

# Informe de actividad 2019

CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA

# B

[cristobalbalenciagamuseoa.com](http://cristobalbalenciagamuseoa.com)



5	FUNDACIÓN CRISTÓBAL BALENCIAGA
7	PRESENTACIÓN
11	PÚBLICOS
15	PROGRAMA EXPOSITIVO
23	EDUCACIÓN
37	PROGRAMACIÓN CULTURAL
40	COMUNICACIÓN
43	INFORMACIÓN ECONÓMICA



Creada en 1999 con Hubert de Givenchy como presidente fundador y registrada en el Registro de Fundaciones del País Vasco en con el número F-91, la «Fundación Cristóbal Balenciaga» es una entidad sin ánimo de lucro que tiene por objeto promover, difundir y potenciar la trascendencia que la persona y obra del modista Cristóbal Balenciaga Eizaguirre, natural de Getaria, ha tenido en el mundo de la moda, la alta costura y el diseño de indumentaria, desde el punto de vista de su aportación artística, técnica y empresarial.

Los Patronos natos de la Fundación son: Ministerio de Cultura, Gobierno Vasco, Diputación Foral de Gipuzkoa, y Ayuntamiento de Getaria, por lo que su naturaleza es la de una Fundación del sector público.

Los Patronatos electivos de la Fundación están integrados además por otros miembros de la esfera privada, personas privadas o entidades relacionadas con la industria de la moda, la cultura y con el propio Cristóbal Balenciaga.

Son presidentes de Honor de la Fundación Sus Majestades los Reyes de España.

Para la consecución de los fines mencionados anteriormente, el principal instrumento de la Fundación es Cristóbal Balenciaga Museoa, que gestionado directamente por la Fundación, abrió sus puertas el 6 de Junio de 2011, en la localidad de Getaria.



Inaugurado el 7 de junio de 2011, el Museo Cristóbal Balenciaga atesora una colección única con el fin de dar a conocer la vida y obra de Balenciaga, su relevancia en la historia de la moda y el diseño, y la contemporaneidad de su legado.

Su amplitud –más de 4.500 piezas de indumentaria, complementos y documentación de un conjunto que sigue en aumento gracias a depósitos y donaciones– y su extensión formal y cronológica –incluye los modelos más tempranos que se conservan del modisto y sus últimas creaciones tras el cierre de sus casas y el periodo de retiro activo que medió hasta su muerte en 1972– convierten esta colección en una de las más completas, coherentes e interesantes del panorama internacional.

En el nuevo ciclo estratégico que abarca hasta 2022, 2019 es un año importante en la preparación de los grandes proyectos que salen a la luz en 2020 (125 aniversario del nacimiento de Balenciaga), 2021 (décimo aniversario del museo) y 2022 (50 aniversario de la muerte de Balenciaga) y que ayudan a establecer de manera clara el posicionamiento referencial del Museo Cristóbal Balenciaga.

Ello ha conllevado un intenso trabajo interno que se verá marcado por los siguientes grandes proyectos:

1. Continuidad de los trabajos de fotografiado para el nuevo catálogo de colección.
2. Diseño y comienzo de un nuevo proyecto con Instituciones de Educación en Moda sobre la base del ya realizado exitosamente en 2017-2018, pero incorporando más entidades de alto prestigio en Europa, Asia y América
3. Reflexión y diseño sobre el nuevo centro de documentación para la investigación y la creación y la programación que dicho centro debería desarrollar.
4. Diseño y lanzamiento del *call for papers* para el I Congreso Internacional sobre Cristóbal Balenciaga en 2020.

En cuanto al trabajo de inmediata visibilidad –y dentro del programa de exposiciones–, se ha desarrollado la nueva exposición del discurso estable, Moda y Patrimonio, inaugurada en marzo, ha incorporado una sexta sala, convirtiéndose en la gran cita de la primavera en coherencia con el marco estratégico establecido y prolongándose hasta el final del ejercicio.

En esta segunda entrega de esta serie curatorial, primera de su género e innovadora en cuanto a contenido y museografía, también se ha contado con la colaboración del Center for Fashion Curation de la University of the Arts of London, representada en la figura de la museóloga Judith Clark, quién, junto a la gran investigadora Amy de la Haye, codirige el centro, y con la cual se ha compartido una jornada académica en el museo.

A estos trabajos y programación se han unido dos exposiciones temporales presentadas en el marco del Palacio Aldamar, en verano y en otoño, con temáticas diversas y por primera vez gracias al patrocinio externo y el programa educativo con una nueva cita de los cursos de verano que abordaron los retos y avances en la reflexión de una ética de la moda y cuyas conclusiones en forma de artículo se publicarán en la revista académica Estudios Vascos.

En esta faceta formativa destacan también las tres *masterclass* para público profesional impartidas sobre técnicas de Alta Costura y otras acciones formativas en colaboración con Kutxa Fundazioa y el área de promoción económica del Ayuntamiento de San Sebastián a través de la iniciativa Clúster de la Moda de Gipuzkoa.

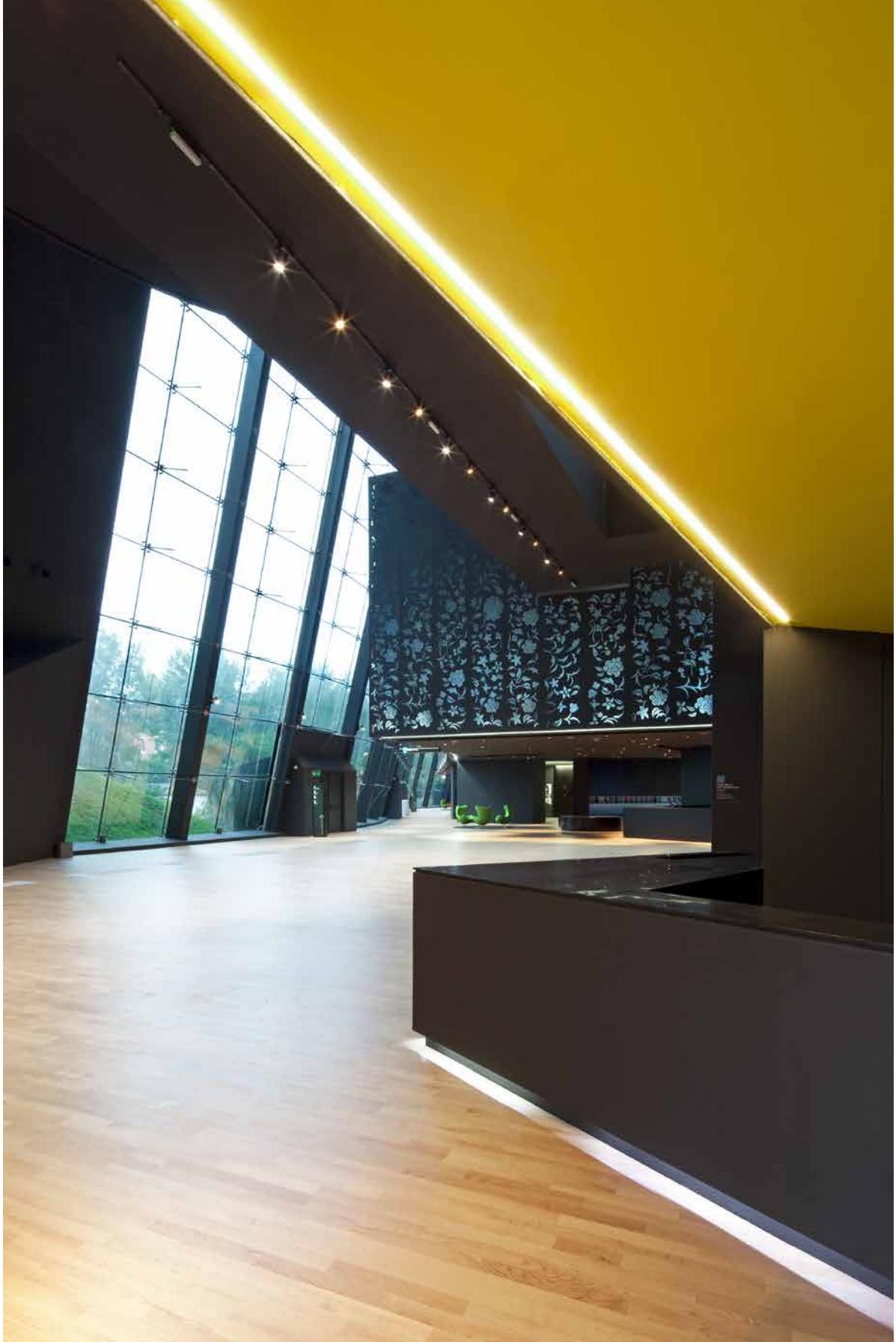
El año se ha visto marcado también por el importante préstamo realizado a la exposición *Balenciaga y la Pintura española* (28 piezas) en el Museo Thyssen que ha logrado importantes cotas de visibilidad (154.234 visitantes) y atención mediática y de público, dentro y fuera del estado español.

Y en el trabajo interno, se han realizado actuaciones de definición estratégica y operativa en cuanto a marketing digital y en cuanto a diversificación de fuentes de financiación con un nuevo modelo y plan de acción, así como la asunción de la gestión directa de la tienda del museo a partir de octubre de 2019.

También se ha planteado un Plan de Necesidades de Inversiones detallado y dimensionado económicamente para el marco estratégico y se han gestionado las principales licitaciones críticas para el servicio del museo.

En el nuevo ciclo estratégico que abarca hasta 2022, 2019 es un año importante en la preparación de los grandes proyectos que irán saliendo a la luz en 2020 (125 aniversario del nacimiento de Balenciaga), 2021 (décimo aniversario del museo) y 2022 (50 aniversario de la muerte de Balenciaga) y que ayudarán a establecer de manera clara el posicionamiento referencial del museo Cristóbal Balenciaga.

Informe de actividad. 2019



	2015	2016	2017	2018	2019	
Enero	1.190	2.082	1.113	2.105	1.731	-18%
Febrero	1.142	2.104	1.830	201	180	-10%
Marzo	2.144	3.557	2.214	2.251	3.897	73%
Abril	3.391	3.481	4.379	6.060	4.824	-20%
Mayo	4.563	4.663	4.382	6.094	5.558	-9%
Junio	3.954	4.068	5.034	5.684	4.219	-26%
Julio	5.131	5.205	7.109	5.823	7.175	23%
Agosto	7.203	4.217	10.198	9.384	9.942	6%
Septiembre	3.712	4.704	4.769	4.791	4.436	-7%
Octubre	3.421	1.884	5.776	5.432	5.653	4%
Noviembre	1.784	2.274	2.563	3.137	2.765	-12%
Diciembre	2.104	2.274	1.983	1.913	3.780	98%
	39.739	45.085	51.350	53.060	54.160	2%

## Perfil del visitante

El perfil de la persona visitante, según los datos recopilados en la venta de entradas y en el estudio de públicos que se realiza cada temporada en el museo, viene descrito por las siguientes variables:

Un 29% de las personas visitantes, según datos recopilados en la venta de entradas sobre el universo de visitantes, han sido hombres, y el 71% restante, mujeres.

Un 4% de las personas visitantes ha sido menor de 18 años. Un 13% ha tenido entre 19 y 25, un 13% entre 26 y 40 y un 41% entre 41 y 55 años. Un 19% ha tenido entre 56 y 65 años, siendo los mayores de 65 años un 11%.

Por temporadas, en verano, el público ha sido más joven (familias) y en primavera e invierno, los mayores de 56 años han crecido en número significativamente.

El 79% de las personas visitantes tiene estudios superiores y el 64% ha estado en otro museo en los últimos tres meses (Museo Guggenheim, Chillida Leku, San Telmo Museoa o Museo de Bellas Artes de Bilbao en Euskadi)

En cuanto a procedencia; el 55% de las personas visitantes ha procedido del extranjero (en niveles similares al año pasado) destacando sobre todo Francia (23%). De la CAE han procedido un 23%, destacando Gipuzkoa y Bizkaia (10% cada una). De España han procedido el 22% de las vistas. Otras Comunidades de alta incidencia han sido Madrid, Cataluña, Valencia o Navarra

En cuanto a la forma de la visita, ha destacado la visita en pareja (50%) y familiar (18%), en un grupo informal con amistades (12%), o en grupo organizado (12%), habiendo sido menos habitual la visita individual (8%).

Respecto a la opinión de las personas visitantes, el estudio de públicos que se lleva realizando en los últimos años, siempre bajo los mismos parámetros, nos permite comparar las distintas valoraciones:

Valoración	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Horario		4,75	4,85	4,65	4,71	4,74
Confort		4,28	4,30	4,50	4,42	4,54
Señalización		4,00	4,40	4,42	4,38	4,57
Información y explicación en salas		4,27	4,46	4,17	4,43	4,6
Trato recibido		4,77	4,81	4,62	4,62	4,57
Acceso y comunicaciones		4,22	3,88	3,98	4,03	4,3
Accesibilidad interna		4,49	4,74	4,65	4,66	4,69
Precio		3,68	4,04	3,91	4,00	4,26
Valoración general del museo	4,49	4,35	4,61	4,40	4,66	4,63

Los aspectos más valorados han sido el horario, la información y el trato, así como el edificio, mientras que los menos valorados han sido el aparcamiento, la señalización exterior y el precio.

Respecto a la tienda, ha destacado la valoración del surtido (4,7/5), el trato recibido (4,3/5); y en las visitas guiadas se han valorado especialmente los idiomas y el trato del personal de mediación (4,4/5).

Respecto a los contenidos, se ha valorado particularmente la colección, la museografía, y los elementos interactivos, mientras que se ha echado en falta más información sobre cada obra, especialmente a quién perteneció.

El 100% los encuestados afirma que recomendaría la visita. Se valora especialmente la colección, la museografía, y los elementos interactivos.

Respecto a la calidad del servicio, se ha revalidado el certificado de buenas prácticas y calidad turística SIDTEC a través de la evaluación externa anual, y se han registrado un total de 0 reclamaciones, 4 quejas y 11 sugerencias.

Público usuario	2018	2019
Niños y niñas y jóvenes	2.567	1.999
Profesionales	150	200
Otros	325	862
Total	3.042	3.061

El público usuario de las actividades de los diferentes programas educativos –ya sea el de sensibilización hacia la moda para niños, jóvenes y familias, adultos o públicos con necesidades especiales o el programa para profesionales–, ha mostrado también una evolución positiva, incrementándose con respecto al ejercicio anterior en todos los casos, salvo en el del programa para centros de educación reglada, por lo que el número de usuarios se mantiene con respecto al año anterior.

Audiencias digitales	Variación	
Comunidad digital (seguidores RR.SS.)	29.800	13%
Alcance (personas)	1.200.000	60%
Suscriptores newsletter	11.000	30%
YouTube (visualizaciones)	123.550	
Web (visitas)	89.283	1%



## Moda y Patrimonio. Contextos

24.03.2018—27.01.2019

El 1 de marzo se abrió la exposición *Contextos*, segunda de la serie curatorial *Moda y Patrimonio* comisariada por el Director de Colecciones Igor Uria y con la colaboración en el diseño de la museóloga Judith Clark.

Se ha realizado una nueva selección de 80 obras propias y de préstamos externos en este caso, la colección Solano Belaustegoitia y la colección del Museum of the Fine Arts de Manchester y del Museu del Disseny de Barcelona.

La exposición ha pretendido incidir en los contextos que rodean la obra del Artista: contextos históricos, socioculturales, artísticos, empresariales, sectoriales y museísticos utilizando, sobre todo, el lenguaje de la fotografía y la ilustración, pero manteniendo el enfoque cronológico y evolutivo que distingue a la serie *Moda y patrimonio*.

Especial mención merece la difusión del papel del museo inserta en el discurso expositivo y la adición de una nueva sala que ilustra el tiempo entre el anuncio del cierre de la Casa Balenciaga en 1968 y el fallecimiento del creador en 1972.

Con motivo de la exposición se ha editado un cuaderno expositivo de difusión con textos del curador, así como aportaciones de otros investigadores y una aplicación descargable con información adicional y guiado.

En la museografía se ha seguido la línea marcada en el comienzo de la serie con una filosofía *work in progress* como una edición sobre el concepto anterior que garantiza la sostenibilidad de la serie.



## Fina estampa

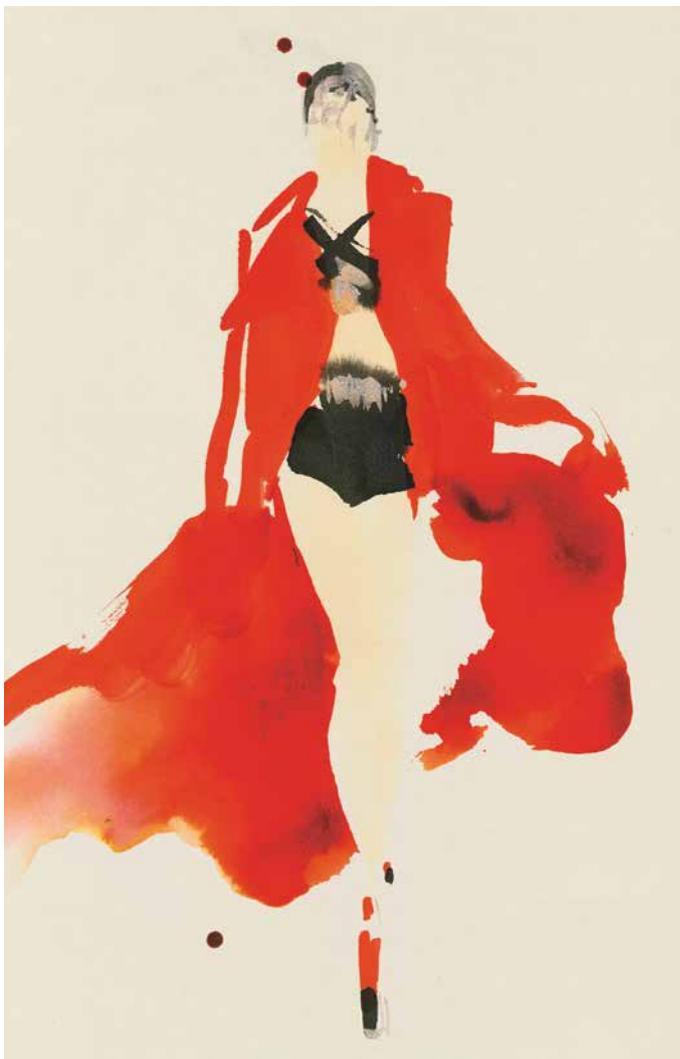
03.07—29.09.2019

Con el patrocinio de la entidad Fundación La Caixa, se procedió a acoger la exposición producida por el Museo ABC de Madrid sobre colección externa, que reúne por primera vez la obra de 22 extraordinarios ilustradores contemporáneos del mundo de la Moda.

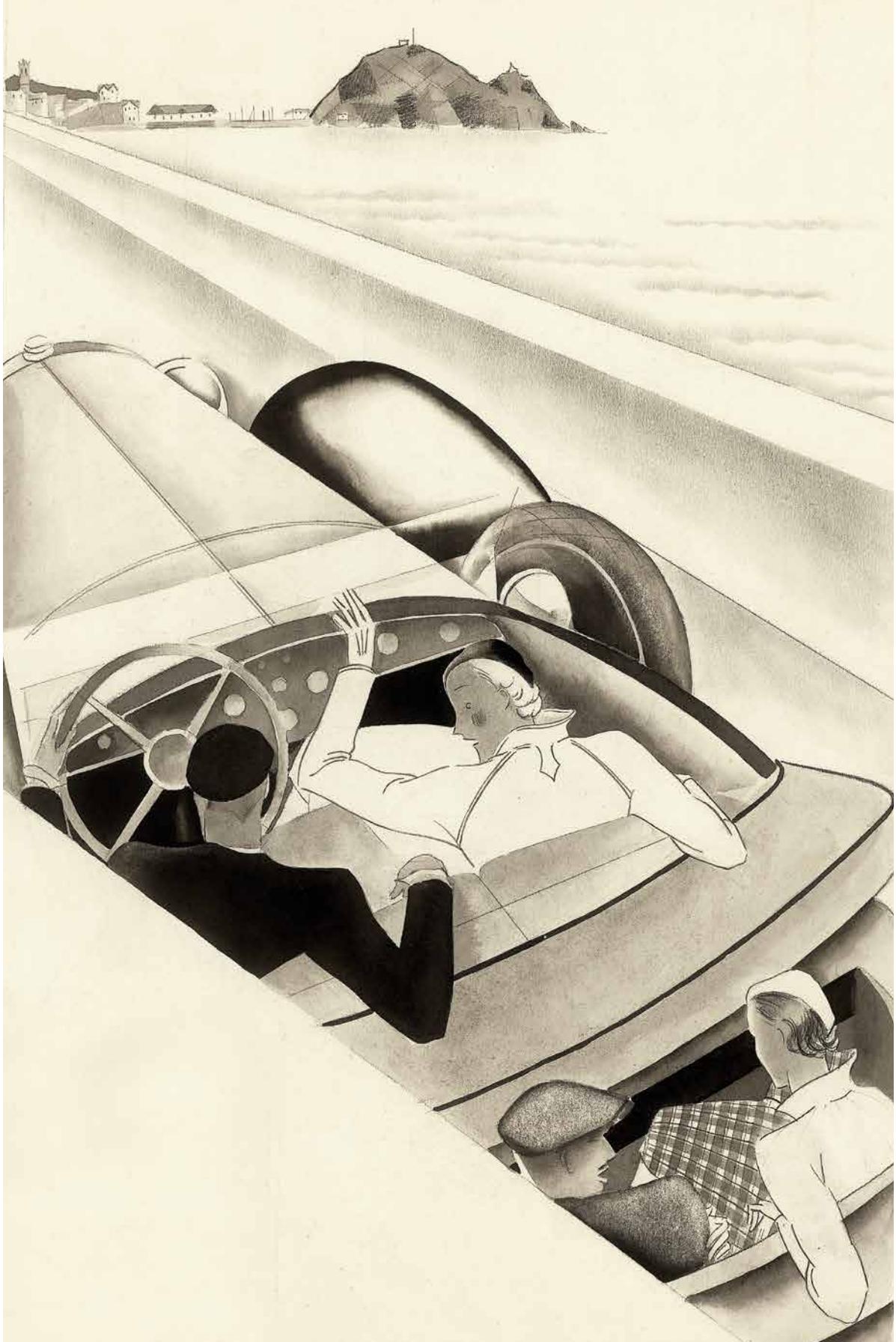
Para Getaria, la exposición se planteó con un nexo común entre la colección del Museo ABC y las ilustraciones del tiempo de Balenciaga.

Esta exposición ha permitido acercar al Museo a un público no habitual y difundir entre ello la figura y obra de Cristóbal Balenciaga.

Aurore de la Morinerie, 2015  
Amelie Hegardt, 2016  
Rosie McGuinness, 2018



a.t.c.





## Fabiola de Bélgica, vestido nupcial

25.10—15.12.2019

Aprovechando que esta obra se había prestado al exterior, y dada la gran cantidad de información sobre esta pieza, fruto de la investigación realizada por el Director de Colecciones, se genera una exposición, por primera vez, en torno a una única pieza en la que se propone una inmersión total en el contexto de la misma.

La boda de Fabiola de Bélgica y Balduino I fue el acontecimiento social de las décadas centrales del siglo XX. La primera Boda Real en más de 150 años para los belgas y para los españoles. La primera en ser retransmitida en directo por televisión a más de 80 países en todo el mundo.

Un fenómeno comunicativo que tuvo especial trascendencia y cuyo protagonista, además de los contrayentes, fue sin duda el vestido nupcial.

En esta ocasión acompañado de portadas de revistas, obsequios conmemorativos, bocetos, fichas técnicas, audiovisuales y muestras de la vida del vestido una vez convertido en objeto de museo.

Fabiola de Bélgica y Balduino I. Bruselas, 1960



## Balenciaga y la pintura española

Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Madrid  
18.06—22.09.2019

Este proyecto, originalmente pensado para el Museo del Prado, se ha materializado en una iniciativa del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza con el comisariado de Eloy Martínez de la Pera, en el que el papel del museo ha sido ser principal prestatario con 28 de las piezas textiles expuestas.

Desde junio a septiembre de 2019, la exposición mostró los diálogos y el discurso planteado por Eloy Martínez de la Pera relacionando obra de Balenciaga y de Maestros de la pintura española.

En cuanto a difusión, los datos facilitados por la Fundación Thyssen que avalan el gran éxito de la iniciativa son los siguientes:

Visitas generales	154.234
Visitas de amigos del MNTB	954
Visitantes en Eventos y visitas privadas	2.177
Visitas de Protocolo y patrocinio	510
Visitas de Amigos y Amigas del Museo	45
Total	157.920

© Cristóbal Balenciaga Museoa/Outumuro







Se han consolidado y ampliado las tipologías de contenidos y crecido en número de usuarios, evaluando de manera constante los diferentes formatos e innovado e incorporando nuevas propuestas.

## La moda como herramienta para el conocimiento y la sensibilización

### Programa escolar

El Programa escolar es el programa dirigido a centros educativos que propone actividades para todos los ciclos educativos y FP, integradas y relacionadas con el currículo escolar.

El objetivo es la sensibilización y comprensión de la moda como una expresión cultural, y la formación de criterio y valores en este contexto. Cabe destacar que el instrumento es la utilización del versátil universo textil para vehicular y acompañar contenidos presentes en el currículo escolar.

Las diversas actividades contaron con 1.742 participantes en el curso escolar y una valoración de 8,8/10.

### Programa de actividades para familias, niños y niñas y tiempo libre

Lo conforman aquellas actividades que se desarrollan fuera de la educación reglada y son iniciativas variadas y de carácter más lúdico. Facilitan un acercamiento diferente al Museo y un método distinto de asimilación de los contenidos. Las actuaciones pueden dividirse según el público al que van dirigidas (niños y niñas, jóvenes, adultos, familias, etc.) y/o según los diversos periodos del año (actividades de fin de semana, de periodos vacacionales, etc.).

Como novedad, asimismo, se han trabajado dos nuevas líneas que difieren de los habituales talleres en familia.

- El contexto de una exposición y discurso más estable ha propiciado la elaboración de recursos y materiales específicos y permanentes para la visita libre en familia. Así, en colaboración con La Casa del Vacío, se ha llevado a cabo un kit –una especie de delantal educativo–, que el público familiar puede solicitar en la recepción del museo, y que contiene elementos para el fácil acercamiento del contenido de la exposición mediante el desarrollo de cinco sencillos ejercicios

vinculados al mismo. Este recurso es además escalable y utilizable con grupos con mayor número de participantes, y de tiempo libre.

- Se culminó el proyecto de colaboración iniciado junto con Dantzaz Konpainia y Teatro Paraiso-Kunarte. Un proceso de exploración y creación de un recurso educativo destinado a familias y a la pequeña infancia en torno al universo creativo de Cristóbal Balenciaga, y más concretamente, en torno al primer espacio habitado entre el cuerpo y la vestimenta, el movimiento, y la expresión corporal. Las residencias creativas puestas en marcha en otoño de 2018 tuvieron como objetivo, pues, la indagación en el modo en el que el cuerpo se relaciona con el movimiento a través de los tejidos y ropajes, y la creación de una coreografía, así como de un recurso para la mediación con familias con niños/as de entre uno y tres años. Como consecuencia, se ha reforzado este contenido y el número de participantes en estas actividades

## Programa de mediación

La labor de mediación es una de las más importantes de las que realiza el museo en el plano educativo y de formación de públicos. La mediación supone además una función con un importante impacto en la experiencia del visitante, y que está muy correlacionada con la fidelización del mismo. Los objetivos en este apartado eran:

Testar un nuevo sistema de mediación y acogida al inicio de las visitas al museo

A este respecto, se ha puesto en marcha este sistema, que consiste en la acogida y explicación personalizada para todas las personas usuarias al inicio de la visita en el acceso a exposiciones y la puesta en marcha de las visitas programadas de pago (hasta ahora estaban incluidas en el precio de la entrada). Ambos formatos han contribuido a equilibrar la experiencia de todas las personas visitantes, y han sido valoradas muy positivamente por el público.



### Diseño continuo de herramientas y contenidos de mediación integrados en las salas expositivas

Este 2019, en el marco de la exposición *Balenciaga. Moda y Patrimonio: Contextos*, y como recurso y complemento para la visita a la misma, se han elaborado varios soportes educativos que han impulsado la participación de los visitantes.

Se ha integrado en el propio recorrido expositivo una textilteca con alrededor de 40 muestras de tejidos, con una guía descriptiva con detalles de las mismas.

Se ha diseñado una App Second Canvas en local para la profundización en una pieza emblemática de la colección, y expuesta en su versión *Study Collection*, con una exploración en 3D de la misma, una infografía con la descripción del patrón y ensamblaje de las mismas, y un *storytelling* destacando sus aspectos técnicos más significativos sustentado en micro-cápsulas que muestran detalles interiores y exteriores.

De igual manera, se han generado réplicas vestibles de piezas que, por sus características formales, se prestan a que puedan ser probadas, analizadas y comprendidas de esta manera

Por último, se ha producido una segunda App Second Canvas descargable con información y material adicional que ayudan en la exploración y en la profundización de contenidos planteados en la muestra.

### Utilización de otros lenguajes y expresiones artísticas para vehicular contenidos relacionados con la moda

Respecto a este objetivo, en el programa de mediación se ha trabajado a través de la danza un nuevo proyecto de acompañamiento y guiado a visitas. Este prototipo ha sido testado en sesiones conjuntas con profesionales de la mediación, la moda y la danza y se ha puesto en práctica a finales de 2019

## La moda como herramienta de integración

### Públicos con capacidades diversas

Desde hace varios años, el Museo cuenta con la colaboración de Kutxa Fundazioa que trabaja en la integración de los diversos públicos del Museo, dándoles visibilidad y un servicio adaptado a sus capacidades dentro del mismo.

Las líneas y actividades educativas incorporadas en este programa persiguen, entre otros, los siguientes objetivos:

- Dar respuesta y hacer accesible el Museo y su contenido al mayor número de colectivos posible y, sobre todo, a aquellos que por precisar dinámicas específicas encuentran difícil el acceso a las propuestas expositivas y educativas del mismo.

- Establecer relaciones y vínculos estables con los colectivos y/o comunidades diversas con el fin de conocer sus características y necesidades, y poder así dar una adecuada respuesta a las mismas definiendo acciones integradoras y generando programas específicos para cada uno.
- Emplear el patrimonio cultural, y en concreto, la moda y las creaciones de Cristóbal Balenciaga como herramienta de estímulo de las capacidades de los diversos colectivos, y un mayor conocimiento personal.

#### Personas con diversidad funcional física motora

*¡Sumérgete!* Visita al museo y baño adaptado en la playa.

El Museo con la colaboración de la Cruz Roja formuló por tercer año consecutivo un plan único dirigido a personas con movilidad reducida. Una experiencia que incluye la visita guiada al museo y el baño asistido en la coqueta playa de aguas tranquilas de Malkorbe de Getaria. Esta fórmula de visita se desarrolló los meses de verano (segunda quincena de junio, julio, agosto, y primera quincena de septiembre).

El Museo, además, puso a disposición de los visitantes con dificultades de movimiento, 25 unidades de sillas bastón a lo largo del itinerario expositivo adquiridas el año anterior.

#### Personas con diversidad funcional visual

*Balenciaga a mano.* Visita y acercamiento táctil.

Las condiciones de conservación y exhibición de los fondos del Museo requieren un nivel de iluminación bajo dificultando la apreciación de las piezas, principalmente, a personas con alguna diversidad funcional visual. Este itinerario guiado se complementa con un acercamiento táctil a un muestrario textil y a un conjunto de reproducciones semejantes a las obras expuestas que buscan ayudar en el entendimiento tanto de las técnicas empleadas, como de las innovadoras propuestas formales presentadas por el modisto. Este 2019 se han sumado tres nuevas piezas a esta colección de reproducciones táctiles y vestibles (línea saco, túnica, y *baby-doll*), y se ha insertado una textilteca en el propio itinerario expositivo.

Asimismo, se han producido, para cada exposición y en cuatro idiomas, cuadernos de textos adaptados a baja visión, reuniendo toda la información disponible en sala de cada muestra. También se ha introducido una redacción, traducción, locución e implantación de audiodescripciones de las piezas más relevantes.

#### Personas con diversidad auditiva

Este itinerario acompañado destinado a personas con diversidad funcional auditiva se realiza de la mano de un intérprete de lengua de signos. Pueden beneficiarse tanto grupos de personas signantes previamente organizados, como otras personas participantes en cualquiera de las actividades organizadas por el departamento de educación, tales como iniciativas escolares, familiares, y grupales.

Este año, como novedad, además, se ha comenzado a trabajar en la producción e implantación de signoguías.



### Personas con diversidad psíquica e intelectual

Las visitas y taller pretenden favorecer un acercamiento experimental, y aspiran a convertirse en instrumentos útiles para las personas con limitaciones psíquicas e intelectuales y de los profesionales que trabajan con ellas, destacando el potencial del Museo y de su contenido como una herramienta más aplicable a su trabajo. El recorrido comentado por la exposición se complementa con un taller práctico que busca fomentar la sensibilidad y capacidad de expresión de las personas participantes.

En este sentido, este ejercicio se ha planteado comenzar a trabajar una nueva actividad diseñada en colaboración con DANTZAZ Konpainia a partir de la experiencia creada en *Dantzharia* del programa de familias.

Todas las visitas adaptadas, visitas-taller, y recursos puestos a disposición de los colectivos que así los precisen son totalmente gratuitos.

Se ha registrado en todas las fórmulas la participación de 270 personas frente a las 134 personas del año anterior, con un resultado efectivo y altamente satisfactorio.

Los programas educativos destacan por su buena acogida, alta calidad y potencial de crecimiento, situando el nivel de satisfacción de los diversos usuarios que de media está por encima del 9,6/10.

Emil Bang Hoffmann. Royal Danish Academy of Fine Arts



## Trasmisión del legado a una nueva generación

La necesidad de que el conocimiento de y sobre Balenciaga se transmita está en el centro de la misión educativa del Museo. En este objetivo se centra el programa *Transmissions*.

*Transmissions* es un proyecto educativo y de creación que conecta el Museo con algunas de las más importantes escuelas de Diseño en Moda del mundo y que en 2019 ha incorporado nuevos colaboradores y ha aumentado su alcance.

### Escuelas participantes

Central Saint Martins-UAL	Londres, Reino Unido
Bilbao Art and Fashion Association	Bilbao, España
KADK The Royal Danish Academy of Fine Arts	Kopenhage, Dinamarca
Iceland Academy of the Arts	Reykjavik, Islandia
Shenkar College of Engineering, Design and Arts	Ramat Gan, Israel
Seika Kyoto University	Kyoto, Japón
Parsons the New School of Design	New York, Estados Unidos
Accademia Costume e Moda	Roma, Italia
ArtEZ University of the Arts	Arhem, Holanda
IED Istituto Europeo di Design	Madrid, España
Osaka Bunka Institute of Fashion	Osaka, Japón
Aalto University-School of Arts, Design and Architecture	Helsinki, Finlandia

### Objetivos principales del proyecto

- Transmitir el conocimiento, los valores, la técnica y acervo creativo de Cristóbal Balenciaga a una joven generación de diseñadores y diseñadoras a través del estudio directo de su obra
- Mostrar las revolucionarias propuestas de Cristóbal Balenciaga y su decisiva experimentación constructiva y formal como fuente de nueva creación, adquiriendo herramientas para la investigación, documentación y análisis de fuentes, tendencias y evolución de la silueta femenina, y recursos para el desarrollo de conceptos y diseños basados en la innovación formal.
- Ahondar en la exploración creativa y en los sistemas para adaptar e interpretar siluetas, haciendo un uso imaginativo de formas y volúmenes, de imágenes y estéticas, de construcciones y técnicas, de materiales y colores, haciendo uso de la obra de Cristóbal Balenciaga como ejemplo.

- Emplear la creación de un look como territorio de experimentación en el que implementar y desarrollar la capacidad para comunicar ideas mediante la interpretación de siluetas. Los alumnos tendrán que preparar y presentar un sketchbook con material de inspiración y una prenda acabada.
- Controlar y enriquecer el contenido que los instructores de las Escuelas ofrecen en torno a Cristóbal Balenciaga y sus valores.

Y sobre todo posicionar al Museo Cristóbal Balenciaga como referente en la conservación, interpretación y transmisión del legado de Balenciaga impactando directamente sobre 30 profesores y más de 450 alumnos en todo el mundo.

En cuanto al contenido, el proyecto pone el foco en un aspecto que, sin lugar a dudas, constituye una de las principales contribuciones de Cristóbal Balenciaga a la historia de la moda: la introducción de una nueva silueta para la mujer. Los/as alumnos/as, pues, a través de este proyecto descubren la evolución de las distintas siluetas presentadas por el modista las cuales supusieron la ruptura con lo establecido hasta entonces.

El proceso de inmersión en la filosofía, la técnica y el contexto biográfico de Cristóbal Balenciaga en torno al tema dado constará de cinco fases que se describen a continuación:

#### Fase I. Study visit para profesores. 2019

En una primera fase, el Museo ha propuesto una visita destinada única y exclusivamente al profesorado, transmisores, implicados en el proyecto, debiendo cada escuela contar con de entre uno a dos representantes en dicho encuentro, indistintamente del origen de la escuela (con base o no en Europa).

Esta sesión o visita preparatoria se celebrará una única vez, al inicio del proyecto bianual, ya que los contenidos a trabajar en el mismo serán los mismos ambos cursos académicos, y se asume, a su vez, que los departamentos y/o profesorado implicados serán ambos cursos los mismos, no siendo necesario la repetición del encuentro.

Se trata de un encuentro de vital importancia para la familiarización del profesorado implicado en el proyecto con los contenidos y recursos generados en el contexto del mismo, y para el intercambio de opiniones, puntos de vista, así como atender cualquier ruego y pregunta que pueda surgir. Por todo ello, la asistencia es de obligatorio cumplimiento.

#### Fase II. Study visit para estudiantes. 2020-2021

El alumnado participante, los transmitidos, viajan a Getaria acompañados por el profesorado, y tendrán la oportunidad de conocer la exposición en curso, y analizar una significativa selección de piezas de la colección en correspondencia al marco temático del proyecto. Se ha exigido, en este sentido que, las escuelas con base europea programen sus visitas obligatoriamente.

Los *study trips* con el alumnado se celebrarán cada año académico (enero 2020/enero 2021), involucrando a dos promociones de alumnos distintos, durante una semana preestablecida por el Museo.

La duración de la visita será de un día con actividades de obligatorio cumplimiento, o de dos o tres días en caso en el que las escuelas deseen ampliar el programa con acciones adicionales y opcionales.

#### Fase III. Desarrollo del proyecto. 2020-2021

Durante dos meses, el alumnado participante deberá desarrollar un proyecto propio de investigación, exploración y creación. Todas las escuelas dispondrán para ello de un tiempo igual, y al término de ese plazo, deberán presentar el material necesario para el análisis y la evaluación de los proyectos.

Bajo la supervisión de los instructores de las respectivas áreas, pues, los estudiantes deberán trabajar y desarrollar sus ideas en materiales entregables. Se les pedirá reproducir en toile una de las piezas de la colección como ejercicio de aproximación a la obra de Cristóbal Balenciaga, y diseñar y producir un *total look*, proporcionando todo el material empleado (toiles, sketches, memorias, fotografías, etc.). Estos materiales se evaluarán conjuntamente entre las dos instituciones, escuela y Museo.

#### Fase IV. Evaluación, selección y envío de los trabajos pre-seleccionados. 2020-2021

Cada año académico se llevará a cabo una selección de trabajos por parte de los profesores (primero) y por parte del personal del Museo (después) para escoger los proyectos que vayan a exhibirse en la exposición colectiva que tendrá lugar al término del proceso bianual, es decir, el año 2021. La selección final prestará especial atención a la manera en la que los proyectos encajen en la narrativa general de la exposición, y para ello, el Museo contará con la colaboración de un jurado del que formarán parte entre otros, la Directora del Museo, la Responsable de Educación, y asesores/as del proyecto.

#### Fase V. Exposición conjunta en el Museo. 2021

Los proyectos del alumnado (aproximadamente 50 *outfits*) se presentarán, tal y como se ha mencionado, en una exposición conjunta en el Museo, acción que proporcionará gran visibilidad tanto al proceso como a los entregables resultado del mismo.

La exposición se acompaña por una plataforma web que describirá el proceso empleado y actuará como catálogo de la misma donde estarán incluidos los proyectos seleccionados.

La exposición será presentada a la prensa previamente a su apertura, y el Museo trabajará en la posibilidad de celebrar un encuentro en torno al proyecto con la participación de sus protagonistas.



## Enseñanzas especializadas en moda de España

Por otra parte, con el objetivo de profundizar en el estudio de la figura y obra de Cristóbal Balenciaga y, asimismo, con la intención de responder a los intereses y expectativas del alumnado de enseñanzas especializadas, el museo implantó el curso 2017/2018 un proyecto destinado a centros de enseñanzas especializadas en moda de España. Un programa de colaboración que pretendía extender el marco de acción del Museo en un mayor nivel educativo, y en una mayor extensión nacional.

Este 2019, los participantes en esta modalidad de visita han sido 190 personas (frente a los 68 del 2018), y por sus comentarios puede deducirse que el planteamiento tanto en estructura como en contenido responde a los intereses de los centros especializados. La satisfacción global media de 9/10 así lo demuestra, y uno de los aspectos mejor valorados ha resultado, precisamente, la actividad práctica.

## Tecnificación: el Museo y los profesionales de la Moda

### Diseño y estampación textil digital

Curso de 8 sesiones de duración, con una dedicación total de 32 horas, a cargo de la diseñadora Malús Arbide, a lo largo del trimestre de primavera.

Esta actividad teórico-práctica propuso una aproximación al *pattern design*. El apartado teórico del taller proporcionó un acercamiento a las técnicas de creación de un patrón gráfico de repetición, y a las posibilidades que ofrecen las actuales herramientas digitales. El desarrollo práctico, por su parte, tuvo como objetivo la realización de un proyecto de diseño personal en la totalidad de su proceso, desde la idea o boceto inicial, hasta el *rapport* y concreción del diseño para su correcta producción. Cada participante trabajó en la elaboración de un patrón, y obtuvo su diseño materializado en un metro lineal de tejido impreso digitalmente.

Escuela de verano dentro de los cursos de  
UPV-EHU *Hacia una ética de la moda*

Este tercer curso de verano organizado en colaboración con Kutxa Kultur Moda, Fomento de San Sebastián, y con la dirección de Estudio YOX, se celebró el 5 de Julio en el propio Museo, y ofreció una visión de conjunto sobre la confluencia en la actualidad desarrolla la moda con la ética, tanto en la esfera social como en la medioambiental. Para ello, se establecieron tres líneas de análisis complementarias correspondientes a los principales ámbitos que conciernen a una práctica ética de la moda, considerando ésta desde sus vertientes de producto cultural y material (sociología, empresa y diseño). Los objetivos del curso eran:

- Proporcionar una contextualización sobre las áreas, los factores, los sujetos, temáticas y procesos productivos, comerciales, socio-culturales, medioambientales y creativos que abordan las perspectivas y políticas éticas actuales en torno a la moda.
- Examinar los nuevos paradigmas, así como los retos, obstáculos y objetivos corolarios a éstos, que los cuestionamientos y demandas de carácter ético de la sociedad contemporánea están suscitando en la industria de la moda, el consumidor y la interacción entre ambos.
- Aportar una visión sobre medidas concretas e innovaciones que desde las prácticas empresariales y tecnologías aplicadas se están adoptando en la actualidad desde y en torno a la moda, para responder a las transformaciones de base ética exigidas por la sociedad y las regulaciones gubernamentales.

Joanne Entwistle

Profesora, investigadora y escritora británica especializada en sociología, con la moda entre sus principales materias de estudio, ofreció la ponencia marco del curso, profundizando en los retos y oportunidades que encara la moda para promover una práctica ética y responsable.

Elena Salcedo Allende

Consultora, investigadora y profesora en sostenibilidad y gestión del cambio, cuyo principal eje de interés es la industria de la moda, por su parte, revisó en su ponencia los principales efectos perniciosos de la industria de la moda en la ética y la ecología. Analizó posteriormente la evolución de la sostenibilidad en base a las transformaciones que se están operando en el sistema de valores, el consumidor y la legislación que demandan un aumento de la trazabilidad de los productos, así como transparencia y autenticidad. Finalmente, ofreció un recorrido por mejoras e innovaciones que se están poniendo en práctica desde iniciativas sostenibles, principalmente el rediseño, el ecodiseño y la regeneración/servitización basadas en la reducción radical de la dependencia de recursos materiales y energéticos.

Sass Brown

Investigadora, diseñadora, escritora y educadora especializada en la moda ética desde las diversas facetas del diseño que van de la concepción creativa a los modelos de negocio, por último, documentó y analizó en la tercera ponencia tanto prácticas responsables como perjudiciales que conviven en el panorama internacional actual de la moda.

### Clases magistrales en técnicas de alta Costura

A lo largo del 2019 se celebraron dos clases magistrales a cargo de Javier Martín.

La primera de las sesiones, bajo el título *Aproximación a las técnicas de Alta Costura de fantasía*, se celebró del 29 al 31 de marzo, con una duración total de 20 horas. Todas las sesiones incluyeron demostraciones de los métodos específicos de costura que se empleaban en las casas Balenciaga, dentro de los talleres de fantasía en los que se confeccionaban los vestidos tanto de día como de fiesta y novia, y con el fin de que los participantes obtuvieran capacidades prácticas en los mismos, se propuso la realización de varias prendas en las que debían aplicarse. Entre ellas, un corselete o bustier utilizado como base para construir vestidos de noche, y un vestido de noche en el que se trabajaron técnicas de drapeado y abullonado. En ambas, además de aprender diferentes tipos de puntadas, se aplicaron diversas formas de planchado según los tejidos y las prendas.

En la iniciativa participaron 20 personas, cubriéndose el total de las plazas ofertadas. Cabe destacar que se recibieron 73 solicitudes de inscripción, cifra más alta alcanzada hasta la fecha, y hecho que demuestra el enorme interés suscitado por la formación. La valoración de esta primera edición resultó, además, muy positiva, siendo la satisfacción media global de un 9,2/10.

La segunda propuesta se desarrolló del 27 al 29 de septiembre, igualmente con una duración de 20 horas, en la que se proponía una *Aproximación a las técnicas de Alta Costura de sastrería*. En esta ocasión se propuso la realización de una chaqueta, concretamente, una chaqueta quadrillé de manga japonesa basada en un modelo de la colección del Museo del año 1966, en el que debieran aplicarse distintas técnicas de sastrería y diversas formas de planchado



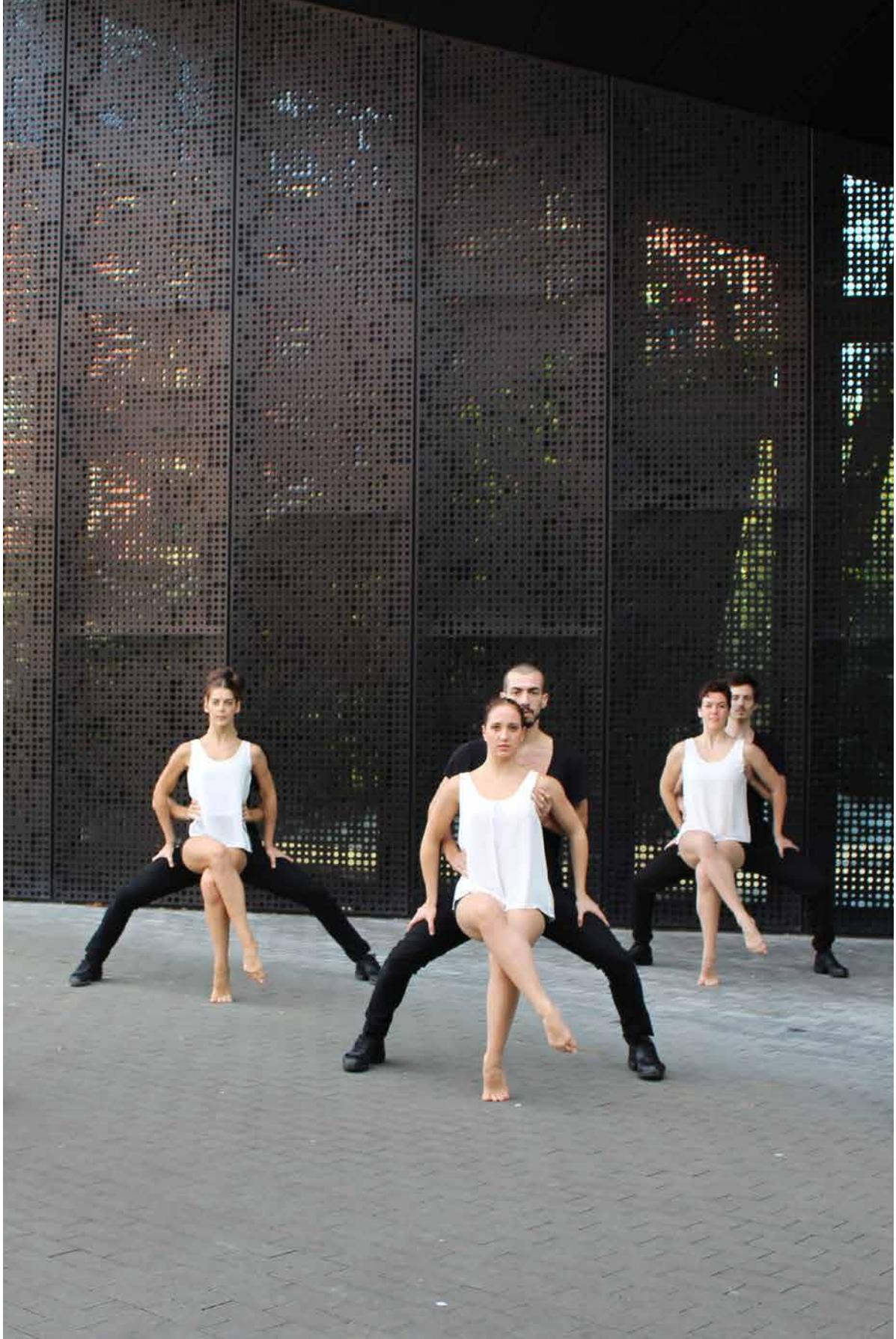
La iniciativa suscitó, en esta ocasión también, un enorme interés, y muestra de ello es que se recibieron 47 inscripciones. El grupo se configuró con el máximo de participantes establecido, con 20 personas, y la satisfacción global media fue de 8,7/10.

Los participantes en sus valoraciones destacaron principalmente la calidad del temario, la profesionalidad del instructor, y la posibilidad de visitar la actual colección en exposición.

Adicionalmente, del 1 al 3 de noviembre, se programó una tercera clase magistral bajo el título *Aproximación a las técnicas de modelaje para la creación de prendas* a cargo de Miguel Elola, hijo y padre. El contenido teórico de la misma ofreció una aproximación a la técnica del moulage para la creación de modelos y la realización de patrones, y el desarrollo práctico de la misma

**Miguel Elola Recondo**

Modisto donostiarra, discípulo de Cristóbal Balenciaga y colaborador de grandes de la moda como Pedro Rodríguez junto con su hijo y mano derecha Miguel Elola Zaragüeta. Este último tiene asimismo una gran trayectoria como modisto. Dedicados ambos a la docencia, imparten clases de modelaje, patronaje, y Alta Costura en escuelas como el Instituto Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce, entre otras.



El museo es un espacio de oportunidad cultural y difusión. En este epígrafe se incluyen todas las actividades culturales complementarias que el museo ofrece o con las que colabora como otras fórmulas para la difusión de su contenido y como aprovechamiento del museo como espacio de oportunidad cultural.

## Jornadas de difusión

Los museos como ejes culturales: el futuro de la tradición  
18.05.2019

Jornada coincidente con el día Internacional del museo y que fue difundida, por primera vez en streaming y seguida por numeroso público. El objetivo era reflexionar en torno a los museos como actores activos en sus comunidades y enfocada en proporcionar una visión general sobre las interacciones que actualmente se están produciendo entre las esferas del museo, las comunidades y la moda, a través del análisis de diferentes experiencias actuales y desde las diversas perspectivas de tres ponentes internacionales. Con la colaboración del Center for Fashion Curation de la UAL. <https://www.youtube.com/watch?v=nUWNTP95Uy8>

De la moda al patrimonio. Cristóbal Balenciaga Museoa  
09.2019

Participación en la Jornada organizada por el Museo Thyssen Bornemisza en torno a la exposición *Balenciaga y la Pintura española*, presentando al museo Cristóbal Balenciaga y su papel en el proceso de patrimonialización en la obra del creador.

Día europeo de la conservación  
08—11.10.2019

A instancias de ACRE (Asociación de Conservadores-Restauradores de España) con motivo del Día Europeo de la Conservación, el 13 de octubre. El Dpto. de colecciones planteó una serie de comunicaciones, en las que se explicaba la labor de conservación que se realiza en el museo, teniendo en cuenta el discurso expositivo actual. Estas comunicaciones se realizaron por todo el personal que conforma el departamento de colecciones durante todos los días de la semana en horario de 12:00 a 13:00.

21.06.2019	Conciertos Con motivo del día europeo de la Música y para el impulso del talento joven emergente. En colaboración con Kutxa Fundazioa.
07.08.2019	Noche Abierta Música en directo (Hugo Silveira Project) en el museo y apertura de exposiciones, dentro del programa de Fiestas de Getaria.
23.08.2019	Quincena Musical <i>Kantu Kontari</i> . Cuenta cuentos y música para los más pequeños.
30.08.2019	Danza y teatro Programación del espectáculo <i>Ehuna</i> , en colaboración con Teatro Paraíso y la compañía Dantzaz.
30-31.03.2019	Visitas tematizadas Museo-Getaria <i>El legado de dos grandes figuras: Balenciaga y Elkano</i> . En colaboración con la Fundación Elkano 500.
06-07-08.12.2019	Visitas danzadas

## Cesiones

Se han llevado a cabo cesiones de espacio a terceros para la realización de actividades culturales o relacionadas con la promoción de la moda

Cesión a Gipuzkoa de Moda para la realización de desfiles en la Semana de la Moda de Gipuzkoa en Mayo (Yolancris) y Octubre (Mercedes de Miguel y Santos Costura) Y la cesión a Kutxa Kultur Moda, dentro de la semana de la moda para la presentación de jóvenes valores.

En este ámbito, pero a nivel local, se ha mantenido el programa de cesiones que permite colaborar con entidades culturales y sociales de la comarca con la cesión de espacios del museo en convocatoria abierta (asociación cultural Artzape/ sección costura), o directamente al Ayuntamiento de Getaria con la celebración de eventos ya tradicionales como «Bertso Saio» (9 enero) o «Antxoa Eguna» (14 de mayo)

Por último, se ha lanzado por tercer año consecutivo la convocatoria de cesión de espacio comercial a iniciativas de moda local, para apoyar su visibilidad ante un público –el del museo– sensibilizado hacia la moda, recibéndose un 30% de propuestas más que en ejercicios anteriores.



La serie curatorial *Cristóbal Balenciaga. Moda y Patrimonio*, convertida en referencia para entender y conocer en profundidad el patrimonio generado por Cristóbal Balenciaga –de dónde parte, qué aporta en su tiempo, y qué nos transmite hoy–, ahonda en 2019 en los contextos de la alta costura.

El programa también promueve la investigación, la creación y la tecnificación para los profesionales vinculados a la moda, al hilo de sus colecciones y abriendo el patrimonio que se custodia en el Museo al servicio de la nueva creación y el emprendimiento. Los objetivos generales que perseguimos tienen que ver con:

- Dar a conocer internacionalmente la relevancia de la colección del museo y trabajar en los mecanismos que ayuden a traducir este conocimiento en visita.
- Enfatizar el carácter diferencial del museo y su vinculación a los orígenes de Balenciaga, así como la temporalidad de su legado.

Visitas web	Usuarios	Sesiones	Pág./sesión
2015	73.305	99.011	3,8
2016	67.135	89.980	3,42
2017	72.042	99.182	2,99
2018	73.080	99.569	2,86
2019	81.345	106.878	2,76
2020	65.355	87.820	2,55



*Vogue*, *CR Fashion Book*, ETB, TVE, *Telva*, Agencia EFE, *Vein*, *El Correo*, o *Noticias de Gipuzkoa*, entre otros, han publicado artículos y reportajes sobre el Museo y la obra de Cristóbal Balenciaga. Alcanzando el número aproximado de 1.000 referencias directas y una repercusión valorada aproximadamente en más de dos millones de euros.

- Medios internacionales como *Le Monde*, *Le Figaro*, Condé Nast Internacional, CNN, BBC, *The Guardian*, *The New York Times*, Euronews, *El Mercurio*, China News Service, entre otros, han recibido información sobre el Museo.
- Se han editado alrededor de 40 publicaciones y notas de prensa para dar a conocer la actividad del Museo y el legado de Cristóbal Balenciaga.
- El alcance de las acciones de Marketing digital se estima en 1.200.000 personas (un 60% más que el año anterior).

Redes sociales		Seguidores	Interacciones	Impresiones
2018	Facebook	12.867	20.865	1.532.689
	Twitter	4.186	10.569	213.534
	Instagram	3.728	98.542	2.965.741
2019	Facebook	15.681	26.679	2.078.868
	Twitter	5.956	12.263	294.756
	Instagram	5.956	177.832	9.142.300

En cuanto a la reputación online del museo, los resultados son muy positivos. Las búsquedas de «Museo Balenciaga» o «Balenciaga Museoa» nos dan unos resultados excelentes con opiniones favorables o neutras. La experiencia de los usuarios en el museo está muy bien valorada en la web social.

Tripadvisor	4,5/5
Facebook	4,8/5
Google My Business	4,5/5



© Cristóbal Balenciaga Museoa / Idoia Unzueta

La Fundación Cristóbal Balenciaga, ha destinado a la realización de la programación descrita en esta memoria en este periodo la cantidad de 370.000 € de gasto directo y 454.000 € de gasto indirecto de personal y comunicación, en general un presupuesto dedicado a programación similar al del ejercicio anterior. De este presupuesto: un 69% se ha dedicado a exposiciones, un 25% dedicado a educación y 6% destinado a otras actividades culturales.

La dedicación a este programa supone un 28% del presupuesto total que dedica la Fundación al museo, ya que el resto de presupuesto se dedica a las necesidades de estructura e inversión ligadas al funcionamiento y servicios del mismo. La financiación de este presupuesto corresponde en un 69% a aportaciones de las entidades públicas que constituyen el patronato de la Fundación, mientras que el 9% procede de ingresos generados por la entidad y el 2% restante, de patrocinios y aportaciones.

## Transparencia

Desde el año, 2014 la Fundación publica información económica con el propósito de mejorar en transparencia y relación con el público. Aunque este es un resumen de las principales informaciones económicas, las cuentas anuales de la Fundación pueden consultarse bajo petición en su sede.

ACTIVO	2018	2019
A. Activo corriente	13.985.382	13.570.386
I. Inmovilizado intangible	5.357.367	4.936.894
II. Bienes del patrimonio	6.610.743	6.889.367
III. Inmovilizado tangible	2.017.272	1.744.125
B. Activo no corriente	363.932	286.734
II. Existencias	21.341	34.030
IV. Deudores comerciales y otras cuentas a cobra	110.186	74.073
VII. Periodificaciones a corto plazo	13.390	7.010
VIII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	219.015	171.621
Total activo (a+b)	14.349.314	13.857.120
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2018	2019
A. Patrimonio neto	13.692.770	13.338.065
A1. Fondos propios	1.014.203	1.048.770
I. Dotación fundacional	1.251.343	1.251.343
III. Excedentes de ejercicios anteriores	-271.649	-237.140
IV. Excedente del ejercicio	34.509	34.567
A3. Subvenciones, donaciones y legados recibidos	12.678.567	12.289.295
B. Pasivo no corriente	4.714	4.714
II. Deudas a largo plazo	4.714	4.714
C. Pasivo corriente	651.830	514.341
III. Deudas a corto plazo	101.706	3.763
VI. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	550.124	510.578
Total patrimonio neto y pasivo (a+b+c)	14.349.314	13.857.120

CUENTA DE RESULTADOS	2018	2019
1. Ingresos de la entidad por actividad propia	1.646.412	1.622.073
A. Cuotas de asociados y afiliados	5.860	6.169
B. Aportaciones de usuarios	326.582	354.434
C. Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	80.250	36.750
D. Subvenciones, donaciones y legados impt. rdo. ejercicio	1.233.720	1.233.720
3. Ventas y otros ingresos ordinarios actividad mercantil	79.482	136.484
6. Aprovisionamientos	-744.497	-22.843
7. Otros ingresos de explotación	28.178	20.721
8. Gastos de personal	-282.949	-337.750
9. Otros gastos de explotación	-1.397.329	-1.366.238
10. Amortización del inmovilizado	-896.699	-871.976
11. Subvención. Donac. y lagd. capital trasp. rdo. ejercicio	865.384	840.062
14. Otros resultados	2.759	16.463
A. Resultado de explotación	37.790	36.996
B. Resultado financiero	-3.281	-2.429
C. Resultado antes de impuestos	34.509	34.567
D. Resultado del ejercicio	34.509	34.567

GASTOS/INVERSIONES (Actividad Propia)	Previsto	Realizado	Diferencia
Gastos por ayudas y otros			
a. Ayudas monetarias			
b. Ayudas no monetarias			
c. Gastos por colaboraciones y órganos de gobierno			
b. Reintegro de subvenciones			
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación			
Aprovisionamientos		22.843	(22.843)
Gastos de personal	372.000	337.750	34.250
Otros gastos de la actividad	1.338.750	1.366.238	(27.488)
Amortización del Inmovilizado	918.000	871.976	46.024
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado			
Gastos financiero	1.500	2.429	(929)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros			
Impuestos sobre beneficios			
Subtotal gastos	2.630.250	2.601.236	29.014
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes Patrimonio Histórico)	40.000	31.618	8.382
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico		14.572	(14.572)
Cancelación deuda no comercial	93.750	93.750	
Subtotal recursos	133.750	139.940	(6.190)
Total	2.764.000	2.741.176	22.824

INGRESOS	Previsto	Realizado	Diferencia
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio	905.000	840.062	64.938
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias	360.000	351.603	8.397
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	172.000	136.484	35.516
Subvenciones del sector público	1.233.000	1.233.720	
Aportaciones privadas (patrocinio y cuotas asociados)	29.000	36.750	(7.750)
Otros tipos de ingresos	25.000	37.184	(12.184)
Total ingresos obtenidos	2.724.000	2.635.803	88.197

FINANCIACIÓN DE LA INVERSIÓN	Previsto	Realizado	Diferencia
Deudas contraídas	-	-	-
Otras obligaciones financieras asumidas	-	-	-
Subvenciones de Capital	40.000	46.190	(6.190)
Total otros recursos obtenidos	40.000	46.190	(6.190)



\* La firma electrónica del Informe de auditoría es emitida en su totalidad como justificativo y está sujeta a su integridad y contenido, a efectos de la identidad del Informe. La fecha del Informe de auditoría, entendida a todos los efectos, y en especial a los datos de aplicación de la normativa auditoría de cuentas vigente en España, es la que figura bajo la Firma manuscrita del auditor o cuentas responsable que ha realizado el trabajo.

**INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES ABREVIADAS EMITIDO POR UN  
AUDITOR INDEPENDIENTE**

***A La Junta del Patronato de FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA***

**Opinión**

*Hemos auditado las cuentas anuales abreviadas de FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA, que comprenden el balance abreviado a 31 de diciembre de 2019, la cuenta de resultados abreviada y la memoria abreviada correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.*

*En nuestra opinión, las cuentas anuales abreviadas adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA, al 31 de diciembre de 2019, así como del excedente de sus operaciones correspondiente al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.*

**Fundamento de la opinión**

*Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales de nuestro informe.*

*Somos independientes de FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.*

*Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.*

**Párrafo de énfasis**

*Llamamos la atención sobre la Nota 36 de la memoria adjunta, en relación con el impacto sobre la entidad, de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el brote de coronavirus (COVID-19), en la que se describe la situación de incertidumbre relacionada con la evolución de la pandemia. Nuestra opinión no ha sido modificada en relación con esta cuestión.*

C.I.F. B27618665 - inscrita en el Registro Mercantil de Gijón (S.A. de Inversión y Gestión de Activos) con el número de inscripción 1.º inscrita en el Registro Oficial de Auditores en Cuentas (R.O.A.C.) con el número de inscripción 1.º inscrita en el Registro de Economistas Auditores (R.O.E.A.)



#### Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstos, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Hemos determinado que no existen riesgos más significativos considerados en la auditoría que se deban comunicar en nuestro informe.

#### Otra información

La otra información comprende un desarrollo más detallado de las actividades fundacionales, que consiste en explicaciones detalladas que el Presidente y el Órgano de Gobierno de la entidad consideran oportunas sobre las de actividades fundacionales, llevadas a cabo por la entidad durante el ejercicio y no forma parte integrante de las cuentas anuales. Hemos verificado que la información contable que contiene la citada memoria de actividades concuerda con las de las cuentas anuales del ejercicio 2019. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación de la memoria de actividades con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la Entidad.

#### Responsabilidad del Presidente del Patronato de la Entidad en relación con las cuentas anuales abreviadas

El Presidente es responsable de la formulación de las cuentas anuales abreviadas adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, y del control interno que considere necesario para permitir la preparación de cuentas anuales abreviadas libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales abreviadas, el Presidente es responsable de la valoración de la capacidad del FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA para continuar como entidad en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la entidad en funcionamiento y utilizando

*el principio contable de entidad en funcionamiento excepto si el Patronato tiene intención de liquidar la entidad o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.*

**Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales abreviadas**

*Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales abreviadas en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de auditoría vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales.*

*Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de auditoría de cuentas en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:*

- Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales abreviadas, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.*
- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad.*
- Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por el Presidente.*
- Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por el Presidente de la entidad del principio contable de entidad en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de FUNDACION CRISTOBAL BAI.ENCIAGA para continuar como entidad en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se*

requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA deje de ser una entidad en funcionamiento.

- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales, abreviadas incluida la información revelada, y si las cuentas anuales abreviadas representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.

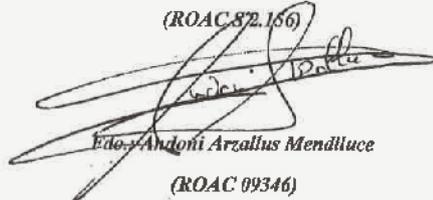
Nos comunicamos con el Patronato de la Fundación en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificada y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación al Patronato de la Fundación, determinamos los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Dada la consideración de inexistencia de riesgos significativos, según se ha señalado en el apartado anterior, no procede su descripción en nuestro informe de auditoría.

SAYMA AUDITORES, S.L

(ROAC 872.186)



Edo. Andoni Arzallus Mendiluce

(ROAC 09346)

San Sebastián, a 29 de abril de 2020.





Aldamar Parkea 6  
20808 Getaria  
T +34 943 008 840  
info@crislobalbalenciagamuseoa.com  
www.crislobalbalenciagamuseoa.com

# B

CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA

