



Guggenheim BILBAO

**Estudio del Impacto Económico generado por la actividad del Museo
Guggenheim Bilbao – Estimación a 2011**
30 de diciembre de 2011

Con el objetivo de intentar dar respuesta a la creciente concienciación de la ciudadanía sobre el papel que las empresas e instituciones deben desarrollar en la sociedad, en el presente estudio se han incorporado nuevas perspectivas para el análisis del impacto de la actividad del Museo Guggenheim Bilbao, recogidas en el concepto triple sostenibilidad.

Enfoque del impacto triplemente sostenible

«Toda acción que tomas en un negocio tiene 2 componentes: un impacto en beneficios y un impacto en el mundo»

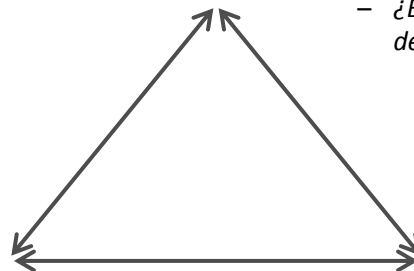
Andrew W. Savitz y Karl Weber, autores del libro «The Triple Bottom Line»

Económico

- ¿Cuál es el impacto del Museo en términos de PIB, empleo y generación de impuestos?
- ¿En qué medida ha contribuido el Museo a transformar Bilbao y a reforzar la competitividad de la región? ¿cuáles son los sectores de la economía más beneficiados?
- ¿En qué medida ha contribuido el Museo a reforzar la imagen de Bilbao en el exterior?

Ambiental

- ¿Cuáles son los compromisos del Museo con el medioambiente, la prevención de la contaminación y la generación de residuos?
- ¿Con qué actuaciones o prácticas sostenibles contribuye el Museo al desarrollo de un medio más saludable y a una mayor eficiencia?

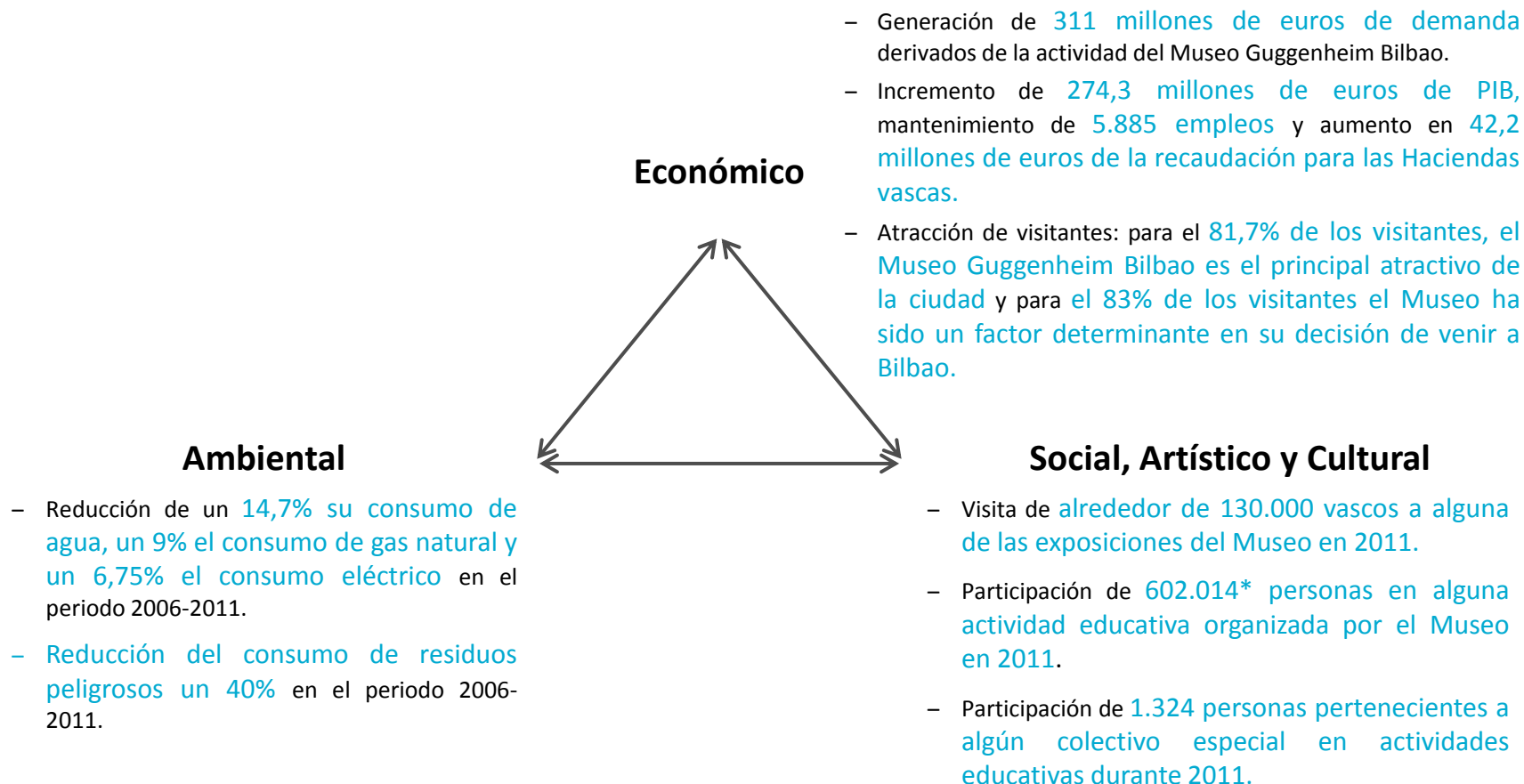


Social, Artístico y Cultural

- ¿Qué contribución ha tenido el Museo al desarrollo social y cultural de su entorno? ¿en qué se ha concretado?
- ¿Cómo ha influido el nuevo modelo de gestión del Museo en la modernización de los modelos de gestión de otras Instituciones Culturales?
- ¿Qué actuaciones han contribuido a la integración y desarrollo de distintos colectivos (personas con discapacidad, personas mayores, etc.)?
- ¿Con qué actuaciones ha contribuido a potenciar el arte y los artistas vascos?

A continuación, y de acuerdo con el esquema metodológico y el objetivo del estudio explicados anteriormente, se presenta un cuadro resumen con algunas cifras que ayudan a explicar y reforzar las principales conclusiones obtenidas durante el estudio, y que serán explicadas a lo largo de las próximas páginas.

Principales conclusiones del estudio



* A partir de 2009, se incluyen en esta cifra las personas que han participado en las actividades online, capítulo que se ha incrementado sustancialmente durante los últimos años.

El estudio de Impacto Económico permite, a partir del uso de las tablas Input-Output de la economía vasca, traducir la demanda generada por la actividad del Museo en términos de PIB y empleo en Euskadi, así como la cuantificación de la recaudación impositiva para las Haciendas vascas.

Modelo de Impacto Económico de la actividad del Museo Guggenheim Bilbao

Demanda Final Museo Guggenheim Bilbao 2011

1. Gasto realizado DENTRO del Museo

Incluye el gasto realizado por los visitantes DENTRO del Museo (entradas, visitas guiadas, cafetería-restaurante, tienda) así como las aportaciones de los miembros corporativos, subvenciones y el gasto derivado de la celebración de eventos especiales.

2. Gasto realizado por los visitantes FUERA del Museo.

Representa la suma del gasto total realizado por los visitantes FUERA del Museo durante su estancia en Euskadi (hoteles, restaurantes, transporte y ocio).

Principales sectores impactados

- Actividades recreativas y culturales (venta de entradas, visitas guiadas, etc.).
- Hostelería (gasto en cafetería, restaurante del Museo, etc.).
- Comercio al por menor (gasto en tienda).
- Otras actividades empresariales .
- Hostelería (alojamiento, restaurantes y similares).
- Transporte terrestre (transporte para llegar y desplazarse por Bilbao).
- Actividades recreativas y culturales (gasto en ocio).

Efecto Multiplicador Modelo de Leontief



Impacto Directo. Traducción del gasto que realizan los agentes públicos y privados que participan en las actividades vinculadas al Museo Guggenheim Bilbao.

Impacto Indirecto. El Impacto Económico no se agota con el efecto directo, ya que dichos agentes económicos deberán realizar pedidos a sus diferentes proveedores para satisfacer la demanda generada, poniendo en marcha un segundo ciclo de transacciones, ya que deberán incrementar los pedidos a sus propios proveedores, y así sucesivamente.

Impacto inducido. El aumento en la producción genera un mayor empleo y un aumento en las rentas del trabajo que se traduce en un nuevo consumo en función de la propensión a consumir de los hogares.

Impacto económico

€ PIB

Aumento de la riqueza en la CAPV derivada de la actividad generada por el Museo Guggenheim Bilbao.

👤 Empleo

Número medio de empleos equivalentes que se mantienen anualmente debido a la actividad generada.

€ Impuestos

Incremento de la recaudación de impuestos para las Haciendas Públicas (IVA, IRPF e Impuesto de Sociedades).

Para el cálculo de la **DEMANDA FINAL** se debe estimar la actividad que generan los agentes relacionados con la actividad del Museo Guggenheim Bilbao. Para ello, se ha considerado:

- El **gasto realizado por empresas, particulares e instituciones dentro del Museo Guggenheim Bilbao** canalizados vía transferencias, suscripciones, patrocinios directos e indirectos, cuotas y otras aportaciones así como el gasto realizado por los visitantes dentro del Museo en concepto de pago por entradas, compras en la tienda del Museo y las consumiciones en la cafetería-restaurante. Estos datos han sido obtenidos a partir de los presupuestos del Museo.
- El **gasto realizado para la organización de eventos en los espacios del Museo** (jornadas, presentaciones de libros, entrega de premios, conferencias, etc.) ha sido obtenido a partir de los presupuestos del Museo Guggenheim Bilbao.
- El **gasto realizado por los visitantes fuera de las instalaciones del Museo en concepto de alojamiento, transporte, tiendas, ocio y alimentación** se ha calculado a partir de un proceso de encuestación realizado durante los meses de abril, junio y agosto de 2011 con un total de 4.152 encuestas. Para la explotación de los resultados solamente se ha tenido en cuenta a aquellas personas para las que «el Museo Guggenheim Bilbao ha sido determinante en su decisión de venir a Bilbao» y aquellas personas que tienen previsto una estancia inferior a un mes, un total de 3.449 encuestas, el 83%.

Estimación de la DEMANDA FINAL

Gasto DENTRO del Museo (*Vistantes+empresas*)*

A. Venta de entradas

Total venta de entradas €

Total entradas = A

B. Ventas de la tienda del Museo

Total ventas tienda del Museo €

Total ventas = B

C. Gasto en el restaurante (*no sólo concesión*)

Total gasto restaurante €

Total restaurante = C

D. Suscripciones, patrocinios y subvenciones

Total suscripciones, patrocinios y subvenciones €

Total otros = D

E. Otros ingresos

Total otros ingresos €

Total otros = E

Gasto realizado por los visitantes FUERA del Museo

$$\text{Nº de turistas} \times \text{Gasto medio}^{**} = \text{Gasto Total}$$

(por lugar de residencia) (por lugar de residencia)

F. Gasto de los visitantes del Museo en alojamiento

$$X_n \quad Y_n \text{€} \quad = \quad X_n * Y_n \text{€}$$

Gasto Alojamiento = F

G. Gasto en transporte (*para llegar a Bilbao y dentro del País Vasco*)

$$X_n \quad Z_n \text{€} \quad = \quad X_n * Z_n \text{€}$$

Gasto Transporte = G

H. Gasto en restauración

$$X_n \quad V_n \text{€} \quad = \quad X_n * V_n \text{€}$$

Gasto Restauración = H

I. Gasto en compras

$$X_n \quad W_n \text{€} \quad = \quad X_n * W_n \text{€}$$

Gasto Compras = I

J. Gasto en Ocio y otras actividades

$$X_n \quad P_n \text{€} \quad = \quad X_n * P_n \text{€}$$

Gasto Ocio = J

Total DEMANDA Museo Guggenheim Bilbao

Gasto DENTRO del Museo

Total venta de entradas €	A
Total ventas tienda del Museo €	B
Total ingresos restaurante €	C
Total suscripciones, patrocinios y subvenciones €	D
Total otros ingresos €	E

Gasto FUERA del Museo

Total Gasto alojamiento €	F
Total Gasto transporte €	G
Total Gasto restauración €	H
Total Gasto compras €	I
Total Gasto Ocio €	J

Demanda Total = A+B+C+D+E+F+G+H+I+J

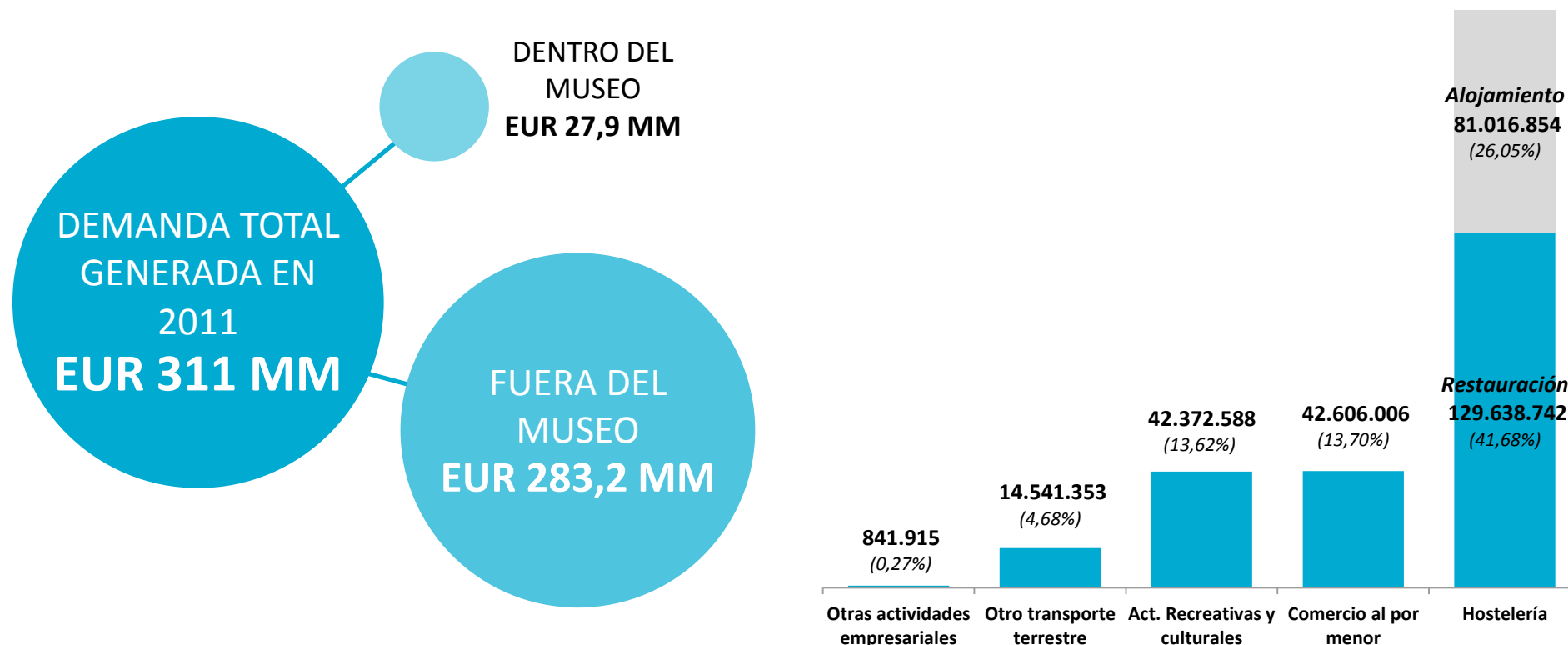


*Datos obtenidos a partir de los datos financieros del Museo Guggenheim Bilbao

**Datos obtenidos a partir de 3.449 encuestas realizadas durante 2011

La demanda final generada por la actividad del Museo a lo largo del año 2011 asciende a 311 millones de euros. De este importe total, 27,9 millones, el 8,96% se gastaron dentro del Museo (entradas, visitas guiadas, tienda, eventos especiales, etc.) mientras que el gasto fuera del Museo durante el transcurso de sus visitas fue de 283,2 millones de euros, siendo el sector de la Hostelería (*alojamiento y restauración*) el de mayor impacto.

Demanda Final Generada por la actividad del Museo Guggenheim Bilbao Principales sectores beneficiados por la actividad del Museo



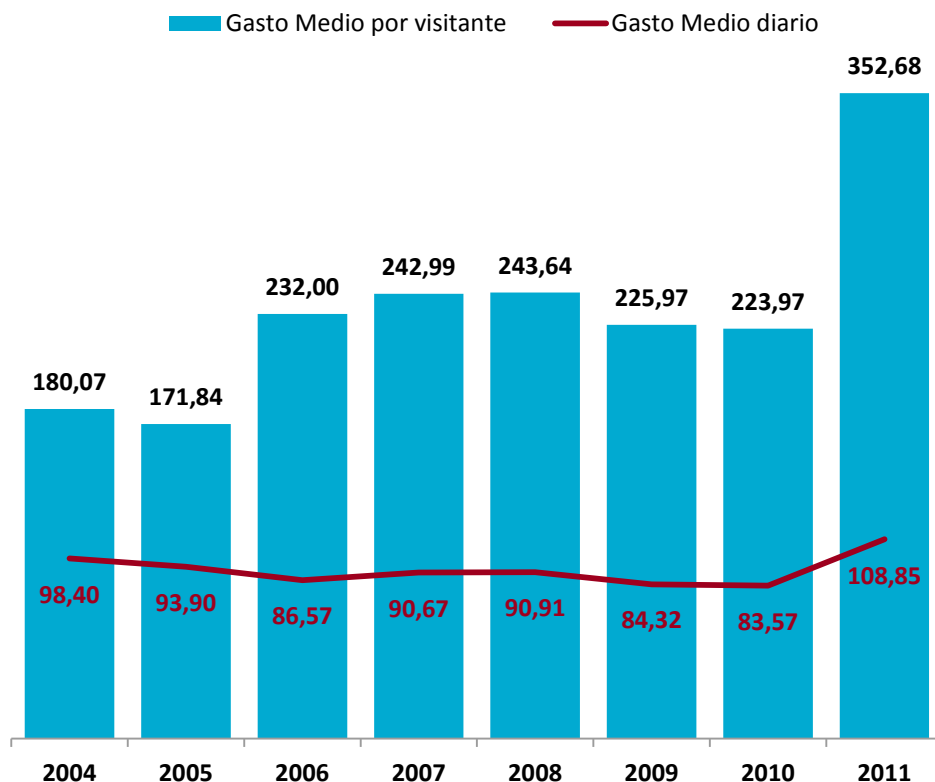
Fuente: elaboración propia a partir de datos Museo Guggenheim Bilbao y proceso de encuestación, 3.449 encuestas

*Se incluye el gasto generado por el restaurante y no solamente el importe derivado de su concesión

Fuente: elaboración propia a partir de datos Museo Guggenheim Bilbao

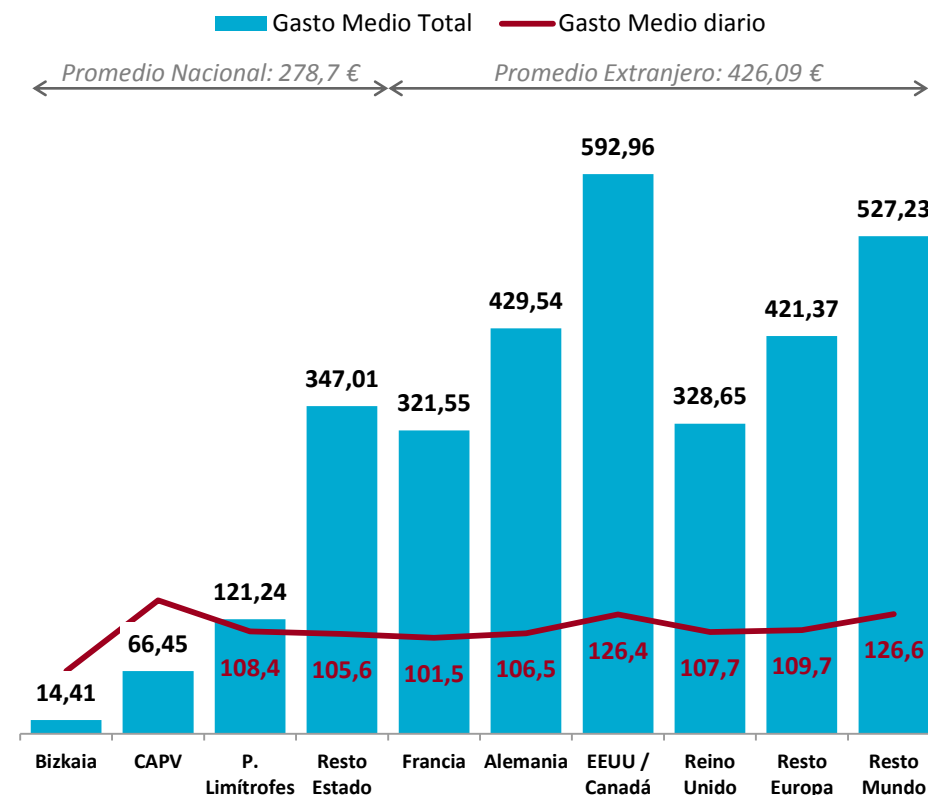
El gasto medio total de los visitantes que vienen a Euskadi por el Museo asciende a 352,68 euros, un incremento del 52% respecto al año 2006 (último año en el que se revisaron los perfiles de gasto), derivado principalmente del aumento de las pernoctaciones medias de los visitantes del Museo en Euskadi, la inflación y el aumento del gasto en alojamiento y restauración.

Evolución del gasto medio total y gasto diario por visitante realizado FUERA del Museo - Euros



Fuente: elaboración propia a partir de datos Museo Guggenheim Bilbao y proceso de encuestación, 3.449 encuestas

Distribución del gasto medio total por origen del visitante en 2011 Euros

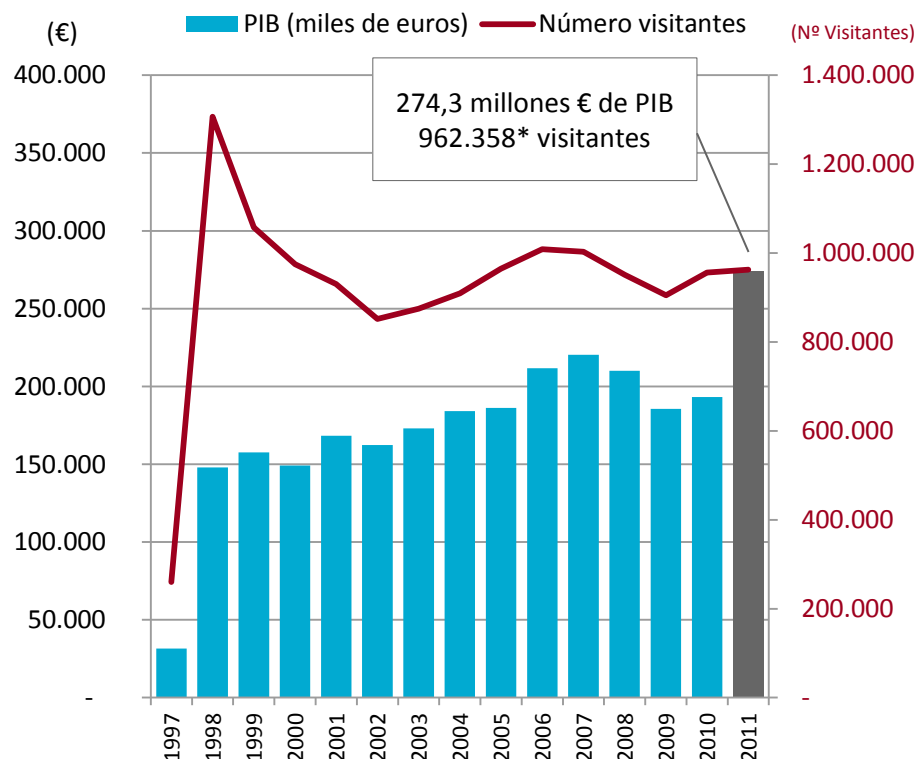


Fuente: elaboración propia a partir de datos Museo Guggenheim Bilbao y proceso de encuestación, 3.449 encuestas

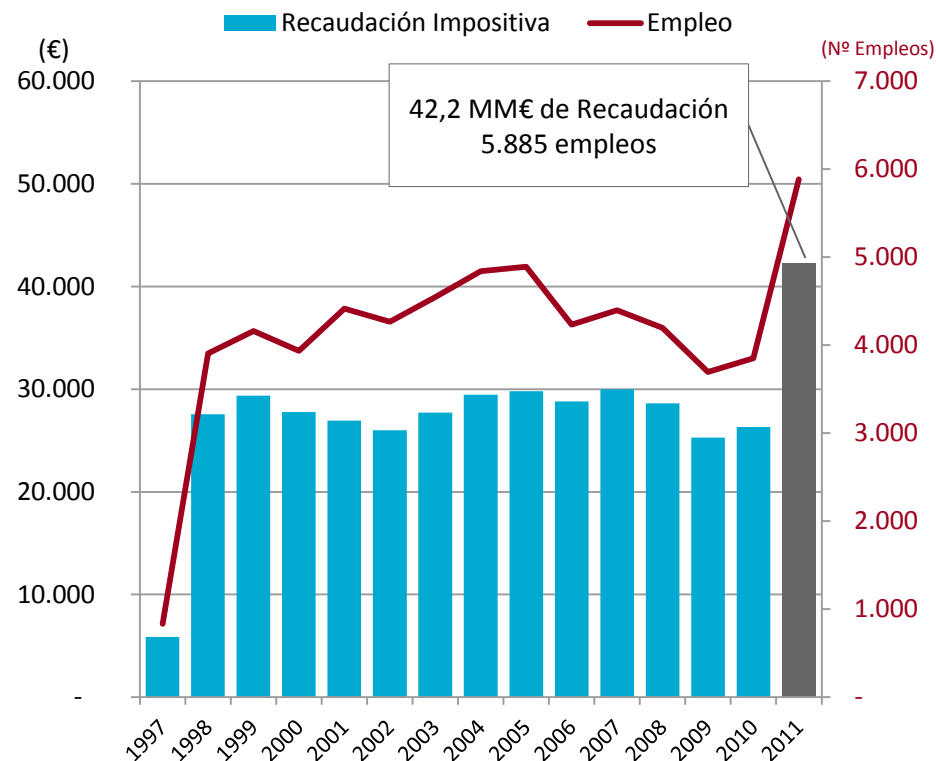
A través de su actividad en 2011, el Museo Guggenheim Bilbao ha contribuido a la generación de 274,3 millones de euros de PIB, el mantenimiento de 5.885 empleos y unos ingresos adicionales para las Haciendas vascas de 42,2 millones de euros, considerando tanto los efectos directos e indirectos como los inducidos.

Estos datos representan el 0,42% del PIB de Euskadi, y 128,82 euros por ciudadano, el 0,57% de la población activa y el 0,39% de la recaudación de las Diputaciones Forales (*Datos Eustat*).

Evolución del Impacto Económico y del número de visitantes



Evolución del Empleo y la Recaudación Impositiva generada

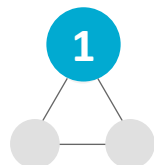


* Cifra final de visitantes 2011 obtenida a partir de datos del Museo

** A partir del año 2006 se incluyen los impactos inducidos

El Museo ha sido uno de los motores de transformación y un eje central en la revitalización de la ciudad, un tractor de visitantes que ha potenciado una mayor demanda turística y que ha estimulado la generación de una oferta a su nivel y un elemento mediático que ha logrado una alta repercusión internacional, permitiendo a la ciudad y al Territorio formar parte de una red a la vanguardia de la innovación.

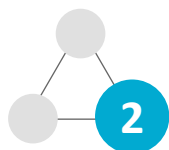
Otros Impactos Económicos



Efecto Transformador

El Museo Guggenheim Bilbao ha sido un motor de la transformación de Bilbao, contribuyendo a hacer de la arquitectura y el arte un eje central de la revitalización de la ciudad.

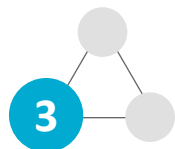
- El Museo se erige como un icono que ha servido a Bilbao para apostar decididamente por los edificios singulares con arquitectos reconocidos como eje vertebrador de su regeneración.
- Además, el éxito del Museo y el decidido apoyo institucional durante el proceso han convertido al arte y la cultura en los ejes de desarrollo económico y de revitalización de la ciudad.



Polo de Atracción

Desde su inauguración en 1997, el Museo se ha posicionado como una institución con una marca sólida, capaz de actuar como elemento de atracción, generando una demanda turística deseosa de profundizar en su conocimiento de Euskadi y desarrollando una oferta que ha sido capaz de dar respuesta a los nuevos retos.

- El Museo Guggenheim Bilbao se ha convertido para un 81,7% de los visitantes encuestados en 2011 en el principal atractivo turístico de Bilbao.
- Asimismo, para el 83% de los visitantes encuestados el Museo ha sido un factor determinante en su decisión de venir a Bilbao.
- El Museo Guggenheim Bilbao ha sido en 2010 el primer museo por número de visitantes fuera de Madrid y Barcelona.



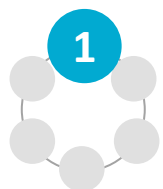
Impacto mediático internacional

La construcción y puesta en marcha del Museo ha permitido a la ciudad multiplicar su presencia en medios internacionales y formar parte de una red a nivel mundial que se encuentra en la vanguardia de la innovación, situando a Bilbao en el mapa y favoreciendo el desarrollo de otros negocios.

- En comparación con otras instituciones museísticas de relevancia, el Museo Guggenheim Bilbao se situó en 2010, en primer lugar según el número de noticias publicadas a nivel estatal, con 12.295 noticias.
- Por otro lado, el gran número de reportajes, tanto en prensa estatal como internacional, que citan anualmente al Museo como referente arquitectónico y como motor de regeneración económica ratifican que el interés del Museo para los medios de comunicación sigue vigente.

La existencia del Museo Guggenheim Bilbao ha facilitado a la ciudadanía el acceso a obras y artistas contemporáneos de primer nivel, generando un creciente interés por el valor que el arte aporta a la ciudad. Además, la articulación de un modelo de gestión público-privado innovador ha configurado al Museo como un referente para otras instituciones culturales de su entorno.

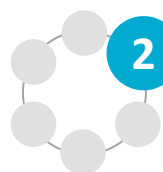
Impacto Social, Artístico y Cultural



1 Mayor cercanía del arte a la ciudadanía

El Museo actúa como **promotor de primer orden del arte contemporáneo**, en especial de propuestas creativas muy innovadoras, posibilitando a los visitantes ver obras de artistas contemporáneos de primer nivel.

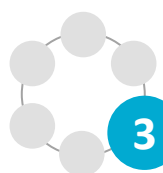
- Desde su inauguración, el Museo ha acogido **117 exposiciones de la máxima calidad**, a partir de las obras de la colección permanente y las aportaciones de las exposiciones temporales.
- El Museo cuenta en su colección propia con **124 obras de 70 artistas diferentes procedentes de muy diversos países**
- En 2011 han visitado el Museo alrededor de **130.000 vascos lo que supone el 6% de la población de Euskadi**.



2 Nuevos Espacios de Arte en la Ciudad

La inauguración del Museo ha contribuido a generar en la ciudadanía un mayor interés por el arte y un reconocimiento del valor intrínseco que la obra artística aporta a la ciudad, lo que se ha traducido en la **incorporación al paisaje urbano de obras de artistas** como Dalí, Chillida y Oteiza entre otros **y en la apertura de nuevas galerías y otros establecimientos de arte**.

- Desde la inauguración del Museo, Bilbao ha incorporado a sus calles **más de 20 obras de renombrados artistas, configurando a la ciudad como un Museo al aire libre**.
- Por otro lado, **el número de galerías y otros establecimientos de arte en la ciudad se ha incrementado desde la creación del Museo Guggenheim Bilbao**.



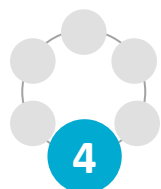
3 Modernización de los Modelos de Gestión

El Museo Guggenheim Bilbao ha aportado a instituciones y centros de arte **nuevas perspectivas en los terrenos de la gestión económica, administrativa y estética**. Este novedoso modelo de gestión ha sido imitado por otras instituciones culturales, sentando un precedente a tener en cuenta en la construcción y gestión de los Museos en la CAPV.

- El Museo Guggenheim Bilbao ha sido **el primer Museo en la CAPV en adoptar un modelo de gestión de este tipo y se ha convertido en un referente a nivel internacional**.
- A día de hoy el **45% de las instituciones gestoras de Museos y colecciones vascas se organizan de forma privada y el 34% de ellas cuenta con una asociación de amigos**.

Desde su inauguración, el Museo ha mostrado una clara vocación de institución educativa, promoviendo el aprendizaje e interpretación del arte moderno y contemporáneo, asegurando el acceso a todas las personas a las manifestaciones culturales ofrecidas y ejerciendo una clara influencia sobre la escena artística vasca.

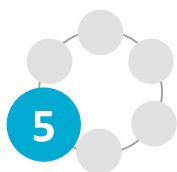
Impacto Social, Artístico y Cultural



Potenciación del Arte Vasco

El Museo Guggenheim Bilbao ejerce una **influencia en la escena artística vasca que va más allá de la exposición y compra de obras de artistas vascos.**

- El Museo Guggenheim Bilbao cuenta en su colección propia con un total de **33 obras de 23 artistas que han nacido en el País Vasco o han desarrollado su carrera en el mismo.**
- La actividad realizada por el Museo y su pertenencia a **una red internacional han permitido contar con la presencia de profesionales de alto nivel** en la ciudad.
- Además, existe una colaboración permanente con la Facultad de Bellas Artes de la UPV-EHU.

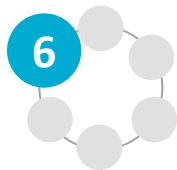


Contribución a la Educación

Desde su inauguración, el Museo ha mostrado una clara vocación de institución educativa. En este sentido, y de acuerdo con esta misión, el Museo Guggenheim Bilbao **promueve, apoya y desarrolla proyectos artísticos y educativos que tratan de acercar y fomentar el aprendizaje e interpretación del arte moderno y contemporáneo a la ciudadanía.**

- En 2011, **602.014*** personas participaron en alguna de las iniciativas educativas propuestas por el Museo.
- **32.578** escolares, el 9,8% del total en Euskadi, han tomado parte en algún programa didáctico organizado por el Museo Guggenheim Bilbao en 2011.

**A partir de 2009, se incluyen en esta cifra las personas que han participado en las actividades online, capítulo que se ha incrementado sustancialmente durante los últimos años.*



Accesibilidad, acercamiento del arte a todos los colectivos

Desde el primer momento, el Museo Guggenheim Bilbao se ha esforzado en lograr que **todas las personas puedan disfrutar de las diferentes manifestaciones culturales que ofrece el Museo, incluyendo personas con cualquier tipo de discapacidad, personas mayores, niños o ciertos colectivos** que, en determinadas circunstancias, pueden verse en una situación de desventaja.

- El Museo Guggenheim Bilbao es **pionero en la gestión de la accesibilidad global bajo la norma UNE 170.001-2 y el primer Museo en hacerlo en todo el mundo.**
- En el año 2011, **1.324 personas pertenecientes a colectivos especiales** tomaron parte en alguna de las actividades organizadas por el Museo.

El Museo ha adquirido un firme compromiso para prevenir la contaminación, controlar el Impacto Medioambiental y minimizar la generación de residuos, gestionándolos de forma adecuada. Fruto de este esfuerzo, ha logrado reducir en el periodo 2006-2011 un 14,7% su consumo de agua, un 9% el consumo de gas natural y un 6,75% su consumo eléctrico.

Principales Medidas Puestas en Marcha por el Museo – *Certificadas por la ISO 14.001*

- **Optimización energética y reducción de los consumos de agua, energía eléctrica y gas.** El Museo ha reducido en el periodo 2006-2011 un 14,7% su consumo de agua, un 9% el consumo de gas natural y un 6,75% su consumo eléctrico.
- **Recogida selectiva y reducción de residuos.** A través de una gestión activa de los recursos, el Museo ha contribuido en 2011 a la valorización de 500 contenedores de papel y cartón usados, 270 contenedores de plásticos y más de 1.000 kg. de aceites de fritura.
- **Habilitación de un almacén específico para la gestión de residuos peligrosos.** La gestión específica de los residuos peligrosos ha permitido reducir su consumo un 40% en el periodo 2006-2011.
- **Realización de auditorías medioambientales anuales externas e internas.** Dentro del sistema de certificación ISO 14.001 el Museo diseña un programa medioambiental anual y un registro con el objetivo de monitorizar los avances en aspectos medioambientales.
- **Formación y comunicación sobre el medioambiente a la plantilla.** Dentro de la certificación se ha impulsado formación específica a personal técnico, así como, iniciativas de sensibilización entre los trabajadores del Museo para aumentar la concienciación y la implementación de las medidas propuestas.



Guggenheim BILBAO

Gran Vía, 53 - 4 izq.
48011 Bilbao
Spain

Tel. 34 944 052 041
Fax 34 944 052 042
www.bmasi.net