Magazine" para llegar al público más interesado en la cultura.

Finalmente, bajo el objetivo de llegar al público turista que visita la ciudad, el museo se publicita en medios como "Mas Málaga", "Málaga Slow Guide", o Gogo Cards, ...

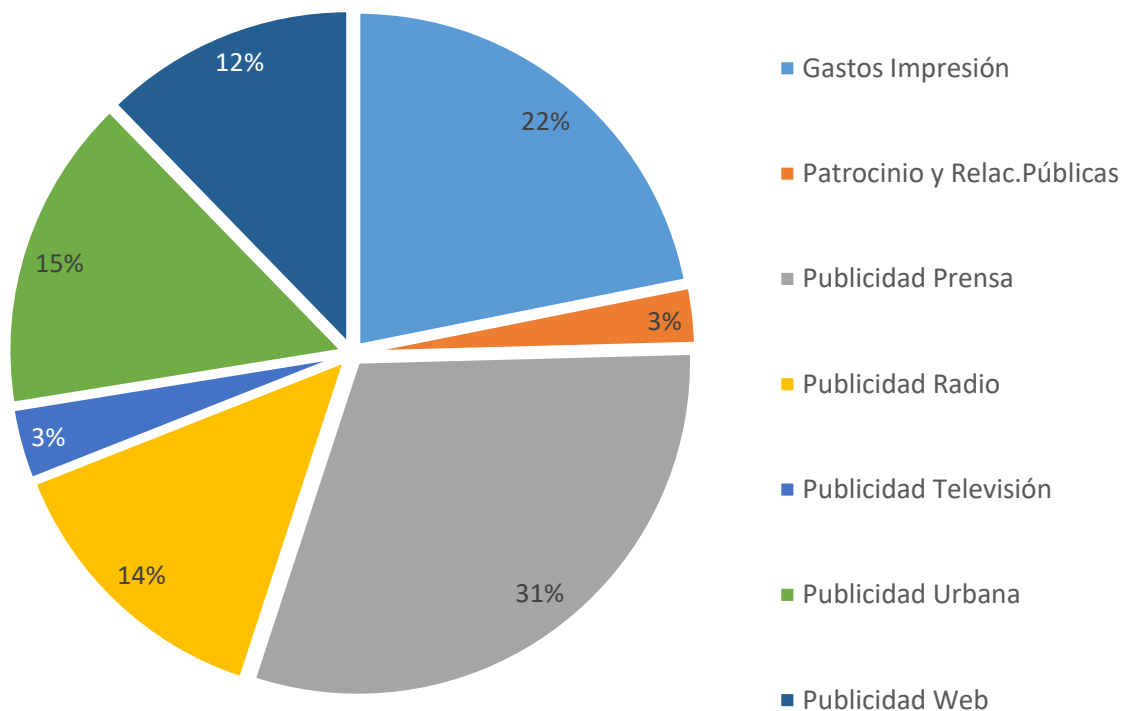
También desarrollamos publicidad gratuita en Google al amparo del programa para entidades no lucrativas Google Ads Grants, que nos da un impacto de 15.600 € en este medio digital

La publicidad de las exposiciones se apoya también en soportes promocionales en el museo, es el caso de la lona en fachada del Museo y la gigantografía en hall de auditorio visibles desde la calle Compañía, también en publicidad urbana en la ciudad y en su ámbito subregional, concretamente:

- Banderolas dobles ubicadas en las farolas de los siguientes enclaves (Avenida Andalucía, Alameda Principal, Paseo del Parque, Paseo Marítimo Malagueta, farolas detrás del CAC, Paseo de Los Curas, Calle Córdoba y Parque Tecnológico)
Banderolas ubicadas en la avenida principal de Alhaurín de la Torre.
- Carteles y publicidad en las pantallas de los autobuses urbanos de la ciudad.
- Mupis distribuidos a lo largo de toda la Costa del Sol y en Málaga.
- Relojes urbanos.
- Vídeos de cada exposición en fachada del Corte Inglés.

Estas últimas medidas, estáticas y permanentes, nos facilitan una comunicación generalista, a todos los públicos, que nos permite conectar con diferentes públicos y crear marca en la ciudad.

A continuación, el gráfico de la inversión publicitaria recoge muy bien la programación de los recursos contemplados en la partida de gastos de publicidad, concretamente **203.998 €** que se distribuyen del siguiente modo:



Por otro lado, el área de promoción también participa de las funciones de **comunicación de la Fundación** Palacio de Villalón y de la programación del Museo, para ello nos apoyamos en un servicio externalizado contratado con la empresa COONIC, el contrato con esta empresa vence a principios del próximo año, por lo que tenemos programado el convocar la licitación del servicio para los años 2026 y 2027.

Esta empresa se ocupa de la elaboración de comunicados para notas y la preparación de ruedas de prensa, que en el último año han sido de 34 comunicados de prensa en 2024 y a 1 de noviembre de 2025 llevamos otras 26, una cifra que muy probablemente se mantenga o supere durante este 2026.

Se ocupa también de la gestión con medios, clipping, redacción de mailings, elaboración de material audiovisual para difusión en RRSS, diseño gráfico para campañas publicitarias... Lo que nos ha aportado un mayor rendimiento de la inversión y un considerable incremento en las acciones de comunicación respecto a años anteriores.

El Museo ha construido un aparato propio, al margen de la inversión publicitaria, para la comunicación de sus actividades, se apoya en el técnico informático, Jorge Rodríguez y en la técnico de audiovisuales María Navarro, que abarca la web del museo con 1.000.000 visitas anuales, el boletín informativo con 52 publicaciones que en este próximo año 2026 superará los 26.000 inscritos, con una ratio de apertura del 40 %, las pantallas informativas en el museo y también las *newsletters* de los directorios de Educación, Amigos del Museo y social. Lo que nos permite una masa de más de 50.000 destinatarios directos de la información de nuestros programas.

La página web ha consolidado su nueva plataforma e imagen. La web se completa de manera periódica con nuevas actividades, exposiciones, publicaciones, etc., y va ampliando su archivo gráfico publicando todo lo que sucede en la sección Multimedia, mediante

Museo CarmenThyssen Málaga

álbumes de fotografías y un apartado de vídeos, donde se han añadido recientemente los subtítulos en inglés para los vídeos de exposiciones temporales.

Las redes sociales son otro de los pilares esenciales del Programa. Realizamos un mantenimiento y seguimiento diario de cada red social en la que está posicionada el museo: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Vimeo o Pinterest. Los contenidos generados por el Museo se difunden directa o indirectamente en todas ellas, como por ejemplo asuntos relacionados con la Colección Permanente y Temporal, el propio Museo y su entorno, agenda o servicios. 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.

En redes sociales, el mismo equipo con el apoyo de Coonic, coordina las redes sociales abiertas por el Museo en Facebook, X, Youtube e Instagram.

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 temporales, así como las diversas actividades que se desarrollan a partir de estas.

Museo CarmenThyssen Málaga

Historia y tarifas | Amigos del Museo | Venta de entradas

EN ES + 🔍

VISTA COLECCIÓN EXPOSICIONES EDUCACIÓN ACTIVIDADES MULTIMEDIA LA FUNDACIÓN PRENSA TIENDA

Museo CarmenThyssen Málaga Organiza tu visita »
Hasta el 18 de enero de 2025 Amigos del Museo »
Tienda » » »

COLECCIÓN

Hoy, 14 noviembre 2025

noviembre 2025

DOM	LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	SUN
	27	28	29	30	31	1	2
	3	4	5	6	7	8	9
	10	11	12	13	14	15	16
	17	18	19	20	21	22	23
	24	25	26	27	28	29	30

HOY EN EL MUSEO

Tarjetas y permisos

Rembrandt grabador

PRECOCCIO Y PITTURA NATURELLA
Jesús López Rodríguez
Patio interior, Sevilla
1922

PIN DE BOLD
Boris Vianelli Fog
Patio
1971

ACTIVIDADES

Acción cultural
Ciclo de Actas vivas. Decir mi nombre, de Jana Pacheco
20 de noviembre de 2025

Educativas
Bebecientos. Cuando la luna se levanta
Del 28 al 29 de noviembre de 2025

Visitas guiadas
Visitas guiadas a la exposición "Telúricos y primitivos"
27 de noviembre de 2025

RECOMENDACIONES

Visitas virtuales exposiciones

Blog del Museo

Amigos del Museo

Museo accesible

Museo CarmenThyssen Málaga

Entre los eventos propios queremos destacar las siguientes actividades:

- El programa de Navidad, con el Coro ESAEM, los coros navideños y la instalación del Belén Napolitano.
- El programa de visitas guiadas, en especial para los días de puertas abiertas y gratuitas
- El programa de música del cuarteto de cuerda con un repertorio dedicado a compositores coetáneos a la Colección Carmen Thyssen.



- Taller de pintura con el patrocinio de la firma Winsor&Newton. Son 4 talleres anuales y que cuentan con el patrocinio de impartidos por el pintor cordobés afincado en Málaga Daniel Parra Lozano, quien cuenta con más de 300 premios nacionales e internacionales en las categorías de pintura, dibujo, cómic e ilustración.



Colaboraciones

El Museo es una institución comprometida con el ámbito territorial que le rodea y una de las formas que tiene para interrelacionarse con la sociedad es facilitar las colaboraciones con entidades no lucrativas para el desarrollo de eventos y actos de difusión de sus objetivos también con pequeñas acciones como invitaciones y visitas guiadas que tanto pueden ayudar a asociaciones y fundaciones de menor entidad.

Entre otras entidades, durante este próximo año tendremos colaboraciones con:

- Agrupación de Cofradías
- Fundación Musical de Málaga
- Fundación Málaga
- Asociación de Fundaciones de Andalucía (Comité directivo)
- Consejo Social de Andalucía de Asepeyo.
- Asociación Española contra el Cáncer
- Fundación CUDECA
- Cruz Roja

También se otorga una especial atención a las colaboraciones con el sector turístico como un punto de apoyo fundamental en la difusión de la colección entre operadores y clientes, de hecho, la fundación forma parte de AEHCOS y a lo largo del año se programan periódicamente:

- cursos de formación a los guías turísticos de la provincia,
- relación constante con los hoteles y operadores turísticos,
- campaña de difusión de las exposiciones temporales para las visitas de la plantilla de los hoteles extensible a los empleados de las oficinas de turismo, asociaciones de guías turísticos, y de agencias de viajes, para que tengan información actualizada y la puedan transmitir a sus clientes.

Tenemos contratos de colaboración con Tour Operadores y Agencias de viajes, que nos muestran en sus catálogos, páginas web y otros medios que emplean para la venta, otros casos como la integración en los precios de City Sightseeing y la tarjeta room museum con el hotel Vincci Posada del Patio, ...

A nivel institucional es destacable la colaboración con el Ayuntamiento de Alhaurín de la Torre, que facilita la difusión de nuestras exposiciones mientras que el Museo facilita visitas de grupo para asociaciones culturales y sociales.

También, con el Ayuntamiento de Málaga, la campaña anual con los once Distritos de la ciudad, a cuyos colectivos que se otorga una visita guiada recurrentemente a principio de primavera.

Plan de patrocinio

A los pocos meses de la inauguración del Museo Carmen Thyssen Málaga, en diciembre de 2011, se tomaron las primeras medidas para canalizar posibles vías de financiación procedentes del patrocinio y del mecenazgo. Entre esas medidas que se tomaron está el primer contrato de patrocinio, firmado con la empresa Mahou-San Miguel.

Las acciones de Patrocinio comenzaron también de forma temprana con el contrato indicado, que era un patrocinio global que, a su terminación, dio paso a la elaboración de un Plan de Patrocinio en el que se especificaban dentro del Museo diferentes proyectos a patrocinar.

Desde entonces y hasta estos últimos meses, ha sido especialmente operativo en los proyectos de exposiciones temporales, de contexto y en el programa educativo con un

Museo Carmen Thyssen Málaga

grupo de una decena de empresas y bancos que han colaborado con el Museo. Entre todos ellos, han sumado una aportación cercana a los tres millones de euros en favor del Museo y de nuestra fundación.

Estas aportaciones han sido necesarias para el sostenimiento de los sucesivos Planes de Actuación anuales del Museo y complementario a otras vías de financiación como taquilla, tienda y eventos.

Patrocinador del Museo.

Se trata de la colaboración o patrocinio que sirve a la financiación general de la actividad de la fundación y el Museo que gestiona, por tanto, se extiende por todos y cada uno de los proyectos, actividades y acciones programadas como patrocinador principal del Museo, desde las categorías de amigos hasta la programación correspondiente a la Colección Permanente.

Tiene una duración anual, carácter exclusivo en su sector empresarial y recibe todas las ventajas derivadas de la acción integral de la fundación.

La cuantía de la aportación se eleva a 200.000 € y habilita a personar su marca y representantes en los espacios públicos y privados de promoción del Museo, en el espacio más destacado.

La marca convivirá con las empresas que colaboren en los restantes proyectos del Museo que, en cualquier caso, serán compatibles con su actividad empresarial.

Contempla las siguientes ventajas:

- Presentación del acuerdo de patrocinio en sesión del Patronato del Museo.
- Presencia con voz del titular de la empresa en las sesiones del Patronato del Museo.
- Presentación pública del acuerdo con presencia institucional del Alcalde de la ciudad y la Presidenta del Museo.
- Elaboración de logotipo conjunto Museo y empresa para su uso en cartelería y folletos y campañas de promoción del Museo.
- Campaña publicitaria en medios de comunicación y de publicidad urbana con logo de la empresa patrocinadora, en cartelería estática (Málaga capital y provincia).
- Campaña de difusión del patrocinio en los barrios de la ciudad de Málaga.
- Presencia de la marca en lona de fachada del Museo, compartida con las marcas de los patrocinadores de la Colección Permanente y de la exposición temporal.
- Logo en todos los folletos del Museo Carmen Thyssen Málaga
- Panel en la recepción para la imagen de la marca como patrocinadora del Museo.
- Denominación del Auditorio con la marca.
- Imagen de la marca en la home-page de la web del Museo.
- Mención en la locución de las audio-guías para las visitas a la Colección Permanente, a la exposición temporal o a la combinada de ambas, compartida con las marcas de sus respectivos patrocinadores, en su caso.
- Presidencia del cuadro de empresas patrocinadoras del Museo.
- Disposición de catálogos de la Colección Permanente y de cada exposición temporal.
- Disposición del Patio de Columnas y Auditorio para eventos sociales.
- Disposición de guía para las visitas guiadas que programe al Museo.
- Disposición de invitaciones para sus clientes.

Características:

Museo Carmen Thyssen Málaga

- Denominación de la Actividad: Museo Carmen Thyssen Málaga.
- Fecha de la actividad: Desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2026.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2025.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 200.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Patrocinador de la Colección Permanente.

Tiene por objeto la colaboración y financiación de todo lo concerniente a la investigación, conservación y difusión sobre la Colección permanente, quedando la marca de la empresa patrocinadora vinculada a la Colección, conviviendo, en su caso, con el logo del patrocinador del Museo.

Se trata de una colaboración o patrocinio anual que ha de ser compatible con el patrocinador principal del Museo.

La aportación económica alcanza los 100.000 € anuales y contempla las siguientes ventajas:

- Presentación del acuerdo de patrocinio en sesión del Patronato del Museo con presencia del titular de la empresa.
- Presentación pública del acuerdo con presencia institucional del Alcalde de la ciudad y la Presidenta del Museo.
- Campaña publicitaria en medios de comunicación y de publicidad urbana con logo de la empresa patrocinadora, en cartelería estática (Málaga capital y provincia).
- Campaña de difusión del patrocinio en los barrios de la ciudad de Málaga.
- Logo en folletos de la Colección Permanente del Museo.
- Panel en entrada de la Sala de la Colección permanente.
- Imagen de la marca en el site de la colección permanente de la web del Museo.
- Mención en locución de audio guías permanente y combinada.
- Presencia en el cuadro de patrocinadores.
- Disposición de catálogos de la colección permanente y de cada exposición temporal.
- Disposición del Patio de Columnas y Auditorio para eventos sociales.
- Disposición de guía para las visitas guiadas que programe al Museo.
- Disposición de invitaciones para sus clientes.

Características:

- Denominación de la Actividad: Colección Carmen Thyssen Málaga.
- Fecha de la actividad: Desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2026.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2025.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 100.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Museo CarmenThyssen Málaga

Patrocinador Yacimiento Arqueológico.

Tiene por objeto la colaboración y financiación de todo lo concerniente a la exhibición del yacimiento Arqueológico situado en los sótanos del Palacio de Villalón.

Se trata de una colaboración o patrocinio anual que ha de ser compatible con el patrocinador principal del Museo y la Colección Permanente

La aportación económica alcanza los 50.000 € anuales y contempla las siguientes ventajas:

- Presentación del acuerdo de patrocinio en sesión del Patronato del Museo con presencia del titular de la empresa.
- Presentación pública del acuerdo con presencia institucional del Alcalde de la ciudad y la Presidenta del Museo.
- Campaña publicitaria en medios de comunicación y de publicidad urbana con logo de la empresa patrocinadora, en cartelería estática (Málaga capital y provincia).
- Logo en folletos del Yacimiento.
- Panel en entrada de la sala expositiva.
- Imagen de la marca en el site del Yacimiento en la web del Museo.
- Presencia en el cuadro de patrocinadores.
- Disposición de catálogos de la colección permanente y de cada exposición temporal.
- Disposición del Patio de Columnas y Auditorio para eventos sociales.
- Disposición de guía para las visitas guiadas que programe al Museo.
- Disposición de invitaciones para sus clientes.

Características:

- Denominación de la Actividad: exposición del Yacimiento Romano
- Fecha de la actividad: Desde su apertura al 31 de diciembre de 2026.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de enero de 2026.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 50.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Patrocinador de Exposición Temporal.

El programa del Museo, habitualmente, contempla la realización de dos exposiciones temporales con una duración que ronda los 4,5 meses de duración y un impacto, entre que se publicita y que se cierra de unos 6 meses.

Con este programa la empresa participa en la financiación de las exposiciones temporales que junto con las de contexto dinamizan el contenido expositivo y académico del Museo.

El patrocinio tiene un recorrido temporal de seis meses y tiene un gran impacto publicitario e informativo, la aportación estimada es de 60.000 € y se realiza con exclusividad en las actividades que contempla y siendo compatible con el patrocinador del Museo.

Lo deseable es que estos patrocinios sean únicos, tienen una estimación que perfectamente puede ser aceptada en determinados sectores empresariales.

La cuantía de la aportación contempla las siguientes ventajas:

- Presencia institucional del Alcalde de la ciudad y de la Presidenta del Museo en la presentación del acuerdo y en la inauguración de la exposición.
- Campaña publicitaria en medios de comunicación y publicidad urbana con logo de la empresa patrocinadora de la exposición, en cartelería estática (Málaga capital y provincia) en un período de cinco meses al año.
- Logo en folletos de la Exposición Temporal.
- Panel en entrada de la Sala de la Exposición Temporal permanente con la imagen de la marca patrocinadora.
- Mención en locución de audio guías de la exposición temporal.
- Imagen de la marca en el site de la exposición temporal de la web del Museo.
- Presencia en el cuadro de patrocinadores.
- Disposición de catálogos de la exposición temporal.
- Disposición del Patio de Columnas y Auditorio para eventos sociales.
- Disposición de guía para las visitas guiadas que programe al Museo.
- Disposición de invitaciones para sus clientes.
- Firma en los correos electrónicos del Museo

Características:

- Denominación de la Actividad: Exposición temporal.
- Fecha de la actividad: Desde marzo a septiembre 2026 (temporal 1), octubre a marzo 2027 (temporal 2).
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2025.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 60.000 € respectivamente.
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Patrocinio del Programa Educativo

El programa educativo es otro de los núcleos de la actividad del Museo, tiene menor impacto mediático, pero sí tiene una visible presencia en las actividades semanales del área de educación, ofreciendo unos buenos parámetros de calidad y público para el patrocinador.

Este patrocinio tiene una duración de unos 9 meses entre octubre y junio, afecta a un volumen de unos 9.000 visitantes, se extiende por toda la provincia y, en especial, se ocupa de varios colectivos con dificultades de integración como los de salud mental, autismo y refugiados. La aportación se estima en 40.000 €.

Se realiza con exclusividad y en solitario en el ámbito de la función educativa del Museo, en las actividades que contempla, debiendo ser compatible con el patrocinador del Museo.

Acciones que contempla:

- Presencia institucional del Museo en la presentación del acuerdo.
- Disposición de entradas (colección permanente y exposiciones temporales)
- Visitas gratuitas para grupos con disponibilidad de los espacios del Museo.
- Entrega de catálogos de cada exposición temporal.

Museo Carmen Thyssen Málaga

- Imagen en cuadro de patrocinadores
- Ventajas Categoría Empresa Amigos del Museo
- Imagen del patrocinador en espacio educativo, folletos y publicaciones.

Características:

- Denominación de la Actividad: Programa Educativo.
- Fecha de la actividad: Desde Septiembre 2026 a junio 2027.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2025.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 40.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Patrocinio de Exposiciones de Contexto.

También en el marco del programa expositivo se desarrollan pequeñas exposiciones sobre el Salón Noble con una duración máxima de 3 meses, muy reducida por tanto en público y en difusión mediática.

La aportación sería de 15.000 € y este patrocinio, en solitario, tendría una duración de unos cuatro meses aproximadamente. Las acciones serían:

- Presencia institucional del Ayuntamiento en la presentación del acuerdo.
- Presentación en sala para un grupo limitado y selecto de invitados.
- Imagen en sala
- Logo en folleto de sala
- Logo en cartelería EMT y Entorno Thyssen
- Imagen en cuadro de patrocinadores

Características:

- Denominación de la Actividad: Exposiciones de Contexto.
- Fecha de la actividad: A determinar durante el 2026.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2025.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 15.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Patrocinio del programa Amigos del Museo

La estrategia de fidelización del público se articula a través del grupo de Amigos del Museo que como ya sabemos tiene varias vertientes, ciudadanos, establecimientos, corporaciones y empresas.

Museo CarmenThyssen Málaga

Durante el año se va desarrollando un programa de actividades para este público ganado por el Museo que precisan de un patrocinador que permita mejorar la calidad de las actividades programadas.

La aportación sería de 10.000 € y otorgaría la presencia de la marca en todas las actividades y, directamente, para el colectivo de personas que con una pequeña cuota colabora con el Museo y usa de sus servicios. El patrocinio tendría una duración de un año.

Contempla las siguientes acciones:

- Presencia institucional del Museo en la presentación del acuerdo.
- Disposición de entradas (colección permanente y exposiciones temporales)
- Visitas exclusivas para grupos con disponibilidad de espacios de la terraza del Museo.
- Presencia en la recepción anual.
- Imagen en cuadro de patrocinadores

Características:

- Denominación de la Actividad: Programa Amigos del Museo.
- Fecha de la actividad: Desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2026.
- Fecha de presentación de ofertas: Desde el 1 de noviembre de 2025.
- Modalidad de Patrocinio: Patrocinio publicitario o Convenio de Colaboración Empresarial.
- Importe del Patrocinio: 10.000 €
- Criterios de selección: Personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, con plena capacidad de obrar, que no estén incurso en alguna prohibición de contratar y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica.
- Retornos: Retorno económico para el sostenimiento de los gastos de las actividades.

Poco a poco hemos conseguido la confianza de entidades como Caixa, Unicaja, Cajasol, Fundación Damm, Ayuntamiento de Estepona, Coanfi, Laros, Soho Boutique Hotels, McArthurGlen Málaga, etc...y esperamos confirmarlo en otras empresas que pueden apoyar la actividad cultural del Museo.

El objetivo está en comprometer un patrocinador con cada una de las exposiciones temporales a razón de 60.000 € cada una, con el programa educativo el ingreso previsto suma los 20.000 € y para las muestras de contexto, el objetivo es captar empresas que puedan aportar un total de 15.000 €. El objetivo de ingresos por patrocinio alcanzaría los 255.000 € para 2026.

Fidelización. Los Amigos del Museo.

Otra vía de financiación, en la que más se marca la conexión y fidelización de los públicos es el programa de amigos del museo, sustentado en un programa estable de actividades, una relación constante con el visitante, la captación de recursos y la prestación de servicios a ciudadanos, comercios, entidades sin ánimo de lucro y a empresas.

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

El objetivo para 2026 es crecer en la captando nuevos amigos, ofreciendo un completo programa de actividades que satisfagan su interés y necesidades culturales.

Museo CarmenThyssen Málaga



A todo ello hay que sumar las jornadas de Networking realizadas con las Empresas Amigas. Estas jornadas han provocado el interés y la adhesión al programa de estas nuevas empresas: Universidad Europea, Marbella Club, Metro Málaga, OPPLUS.



Eventos

Desde un principio la visión ha sido la de un museo que también sirva como lugar de encuentro social y de desarrollo de actividades y eventos culturales, un espacio que sirva también al intercambio de ideas con colectivos, empresas, artistas, empresas, ...

Consideramos el desarrollo de **eventos** como una oportunidad de atraer a diferentes sectores sociales y empresariales, el Museo se brinda a la sociedad mediante pago de tasas o mediante colaboraciones como una herramienta más de acercamiento de otros públicos a nuestros contenidos.

Museo CarmenThyssen Málaga

El Museo ha generado capacidad para recoger actos de tipo empresarial, espectáculos, económico, social o institucional en salas y espacios exclusivos muy apropiados para su celebración. Esta capacidad es muy limitada, el auditorio y el patio de columnas, pero nos permite realizar un gran número de acciones a lo largo del año, entre las propias y las externas, serán más de 180 eventos los que se organicen.



El área de promoción del Museo se ocupa también de la gestión con medios, clipping, redacción de mailings, elaboración de material audiovisual para difusión en RRSS, diseño gráfico para campañas publicitarias... Lo que nos ha aportado un mayor rendimiento de la inversión y un considerable incremento en las acciones de comunicación respecto a años anteriores.

El Museo ha construido un aparato propio, al margen de la inversión publicitaria, para la comunicación de sus actividades, se apoya en el técnico informático, Jorge Rodríguez y en la técnico de audiovisuales María Navarro, que abarca la web del museo con 933.000 visitas anuales, el boletín informativo con 52 publicaciones que en este próximo año 25 superará los 23.000 inscritos, con una ratio de apertura del 36 %, las pantallas informativas en el museo y también las *newsletters* de los directorios de Educación, Amigos del Museo y social. Lo que nos permite una masa de más de 50.000 destinatarios directos de la información de nuestros programas.

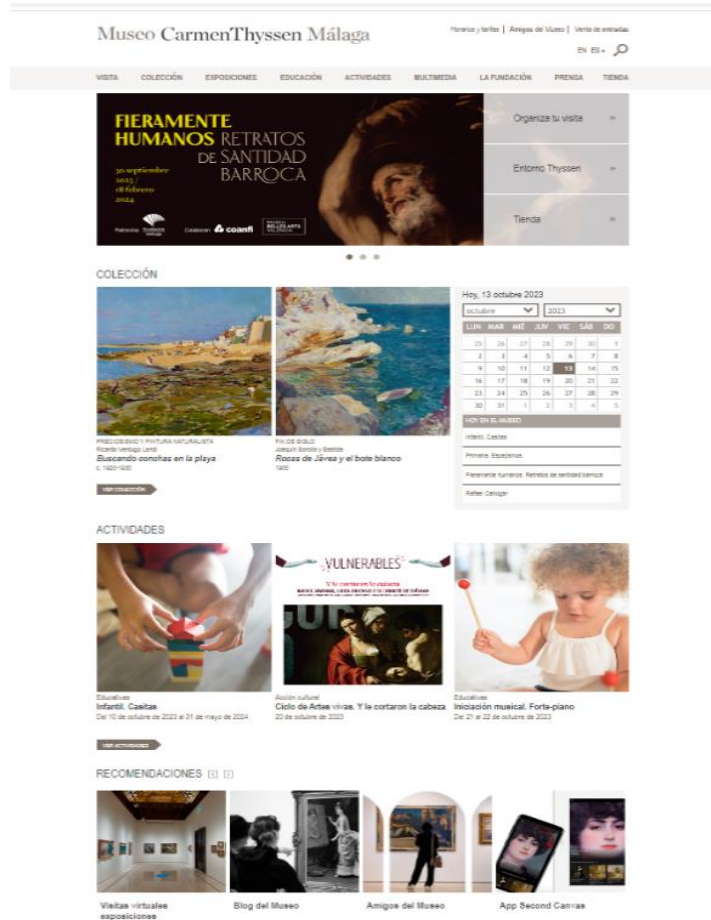
Museo CarmenThyssen Málaga

La página web ha consolidado su nueva plataforma e imagen. La web se completa de manera periódica con nuevas actividades, exposiciones, publicaciones, etc., y va ampliando su archivo gráfico publicando todo lo que sucede en la sección Multimedia, mediante álbumes de fotografías y un apartado de vídeos, donde se han añadido recientemente los subtítulos en inglés para los vídeos de exposiciones temporales.

Las redes sociales son otro de los pilares esenciales del Programa. Realizamos un mantenimiento y seguimiento diario de cada red social en la que está posicionada el museo: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Vimeo o Pinterest. Los contenidos generados por el Museo se difunden directa o indirectamente en todas ellas, como por ejemplo asuntos relacionados con la Colección Permanente y Temporal, el propio Museo y su entorno, agenda o servicios. 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.

En redes sociales, el mismo equipo con el apoyo de Coonic, coordina las redes sociales abiertas por el Museo en Facebook, X, Youtube e Instagram.

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 temporales, así como las diversas actividades que se desarrollan a partir de estas.



CONTRATACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

La política de contrataciones del Museo está regulada a través de la Ley de Contratos del Sector Público. Desde la puesta en marcha del Museo, la aplicación de los principios de publicidad, libre concurrencia y economía, nos han servido como base en el ámbito de la contratación y la gestión.

Del mismo modo, el principio de transparencia en la gestión forma parte del ADN del Museo Carmen Thyssen, y va mucho más allá de las disposiciones legales que puedan existir. El Portal de transparencia situado en nuestra página web, cumplimos con los requisitos establecidos por le Ley de Transparencia.

The screenshot shows the website's navigation menu with options like VISITA, COLECCIÓN, EXPOSICIONES, EDUCACIÓN, ACTIVIDADES, MULTIMEDIA, LA FUNDACIÓN, PRENSA, and TIENDA. The main content area is titled 'Portal de la Transparencia' and includes an introductory paragraph about transparency, followed by several informational cards with images and 'VER MÁS' buttons. The cards cover topics such as Patronato, Misión, visión y valores, Equipo del Museo, Información económica, visitas y actividades, Contrataciones, and Política de Seguridad de la Información.

Por otro lado, y conforme lo establecido en la reforma de 2015 del Código penal en materia de cumplimiento (compliance), disponemos del órgano de cumplimiento normativo al que en 2025 se ha sumado el canal de denuncias.

La entrada en vigor de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción, conlleva la obligación de incorporar a la organización de la Fundación el Sistema Interno de Información (en adelante SII), que se añade al citado Sistema de Gestión de Compliance Penal (en adelante SGCP) del que ya está dotada la fundación.

Museo CarmenThyssen Málaga

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

Nuestra estrategia de Recursos Humanos parte de la misión de nuestro Museo, nuestra razón de ser, no olvidamos que para nuestra Fundación las personas son el principal valor. Somos conscientes de que un equipo preparado y comprometido llegará a cumplir mejor nuestros objetivos, y es por ello, que durante el próximo año 2026 seguiremos trabajando los siguientes aspectos.

La Formación y cohesión de equipos

La Fundación hace una apuesta por la Formación Continua, y siguiendo esta línea se opta por una herramienta transversal, con criterios unificados encaminados al objetivo de Competir con éxito. La formación, tiene como principal objetivo la capacitación y actualización permanente de las competencias de los recursos humanos, para permitir un mayor desarrollo profesional, y con ello un óptimo desempeño de las actividades encomendadas.

En la actualidad existen planes de ayuda a la Formación Continua financiados por el Fondo Social Europeo y la Fundación Tripartita, procederemos a alcanzar el máximo de bonificación asignado por esta entidad a nuestra Fundación.

Cada acción formativa realizada, irá acompañada de una evaluación tanto en la satisfacción por los conocimientos adquiridos como por la consecución de los objetivos marcados previamente.



Para aquellas acciones formativas que no estén contempladas en el Plan de Formación, se hará la propuesta a RRHH, con el fin de valorar su importancia y urgencia.

El Servicio de Atención al Visitante

El Servicio de Atención al Visitante, como siempre, ha prestado durante este año un funcionamiento ejemplar, un año más las encuestas a nuestros visitantes nos indican, que uno de los aspectos más valorados en la visita a nuestro museo es la calidad de la atención recibida por nuestro personal, no sólo a nivel de capacitación técnica sino también a nivel de amabilidad y profesionalidad en el trato.

Es por ello que gran parte de nuestro esfuerzo irá encaminado a seguir mejorando esta actividad, no sólo a través de la formación, sino también a través de la evaluación continua del servicio prestado y aportando los recursos necesarios para ello. Las acciones formativas irán encaminadas a la accesibilidad, mejora de idiomas, conocimientos de las colecciones expuestas en el museo, trabajo en equipo, ... entre otras.

La Política de Calidad

Muy en línea con el apartado anterior, desde Recursos humanos seguimos impulsando y trabajando la política de calidad.

El Museo realiza cada año la auditoría de Calidad Sicted para velar por el cumplimiento de los indicadores del Plan de Calidad. Realizamos evaluaciones periódicas a través de cuestionarios telefónicos, dirigidos a clientes y colaboradores. Este seguimiento continuo y personalizado nos permite la aplicación inmediata de acciones correctoras en caso de desviaciones.

- Para ello, seguiremos trabajando en la mejora de:
- Los manuales de procedimientos.
- Registros, seguimiento, control y reporte, toda la información generada en el servicio se refleja en informes mensuales, con los principales datos e incidencias del servicio, junto a la resolución de los mismos.
- Consultas, quejas y reclamaciones, los manuales de cómo gestionar las quejas, reclamaciones y sugerencias. Las sugerencias de nuestros empleados y visitantes.

La Prevención de Riesgos Laborales

Este año seguiremos trabajando con nuestra planificación preventiva, para ir mejorando aquellos aspectos en los que sea necesario. Para este año, invertiremos parte del presupuesto de formación en este ámbito. Como cada año, seguiremos con la Vigilancia de la Salud, ofreciendo el reconocimiento médico anual.

Es indudable la tendencia de empresas y entidades de menor tamaño hacia una mayor transparencia, y, en este sentido, FPV, decidió someterse en 2023 a la certificación de Bureau Veritas en el Sistema de Gestión del Turismo Patrimonial Sostenible, siendo auditada y encontrada conforme con los requisitos del referencial del Campus de Excelencia Internacional en Patrimonio Cultural y Natural. Por nuestra parte, hemos obtenido resultados muy positivos y que nos han aportado muchas ideas de avance y mejora.



En 2025 hemos elaborado nuestra segunda Memoria de Sostenibilidad, un documento que reafirma nuestro compromiso con la responsabilidad social y ambiental. A través de esta publicación compartimos de manera transparente los avances alcanzados, las iniciativas emprendidas y los desafíos que seguimos asumiendo para consolidar un modelo de gestión sostenible, inclusivo y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Durante 2026 seguiremos trabajando para mejorar en esta línea.

A finales de este 2025, el Museo firmará su primer Plan de Igualdad, un compromiso institucional que busca garantizar la equidad de oportunidades, fomentar un entorno inclusivo y promover la participación equilibrada de todas las personas en sus actividades y procesos internos. Con esta iniciativa, el Museo refuerza su responsabilidad social y se alinea con los valores de diversidad y respeto que inspiran su labor cultural.

Museo CarmenThyssen Málaga

Además, vamos a reforzar la recogida de información a través de las encuestas a nuestros visitantes. También, tenemos planificada seguir mejorando en la gestión de la accesibilidad.



El Museo Carmen Thyssen Málaga es el «Museo de las Personas», y como tal, debe lograr que tanto el espacio físico, como los contenidos que en él se exhiben, sean totalmente accesibles a personas con dificultades en su movilidad, comprensión y/o comunicación. En 2026 se pondrá a disposición de nuestros visitantes la Guía Fácil de 10 obras maestras de la Colección permanente.

Alumnos en prácticas

Como cada año, la FPV seguirá ejerciendo su compromiso con la formación y preparación de futuros profesionales, estimamos la acogida de unos 10 alumnos en prácticas de distintas entidades.

Los alumnos realizan entre 150-300 horas de prácticas en total. Este tiempo, normalmente, se distribuye del siguiente modo: de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes.

MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

Desde el área de mantenimiento se gestiona la realización de los mantenimientos preventivos y correctivos de todas las instalaciones que forman parte del Museo y sus edificios anexos.

Dichos mantenimientos en función del nivel de especialización o de los requerimientos legales los realizamos con personal propio o a través de empresas externas. A continuación, se detallan los principales mantenimientos que se realizan desde el área:

- Climatización: instalación fundamental para una institución como un museo, donde el mantenimiento de las condiciones de humedad y temperatura estables dentro de las salas de exposiciones y en sus almacenes de obras, es primordial para la conservación de estas.
- Ascensores: por la disposición de nuestro museo con sus salas repartidas en cuatro plantas y por el perfil de nuestro visitante, es también fundamental reducir las averías del ascensor al mínimo, ya que una avería de este redundaría directamente al número de venta de entradas.
- Baja tensión: En un edificio de estas características hay que mantener todo el sistema eléctrico para evitar averías que puedan provocar graves pérdidas económicas, así como incendios.
- Transformadores: Es el sistema que transforma la corriente eléctrica de alta tensión en baja tensión, si falla, disponemos de un grupo electrógeno que lo suplente temporalmente.
- Control automático: controla todas las instalaciones del museo, permite monitorizar y gestionar cualquier instalación con el consiguiente ahorro energético.
- Legionela y plagas.
- Jardinería

Además de los mantenimientos, desde la citada área también se coordinan todos los trabajos de obras e infraestructuras técnicas que son necesarias para la mejora del edificio, en coordinación con otras instituciones se trabaja para solucionar cualquier incidencia como pueden ser la reparación de tuberías en el exterior del museo o en coordinación con la Gerencia de Urbanismo se trabaja para la puesta en valor del yacimiento arqueológico.

También se abastece a otras áreas de los enseres necesarios para realizar eventos y actividades del área educativa, así como el personal necesario para la realización de estos.

Por otro lado, y más estrechamente conectados con la actividad museística, el equipo participa en la preparación de las salas, tanto en la exposición permanente como en las temporales, esa preparación conlleva el pintado de paredes, el pulido de los suelos, la preparación de elementos auxiliares para la exposición (vitrinas, repisas, proyección imágenes), el montaje de obras de arte y la iluminación de estas así como la colocación de cartelas y de todos los elementos necesarios para poder abrir una exposición al público.

Además del jefe de área, el Museo cuenta en su plantilla con cuatro trabajadores directamente vinculados a estas funciones.

Respecto al área de Seguridad del Museo Carmen Thyssen, está compuesto por un Director de Seguridad habilitado para ello por el Ministerio del Interior que es el encargado de organizar y gestionar todo lo relacionado con la seguridad en el Museo, contando para ellos con 5 puestos de vigilancia y un Coordinador de Servicios:

- Centro de Control del Museo.
- Entrada del Edificio Administrativo.
- Entrada Principal del Museo.

Museo CarmenThyssen Málaga

- Salida de Emergencia y Plantas Expositivas del Museo.



RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTE		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	2.760.941,00 €		2.760.941,00 €
Gastos de personal	1.238.309,34 €		1.238.309,34 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	603.314,00 €		603.314,00 €
Otros gastos	2.800,00 €		2.800,00 €
Variación de las provisiones de la actividad			0,00 €
Variaciones de las provisiones de inmovilizado inmaterial y material			0,00 €
TOTAL RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	4.605.364,34 €	0,00 €	4.605.364,34 €
RECURSOS DE FONDOS PREVISTOS	IMPORTE		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	4.605.364,34 €	0,00 €	4.605.364,34 €

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	23	35.280
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	225.000	
Personas jurídicas		x

3. ACTIVIDAD MERCANTIL

Tienda

Las actuaciones del área de Tienda para el año 2026 priorizan atender las necesidades que requiere la explotación del servicio, la ejecución de nuestra estrategia de producción y compras que tiene la gestión sostenible como core, y que está orientada a satisfacer los estándares de calidad y servicio demandados por nuestros clientes.

Estas líneas generales de trabajo buscan la mejora continua de la ratio de conversión visitante/cliente, así como generar interés en un cliente potencial, ajeno a la actividad del Museo. En paralelo continuamos trabajando la fidelización del cliente local, reforzando la calidad del servicio, singularidad y exclusividad de nuestro catálogo de productos, y maximizando la experiencia de visita.

Buscando posicionamiento de marca fuera de la ciudad, a la vez que ampliamos la experiencia de visita e incrementan los ingresos, durante 2026 seguimos apostando por la renovación y refuerzo nuestro canal de venta web.

La consecución de estos objetivos se apoyará en la implementación de nuestra estrategia que se concreta en las siguientes acciones:

- Refuerzo de la producción exclusiva para el Museo, apostando por proveedores locales y nacionales, y por artículos en cuyo proceso de producción se ha tenido en cuenta el impacto social y medioambiental de la actividad, aportando valor añadido a nuestro catálogo, y a las compras de nuestros clientes.
- Renovación de los materiales de producción de líneas básicas de producto de Museo con mejores márgenes de beneficio: Buscaremos una mejora en la calidad, manteniendo los costes de producción, pero revisando el marcaje final de precio sin renunciar a nuestro compromiso con el equilibrio entre calidad/precio.
- Tomando como base esta renovación de calidades, se realizará una revisión del marcaje del precio de venta de los productos de las diferentes líneas del catálogo de la tienda.
- Continuando con la gestión estratégica para el incremento de ingresos: Aumento de la inversión para la actualización y desarrollo del canal online de venta de la tienda, cuya actualización se traslada a 2026.
- Un año más, la política de compra de artículos de mercado también está centrada en la creación de alianzas con empresas líderes en su campo y que desarrollen una gestión basada en la RSC.
- Ante la necesidad de crear una nueva sección de artículo y libro dedicada al contenido expositivo aportado por la inauguración del Yacimiento arqueológico se redefinirá la distribución de mobiliario.
- Librería: Refuerzo de los contenidos de librería distintivo y diferencial. Ofrecemos una selección de libros diverso e inclusivo, en el que convivirán las temáticas trabajadas en la programación del Museo, así como a temas de interés social, y de actualidad.
- Continuaremos con las acciones de captación de cliente externo a través de la ejecución de estrategias de marketing digital, merchandise display en la tienda física y en los escaparates, con actualización semanal de los contenidos.
- Mejora del volumen y calidad de la base de datos de clientes en las RR.SS. y el boletín de la Tienda.

Museo CarmenThyssen Málaga

Estas acciones se concretarán en las siguientes actuaciones:

Producción y compras:

El contenido de la directriz de producción y compras de la Tienda del Museo tiene como eje articulador la difusión de la Colección Carmen Thyssen y de la marca Museo Carmen Thyssen Málaga, y está condicionada por las propuestas de programación diseñadas desde las diferentes áreas de producción del Museo.

A partir de los principios de DS mantenemos la propuesta de producir y comprar para cubrir la demanda de ciclos de 1, 3, 6 y 12 meses, atendiendo a la naturaleza y procesos de producción de cada familia de producto, buscando optimizar el presupuesto, a la vez que dotamos el almacén de flexibilidad, y al departamento capacidad de reacción ante la volatilidad del entorno económico.



El sistema de gestión de compras, con entrada de novedad de producto continua está orientada a fidelizar al público local y visitantes al Museo recurrentes. Para este perfil específico de clientes, que conoce nuestra tienda y aprecia el prestigio y la calidad asociados a nuestra marca, tenemos que desarrollar estrategias del comercio tradicional con oferta estacional, exclusividad del catálogo y la rotación continua de referencias en la librería.

Para 2026, junto con la programación expositiva diseñada por el departamento de Conservación, y las acciones culturales programadas desde Educación, el departamento de Tienda atenderá a dos hitos en la programación del Museo:

Inauguración del Yacimiento arqueológico para el que ya se ha comenzado a diseñar un catálogo de productos y libros.

Producto:

Buscando mantener la flexibilidad de nuestros stocks, continuaremos con la reposición sobre producto vendido de aquellos artículos o colecciones que demuestren mejor nivel de rotación y rentabilidad. Estas reposiciones se realizarán en mínimos de producción, intentando maximizar los márgenes comerciales manteniendo los costes de producción. Como estrategia de refuerzo del valor añadido de nuestro catálogo proponemos la producción con uso de materias primas premium y procesos respetuosos social y medioambientalmente.

Mantenemos nuestra apuesta por la producción local artesanal de complementos de piel exclusivos y piezas cerámicas desarrollados a partir de la iconografía presente en obras de la Colección y de las exposiciones. Con motivo del 15º aniversario Las pinturas más representativas de la Colección Permanente centrarán la producción de artículos. Se trabajará en colaboración con las instituciones prestadoras para el desarrollo de artículos de las exposiciones temporales *Archipiélagos: Colección Suñol* y la exposición *iOLÉ! El mito de lo español a través de Andalucía*.

El presupuesto de compras y producción destinado a las exposiciones se concentrará principalmente en artículos sobre el Yacimiento y en productos para la exposición de otoño.

Museo CarmenThyssen Málaga

En la **Librería**, siguiendo la misma línea que en la compra de producto, se apostará por la presencia de las novedades editoriales fortaleciendo aquellas secciones con un mejor índice de rotación. Se mantiene el fondo de inglés, español y francés focalizando en la selección de libro infantil, literatura y bibliografía relacionada con las exposiciones temporales y monografías de artista. Este año incorporamos una nueva sección dedicada a la Hispania romana y autores clásicos.

Un año más los ciclos de conferencias, cursos monográficos, o el ciclo de poesía *Costumbre*, tendrán su reflejo en la oferta de la tienda.

Siempre que el evento sea presencial, la tienda continuará atendiendo, con un punto de venta las presentaciones de libros que se programen en el auditorio.



Durante 2026 intensificaremos el ciclo de actualización de la decoración de la tienda y de los **escaparates**, apostando por un contacto visual directo con el cliente y el visitante al Museo. La rotación constante de producto de mercado, acompañada por la oferta de artículos relacionados con las exposiciones temporales facilita la renovación continua del catálogo, y es la herramienta central de captación de un importante número de clientes ajenos a la actividad del Museo. (Durante 2025 el 36% de los ingresos de la tienda se ha generado con la captación de cliente externo a la actividad del Museo).



Publicaciones y distribución de publicaciones:

Durante el ejercicio 2026 planteamos una nueva estrategia de distribución de publicaciones centrando la inversión en el posicionamiento y difusión en España y Europa de los catálogos de la exposición temporal *iOLÉ! El mito de lo español a través de Andalucía*. El catálogo dedicado a la Colección Suñol Soler se distribuirá a nivel local.

Tienda online:

Para el año 2026, proponemos una apuesta fuerte por la activación del canal de venta online del Museo con los siguientes objetivos:

- Aumentar la aportación económica de la tienda online.
- A partir del rediseño del tema y variación del formato de contenidos, buscamos dotar la página de una cualidad experiencial, atractiva y complementaria a la web del Museo, que permita posicionar la marca Carmen Thyssen Málaga como una referencia en la apuesta por el desarrollo tecnológico.

Para la consecución de estos objetivos se han diseñado las siguientes acciones:

- **Continuidad en la política de actualizaciones periódicas:** Mantendremos la incorporación diaria de nuevas referencias al catálogo, estrategia que ha demostrado ser eficaz para incrementar la visibilidad y dinamizar las ventas.
- **Optimización del diseño visual:** Procederemos a la modificación del tema actual con el objetivo de ofrecer una experiencia más atractiva, visual y moderna y manteniéndose alineada con la identidad del museo.
- **Reestructuración del menú y clasificación de productos:** Se implementará una nueva organización que facilite la navegación y mejore la usabilidad para el cliente.
- **Creación de páginas escaparate para "Nuestros artistas":** Estas páginas pondrán especial énfasis en las artesanías, destacando la singularidad y el valor cultural de cada pieza.
- **Desarrollo del portal B2B:** Continuaremos avanzando en la implementación del portal orientado a clientes profesionales, reforzando nuestra estrategia de venta mayorista.

Todas estas actuaciones quedan supeditadas a la **disponibilidad horaria y recursos internos**, priorizando en función de su impacto y viabilidad.

Boletín: Complementando las acciones previstas para la tienda online, se rediseñará el calendario editorial que rige las publicaciones de un boletín mensual con temas específicos de la Tienda. Estas publicaciones mensuales se verán reforzadas en fechas señaladas (Navidad, Día de la Madre, Día del Padre...).

Así mismo se realizarán incursiones en el boletín oficial del Museo informando de la actualidad del departamento y de promociones especiales dirigidas a sus subscriptores.

Base de datos y perfiles de clientes:

El conocimiento de nuestro cliente está resultando clave a la hora de optimizar la estrategia de compras y producción. Durante 2026 continuaremos con la captación de información, proceso automatizado en 2023.

Buscando depurar y mejorar los niveles de información, la encuesta de procedencia se complementará, ce cara al próximo ejercicio, proponemos ampliar la toma de datos a los clientes de la tienda online.

Museo Carmen Thyssen Málaga

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	342.364,00 €		342.364,00 €
Gastos de personal	117.025,00 €		117.025,00 €
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado			0,00 €
Otros gastos	153.625,00 €		153.625,00 €
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	613.014,00 €	0,00 €	613.014,00 €
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	613.014,00 €	0,00 €	613.014,00 €

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

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	281.250	
Personas jurídicas		x

Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil	Importe
Venta de productos de la Tienda-Librería	661.500,00 €

Museo CarmenThyssen Málaga

Eventos

Desde un principio la visión ha sido la de un museo que también sirva como lugar de encuentro social y de desarrollo de actividades y eventos culturales, un espacio que sirva también al intercambio de ideas con colectivos, empresas, artistas, empresas, ...



Consideramos el desarrollo de **eventos** como una oportunidad de atraer a diferentes sectores sociales y empresariales, el Museo se brinda a la sociedad mediante pago de tasas o mediante colaboraciones como una herramienta más de acercamiento de otros públicos a nuestros contenidos.

El Museo ha generado capacidad para recoger actos de tipo empresarial, espectáculos, económico, social o institucional en salas y espacios exclusivos muy apropiados para su celebración. Esta capacidad es muy limitada, el auditorio y el patio de columnas, pero nos permite realizar un gran número de acciones a lo largo del año, entre las propias y las externas, serán más de 100 eventos los que se organicen.

RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO PREVISTOS	IMPORTES		TOTAL
	ESPECÍFICOS	COMUNES	
Ayudas monetarias y otros gastos de gestión			0,00 €
Consumos de explotación	17.347,00 €		17.347,00 €
Gastos de personal	17.525,66 €		17.525,66 €
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	34.872,66 €	0,00 €	34.872,66 €
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	34.872,66 €	0,00 €	34.872,66 €

Museo Carmen Thyssen Málaga

CATEGORÍA	Número	Dedicación horaria
- Personal con contrato laboral	1	589
- Personal con contrato mercantil		
- Personal voluntario		

TIPO	Número	Indeterminado
Personas físicas	225.000	
Personas jurídicas		x

Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil	Importe
Organización de Eventos Corporativos y otros servicios	70.000,00 €

4. TARIFAS Y CALENDARIO DE APERTURA 2026

Capítulo	Tarifa/Entrada	Precio 2026
Museo y Yacimiento Arqueológico	General Colecc. Pte + Exposiciones.	12,00 €
	Reducida Colecc. Pte + Exposiciones.	8,00 €
	General Yacimiento + Colecc. Pte + Exposiciones.	15,00 €
	Reducida Yacimiento + Colecc. Pte + Exposiciones.	10,00 €
	Grupo Colecc. Pte + Exposiciones.	10,00 €
	Grupo Yacimiento + Colecc. Pte + Exposiciones.	12,00 €
	Visita guiada Colecc. Pte + Exposiciones.	16,00 €
	Visita guiada Yacimiento + Colecc. Pte + Exposiciones.	20,00 €
Actividades Culturales	Educación Infantil. (máximo 25 PAX.)	30,00 €
	Visita-Taller Ed. Primaria y Secundaria. (máximo 25 PAX.)	40,00 €
	Visita Educación Primaria y Secundaria. (máximo 25 PAX.)	30,00 €
	Visitas autónomas >18 años. (25 PAX.)	30,00 €
	Actividad de familias.	6,00 €
	Museo de Verano. Entrada General 2 jornadas.	40,00 €
	Museo de Semana Blanca y Navidad. Entrada General 2 jornadas.	40,00 €
	Taller de creación.	30,00 €
	Taller de Pintura.	28,00 €
	Conciertos	18,00 €
	Acción Cultural. Artes vivas.	12,00 €
	Acción Cultural. Tangentes.	12,00 €
	Acción Cultural. Poesía.	Gratuito
	Conferencias	Gratuito
	Colaboratorios.	Gratuito
	Centro Sociales.	Gratuito
	Visitas a educadores y profesores.	Gratuito
Visitas autónomas <18 años	Gratuito	
Amigos del Museo	Amigos del Museo. Cuota General.	90,00 €
	Amigos del Museo+ acompañante.	145,00 €
	Amigos del Museo. Entrada Reducida.	66,00 €
	Establecimiento Amigo del Museo.	250,00 €
	Corporación Amiga del Museo.	1.650,00 €
	Empresa Amiga del Museo.	3.150,00 €
	Empresa Mecenaz del Museo	4.850,00 €

Museo CarmenThyssen Málaga

Las tarifas general y reducida incluyen la audioguía analógica.

Los motivos de reducción y gratuidad son los siguientes:

Entrada Reducida:

- Mayores de 65 años y pensionistas.
- Jóvenes de menos de 26 años.
- Carné Joven Euro.
- Residentes en la provincia Málaga.
- Familias numerosas.

Entrada Gratuita:

- Menores de 18 años y menores de 13 acompañados.
- Personas con discapacidad superior al 33%
- Desempleados inscritos en el Servicio Público de Empleo Estatal.
- Estudiantes de la Universidad de Málaga.
- Profesores y alumnos de enseñanza reglada en Bellas Artes o de Historia del Arte.
- Guías y periodistas.
- Miembros del ICOM.

Las tarifas de los conciertos se adaptará a la cotización del profesional o artista que lleve a cabo la intervención, también dependiendo de la ubicación de la localidad adquirida en el aforo del espacio del museo.

El programa de Amigos del Museo podrá disfrutar con carácter general de un descuento en las actividades de hasta un 15%, según el caso.

PRECIOS DE CESIÓN DE USO DE ESPACIOS Y SERVICIOS

USO DE ESPACIO

(IVA no incluido)

Patio columnas	Máx 50 pax		1.400,00 €
	Más 100 pax		1.750,00 €
	Máx 150 pax		2.100,00 €
	Máx 200 pax		2.450,00 €
Auditorio	Media jornada		500,00 €
	Jornada		900,00 €
Salón patronato	Media jornada		700,00 €
	Jornada		1.200,00 €
Terrazas	Jornada 3 horas	Máx 28 pax	500,00 €

SERVICIOS AÑADIDOS (IVA no incluido)

Sala expositiva abierta	(precio pax)		4,50 €
Ocupación previa del Patio			500,00 €
Sillas instalación	(precio pax) máx 140 uds		2,50 €
Seguridad	agente		90,00 €
Asistentes	pax		80,00 €
Limpieza	asistente		70,00 €
Pantalla	unidad		80,00 €
Iluminación	añadida		80,00 €
Mesa auditorio	retirada		200,00 €
Sonido	micros		80,00 €
Escenario	tablero		150,00 €
Escenario	plataforma		350,00 €
GUÍA exposiciones	guía/hora	máx 20 pax	90,00 €

*IVA no incluido

Finalmente, y en referencia al horario de apertura del Museo será el siguiente:

- Apertura ordinaria de martes a domingo en horario de 10h. a 20h.
- Puertas abiertas los domingos de 16h. a 20h.
- Apertura parcial de 10h. a 15h. durante la Feria de Málaga, 24 y 31 de diciembre.
- Los días excepcionales de puertas abiertas serán los siguientes:
 - o Día de Andalucía (28 de febrero).
 - o Día Aniversario del Museo (24 de marzo).
 - o Día Internacional de los Museos (18 de mayo).
 - o Día Internacional del Turismo (27 de septiembre).
 - o Día de la Hispanidad, (12 de octubre).
- Cierre del museo, en días 1 y 6 de enero y 25 de diciembre.

Calendario Museo 2026

ENERO						
L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

1 y 6.- Fiesta Nacional. Museo cerrado.
5. Puente nacional. Museo abierto.

FEBRERO						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

28.- Fiesta Autonómica. Puertas abiertas

MARZO						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

24.- Aniversario Museo. Puertas abiertas.

ABRIL						
L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

6- Lunes Santo. Museo abierto.

MAYO						
L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

18- Día de los Museos. Puertas abiertas.

JUNIO						
L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

JULIO						
L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

AGOSTO						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

SEPTIEMBRE						
L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

27.- Día del Turismo. Puertas abiertas.

OCTUBRE						
L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

12- Día de la Hispanidad. Puertas abiertas.

NOVIEMBRE						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

DICIEMBRE						
L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

7. Puente nacional. Museo abierto.
25.- Fiesta Nacional. Museo cerrado

	Apertura de 10h. a 20h.
	Lunes. Museo cerrado
	Festivo. Museo cerrado.
	Puertas abiertas de 16h. a 20h.
	Puertas abiertas
	Apertura parcial de 10h.a 15h.

5. RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER POR LA ENTIDAD

INGRESOS PREVISTOS	IMPORTE
<p>▪ 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</p>	589.720,00 €
<p>▪ 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</p>	1.592.500,00 €
<p>▪ Subvenciones del sector Público. Se componen de las Subvenciones oficiales a la explotación y las Subvenciones oficiales de capital.</p>	2.292.531,00 €
<p>▪ Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil. Se incluirá el importe de todas las actividades mercantiles</p>	760.000,00 €
<p>▪ 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</p>	18.500,00 €
TOTAL	5.253.251,00 €

6. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

Para el año 2026, la Fundación Palacio de Villalón pretende llegar a acuerdos de colaboración con las siguientes instituciones.

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

Museo CarmenThyssen Málaga

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

PRESUPUESTO 2026			
GASTO E INVERSIÓN	PRESUPUESTO	INGRESOS	PRESUPUESTO
Gastos de Personal	1.372.860,00 €	Subvenciones	2.292.531,00 €
Servicio de Atención al Visitante	847.079,00 €	Taquilla	1.200.000,00 €
Amortizaciones	603.314,00 €	Tienda	690.000,00 €
Vigilancia y Seguridad	581.430,00 €	Subvenciones de Capital transferidas a resultados	589.720,00 €
Compras de productos para la venta	342.364,00 €	Patrocinadores	252.500,00 €
Profesionales Independientes	259.602,00 €	Amigos del Museo	140.000,00 €
Gastos de Explotación	259.557,00 €	Eventos	70.000,00 €
Transporte de obras de arte	252.043,00 €	Cafetería	18.500,00 €
Electricidad	239.263,00 €		
Publicidad y promoción	212.677,00 €		
Limpieza	144.670,00 €		
Alquileres/Tasas	66.282,00 €		
Seguros	31.700,00 €		
Gastos IT	13.254,00 €		
Atenciones y Protocolo	12.400,00 €		
Viajes y Alojamiento	11.956,00 €		
Gastos Financieros	2.800,00 €		
Total	5.253.251,00 €	Total	5.253.251,00 €

En Málaga, a 3 de febrero de 2026

Lourdes Moreno Molina
Directora Artística

Francisco Javier Ferrer Morató
Director Gerente



Manuel Quesada
Jefe de Área Económica y Financiera

Anexo: Presupuesto

El Presupuesto de Ingresos lo situamos sobre una previsión de 225.000 visitantes, lo que nos permitirá prever más recursos para financiar las actividades expositivas, educativas y sociales del Museo.

El Presupuesto de gastos incluye la parte del IVA soportado no deducible, al ser aplicable a la Fundación la regla de la prorrata especial del IVA. A efectos prácticos implica que, de la cuota del IVA, el Museo tan solo se deduce el 46% de la cuota. Para aquellos gastos que estén sujetos al citado impuesto.

Presupuesto de Ingresos.

Epígrafe	Presupuesto de 2025	Presupuesto de 2026	Variación %
Subvenciones	2.292.531 €	2.292.531 €	0,00%
Taquilla	1.119.000 €	1.200.000 €	7,24%
Tienda	661.500 €	690.000 €	4,31%
Subvenciones de Capital transferidas a resultados	653.419 €	589.720 €	-9,75%
Patrocinadores	255.000 €	252.500 €	-0,98%
Amigos del Museo	110.000 €	140.000 €	27,27%
Eventos	60.000 €	70.000 €	16,67%
Cafetería	18.000 €	18.500 €	2,78%
Total general	5.169.451 €	5.253.251 €	1,62%

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. Para 2026 se ha mantenido la aportación de **2.292.531 euros**, misma cantidad que 2024 y 2025.

Taquilla.

Para el próximo año prevemos un incremento de ingresos por taquilla al incrementar el número de visitantes hasta los **225.000** debido al mayor alcance del contenido expositivo y cultural, por lo que estimamos unos ingresos de **1.200.000 euros** por la visita al Museo tanto a la Colección Permanente como a las exposiciones temporales y de contexto.

Tienda.

En tienda prevemos unas ambiciosas ventas netas de **690.000 euros**. Incluimos como ventas en tienda física como en la Tienda Online, a través del 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.

Subvenciones de capital transferidas a resultados.

Se incluye en este apartado la imputación a resultados como subvención de capital, la cesión gratuita del conjunto edificatorio que sostiene el Museo y la Fundación. Adicionalmente se imputan como ingresos los gastos de amortizaciones de los activos para los que la fundación ha recibido algún tipo de Subvención. En nuestro caso este importe asciende a **589.720**, algo menos que en 2024.

Patrocinadores.

Para el próximo año nos establecemos el objetivo de alcanzar los **252.500 euros** de patrocinadores. Para ello, estamos llevando a cabo nuestro Plan de Patrocinio, con 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.

Amigos del Museo.

El Programa de Amigos del Museo, en sus cuatro variantes: individual, establecimientos, corporaciones y empresas prevé conseguir la cifra de **140.000 euros**, ligeramente por encima de 2025.

Eventos.

El Palacio de Villalón dispone de una serie de espacios exclusivos para la celebración de eventos corporativos. A través de la disposición pública 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 **70.000 euros**.

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 y un variable en función de la afluencia de visitantes al Museo, por lo que prevemos unos ingresos de aproximadamente **18.500 euros**.

Presupuesto de Gastos.

El desglose del presupuesto de Gastos, lo haremos en función de la naturaleza del gasto o inversión. A efectos comparativos, mostramos el presupuesto de 2026 y su comparativo del año anterior:

Epígrafe	Presupuesto de 2025	Presupuesto de 2026	Variación %
Gastos de Personal	1.341.376,42 €	1.372.860 €	2,35%
Servicio de Atención al Visitante	740.363,05 €	847.079 €	14,41%
Amortizaciones	717.084,66 €	603.314 €	-15,87%
Vigilancia y Seguridad	604.718,24 €	581.430 €	-3,85%
Compras de productos para la venta	335.825,00 €	342.864 €	2,10%
Profesionales Independientes	273.332,85 €	259.602 €	-5,02%
Gastos de Explotación	252.639,60 €	269.786 €	6,79%
Transporte de obras de arte	245.309,35 €	252.043 €	2,74%
Electricidad	193.375,00 €	239.263 €	23,73%
Publicidad y promoción	191.139,56 €	215.702 €	12,85%
Limpieza	141.440,00 €	144.670 €	2,28%
Alquileres/Tasas	53.554,30 €	66.282 €	23,77%
Seguros	49.700,00 €	31.700 €	-36,22%
Viajes y Alojamiento	19.392,75 €	11.956 €	-38,35%
Atenciones y Protocolo	7.400,00 €	11.900 €	60,81%
Gastos Financieros	2.800,00 €	2.800 €	0,00%
Total general	5.169.451 €	5.253.251 €	1,62%

Gastos de Personal

La plantilla del Museo se mantendrá en los 25 puestos actuales con carácter estructural. Se incluye en la dotación presupuestaria, una previsión por el incremento que pueda producirse conforme lo establecido en el Convenio Colectivo del Museo.

El presupuesto total de personal se sitúa en **1.372.860 euros**, incluyendo las cotizaciones sociales y la formación, así como la realización de actividades del personal de la Fundación.

Servicio de Atención al Visitante

Se trata del personal directamente vinculado a la Atención al Visitante del Museo, tanto en información, taquillas, guardarropa, y sala. El presupuesto para se establece en **847.079 euros**, por encima del presupuesto de 2025, debido al incremento recogido en el convenio colectivo de aplicación y al mayor volumen de visitantes que recibe cada año el Museo.

Amortizaciones

Expresa el gasto correspondiente al total de las correcciones de valor, depreciaciones y deterioros del inmovilizado de la Fundación, incluyendo la amortización del derecho de uso del conjunto edificatorio. El total se sitúa en **603.314 euros**.

Museo Carmen Thyssen Málaga

Vigilancia y Seguridad

Comprende los gastos contratados a la de seguridad y vigilancia por un total de **581.430 euros**. El personal está repartido en los siguientes 4 puestos de vigilancia más el Coordinador de Seguridad:

- Centro de Control del Museo.
- Entrada del Edificio Administrativo.
- Entrada Principal del Museo.
- Salida de Emergencia y Plantas Expositivas del Museo.

Compra de productos para a la venta.

Comprende los aprovisionamientos para la puesta a la venta en la tienda librería del Museo. Una vez incluida el movimiento de almacén, el coste de las ventas de tienda se establece en **342.864 euros**.

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 **259.602 euros**, entre lo que destaca:

- a. Promoción y Comunicación: Guías artísticos, asistencia técnica de comunicación, y consultoría.
- b. Educación: Artistas, conferenciantes y diseñadores vinculados a actividades educativas, culturales y académicas.
- c. Conservación: Diseñadores gráficos, traductores y editores de material audiovisual.
- d. Administración: Asistencia fiscal y laboral, y auditoría financiera.

Gastos de Explotación

Este apartado es de los que más ocupan dentro del presupuesto de la Fundación porque comprende gastos como aquellos 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

Por otro lado, también integra todos los gastos de impresión tales como folletos, mupis, banderolas, material de sala, cartelas. Por último, forman parte de esta partida los gastos relacionados con el mantenimiento informático (ERP, software de taquilla, mantenimiento y consumo de impresoras, etc..) hasta llegar a los **269.786 euros**.

Transportes de Obras de Arte

Lo compone los transportes necesarios para el traslado de obras de arte con motivo de la celebración de exposiciones temporales y de sala noble. Suponen **252.043 euros**.

Consumo de Electricidad

Museo CarmenThyssen Málaga

Sobre el total de la partida de suministros, destaca los gastos en electricidad que asciende a **239.263 euros**, tanto los consumos del Palacio de Villalón, como el edificio administrativo.

Publicidad y promoción

Se trata de las actuaciones encaminadas a impulsar las visitas al Museo, su colección Permanente y teniendo en cuenta las inversiones vinculadas a las exposiciones temporales. Asciende **215.702 euros**, a repartir entre publicidad a través de prensa, radio y marketing digital, así como en publicidad urbana.

Limpieza

Para la conservación en las mejores condiciones, el presupuesto contratado a la empresa de limpieza alcanza la cifra de **144.670 euros** para 2026, con un total de 6 personas en el servicio.

Alquileres y tasas

Incluye el alquiler de diversos elementos, (tasas de préstamo de obras de arte, 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 **66.282 euros anuales**.

Seguros

En cuanto a los seguros, lo forman el seguro de la Colección Permanente, las distintas exposiciones temporales y las dos de contexto que se puedan 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 de los seguros asciende a **31.700 euros**

Viajes y alojamiento

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 **11.956 euros**.

Atenciones y protocolo:

Recoge especialmente los gastos en catálogos de las exposiciones temporales que el museo utiliza como herramienta de promoción y divulgación, y alcanza la cifra de **11.900 euros**.

Gastos Financieros

El importe señalado de **2.800 euros** refiere a la actualización de los intereses de la provisión por desmantelamiento dotada en virtud del contrato de préstamo.