

# GUGGENHEIM BILBAO



MEMORIA DE ACTIVIDAD 2020



# GUGGENHEIM BILBAO

## MEMORIA DE ACTIVIDAD 2020

PRESENTACIÓN	4
PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA	8
EDUCACIÓN	14
VISITANTES	23
COMMUNITY	25
MIEMBROS CORPORATIVOS	28
PROYECCIÓN	32
MÉTRICAS DIGITALES	35
TIENDA-LIBRERÍA	36
PUBLICACIONES PROPIAS	37
MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE	38
PLAN ESTRATÉGICO	39
IMPACTO	42
VISITAS	44
FUNDACIÓN DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO	46

# PRESENTACIÓN

Estrenamos el pasado año 2020 en el Museo con las mejores previsiones, en correspondencia con las elevadas expectativas que habíamos alimentado como consecuencia de nuestra evolución en los últimos años. Sin embargo, la emergencia sanitaria internacional declarada en marzo y la pandemia de la COVID-19 dio lugar a un confinamiento generalizado, obligando al cierre del Museo durante once semanas y marcando el inicio de una serie de medidas restrictivas que han continuado existiendo, en mayor o menor medida, a lo largo del año, condicionando seriamente la actividad y los datos relativos al ejercicio de 2020.

No obstante, desde el Museo Guggenheim Bilbao interpretamos lo experimentado como un ejercicio de

aprendizaje y superación, de flexibilidad y resiliencia. Durante la vivencia histórica de una pandemia global, en medio de la incertidumbre y del dolor, recurrimos a algunas de las claves de nuestra razón de ser, abriendo nuevas perspectivas a las personas a través del arte y de sus valores. Y hemos podido constatar cómo el arte y la cultura son esenciales para la recuperación emocional de la sociedad, procurando que quienes se acercaran al Museo buscando refugio en nuestras exposiciones o actividades, encontraran esa conexión y ese sentido de pertenencia que el arte nos permite recobrar. Haber podido responder a estas expectativas nos ha hecho crecer y ha significado para el Museo una auténtica prueba de madurez. Hemos dado lo mejor de nosotros mismos esforzándonos más que nunca, manteniendo el espíritu y una actitud positiva para

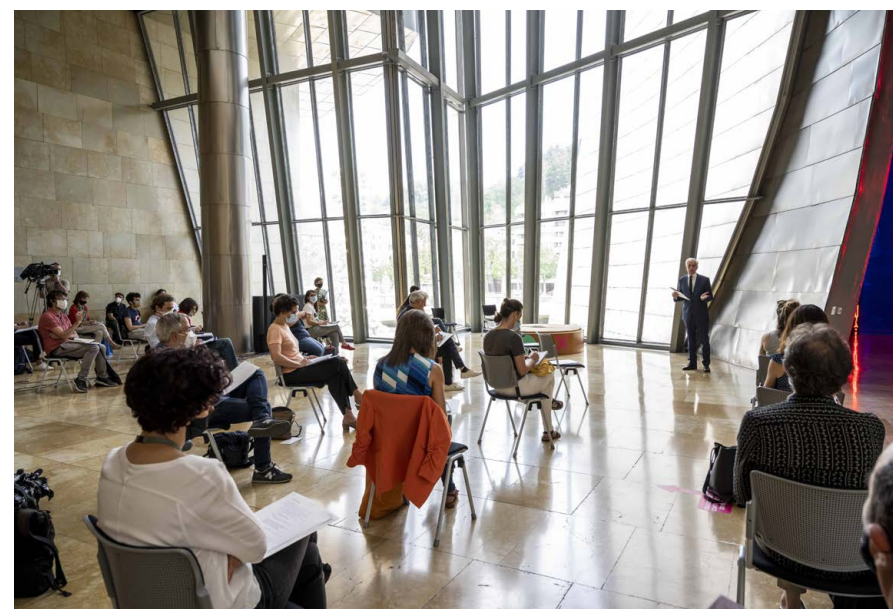
tratar de generar empatía, confianza y esperanza en la sociedad a la que pertenecemos y nos debemos.

A pesar de las dificultades, tras la reapertura del Museo el 1 de junio logramos conservar una programación expositiva de gran calidad, garantizando además la máxima seguridad en las visitas, al haber obtenido para nuestro protocolo de actuación frente a la COVID-19 el certificado de AENOR, siendo el primer museo del Estado en lograrlo. Así, el Museo ha recibido 315.908 visitantes, mientras que nuestras propuestas *online*, que se han multiplicado fundamentalmente a raíz del confinamiento experimentado en primavera, con iniciativas tan interesantes como #GuggenheimBilbaoLive, #CuentaAtrásKandinsky o #GuggenheimBilbaoInsights, han sido seguidas por miles de personas de todo el mundo, como atestiguan las métricas digitales incluidas en este informe.

Durante 2020, realizamos un enorme esfuerzo por mantener el número y la calidad de nuestras propuestas artísticas, adaptándonos a la cambiante realidad y gracias a la extraordinaria sintonía lograda con otras instituciones del ámbito internacional con las que hemos estado colaborando. Conseguimos ampliar las fechas de las muestras que acabábamos de inaugurar unos días antes

del cierre temporal del Museo (las dedicadas a Olafur Eliasson, Richard Artschwager y Lygia Clark) y ya, en el otoño, presentamos dos nuevas exposiciones: *Lee Krasner. Color vivo*, la muestra más importante dedicada en Europa en el último medio siglo a esta artista del Expresionismo Abstracto norteamericano, y *Kandinsky*, que abarcó todas las etapas creativas de uno de los pintores y teóricos fundacionales del arte del siglo XX como parte del acuerdo que mantenemos con la Fundación Guggenheim.

Durante este complejo período, hemos aprovechado para reafirmar algunos de los valores que definen nuestra labor, como la responsabilidad y el compromiso para con la sociedad y las nuevas generaciones, y particularmente otros, como la anticipación, la capacidad de adaptación o la flexibilidad, tan relevantes en períodos de cambio, intensificando nuestra vocación como agente proactivo de la comunidad, en el presente y el futuro. El rejuvenecimiento de nuestro público, el incremento del número de personas que nos siguen en redes sociales (636.210 seguidores en Instagram, 372.655 en Twitter y 336.145 en Facebook) y la participación masiva que han tenido todas las actividades desarrolladas en el ámbito digital atestiguan cómo el Museo se adapta a su tiempo. Nuestra vocación educativa es otro de los aspectos que hemos impulsado progresivamente; y, así, en 2020 han



participado en las actividades organizadas en este ámbito 44.674 personas, y 217.139 han hecho uso de los espacios didácticos que complementan las exposiciones.

Entre los cambios que estas inusuales circunstancias han generado podríamos igualmente destacar los observados en la procedencia de quienes han acudido al Museo, invirtiendo la tendencia habitual, puesto que en 2020 han sido mayoría las personas procedentes del Estado (61%), frente a las que vinieron desde el extranjero. El público del País Vasco ha supuesto un 30%, y de los que un 26% fueron vizcaínos.

Asimismo, nos enorgullece e ilusiona que nuestra Community formada en torno al Museo, el arte y la cultura, continúe creciendo, y ya formen parte de ella más de 67.000 personas entre Amigos y Seguidores. Apreciamos ahora quizá más que nunca su aliento, como también, muy especialmente, agradecemos el de los 114 Miembros Corporativos que continúan apoyando al Museo en una coyuntura especialmente compleja.

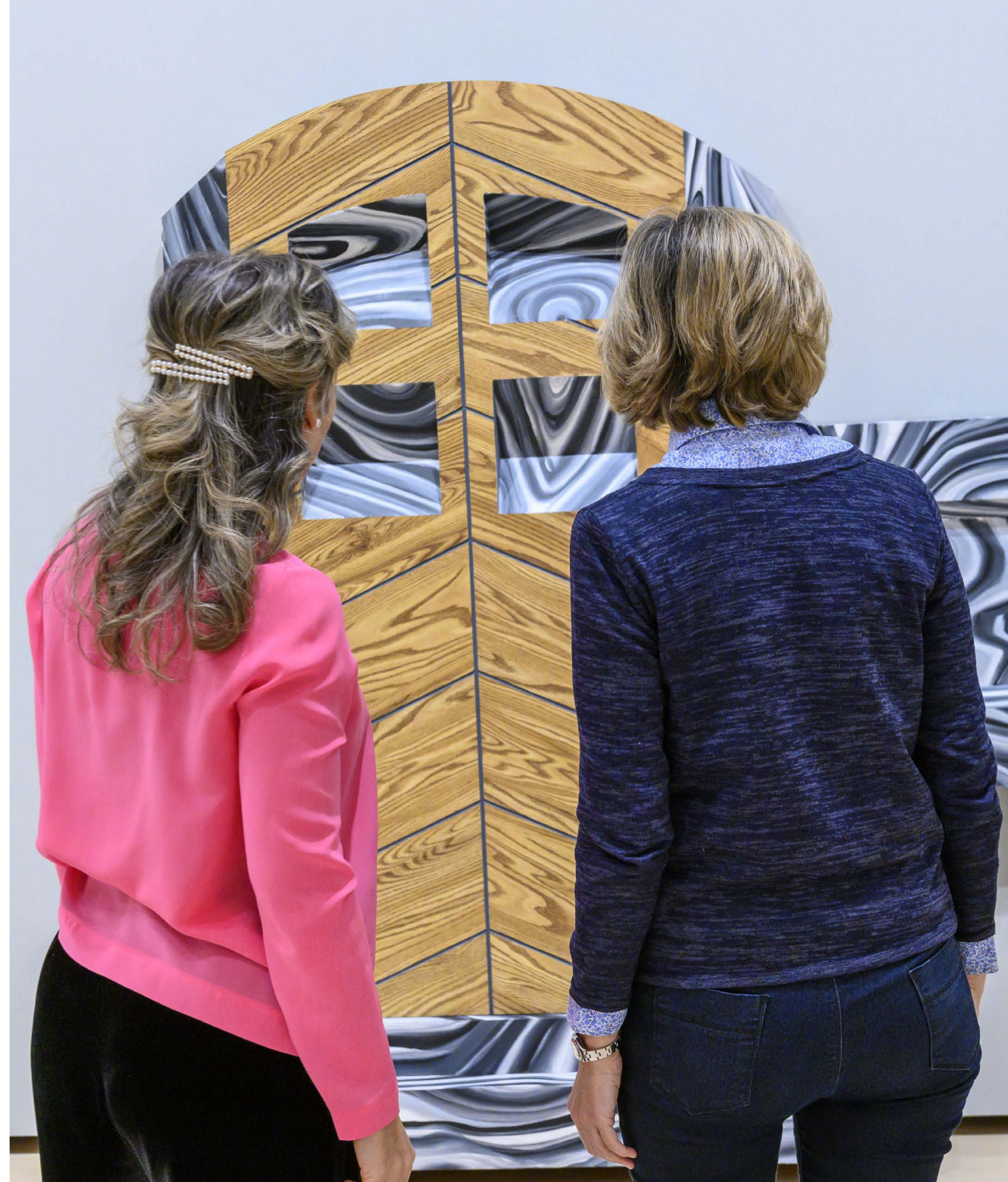
Finalmente, sintetizando en una serie de datos el impacto que el funcionamiento del Museo ha generado en su entorno durante el año 2020, podemos subrayar que la actividad económica generada como consecuencia de nuestra actividad ha sido de casi 110 millones de euros, lo que constituye una contribución al PIB de 97,4

millones de euros, unos ingresos adicionales para las Haciendas Públicas Vascas de 15 millones de euros y el mantenimiento de 2.068 empleos.

Con estas cifras cerramos un año en que concluía también el Plan Estratégico del trienio 2018–2020, habiendo cumplido con nuestras metas y objetivos concretos y, especialmente, habiendo aprendido sobre el terreno a adaptarnos y superarnos en el período de mayor desasosiego jamás atravesado por el Museo. En la formulación del nuevo Plan para 2021–2023 hemos concretado diez Compromisos Estratégicos que engloban nuestra implicación directa con la Colección Propia, con una programación inspiradora, inclusiva y de calidad, con la educación, con el valor social del arte, con la sostenibilidad económica, con el medioambiente, con la transformación digital, con el territorio, con la innovación y con la excelencia en la gobernanza.

Desde el Museo Guggenheim Bilbao, queremos aprovechar para expresar nuestro agradecimiento a todas las personas y colectivos que, con su respaldo, participación, presencia directa o asistencia *online* nos siguen ayudando a impulsar el arte, reconociendo su papel esencial para la humanidad, también en tiempos difíciles.

Juan Ignacio Vidarte  
Director General



# PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA



## FUNDAMENTOS DEL ARTE ACTUAL



**TÍTULO:** *Lygia Clark. La pintura como campo experimental, 1948–1958*  
**FECHAS:** 6 de marzo–25 de octubre, 2020  
**SALAS:** 305, 306 y 307  
**COMISARIA:** Geanine Guimaraes  
**N.º DE OBRAS:** 83  
**N.º DE VISITANTES:** 160.996



**TÍTULO:** *Kandinsky*  
**FECHAS:** 20 de noviembre, 2020–23 de mayo, 2021  
**SALAS:** 305, 306 y 307  
**COMISARIA:** Megan Fontanella  
**N.º DE OBRAS:** 62  
**N.º DE VISITANTES:** 42.489  
(hasta el 31 de diciembre, 2020)

Fundación  
**BBVA**

## GRANDES EXPOSICIONES TEMPORALES



**TÍTULO:** *Olafur Eliasson. En la vida real*  
**FECHAS:** 14 de febrero, 2020–11 de abril, 2021  
**SALAS:** segunda planta  
**COMISARIOS:** Mark Godfrey y Lucía Agirre  
**N.º DE OBRAS:** 34  
**N.º DE VISITANTES:** 251.943  
(hasta el 31 de diciembre, 2020)



## FRAGMENTOS DE CONTEMPORANEIDAD



**TÍTULO:** *Richard Artschwager*  
**FECHAS:** 28 de febrero–23 de agosto, 2020  
**SALA:** 105  
**COMISARIOS:** Germano Celant y Manuel Cirauqui  
**N.º DE OBRAS:** 69  
**N.º DE VISITANTES:** 115.216



**TÍTULO:** *Lee Krasner. Color vivo*  
**FECHAS:** 18 de septiembre, 2020–10 de enero, 2021  
**SALA:** 105  
**COMISARIAS:** Eleanor Nairne y Lucía Agirre  
**N.º DE OBRAS:** 62  
**N.º DE VISITANTES:** 86.726  
(hasta el 31 de diciembre, 2020)



## FRAGMENTOS DE CONTEMPORANEIDAD: FILM & VIDEO



**TÍTULO:** *William Kentridge: 7 Fragmentos*  
**FECHAS:** 12 de marzo, 2020–7 de febrero, 2021  
**SALA:** 103  
**COMISARIO:** Manuel Cirauqui  
**N.º DE OBRAS:** 3  
**N.º DE VISITANTES:** 198.807  
(hasta el 31 de diciembre, 2020)

## PROYECTOS



A partir del 3 de diciembre se presentó en el Museo el proyecto *José Manuel Ballester [2020/03/15]*, que recogió varias fotografías tomadas por el artista en Bilbao durante el mes de abril en pleno confinamiento, acompañadas de la imagen del *Guernica* que forma parte de su serie *Espacios ocultos*.

El proyecto recibió, hasta el 31 de diciembre, un total de 35.512 visitas.

Colaboradores:  
Estudios Durero, LIN3S y Giroa-Veolia



# EDUCACIÓN

## ACTIVIDADES DIDÁCTICAS Y CULTURALES

Pese a las dificultades y restricciones ocasionadas por la pandemia, en 2020 el Museo Guggenheim Bilbao ha organizado una variada programación educativa y cultural, con cursos, charlas, talleres y conferencias, y otras actividades vinculadas con las artes escénicas y vivas en general, diseñando asimismo herramientas y materiales *online* que facilitan el acceso al aprendizaje compartido de contenidos y experiencias.

Entre los datos más destacables cabe citar la puesta en marcha de la innovadora iniciativa digital *El Museo en familia con BBK*, ofrecida como alternativa *online* a las actividades infantiles presenciales durante el cierre temporal del Museo y tras este. Semanalmente se presentaron vídeos, en euskera, español e inglés, en forma de cuentacuentos, visitas y talleres creativos para toda la familia (véase detalle en la sección Actividades destacadas). Dado el éxito obtenido por el alcance pedagógico de este programa, los vídeos siguen disponibles en la web.

También se ha celebrado la VI edición del ya consolidado programa de becas para estudiantes vascos en el Solomon R. Guggenheim Museum de Nueva York. En esta edición, el formato ha sido virtual, dando lugar a nuevas fórmulas de aprendizaje y enseñanza en el ámbito de la educación museística. Asimismo, y dentro de los proyectos educativos desarrollados conjuntamente por los Museos Guggenheim, destaca el *IV Encuentro Internacional Dibujando el Guggenheim: Nueva York, Venecia, Bilbao* y el nuevo proyecto *online Guggenheim Together*, organizado también por los Museos Guggenheim de dichas ciudades y de Abu Dabi, para reforzar la conexión y la creatividad a través de sus respectivas colecciones en este tiempo de distanciamiento social. Por otra parte, el programa TopARTE —la iniciativa dirigida a agentes y entidades culturales del País Vasco—, ha contribuido a la reactivación de la programación de diversas disciplinas artísticas y performativas, y a un enriquecimiento fruto de la colaboración y el intercambio.

Participantes	Programas	2020
*Escolares	7	31.284
Educadores	3	674
Familias	13	2.865
Programas sociales y accesibilidad	8	955
**Amigos del Museo y público general	9	8.896

\*Exposición del programa educativo *Aprendiendo a través del arte*: 26.073 visitantes

\*\*TopARTE: 2.526 participantes

Por último, la utilización de herramientas digitales, incrementada significativamente a lo largo de este ejercicio, ha permitido aumentar considerablemente el alcance de la programación educativa del Museo dirigida sobre todo a escolares y familias, e igualmente a todo tipo

de públicos que no han podido acercarse por limitaciones de aforo o distanciamiento geográfico, lo cual está facilitando también la internacionalización del proyecto educativo del Museo Guggenheim Bilbao iniciada en 2019.

## DIDAKTIKA

Es una iniciativa única entre los museos de arte contemporáneo, diseñada para maximizar la preparación y la experiencia de la visita al Museo, y ampliar y diversificar perspectivas y enfoques en torno a la Programación artística. Se plasma en espacios complementarios a las salas de exposición y forma parte del programa educativo *Acércate al arte*.

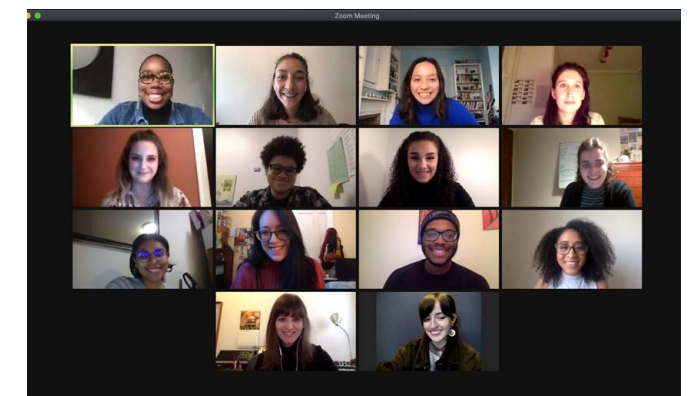
Beneficiarios	2020
Espacios didácticos	217.139



## PROGRAMAS FORMATIVOS

Iniciativas y acciones formativas de carácter internacional, como los programas de residencias para artistas y de becas para estudiantes vascos en el Solomon R. Guggenheim Museum de Nueva York, fruto de la renovación del Acuerdo de Gestión, y la formación de becarios Hilla Rebay.

Beneficiarios	2020
Residencias de artistas	–
Becas virtuales para estudiantes vascos	4
Beca Hilla Rebay	1





## PROGRAMAS Y RECURSOS DIGITALES

Actividades y materiales didácticos digitales y *online* para docentes, escolares, familias y público en general, como las innovadoras Visitas virtuales y *El Museo en familia con BBK* que incluyó vídeos de cuentos y talleres de artistas, las guías didácticas realizadas con la aplicación Sway sobre el edificio, la Colección Propia y las exposiciones temporales, los cursos en iTunes U sobre obras de la Colección, la sección didáctica *¿Sabías que...?* o el proyecto *Guggenheim Together*, que facilitaron la accesibilidad a los procesos de aprendizaje y enseñanza vinculados a la Programación artística en las aulas y hogares, más allá del recinto museístico.



Usuarios	2020
Visitas virtuales	893
El Museo en familia con BBK	53.099
Plano guía familias	301
Guías didácticas & iTunes U	107.247
Buscador <i>Aprendiendo a través del arte</i>	13.339
Didaktika <i>¿Sabías que...?</i>	15.418
<i>Guggenheim Together</i>	982
Conferencias en <i>streaming</i>	725

## OTROS RECURSOS

El visitante del Museo ha dispuesto de herramientas, soportes y materiales que favorecieron un recorrido autónomo, al tiempo que brindaron claves que ayudaron a mejorar la comprensión y disfrute de las obras expuestas y de la arquitectura del edificio, como la audioguía, descargable en los dispositivos móviles para adultos y familias.



## APRENDIENDO A TRAVÉS DEL ARTE

Programa educativo dirigido a reforzar el currículo de Primaria empleando el arte como herramienta. Dialogar sobre arte y participar en el proceso creativo de la mano de un artista permite a los escolares de Primaria abordar los temas curriculares desde una perspectiva diferente. El proceso artístico lleva al alumnado a pensar, explorar, valorar, elegir, probar, dudar, divertirse, perderse, bloquearse y, por supuesto, equivocarse, ya que sin error no hay avance.

Cada proyecto es único, personalizado, y ha sido diseñado de forma abierta para ajustarse lo máximo posible a las habilidades e intereses de cada clase. Cuando el profesorado identifica los objetivos que desea alcanzar, y las actitudes y destrezas que quiere consolidar, los artistas y los educadores del Museo idean una serie de propuestas y actividades abiertas que conforman distintas unidades didácticas. Ello a menudo implica dar espacio a la improvisación, al juego, la exploración, la investigación, el experimento y el error.

### EXPOSICIÓN ANUAL DEL PROGRAMA

**FECHAS:** 26 de junio – 27 de septiembre, 2020

**UBICACIÓN:** Espacio de Educación

**PARTICIPANTES:** 126 escolares de entre 6 y 11 años, durante el curso escolar 2019–20

**CENTROS:** colegios públicos de Educación Primaria San Gabriel, Zamakola–Juan Delmas, Sánchez Marcos y Buenos Aires de Bizkaia; Samaniego de Araba; y Bizarain de Gipuzkoa

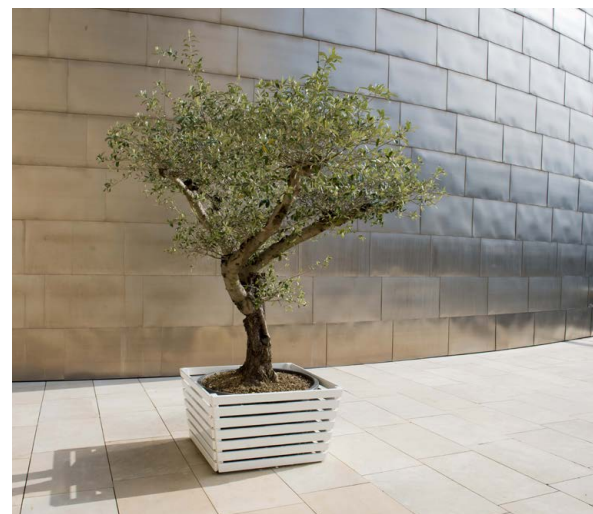
**ARTISTAS:** Elssie Ansareo, Iñaki Gracenea, Maider López, Manu Muniategiandikoetxea, Jorge Rubio e Ibón Sáenz de Olazagoitia

**VISITANTES:** 26.073



## ACTIVIDADES DESTACADAS

- **1-5 de enero:** Navidad en familia (juego de pistas y talleres).
- **Sábados de enero a marzo:** Laboratorio *Introducción a la arquitectura*, con Maushaus, y los talleres de creatividad abierta EspacioART impartidos, dentro del programa de residencias artístico-educativas, por Miren Arenzana, Zaloe Ipiña y Nerea Lekuona.
- **17-19 de enero:** Programa de actividades, comisariado por el artista Thomas Struth, a modo de colofón de su exposición, vinculando fotografía, música y ciencia. Incluyó un taller dirigido a fotógrafos artísticos impartido por el propio Struth, un exclusivo concierto interpretado por el aclamado guitarrista clásico Frank Bungarten con composiciones de J. S. Bach y Emilio Pujol, el taller impartido por Bungarten *El arte de practicar* dirigido a estudiantes y músicos profesionales, la conferencia *Descifrando el universo* de James Beacham, físico de partículas en el CERN, y el concierto de música clásica del conjunto 'Sixty1Strings', compuesto por Ekaterina Solovey, Konstanze Kuss y Negin Habibi.
- **21 de enero y 26 de febrero:** Programa *Let's Go to the Movies!* organizado en colaboración con British Council de Bilbao.
- **22 y 23 de enero:** Taller impartido por el artista José Manuel Ballester con motivo de la exposición *Obras maestras de la Kunsthalle Bremen*.
- **Febrero-marzo:** Módulo II del curso de iniciación al arte moderno y contemporáneo *Aproximaciones al Arte III: Hacia una nueva sensibilidad. El impacto de las tecnologías en el arte contemporáneo*, a cargo de la historiadora del arte Lourdes Cirlot.
- **12 de febrero:** Charla del artista Olafur Eliasson sobre su obra y proceso creativo organizada a modo de presentación de la exposición *Olafur Eliasson. En la vida real*.



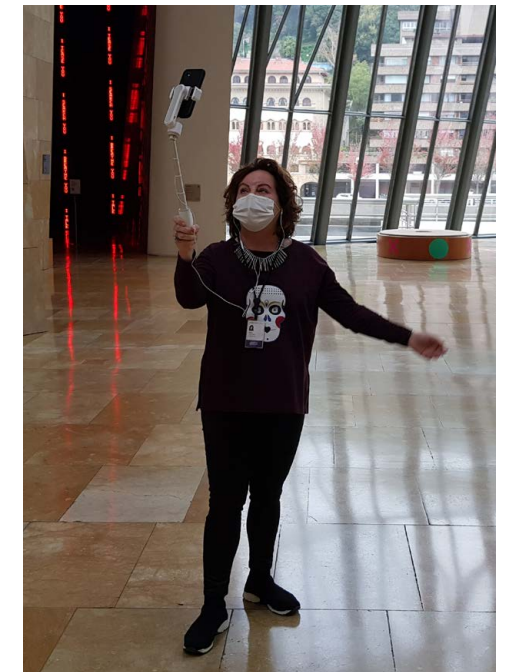
- **18 de febrero:** Activación de la obra *Árbol de los deseos para Bilbao*, de Yoko Ono, con motivo del cumpleaños de la artista.
- **18 y 20 de febrero, 3 y 5 de marzo, 20 y 22 de octubre, 24 y 26 de noviembre:** Sesiones de orientación para educadores de Primaria y Secundaria sobre las exposiciones *Olafur Eliasson. En la vida real*, *Richard Artschwager*, *Lee Krasner. Color vivo* y *Kandinsky*.
- **25 y 27 de febrero, 10 y 12 de marzo, 27 y 29 de octubre, 1 y 3 de diciembre:** Accesos gratuitos para dichos educadores y para profesores de la Facultad de Bellas Artes de la UPV/EHU complementarios a las Sesiones de orientación citadas.
- **19 y 26 de febrero, 6 y 11 de marzo, 23 y 30 de septiembre:** Programa *Reflexiones Compartidas* compuesto por visitas impartidas por profesionales de las áreas de Curatorial y de Educación del Museo que ofrecen diferentes puntos de vista sobre los contenidos de una misma exposición, como las dedicadas a Olafur Eliasson, Richard Artschwager, Lygia Clark y Lee Krasner.
- **26 de febrero:** Conversación sobre la exposición y obra de Richard Artschwager entre Germano Celant, renombrado historiador del arte y comisario de la muestra, y Manuel Cirauqui, curator del Museo Guggenheim Bilbao.
- **4 de marzo:** Mesa redonda *Lygia Clark. La pintura como campo experimental, 1948-1958*, que contó con la intervención de importantes especialistas del arte latinoamericano moderno y contemporáneo, como Geaninne Gutierrez-Guimarães, curadora asociada del Museo Guggenheim Bilbao y comisaria de la exposición, Adele Nelson, profesora adjunta de Historia del Arte y directora adjunta del Centro de Estudios Visuales Latinoamericanos de la Universidad de Texas, y Paulo Miyada, curator del Instituto Tomie Othake y comisario adjunto de la 34ª Bienal de São Paulo.

- **3 de abril:** Puesta en marcha de la innovadora iniciativa digital *El Museo en familia con BBK*, ofrecida como alternativa *online* a las actividades infantiles presenciales durante el cierre temporal del Museo y tras este. Semanalmente se presentaron vídeos en euskera, español e inglés, en forma de cuentacuentos, visitas y talleres creativos para toda la familia, impartidos por Catalina Martínez-Moro, los artistas Elssie Ansareo, Miren Arenzana, Ibon Sáenz de Olazagoitia, Nerea Lekuona, Manu Muniategiandikoetxea y Manu Uranga, y profesionales del equipo de Educación e Interpretación del Museo Guggenheim Bilbao. Dado el éxito obtenido por el alcance pedagógico de este programa, los vídeos siguen disponibles en la web del Museo.
- **14 de mayo:** Lanzamiento del proyecto educativo *online* *Guggenheim Together*, organizado conjuntamente por los Museos Guggenheim de Nueva York, Venecia, Bilbao y Abu Dabi para reforzar la conexión y la creatividad a través de sus respectivas colecciones en este tiempo de distanciamiento social.
- **6-17 de julio:** Talleres infantiles *Verano experimental: arte y movimiento* dirigidos a niños y niñas de 3 a 11 años.
- **26 de junio-27 de septiembre:** Exposición del programa educativo *Aprendiendo a través del arte* del curso 2019-20.
- **29 de septiembre:** Conversación entre las comisarias de la exposición *Lee Krasner. Color vivo*, Eleanor Nairne, del Barbican Centre, y Lucía Agirre, del Museo Guggenheim Bilbao, sobre la muestra de esta artista norteamericana, así como sobre su vida y su obra.
- **3 de octubre:** Inicio del nuevo curso de los programas para familias *Experiencias creativas*, *Laboratorio de arquitectura* y *Books Alive!*
- **8 de octubre y 5 de noviembre:** Sesiones creativas para adultos vinculadas a los procesos creativos de los artistas Olafur Eliasson y Lee Krasner, impartidas por los también artistas Travis Flint y Veva Linaza.
- **22 de octubre:** Proyección de *Lee Krasner, in Her Own Words*, audiovisual que incluye una selección de entrevistas a la artista y material de archivo, producido específicamente para la exposición por Barbican Centre (Londres), Schirn Kunsthalle (Frankfurt), Zentrum Paul Klee (Berna) y el Museo Guggenheim Bilbao.



- **24, 25, 31 de octubre y 1 de noviembre:** Talleres para los hijos de los Amigos en torno a la obra *Puppy* de Jeff Koons.
- **25 de octubre:** IV Encuentro internacional de dibujo *Dibujando el Guggenheim: Nueva York, Venecia, Bilbao*, celebrado desde las tres ciudades donde se ubican las sedes de los Museos Guggenheim.
- **28 de octubre y 25 de noviembre:** Visitas virtuales sobre el edificio del Museo Guggenheim Bilbao, la Colección Propia y la exposición dedicada a Olafur Eliasson mediante las herramientas de Microsoft Skype in the Classroom y Teams dirigidas a escolares y con un alcance internacional.
- **29 de octubre:** *Conferencia LK: viviendo en la pintura* impartida por Javier San Martín, historiador, crítico de arte y profesor de Teoría e Historia del Arte del siglo XX en la Facultad de Bellas Artes de la UPV/EHU.
- **12 noviembre:** Puesta en marcha del nuevo programa educativo escolar *Demos Prácticas* que, además de visitas virtuales, ofrece a los centros escolares presentaciones *online* en tiempo real desde el Museo.
- **21, 22, 28 y 29 de noviembre:** Talleres para los hijos de los Amigos relacionados con la obra *Mamá*, de Louise Bourgeois.

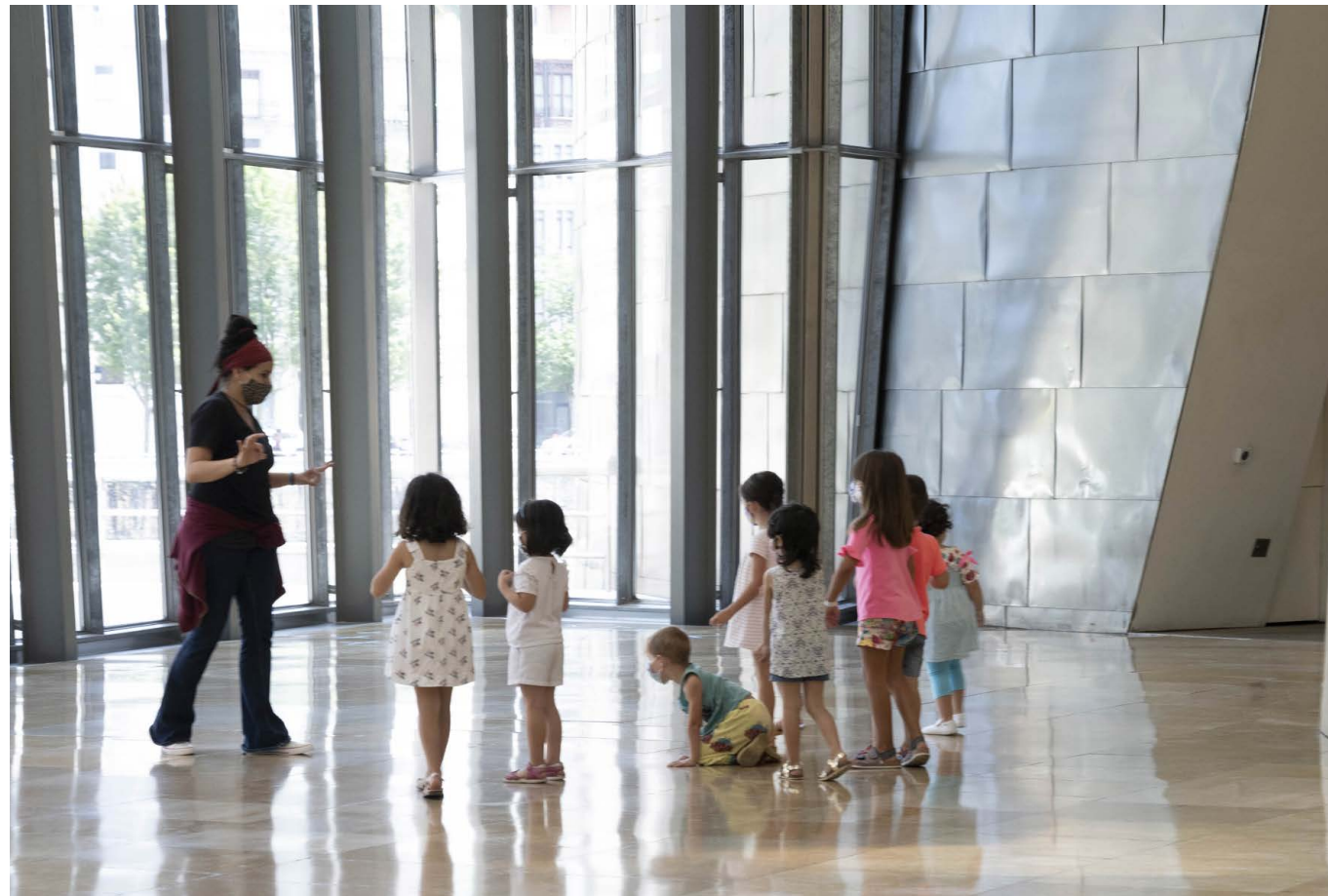
- **21 y 28 de noviembre:** Experiencia musical y visual junto a las obras de Vasily Kandinsky de la mano de Ensemble Kuraia.
- **10 de noviembre:** Comienzo del curso de iniciación al arte moderno y contemporáneo *Aproximaciones al arte IV: Rupturas y continuidades en el arte del último siglo. De Vasily Kandinsky a Olafur Eliasson*, impartido por Mikel Onandia Garate, profesor de Historia del Arte de la UPV/EHU.
- **15 de diciembre:** Conferencia *Arte, ciencia y sinestesia*, impartida por la catedrática de Biología Celular e Histología de UPV/EHU Elena Vecino sobre la exposición *Kandinsky* y obras de la Colección Permanente.
- **19 de diciembre-6 de enero:** Campaña de Navidad para familias BBK con juegos, talleres y actuaciones infantiles.
- Como parte del proyecto DIDAKTIKA se han diseñado espacios con herramientas y recursos clave para optimizar la visita a las exposiciones temporales y las presentaciones de la Colección Permanente.
- A través del programa *Acércate al arte* se ha continuado ofreciendo diversas posibilidades y formas de visitar el Museo: visitas guiadas, audioguías o los citados espacios didácticos.



- El programa para niños ingresados en los hospitales de Cruces y Basurto *Sana y Crea* adaptó su formato tras la pandemia, adoptando un enfoque mixto en el que los profesionales sanitarios/tutores se desplazaron al Museo y fueron ellos quienes impartieron la actividad en los hospitales.
- Dentro de las iniciativas y acciones formativas destacan la formación de una becaria internacional Hilla Rebay de enero a marzo en las áreas de Curatorial y Educación e Interpretación y la participación de cuatro estudiantes en el programa Basque Internships, que en esta edición tuvo carácter virtual.
- Además, el programa TopARTE, una iniciativa dirigida a todas las disciplinas, como música, cine, vídeo, danza, performance, teatro o gastronomía y para la que se abren espacios del Museo a otros agentes y entidades culturales del País Vasco, ha proseguido con un alto índice de participación y nuevos colaboradores.

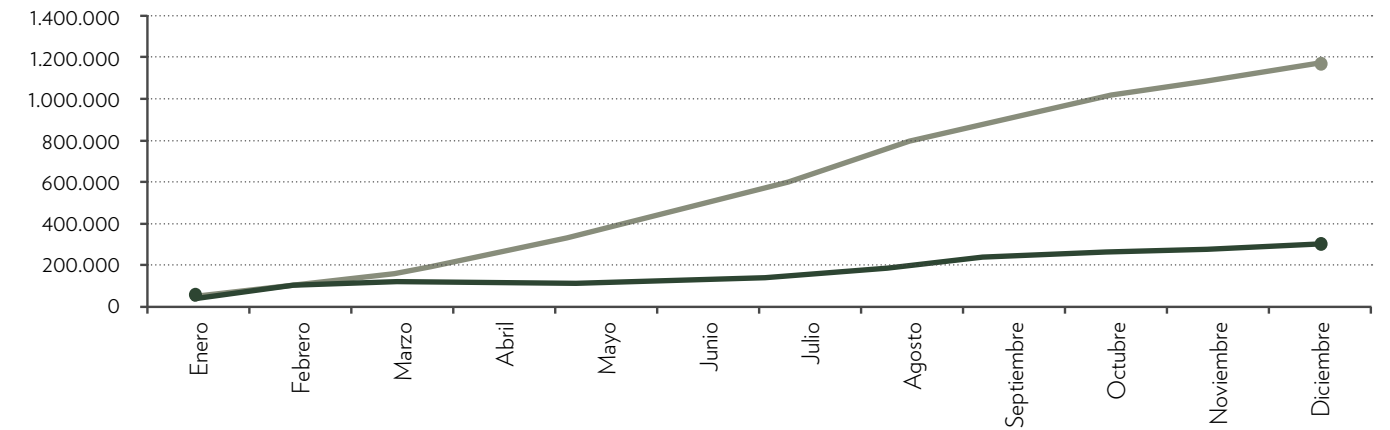
Asimismo y hasta el cierre del Museo con motivo de la pandemia, se desarrollaron las siguientes actividades en su formato habitual:

- Charlas externas de voluntariado en asociaciones de la tercera edad, de mujeres, de tiempo libre y de rehabilitación de toxicomanías.
- El programa *Baby Art*, para bebés de 3 a 36 meses en fin de semana.
- Talleres en UTE Unidad Terapéutico-Educativa Ortuella, dirigidos a niños y adolescentes con trastornos psiquiátricos graves, y en la comunidad terapéutica integrativa de salud mental Asociación Hogar Izarra, para personas mayores de 18 años con trastornos mentales severos.

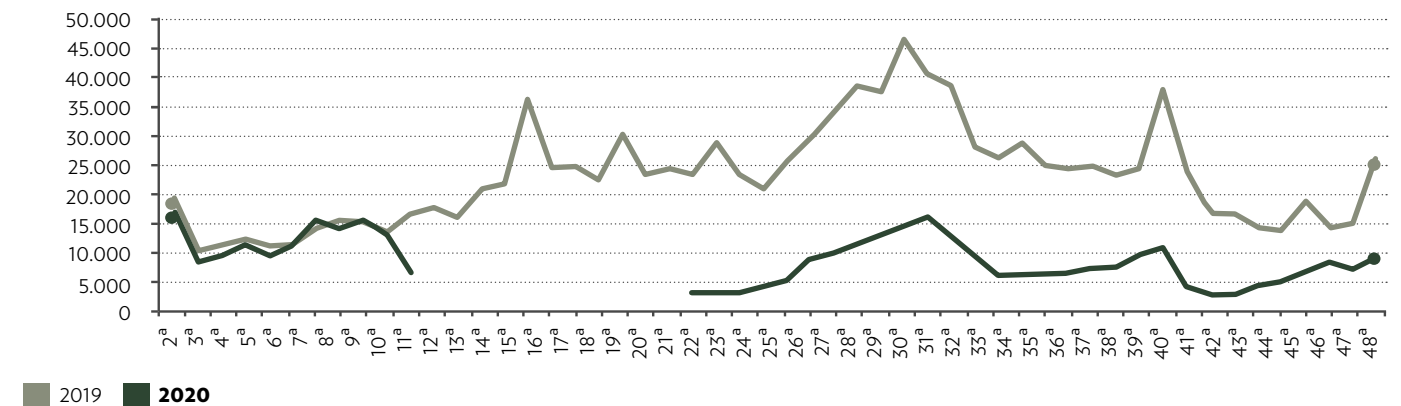


# VISITANTES: 315.908

## EVOLUCIÓN MENSUAL DE VISITANTES



## EVOLUCIÓN SEMANAL DE VISITANTES

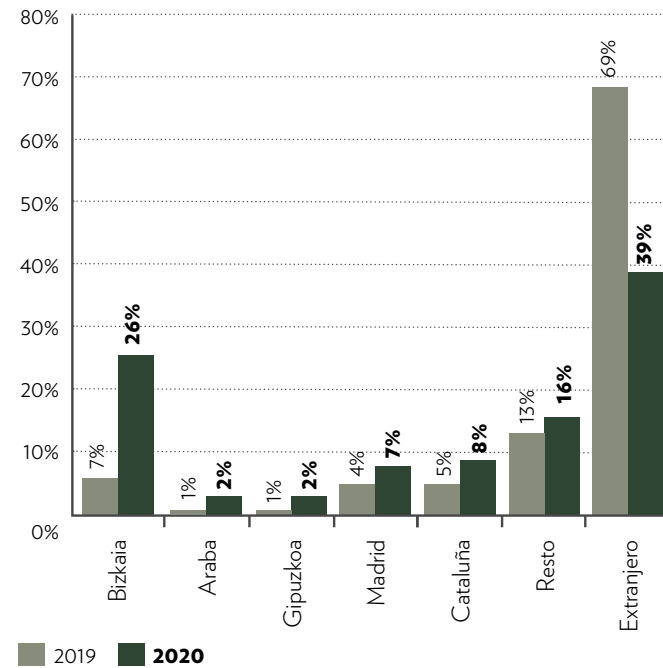


La pandemia por COVID-19 motivó el cierre del Museo durante once semanas a partir del 14 de marzo, reabriendo sus puertas el 1 de junio, al comienzo solo para visitantes de Bizkaia, y desde finales del mes a otras procedencias. La afluencia volvió a ser limitada al entorno más próximo hasta el final del ejercicio. Estos

gráficos reflejan el cierre de once semanas y la tímida recuperación posterior, destacando, además del verano, el pico del fin de semana del aniversario del Museo en octubre, la inauguración de la exposición dedicada a Vasily Kandinsky en noviembre y las vacaciones de Navidad.

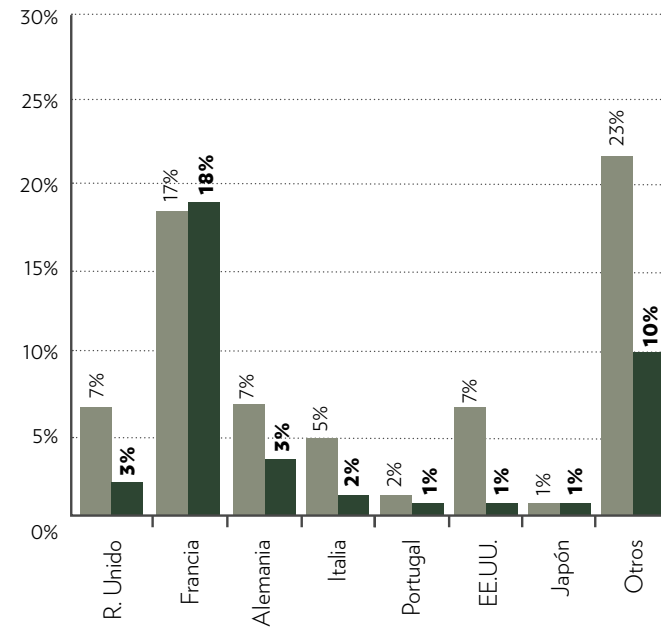
## ORIGEN

ORIGEN GEOGRÁFICO VISITANTES:



En cuanto al origen geográfico, e invirtiendo la tendencia de años anteriores en que la mayoría del público del Museo era extranjero, en 2020 un 61% de los visitantes procedió del Estado, y un 39% de otros países, como Francia (18%), Gran Bretaña (3%), Alemania (3%), Italia (2%), Portugal (1%) y EE. UU. (1%). El público del País Vasco se situó en el 30%, mientras que en el resto del Estado destacaron Cataluña, con un 8% del total, y Madrid, con el 7%.

ORIGEN GEOGRÁFICO VISITANTES EXTRANJEROS:

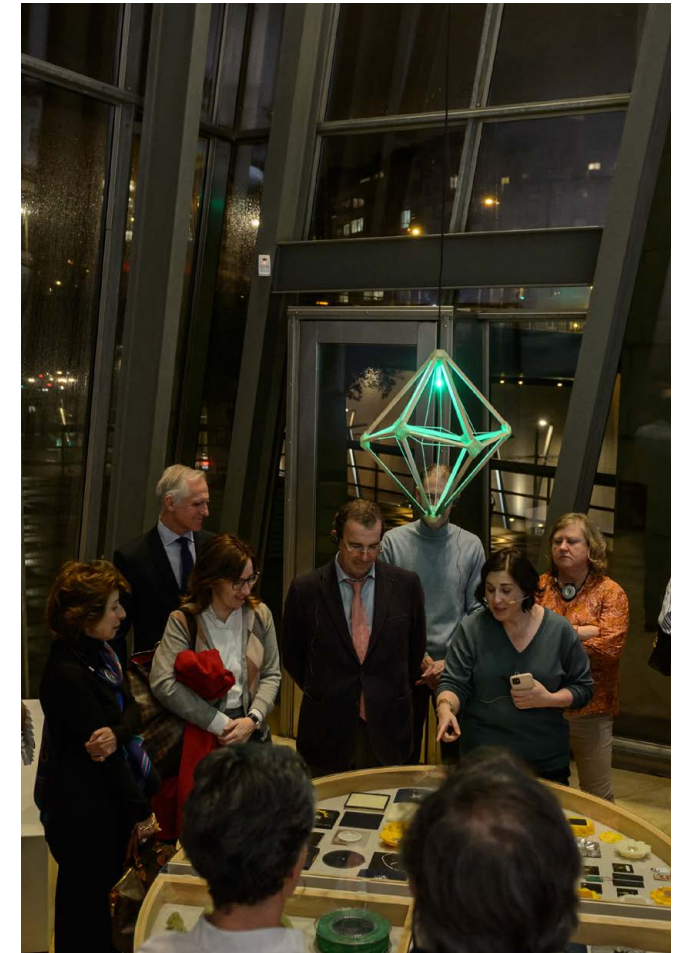


Resulta especialmente significativo el porcentaje de vizcaínos que han acudido a visitar el Museo, que pasó del 7% en 2019 al 26% en 2020. Otro factor destacable fue el rejuvenecimiento del público, pues se ha observado una gran afluencia de jóvenes y adolescentes, así como de público familiar, especialmente en las salas dedicadas a la muestra de Olafur Eliasson.

## COMMUNITY

Categorías	2020
Estudiante	2.725
Jubilado	5.120
Individual	5.107
Familiar	6.564
Internacional	129
Miembros de Honor	25
<b>TOTAL AMIGOS</b>	<b>19.670</b>
Erdu	780
Seguidores	46.736
<b>TOTAL COMMUNITY</b>	<b>67.186</b>

Del total de Seguidores que integraban Community al final del ejercicio 2020, un 54,4% procedían del Estado, mientras que el 11,3% eran de Francia, seguidos de Italia y EE. UU., con un 4% cada uno.



## ASPECTOS DESTACABLES DE COMMUNITY PARA LOS AMIGOS



- Para celebrar la reapertura del Museo tras el cierre por la pandemia, se invitó a los Amigos a acudir con un acompañante, medida de la que se beneficiaron 1.910 Amigos y 550 acompañantes, y se brindó a los visitantes la posibilidad de probar ser Amigo del Museo durante tres meses al adquirir una entrada, campaña a la que se sumaron 880 personas. Asimismo, y para paliar el cierre del Museo durante once semanas, se ofreció a los Amigos que lo desearan la prórroga gratuita de su membresía por tres meses. Solo un 4,49% de los Amigos solicitaron esta medida, lo que refleja el altísimo nivel de fidelidad y compromiso del colectivo.
- Visitas guiadas gratuitas en euskera y español a las exposiciones *Olafur Eliasson. En la vida real, Lee Krasner. Color vivo y Kandinsky*, con 831 Amigos participantes.
- *Soirées* o visitas en primicia que realizaron los comisarios de las exposiciones sobre Olafur Eliasson, Richard Artschwager y Lygia Clark a los Miembros Internacionales y de Honor, de las que disfrutaron más de 200 participantes. Dadas las limitaciones de aforo y las medidas de distanciamiento social impuestas, en las restantes exposiciones las *soirées* fueron sustituidas por una charla-presentación de la comisaria seguida de visita libre.
- Reuniones del Comité Asesor de Miembros de Honor el 26 de febrero, durante la Feria ARCO en Madrid y el 19 de noviembre en Bilbao con motivo de la inauguración de la exposición *Kandinsky*.
- Descuentos en determinados conciertos y espectáculos de ópera, teatro y danza organizados por instituciones con las que el Museo colabora, como la Bilbao Orkestra Sinfonikoa, BOS y el Teatro Arriaga, así como entrada gratuita para los Amigos en la Feria ARCO.

## ASPECTOS DESTACABLES DE COMMUNITY PARA LOS SEGUIDORES



- 46.736 Seguidores, de los que 11.222 se incorporaron a lo largo de 2020. Se consolida la captación de nuevos miembros de forma *online*, ya sea utilizando la página web (20%), la plataforma de venta de entradas y actividades (65%), o el incentivo de beneficios, como el uso de wifi ilimitado en el Museo para los miembros de Community (13%).
- Contenidos *online*: con la nueva web y la nueva plataforma de compra de entradas, se han mejorado los aspectos de usabilidad para los miembros de Community. Por otro lado, la zona privada 'Mis datos' se completa con noticias, vídeos y audioguías de las exposiciones. Con la exposición sobre Lee Krasner se inició la oferta de visitas guiadas *online* de 20-30 minutos de duración, de la mano de la comisaria de la muestra y descargables en la zona privada.
- Información: eNews mensuales de actividades, comunicación de nuevas exposiciones y vídeos explicativos en la zona privada de la web y en la microsite de cada exposición. Durante las semanas del confinamiento y hasta el 1 de junio, se reforzó la comunicación mediante el envío de, al menos, una eNews por semana, con ratios de apertura cercanos al 40%, acercando a este colectivo nuevos contenidos como vídeos, actividades *online* y concursos.
- En el mes de julio se realizó una encuesta para conocer el perfil de los suscriptores de eNews y los contenidos de interés, que fue completada por 1.077 miembros de Community. En sus respuestas señalaban como principales motivaciones el estar informados y conectados con el Museo (35%) y seguir aprendiendo cosas nuevas (34%). El tercer motivo reseñado es el entretenimiento (24%), destacando el interés por las charlas o vídeos en *streaming* sobre exposiciones u obras (27%), vídeos de artistas (24%), cursos de arte *online* (17%), así como propuestas de concursos o juegos (13%).

# MIEMBROS CORPORATIVOS



2020 ha sido un año atípico por las consecuencias generadas por la COVID-19. Siendo el apoyo corporativo uno de los pilares fundamentales de la financiación del Museo, la pandemia también ha impactado en este aspecto aunque, afortunadamente, con una repercusión menor que la que cabía esperar. Al cierre del ejercicio, gran parte de los Miembros Corporativos hacían frente a sus compromisos con el Museo, a pesar de la coyuntura económica, hecho al que el Museo concede un especial significado y agradecimiento. Así, 114 empresas conformaban el Programa de Miembros Corporativos, a la cabeza de los cuales se han mantenido los Patronos

Estratégicos, BBK, Fundación BBVA e Iberdrola. También el patrocinio ha conseguido el respaldo de compañías como Seguros Bilbao en la muestra de *Lee Krasner. Color vivo* y nuevas fórmulas colaborativas se han puesto en marcha, como es el caso del proyecto *José Manuel Ballester [2020/03/15]* que contó con la colaboración de Estudios Durero, LIN3S y Giroa-Veolia. Finalmente, debido a las restricciones de movilidad y de aforos, se han sentado nuevas bases para hacer extensibles por la vía digital algunas de las contrapartidas al alcance de los Miembros, como las visitas no presenciales o las invitaciones digitales.

# PATROCINIO DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES

Exposición   Programa   Actividad	Patrocinadores	Colaboradores
<i>Olafur Eliasson. En la vida real</i>	Iberdrola	
<i>Richard Artschwager</i>		Heineken
<i>Lygia Clark. La pintura como campo experimental, 1948-1958</i>		Bodegas de los Herederos del Marqués de Riscal
<i>Lee Krasner. Color vivo</i>	Seguros Bilbao	Terra Foundation for American Art
<i>Kandinsky</i>	Fundación BBVA	
<i>José Manuel Ballester [2020/03/15]</i>	Estudios Durero, Giroa-Veolia, LIN3S	
Programa <i>Aprende con BBK</i>	BBK	
Cine fórum empresarial APD y Guggenheim Bilbao	Ferrovial Servicios y Adecco	
Programa <i>Reflexiones Compartidas</i>	Fundación Vizcaína Aguirre	
Servicios al Visitante	Prosegur	





## EVENTOS

La incidencia de la pandemia en los eventos ha sido importante, no solo debido al cierre forzoso del Museo durante el confinamiento, sino también por las numerosas restricciones de movilidad, aforo y encuentros sociales que le siguieron. Pese a estas dificultades, y tras desarrollar un exhaustivo protocolo para la organización de eventos seguros en esta coyuntura de crisis sanitaria, en el segundo semestre del año se pudo recuperar esta actividad. En el conjunto de 2020 el Museo acogió un total de 20 actos, cumpliendo en todo momento las normas sanitarias, siendo, sobre todo, las empresas que forman parte del Programa de Miembros Corporativos las que han seguido

eligiendo el Museo como sede de sus actos. Debido a que las principales limitaciones se han producido en los eventos con catering, la mayoría de encuentros celebrados han sido reuniones empresariales (Seguros Bilbao, Ferrovial Servicios), Juntas (Cofares, Solarpack), conferencias y jornadas (El Correo Innova) o entregas de premios (La noche de la empresa Vasca, Euskadi Avanza, Gure Artea). El espacio más utilizado ha sido el Auditorio, pero cabe destacar que algunas firmas, como Fineco-Banca Privada Kutxabank, han apostado por organizar su acto en el Atrio, buscando diferenciarse con un marco más especial.



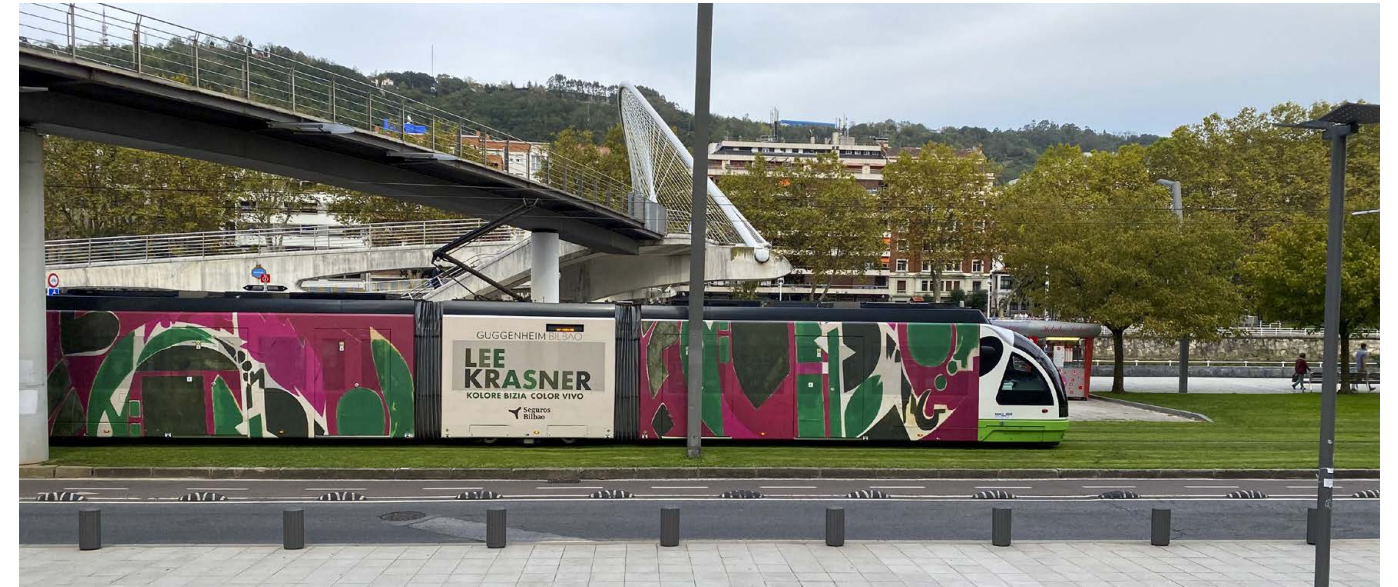
# PROYECCIÓN

IMPACTOS	TOTAL
Impactos en prensa estatal e internacional	2.906
Impactos en radio y televisión (estatal)	717
Impactos en internet estatal e internacional	9.155

## IMPACTO EN MEDIOS DE LA PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA

Exposición	Internacional	Estatal	TOTAL
<i>Jesses Jones: Temblad temblad</i>	1	18	19
<i>Soto. La cuarta dimensión</i>	1	59	60
<i>Obras maestras de la Kunsthalle Bremen: de Delacroix a Beckmann</i>	20	65	85
<i>William Kentridge: 7 Fragmentos</i>	3	60	63
<i>Richard Artschwager</i>	47	126	173
<i>Olafur Eliasson. En la vida real</i>	129	409	538
<i>Lygia Clark. La pintura como campo experimental, 1948-1958</i>	84	190	274
<i>Lee Krasner. Color Vivo</i>	91	323	414
<i>Obras maestras de la Colección del Museo Guggenheim Bilbao</i>	4	5	9
<i>Kandinsky</i>	95	311	406

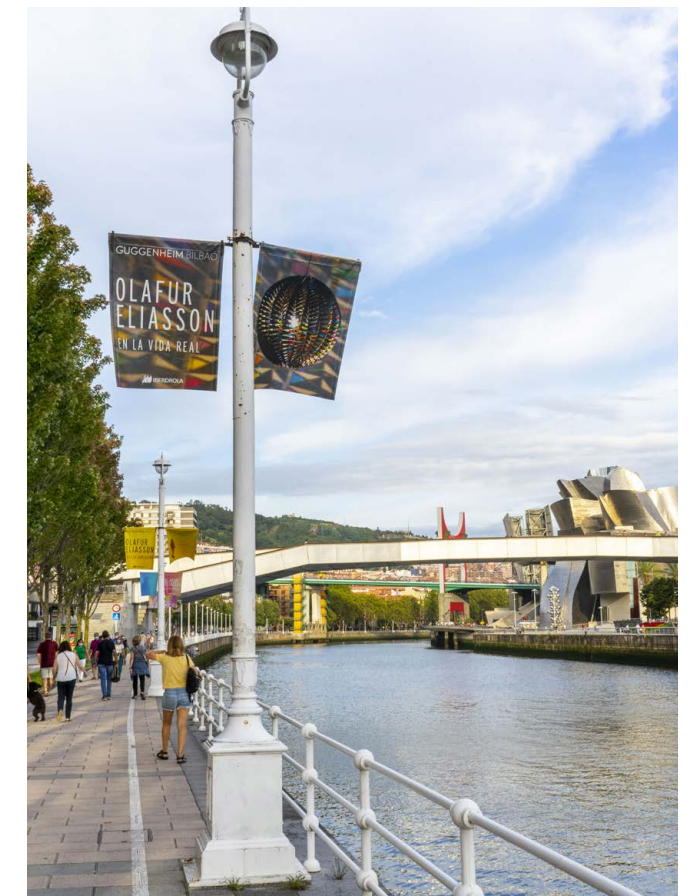
## ACCIONES DE MARKETING



**Olafur Eliasson. En la vida real.** El plan de medios de esta exposición comprendió 60 inserciones en prensa, 35 pases del spot en la televisión autonómica, 150 cuñas de radio, campaña digital en los principales portales de cultura y presencia en webs de contenidos afines. La campaña en exterior consistió en un circuito de marquesinas digitales en zonas céntricas y turísticas de Madrid.

**#GuggenheimBilbaoLive.** Una iniciativa digital que, a través de la web y las redes sociales del Museo, difundió de forma continuada nuevos contenidos audiovisuales relativos a las exposiciones y otros aspectos desconocidos de la actividad del Museo.

Con el fin de acompañar, inspirar y hacer más llevadero el confinamiento de la ciudadanía, se publicaron en la nueva sección de la web #GuggenheimBilbaoLive una serie de vídeos grabados a puerta cerrada por parte de algunas de las personas que trabajan en el Museo. En ese nuevo espacio virtual, las comisarias de arte, el Director General, y diferentes perfiles de áreas esenciales del Museo como Conservación, Educación e Interpretación, Diseño y Montaje de exposiciones, o Mantenimiento, desgranaron durante días y semanas, a lo largo de todo el período de cierre, su experiencia y perspectiva “a pie de obra”.



“Otras miradas’, ilustraciones que interpretan el arte de Olafur Eliasson. Con el fin de ampliar la difusión de la exposición *Olafur Eliasson. En la vida real* el Museo retó a siete ilustradores de la asociación Euskal Irudigileak a plasmar su propia experiencia con la sensorial obra de Eliasson. Las ilustraciones resultantes, de variadas técnicas y estilos, obtuvieron una gran notoriedad en medios de comunicación y redes sociales.

**Lee Krasner. Color Vivo.** Esta exposición se difundió a lo largo del mes de octubre a través de una campaña en radio, televisión autonómica y redes sociales. La gráfica también tuvo presencia en medios exteriores como el vinilado integral del tranvía y un circuito de marquesinas de Bilbao.

**Bienvenidos a casa.** Se realizó una campaña para dar a conocer la reapertura del Museo después de permanecer cerrado por la pandemia de la COVID-19. El plan de medios consistió en una campaña en televisión nacional y autonómica, así como inversión en medios digitales, redes sociales, prensa, radio y exterior.

**Kandinsky.** La exposición dedicada a Kandinsky se difundió durante los meses de noviembre y diciembre con una gran presencia en soportes exteriores como mupis digitales, vinilado del tranvía y banderolas en las farolas de Bilbao. La campaña se completó en radio y en prensa regional, así como en redes sociales y medios digitales, destacando los buenos resultados obtenidos en la campaña *online*, que arrojó una venta de entradas al Museo muy superior a las cifras habituales.

**3,2,1 Kandinsky.** Ante la inminente inauguración de la exposición *Kandinsky*, el Museo Guggenheim Bilbao puso en marcha la iniciativa digital *#CuentaAtrásKandinsky* consistente en una serie de quince vídeos que se fueron publicando uno cada día y mostraban el proceso de trabajo para ultimar los preparativos de la muestra, que se inauguró el viernes 20 de noviembre.



## MÉTRICAS DIGITALES

### PÁGINA WEB



	Usuarios a 31-12-2020
Visitas	1.981.589
Móvil: 52,7%	
Desktop: 43,6%	
Tablet: 3,7%	
Páginas vistas	5.775.238
Duración media de las visitas	2:13

### FACEBOOK



	Usuarios a 31-12-2020
Fans	336.145
Me gusta	1.704.803
Comentarios	71.708
Alcance	65.601.256

### TWITTER



	Usuarios a 31-12-2020
Seguidores	372.655
Favoritos	51.979
Retweets	20.361
Impresiones potenciales	348.620.960

### INSTAGRAM



	Usuarios a 31-12-2020
Seguidores	636.210
Me gusta	2.557.381
Alcance	19.958.538

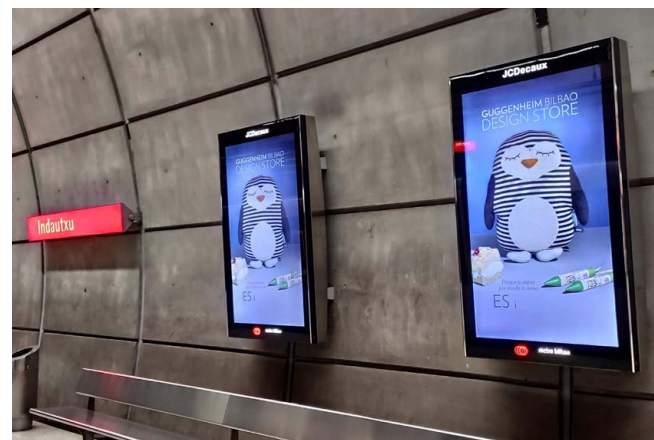
## TIENDA-LIBRERÍA



En esta tesitura, los esfuerzos para conseguir ingresos por la venta de productos se centraron en la comercialización *online*, incrementándose el número de artículos ofertados y las campañas promocionales, aumentando sobre todo la presencia en las redes sociales, especialmente en Instagram, donde se creó un nuevo escaparate de la Tienda que contribuyó significativamente a hacer más visibles y accesibles los artículos del Museo a un mayor número de potenciales clientes. Ello se tradujo en un incremento, durante el año, del 53% en las transacciones y del 58% en las ventas.

En 2020 merece asimismo especial atención la importante afluencia de visitantes locales que acudieron a visitar el Museo; ello supuso una mejora considerable de las ventas en la tienda física, especialmente de los productos conectados con las exposiciones de Olafur Eliasson, Lygia Clark y Kandinsky, para las que se diseñó y se puso a la venta una amplia gama de artículos exclusivos que obtuvieron gran aceptación. Ello, unido a las ventas generadas gracias a la importante campaña de marketing navideña, ayudaron a mejorar los resultados de la Tienda-Librería en el conjunto del ejercicio.

La actividad de la Tienda-Librería también ha estado marcada en 2020 por la pandemia, que limitó significativamente la movilidad de las personas y, por tanto, de los visitantes-clientes del Museo. El cierre temporal de la institución tuvo una especial incidencia en los visitantes extranjeros, que han representado en años anteriores alrededor del 80% de los ingresos generados por la Tienda. Todo ello influyó de manera negativa en el resultado final del año.



## PUBLICACIONES PROPIAS



- Catálogo de la exposición *Olafur Eliasson. En la vida real*, edición en español de 238 páginas, acompañada de separata en euskera de 134 páginas.
- Catálogo de la exposición *Lygia Clark. La pintura como campo experimental, 1948-1958*, edición original trilingüe en español, inglés y euskera de 208 páginas.
- Catálogo de la exposición *Lee Krasner. Color vivo*, edición en español de 238 páginas, acompañada de separata en euskera de 78 páginas.

- Catálogo de la exposición *Kandinsky*, edición original bilingüe en español y en euskera de 192 páginas.
- Realización de la Memoria de actividad 2019, publicada en euskera, español e inglés a través de la web corporativa.
- Actualización del repositorio de documentación en torno al arte moderno y contemporáneo en euskera Artitz, que, a finales de año, contaba con más de 4.000 documentos.

# MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE

Uno de los aspectos que convierten al Museo Guggenheim Bilbao en una institución de referencia es su singular modelo operativo, de naturaleza mixta, que aúna lo público y lo privado; un modelo de funcionamiento que tiene como garantía de sostenibilidad el equilibrio entre sus fuentes de ingresos y un alto índice de autofinanciación que se ha mantenido de manera constante a lo largo de dos décadas en un nivel próximo al 70%. Los ingresos del Museo proceden principalmente de tres fuentes en porcentajes similares: los generados por los visitantes (entradas, Tienda-librería, restauración, etc.), los de Miembros Individuales, Corporativos y patrocinios, y, en tercer lugar, la financiación de las Instituciones.

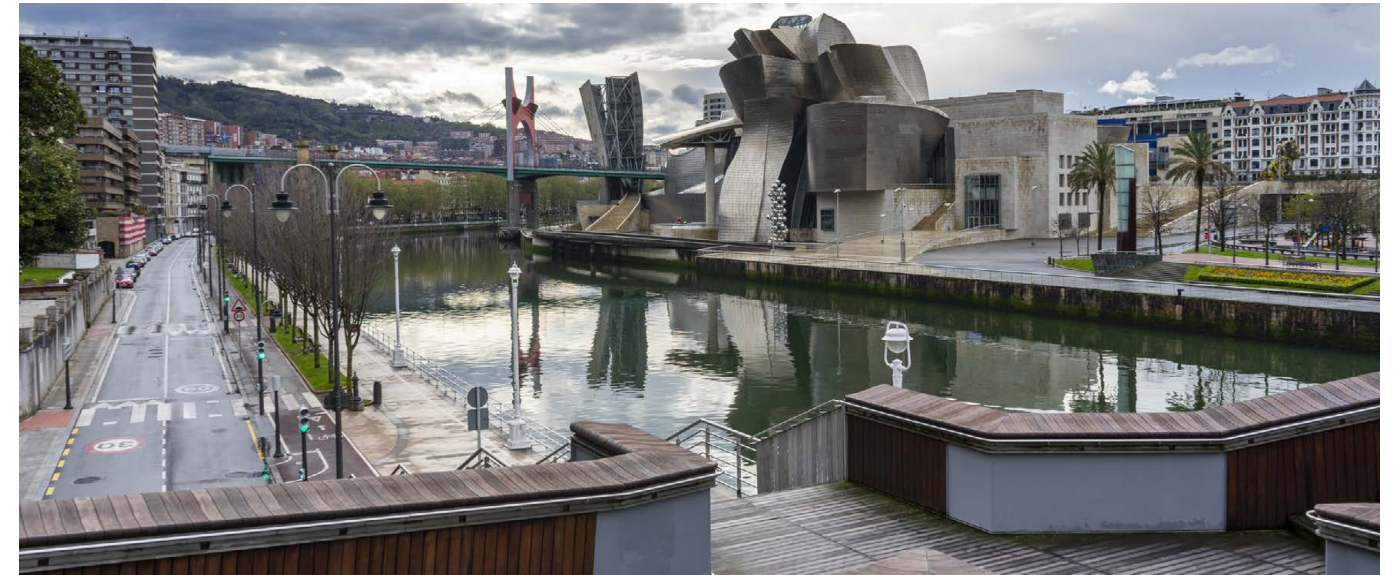
2020 ha sido un año excepcional en el que la actividad del Museo se ha visto afectada por las medidas decretadas para contener la pandemia de la COVID-19, que llevaron al cierre del Museo entre el 14 de marzo y el 31 de mayo. Asimismo, las restricciones de la movilidad y aforos, y las pautas de distanciamiento influyeron de manera significativa en la afluencia de visitantes, con descensos drásticos en los ingresos por venta de entradas, Tienda-librería y restauración. Además, se registró una disminución en las aportaciones individuales y empresariales, tanto las correspondientes a patrocinios y eventos, como las del Programa de Miembros Corporativos. En paralelo, y bajo la premisa de garantizar la viabilidad económica, se adoptaron una serie de medidas de contención que afectaron a todos los capítulos de gasto.

Como resultado, Eusko Jaurlaritza-Gobierno Vasco y Bizkaiko Foru Aldundia-Diputación Foral de Bizkaia realizaron una contribución extraordinaria con una parte de los fondos inicialmente previstos para la inversión en la compra de obras de arte para la Colección del Museo. Así, las aportaciones públicas a la operativa del Museo ascendieron a 11.080.128 euros, procedentes del Gobierno Vasco, de la Diputación Foral de Bizkaia y del Ayuntamiento de Bilbao. Con este último se suscribió un Convenio en fecha 10 de febrero de 2020 que regula la concesión de su subvención (véase tabla).



Instituciones	2020
Bizkaiko Foru Aldundia / Diputación Foral de Bizkaia	3.500.000
Eusko Jaurlaritza / Gobierno Vasco	7.330.128
Bilboko Udala / Ayuntamiento de Bilbao	250.000

# PLAN ESTRATÉGICO



Renovando el compromiso con la planificación estratégica que el Museo Guggenheim Bilbao ha mantenido desde su apertura, a lo largo del año 2020 se ha trabajado en el diseño del Plan Estratégico correspondiente al periodo 2021–2023.

En un momento complejo por la irrupción de la pandemia de la COVID-19 que desde hace meses está afectando al mundo a escala global, se decidió proseguir con el proceso de planificación estratégica en coherencia con la trayectoria del Museo como institución líder en el ámbito cultural y artístico, como elemento tractor de la economía en el territorio, y como institución siempre enfocada a elevar el espíritu humano desde el acceso al arte moderno y contemporáneo y sus valores. Se ha querido afrontar la situación de forma proactiva para mantener el rumbo orientado, a pesar y conscientes de que las incertidumbres que plantean los próximos años van a requerir de escucha activa, contacto estrecho

con los grupos de interés y una gran flexibilidad para acomodarse a la evolución de los acontecimientos.

En estas circunstancias, y como en etapas previas, el Museo Guggenheim Bilbao ha elaborado su Plan Estratégico a partir de un análisis de contexto interno y externo, que le ha permitido identificar los retos para el periodo estratégico 2021–2023 y las fortalezas esenciales y actuales que posee para abordar el futuro próximo, incorporando un número mayor de voces y perspectivas, con el objetivo de contar con una visión panorámica de la coyuntura actual.

El año 2020 supone la fecha de referencia para la Visión institucional adoptada por el Museo en 2009, que desde entonces ha servido de hilo conductor de todos sus Planes Estratégicos, dotándolos de continuidad y facilitando su evolución. Teniendo en cuenta la situación actual, y el hecho de que la Visión se definió como un

marco de trabajo y no como una fecha exacta en el tiempo, el Plan Estratégico 2021–2023 plantea prorrogar la Visión 2020, proyectando a lo largo de los próximos tres años sus pautas y directrices, y dando cabida al desarrollo de proyectos que se encuentran iniciados o en fase latente.

El Museo Guggenheim Bilbao introduce como novedad en este Plan Estratégico 2021–2023 la definición de los Compromisos Estratégicos como forma de avanzar en su planificación estratégica y manifestar de forma concreta su determinación, voluntad y exigencia por avanzar en determinadas áreas que considera fundamentales para los próximos tres años.

#### 1. Compromiso con la Colección Propia

El Museo se compromete a visibilizar su Colección Propia a través de su programa expositivo y de actividades como reflejo de su identidad artística y del apoyo institucional recibido, con la aspiración de seguir incrementando su Colección para mantener su posicionamiento como institución museística de referencia.

#### 2. Compromiso con una Programación inspiradora, inclusiva y de calidad

El Museo se compromete a continuar diseñando una programación expositiva inspiradora, inclusiva y de calidad, capaz de atraer a públicos diversos, tanto locales como internacionales, ofreciendo una mirada de referencia a las creaciones más significativas del arte moderno y contemporáneo.

#### 3. Compromiso con la educación

El Museo se compromete a garantizar el acceso a sus contenidos a través del desarrollo de nuevas formas de mediación, herramientas y actividades que respondan a las necesidades de sus visitantes y colectivos educativos, fomentando la socialización, el aprendizaje y la creatividad.

#### 4. Compromiso con el valor social del arte

El Museo se compromete a promover la relación con la comunidad artística y con los colectivos educativos y sociales locales, poniendo en valor iniciativas que fomenten la resiliencia y la contribución del arte al bienestar humano en toda la sociedad.

#### 5. Compromiso con la sostenibilidad económica

El Museo se compromete a mantener la gestión solvente y eficiente que le caracteriza, elaborando presupuestos que le permitan desarrollar su actividad de la forma más sostenible posible en cada momento.

#### 6. Compromiso ambiental

El Museo se compromete a continuar trabajando por minimizar el impacto medioambiental a través del desarrollo e implementación de soluciones energéticamente sostenibles y procesos no contaminantes, y promoviendo una actividad orientada a la ecoeficiencia.

#### 7. Compromiso con la transformación digital

El Museo se compromete a avanzar en la transformación digital de sus procesos, ofreciendo una práctica de tecnología integrada que facilite la experiencia museística de los visitantes y su acceso a los contenidos, y un mejor entorno de trabajo para sus equipos.

#### 8. Compromiso con el territorio

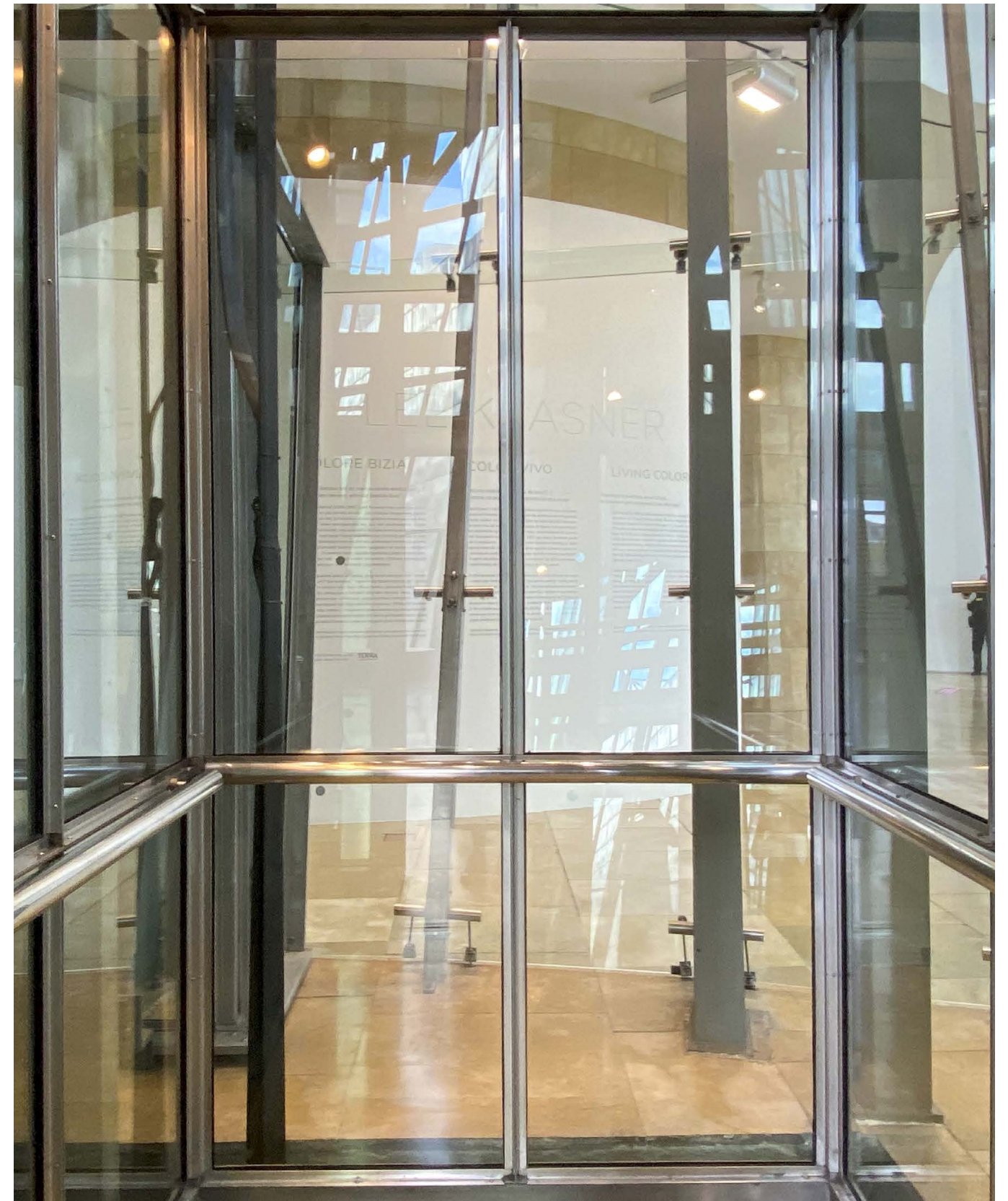
El Museo se compromete a continuar siendo elemento de dinamización del territorio a través del desarrollo de su actividad museística con un enfoque internacional de alta calidad y valor añadido.

#### 9. Compromiso con la innovación

El Museo se compromete a explorar e identificar prácticas innovadoras que aporten valor diferencial a su actividad y le permitan mantener sus niveles de calidad y excelencia.

#### 10. Compromiso con la excelencia en la gobernanza

El Museo se compromete a mantener su excelencia en la transparencia, el buen gobierno y la gestión ética, avanzando día a día por ser una organización más diversa e inclusiva, promoviendo la igualdad y reafirmando su capacidad de innovación y mejora continua en el reconocimiento de las personas, su talento y contribución a la organización.

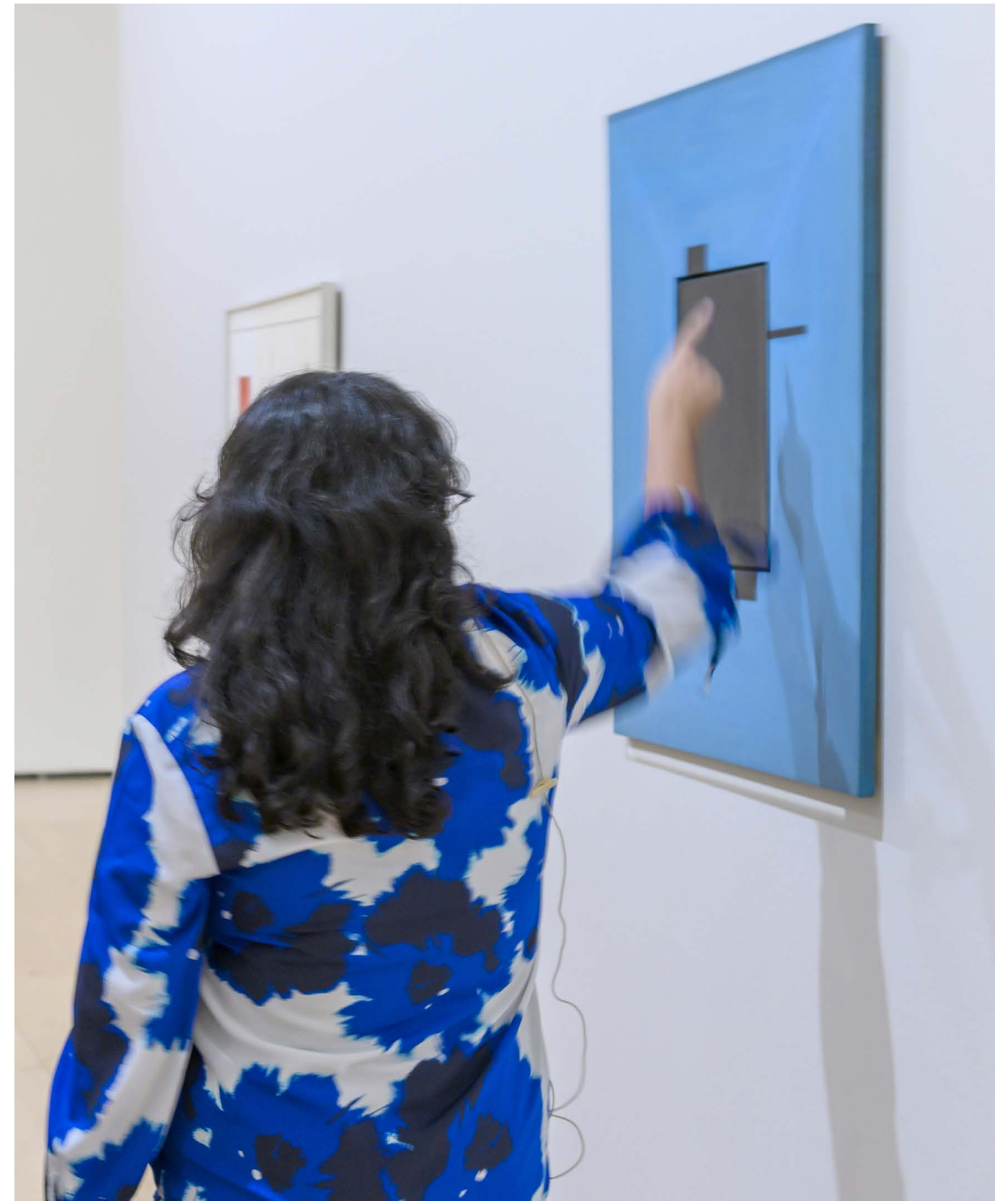


# IMPACTO



Como cada año, el Museo Guggenheim Bilbao ha llevado a cabo el análisis del impacto económico que su actividad genera en el entorno. Sus conclusiones fueron las siguientes:

- La demanda total generada por la actividad del Museo en 2020 ascendió a 109,9 millones de euros.
- A través de su actividad, el Museo contribuyó a la generación de 97,4 millones de euros de PIB.
- Ello supuso 15 millones de euros de ingresos adicionales para las Haciendas vascas.
- Esta actividad contribuyó al mantenimiento de 2.068 empleos anuales.



# VISITAS



En 2020 y a pesar de las numerosas limitaciones a la movilidad, que se han intensificado en algunos momentos reduciendo la procedencia de las visitas exclusivamente al entorno más próximo, el Museo Guggenheim Bilbao ha recibido a personajes ilustres y conocidos de ámbitos como la política, la cultura, el deporte o la televisión, como Kenji Hiramatsu, Embajador de Japón en España y Khayyam Akbar, Embajador de Paquistán; el modelo Jon Kortajarena; la actriz Itziar Ituño; o el entrenador de fútbol Ernesto Valverde.

Asimismo visitaron el Museo SSMM los Reyes de España, D. Felipe y Dña. Letizia, acompañados de la Ministra de Asuntos Exteriores, Arancha González Laya, que fueron recibidos por el Lehendakari, Iñigo Urkullu; la Diputada Foral de Euskera, Cultura y Deporte, Lorea Bilbao; el Alcalde de Bilbao, Juan M<sup>a</sup> Aburto; el Delegado del

Gobierno, Denis Itxaso; el Director General del Museo, Juan Ignacio Vidarte; los representantes de los Patronos Estratégicos del Museo, Xabier Sagredo, Presidente de BBK; Ignacio S. Galán, Presidente y Consejero Delegado de Iberdrola; Carlos Torres Vila, Presidente de la Fundación BBVA; y Pilar Aresti, Presidenta del Comité Asesor de Miembros de Honor del Museo.

# FUNDACIÓN DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO

## PATRONOS FUNDADORES

Eusko Jaurlaritza - Gobierno Vasco  
Bizkaiko Foru Aldundia -  
Diputación Foral de Bizkaia  
The Solomon R.  
Guggenheim Foundation

## PATRONOS ESTRATÉGICOS

BBK  
Iberdrola  
Fundación BBVA

## PATRONOS

Bilboko Udala -  
Ayuntamiento de Bilbao  
Fundación Vizcaína Aguirre  
El Correo  
ITP Aero  
Euskaltel  
Petronor  
Deia - Grupo Noticias  
Seguros Bilbao  
Bolsa de Bilbao  
Fundación Bancaria "la Caixa"  
EITB  
Fundación EDP  
Metro Bilbao  
Ferrovial Servicios  
Prosegur

## EMPRESAS BENEFACTORAS

SPRI-Agencia Vasca de  
Desarrollo Empresarial  
IDOM  
illycaffè  
Bahía de Bizkaia Gas  
Bahía de Bizkaia Electricidad  
Athletic Club  
Bizkaia Energía  
Aceros Inoxidables Olarra  
SURNE, Seguros & Pensiones  
Christie's  
COMUNITAC  
Telefónica  
Iberia  
Sotheby's

## MEDIOS COLABORADORES

Deia  
El Correo  
Diario ABC  
Diario Vasco  
Diario Montañés  
Diario La Rioja  
Norte de Castilla  
Expansión  
El Mundo  
Cadena Ser  
masdearte.com  
Gara  
Ronda Iberia - Excelente  
Estrategia Empresarial  
La Ría del Ocio  
Empresa XXI  
Grupo COPE  
SPEND IN Magazine  
Sundance TV  
Odisea  
Film&Arts  
berria  
elEconomista

## EMPRESAS ASOCIADAS

Kereon Partners  
Viviendas de Vizcaya  
Productos de Fundación, S.A.  
Cámara Comercio Bilbao -  
Bilboko Merkataritza Ganbera  
Cuatrecasas  
Giroa - Veolia  
Autoridad Portuaria de Bilbao  
Velatia  
Hotel Barceló Bilbao Nervión  
IXO grupo  
BNP Paribas España  
Bodegas de los Herederos  
del Marqués de Riscal  
Hotel Abando  
Hotel Carlton  
Mercure Bilbao Jardines de Albia  
Hotel Miró  
Consorcio de Transportes de Bizkaia  
Pernod Ricard Bodegas  
Accenture  
Gran Hotel Domine  
Lantegi Batuak  
Randstad España  
Grupo Erhardt  
López de Heredia Viña Tondonia  
Universidad de Deusto  
NH Collection Ría de Bilbao  
PQC  
Erakus  
Hotel Conde Duque Bilbao  
Smurfit Kappa Nervión  
Heineken España  
Fundación Tubacex  
Fundación Banco Sabadell

Naturgy  
DOMINION  
IMQ  
LIN3S  
Formica  
Deloitte  
Estudios Durero  
Novaltia S. Coop.  
Corporación Mondragon  
Uría Menéndez  
De Persgroep Nederland  
50 Best  
S.Pellegrino  
Green Giraffe  
MTV España  
PKF Attest  
Hotel Vincci Consulado de Bilbao  
Crédit Agricole Pyrénées Gascogne  
Architecture MasterPrize award  
Grupo Cofares  
Marist College  
Zumtobel Lighting  
Solarpack

## MIEMBROS DE HONOR

José Antonio Ardanza  
Pilar Aresti  
Rafael Orbegozo  
Plácido Arango  
Alicia Koplowitz  
Eduardo Becerril  
Guillermo Caballero de Luján  
Mario Fernández  
M<sup>a</sup> de los Ángeles Aristrain  
José Antonio Isusi  
José María Juncadella  
Alejandro Aznar  
Josu Bergara  
Alfonso Basagoiti  
Guillermo Barandiarán  
Victoria Ibarra  
Heinrich Wicke  
Bartolomé Fierro  
Fernando Rodés  
Patricia Zugaza  
Gonzalo Corcóstegui  
José Ramón Prieto  
Emilio Ferré Solé  
Eusebio Díaz-Morera  
Santiago Ybarra  
Alberto Delclaux  
Diana Abedrop

31 DE DICIEMBRE, 2020



GUGGENHEIM BILBAO