

B

INFORME DE ACTIVIDAD

2014

FUNDACIÓN CRISTÓBAL BALenciAGA FUNDAZIOA

B

ÍNDICE

EJERCICIO 2014 – PRESENTACIÓN	4
LA COLECCIÓN	7
EXPOSICIONES	9
EDUCACIÓN	14
OTRAS ACTIVIDADES	20
COMUNICACIÓN/VISITANTES	23
INFORMACIÓN ECONÓMICA	26

Creada en 1999 y registrada en el Registro de Fundaciones del País Vasco con el número F-91, la Fundación Cristóbal Balenciaga tiene por objeto promover, difundir y potenciar la trascendencia que la persona y personalidad del modisto-creador don Cristóbal Balenciaga Eizaguirre, natural de Getaria, ha tenido en el mundo de la moda, la alta costura y el diseño del vestido, como parte importante del arte.

Las instituciones públicas integrantes del Patronato de la Fundación son

- Diputación Foral de Gipuzkoa, con presencia de dos representantes
- Gobierno Vasco, con presencia de dos representantes
- Ministerio de Cultura, con presencia de dos representantes
- Ayuntamiento de Getaria, con presencia de un representante

El Patronato de la Fundación está integrado además por otros miembros de la esfera privada, entre ellos, un representante de ACME (la Asociación De Creadores de Moda de España) y 3 patronos privados.

Los cargos honoríficos de la Fundación son:

- Presidentes de Honor: Sus Majestades los Reyes de España
- Presidente Fundador: Monsieur Hubert de Givenchy

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

B

EJERCICIO 2014

Presentación

B

CRISTÓBAL BALENCIA



El ejercicio de 2014, el tercero de vida del museo, se caracteriza por ser un periodo de adaptación y ordenación de la organización interna del mismo, con importantes cambios en el organigrama que incluyen la propia Dirección del Museo, a partir del mes de Mayo, y una reestructuración de funciones y áreas para dar continuidad a la política de austeridad y contención del gasto que se inició en 2013.

En este contexto, el objetivo y reto del año ha consistido en mantener la senda de actividades y programación del museo con respecto al exterior, mientras se consolidaban los cambios internos y se trabajaba en la definición estratégica y el modelo de crecimiento de futuro, desde la realidad de una economía que marca como línea general importantes limitaciones a los presupuestos de las instituciones públicas.

Algunas de las principales cuestiones a las que se ha dado prioridad en este nuevo enfoque estratégico que se ha trabajado para el museo tienen que ver con:

Ser un museo de referencia en el ámbito de la moda:

- Por su Colección, que debe incrementarse y completarse, con especial incidencia en los primeros 20 años de trayectoria profesional de Balenciaga, previos a su etapa parisina.
- Por las Exposiciones, que en la línea principal y monográfica deben ayudar a comprender y contextualizar la obra de Balenciaga –además de descubrir nuevas facetas en ella–, y en la línea complementaria, deben acercar y hacer entender el fenómeno de la moda como una potente manifestación cultural, con un espacio propio de expresión.
- Por la Investigación: que debe identificar áreas de interés para estudiar y profundizar en ellas dejando constancia y solialziando después los resultados, en forma de exposiciones y publicaciones.

Atender y ampliar la misión educativa del museo:

- Sensibilizando a los públicos –con especial incidencia en los niños, niñas y jóvenes– hacia las vertientes más culturales de la moda y formando en valores en cuanto a su uso y consumo.
- Transmitiendo técnicas y conocimientos especializados y ligados al saber hacer de Balenciaga, actualizados y aplicables al contexto de la moda conemporánea a los públicos más especializados y profesionales.

Lograr una mayor proyección internacional, tanto entre el público especializado procedente de otros países de forma que el museo pueda actuar como tractor turístico del territorio, como en destino, permitiendo que personas que eligen viajar al País Vasco, puedan conocer la presencia y oferta cultural de museo.

Intensificar la relación con la comunidad local en todos los sentidos, proponiendo programación específica, colaborando con agentes culturales cercanos, tejiendo lazos con las personas que apoyan activamente al museo, la comunidad de personas que trabajaron en el taller de Balenciaga, etc.

Alcanzar una mayor eficiencia en el edificio y sus instalaciones, intensificando los usos y mejorando en sus capacidades de forma responsable.

Así que sin duda, el mensaje más importante del año es que, después de un momento difícil y confuso, en 2013, el museo sigue trabajando, tiene una identidad clara, está abierto, activo y presente. Se va construyendo en un proceso continuo, tiene grandes activos –como el nombre, la colección, el edificio– y un potencial increíble para el que se ha diseñado un itinerario progresivo, razonable y factible que le llevará a ir realizándolo.

Miren Vives Almandoz
Directora Cristóbal Balenciaga Museoa

B

LA COLECCIÓN

Año excepcional

CEM 2004. 12

CEM 2004. 14

Durante el año 2014 se han producido entradas en la colección de la Fundación Cristóbal Balenciaga mayormente en forma de donaciones, junto con algunas incorporaciones en forma de depósito a largo plazo. Éstas han venido a enriquecer los fondos de la institución, dotando a la colección de una mayor representatividad con respecto a la obra de Balenciaga.

Sin duda, la Colección de indumentaria, documentación y complementos compuesta de más de 400 piezas y donada por los familiares de Mrs. Rachel L. Mellon, importantísima clienta de la Casa, ha supuesto un hito en la historia de la Fundación Cristóbal Balenciaga. Además de la importancia cuantitativa, cabe destacar su aportación cualitativa al tratarse de elementos que aportan datos valiosos sobre la forma de trabajo de la Casa, su relación con las clientas, además de contener elementos que estaban infra-representados en la Colección previa del museo.

BECAS Y PRÁCTICAS EN EL DEPARTAMENTO DE COLECCIONES

Desde el Dpto. de Colecciones se considera que como institución cultural dedicada al Patrimonio Textil, una de las labores es la reversión social abriendo las puertas a los estudiantes que estén interesados en el campo en el que trabajamos, vía convenios de colaboración con las instituciones académicas de las que proceden. En este sentido este año se ha acogido a tres alumnos en prácticas y dos becarios a lo largo del año.

RECEPCIÓN DE INVESTIGADORES

El museo Cristóbal Balenciaga ha colaborado abriendo sus archivos y mostrando in situ, analizando y explicando una serie de piezas con investigadores procedentes de prestigiosas instituciones internacionales como por ejemplo: Bard Graduate Center, de New York, London College of Fashion, RMIT university, Melbourne o Paris American Academy-University of Delaware.

CATÁLOGO ONLINE

EMSIME es un sistema de gestión documental, accesible online, que reúne información e imágenes de los bienes culturales de museos del País Vasco de titularidad pública y privada y ha sido promovido por el Gobierno Vasco. Se ha considerado una plataforma adecuada para la misión de difusión que debe realizar el museo y por tanto se han dado de alta información e imágenes referentes a la colección del museo. En concreto, en el año 2014 se ha procedido a dar de alta 847 fichas referentes a los fondos de antropología cultural del museo (euskera-castellano) y 387 de los fondos documentales.



B

EXPOSICIONES

Balenciaga, moda y arte

Durante este año se han presentado cuatro exposiciones temporales, que han complementado la propuesta expositiva estable del Museo: De ellas, *El arte de Balenciaga* (mayo 2014–abril 2015) es la muestra temporal que sigue la línea monográfica del museo mientras que *Moda en papel* (febrero–marzo 2014), *El renacimiento chic* (mayo–septiembre 2014), y *Maleta de una modista* (diciembre 2014–abril 2015) son propuestas complementarias nacidas de diversos proyectos de colaboración en relación a la moda y al arte.

Paralelamente, otras muestras producidas por el Museo se han expuesto en otras ubicaciones como la Embajada de España en Berlín o el Museo del Traje en Madrid.

Exposición Estable

BALENCIAGA, UN LEGADO ATEMPORAL

Constituye el eje vertebrador estable del discurso del Museo, alterando el contenido de algunas vitrinas por cuestiones de conservación textil, cíclicamente.

A lo largo de 3 salas, en la primera planta del edificio central del museo, la exposición muestra las principales características de la obra de Cristóbal Balenciaga, su desarrollo creativo y el inestimable valor de sus contribuciones a la técnica de la costura. La muestra consta de 62 piezas, bocetos y películas de los desfiles en la maison parisina, estos últimos gracias a la colaboración con los Archivos Balenciaga (París)

El discurso expositivo abarca desde sus comienzos en San Sebastián hasta su establecimiento y éxito rotundo en París en los años 30 y 40, además de una revisión de la contribución de Balenciaga a la costura desde el punto de vista técnico y el desarrollo de su estilo en los 50 y 60.



Exposiciones temporales

MODA EN PAPEL

14/02/2014–30/03/2014

La exposición presenta una retrospectiva del histórico concurso de vestidos de papel celebrado desde los años 50 en el pueblo de Güeñes (Bizkaia). Bajo el título *Moda en papel* se presentan algunas de las piezas más destacadas del concurso diseñadas por creadores como Alberto Sinpatrón, Ion Fiz, Javier Barroeta, Antonio Alvarado, María Cle, Mercedes de Miguel, Alicia Rueda y Roger Blomkvist. La muestra se presentó en la sala polivalente del Museo.

EL ARTE DE BALENCIAGA. COLECCIÓN DEL MUSEO DEL TRAJE

11/04/2014–05/04/2015

La figura de Cristóbal Balenciaga trasciende el mundo de la moda y la alta costura para situarse dentro del ámbito de la creación artística en general. Su técnica de corte, la gama cromática de sus diseños y la maestría de sus ejecuciones denotan un enorme conocimiento de la historia del arte y de los grandes creadores que conforman su bagaje cultural.

A través de tres salas temáticamente diferenciadas en la segunda planta del cuerpo central del museo, la muestra destaca las principales influencias artísticas y estéticas que determinaron la obra de Cristóbal Balenciaga.

A lo largo del recorrido expositivo se establecen correspondencias entre las creaciones de Balenciaga y la influencia de artistas como Zurbarán, Velázquez, Goya, Sorolla, Zuloaga, Picasso o Juan Gris.

Esta exposición es fruto de una colaboración e intercambio con el Museo del Traje de Madrid.



EL RENACIMIENTO CHIC: DISEÑOS Y FOTOGRAFÍAS DE MODA

09/05/2014–07/09/2014

La exposición nace como fruto de un proyecto académico desarrollado por profesores y alumnos de la ESDIR, Escuela Superior de Diseño de La Rioja. Desde los Departamentos de Moda y Fotografía, se inició una particular exploración acerca de la «moda pintada» del Renacimiento. Los alumnos de la especialidad de moda diseñaron prendas de vestir y complementos, tomando como inspiración retratos de la etapa renacentista.

A partir de la documentación sobre la época y la investigación sobre materiales alternativos, se realizó la interpretación del vestuario de cada cuadro. Una vez confeccionado el vestuario, se procedió a la escenificación de la pintura que fue fotografiada desde una mirada contemporánea. La muestra se ha presentado en las salas expositivas de la planta 2 del Palacio Aldamar

MALETA DE UNA MODISTA: ENTREDÓS 3.0

13/12/2014–12/04/2015

Fotografías, recortes, patrones... El contenido de una maleta que perteneció a Pilar Ayarza, modista en EISA Barcelona, es el material a partir del cual las artistas catalanas Fiona Capdevila y Rosa Solano rescatan e interpretan fragmentos de una vida y de una profesión dedicada a coser.

Una de las características que hacen destacar a Cristóbal Balenciaga entre las grandes figuras de la moda es la maestría en el oficio, esa capacidad para integrar en sus creaciones innovación conceptual en el diseño, dominio de técnica y materiales y perfección en la ejecución.

Tirando de este hilo, Cristóbal Balenciaga Museoa abre con esta exposición, y en homenaje a todas las manos que cosen, una línea temática y de investigación en torno al oficio de la costura y las personas vinculadas a Balenciaga a través de él, que continuará desarrollándose a lo largo del próximo año.



Itinerancias

UN SUEÑO DE BALENCIAGA, EL CINE

Esta exposición, producida por el museo en 2013 y que consta de 62 fotografías que muestran la relación del modisto con diferentes producciones cinematográficas y artistas de cine, ha viajado entre Febrero y Septiembre de 2014 por varias ciudades alemanas:

- En Berlín, en la Embajada de España, , del 7 de febrero al 4 de abril (coincidiendo con la Berlinale).
- En Erfurt, en el Kulturforum, desde mediados de abril hasta el 25 de mayo, en el marco de un intercambio cultural que se ha establecido para el 2014, que comprenden actos en torno a la cultura española en diversos espacios municipales.
- En Frankfurt, en el Instituto Cervantes, desde el 4 de julio hasta el 30 de septiembre.

LA VISIÓN DEL GENIO, LA TÉCNICA DEL MAESTRO

11/04/2014–5/04/2015

Dentro del proyecto de colaboración entre Cristóbal Balenciaga Museoa y el Museo del Traje de Madrid, estas dos instituciones intercambian sus piezas durante 2014 y 2015 dando lugar a sendas exposiciones.

En las salas del Museo del Traje se exponen una serie de piezas que muestran las principales características de la obra de Balenciaga a través de trajes de día, vestidos de cóctel y noche, así como trajes nupciales, mediante un orden cronológico en cada una de las vitrinas.

BALENCIAGA ESARTZEN

1/05/2014–14/09/2014

El proyecto en colaboración con la facultad de Arquitectura de la EHU/UPV, en el que partiendo de creaciones de Balenciaga se inspiraban los alumnos para el diseño y realización de una silla, ha formado parte del proyecto cultural *La Encartada: encuentro de moda y tradición contemporánea*. La exposición se ubicó en el Museo La encartada, donde también a lo largo del mes de mayo principalmente se realizaban la mayoría de los eventos de actividades de los encuentros.



B

EDUCACIÓN

Para una cultura de la moda

El área de educación del museo concentra su actividad en la generación de tres tipologías de contenidos educativos, en función de los públicos a los que se dirige: contenidos educativos que complementen el currículo escolar, contenidos educativos para público general: niños y niñas, familias y personas interesadas en la moda de forma *amateur*; y contenidos educativos para público especializado, tanto en formación como profesionales del sector.

Estos contenidos, en 2014, llegaron a 1935 personas, lo que supone un incremento en el número de usuarios de casi el 63% con respecto al año anterior. El incremento se atribuye al esfuerzo realizado para adecuar las actividades del programa escolar a los contenidos curriculares, a la diversificación de los formatos ofrecidos y a la consolidación de la oferta general.

Programa Escolar

El programa educativo para centros escolares pretende facilitar el acceso al conocimiento y al disfrute del Museo y de su contenido a través de iniciativas participativas y formativas. La oferta, organizada en función de los distintos niveles educativos, desde la Educación Infantil hasta la Formación Profesional, persigue, entre otros, los siguientes objetivos:

Por un lado, ofrecer la posibilidad de que los centros escolares introduzcan en la planificación del curso escolar actividades útiles y enriquecedoras fuera del aula; por otro lado, impulsar la valoración del patrimonio cultural y, especialmente, el derivado de la creatividad de Cristóbal Balenciaga, mediante el contacto directo con sus obras; por último, apoyar y orientar a los alumnos en la búsqueda del significado atribuido a las obras del museo y en la construcción de su propio conocimiento mediante la interacción con ellas.

Las actividades, que se ofertan a demanda, se adaptan a las etapas educativas desde educación infantil hasta bachillerato y formación profesional y se ajustan a los contenidos curriculares destacando el valor transmisor de la indumentaria.

- Número de actividades que componen la oferta estable: 8 actividades que trabajan y complementan diferentes contenidos y capacidades insertas en el currículo escolar. Están siempre disponibles a demanda de los centros.
- Número de centros educativos usuarios: 28
- Valoración de los centros educativos usuarios: recomendación del 100% e intención de repetir la experiencia del 100%

Contenidos educativos para público general

Las actividades introducidas en la tipología son aquellas 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. Distinguimos dos tipologías de programas.

NIÑOS/AS Y FAMILIAS

Cristóbal Balenciaga Museoa propone, coincidiendo con las vacaciones escolares de Semana Santa, verano y Navidad, actividades para niñas y niños de entre seis y doce años de edad concebidas como fórmulas de acercamiento y familiarización al mundo de la moda y de la indumentaria en general. Se trata de iniciativas que pretenden hacer del museo un espacio abierto, ameno y participativo donde se generen experiencias valiosas de aprendizaje y diversión. Además, este año se ha introducido una propuesta de visitas-taller para familias donde los participantes tienen la oportunidad de conocer y explorar algunas de las prendas expuestas y experimentar su creatividad con una actividad práctica. Una experiencia enriquecedora en la que participan tanto los más pequeños de casa como los adultos.

El programa taller para familias se presenta, por vez primera, en este año. La temática varía de manera trimestral desarrollando un total de cuatro iniciativas diferentes en todo el año. Las visitas-taller se celebraron una vez al mes y las sesiones tienen una duración de dos horas.

ADULTOS INTERESADOS EN LA MODA Y CONCEPTOS DIY

Los talleres para adultos, propuestas eminentemente prácticas de iniciación a diversas técnicas textiles, se celebran dos veces al mes, normalmente, el segundo y cuarto domingo del mes, y pretenden favorecer un método distinto de acercamiento y entendimiento del contenido del museo. Se trata de actividades desarrolladas en grupos reducidos y en ejercicios adaptados metodológicamente accesibles a todo el mundo en la que los/as participantes crean y experimentan.

En 2014 se han introducido nuevas temáticas y se adaptaron las antiguas creando una doble modalidad de talleres, básicos y avanzados. Esta doble opción posibilitó desarrollar iniciativas de duración más larga, y fidelizar al público.

- Número de actividades programadas: 24 actividades a lo largo del año, además de tres periodos de actividades especiales en semana santa, navidad y verano.
- Valoración participantes: satisfacción de 9/10

Contenidos educativos especializados. Público profesional

Las iniciativas destinadas al público profesional se establecen como una oferta de peso en la programación educativa general y pretenden favorecer la profundización en los conocimientos, en las habilidades y/o en las experiencias asociadas al perfil especializado.

CLASES MAGISTRALES Y/O ENCUENTROS

Sesiones teórico prácticas con un/a profesional en activo del sector de la moda que ofrece su conocimiento, experiencias y perspectivas a un público especializado.

Para estos encuentros se cuenta con la colaboración especial de las empresas Rafael Matías (tejidos) y Alfahogar (máquinas de coser).

- Elola 24/01/2014–26/01/2014
Miguel Elola, modisto donostiarra, discípulo de Cristóbal Balenciaga y colaborador de grandes de la moda como Pedro Rodríguez, dedicado también a la docencia, de modelaje, Alta Costura y patronaje. 18 horas de duración.
- Sinpatron 22/03/2014
Alberto Etxebarrieta, diseñador bilbaíno creador de la firma de moda Sinpatron, ofreció con motivo de la exposición temporal *Moda en Papel*, una sesión en torno a los modos de trabajo en la firma, planteando ejercicios prácticos.



Cursos

Los cursos son espacios intensivos de transmisión de técnicas por parte de instructores altamente especializados y relacionados con los oficios de la Alta Costura a un público muy reducido en número y de un nivel homogéneo que los capacite para el máximo aprovechamiento del mismo y de la atención personalizada que se les brinda.

CURSO DE BORDADO TRADICIONAL/CURSO DE BORDADO DE ALTA COSTURA

04 07/2014–06/07/2014 (18 HORAS)/07 07/2014–11/07/2014 (30 HORAS)

Instructora: Elisabeth Roulleau, especialista bordadora. Formada en el arte del bordado tradicional y de alta costura en el renombrado École Lesage de París combina su trabajo como bordadora profesional en su atelier de Lyon con la labor docente. Central Saint Martins College of Arts and Designs de Londres, en las sedes tanto italianas como españolas del Instituto Europeo de Diseño, en el ArtEz de Holanda, en el AMD Akademie Mode & Design de Dusseldorf y de Múnich, en el IFM Institut Francais de la Mode de París, en la Accademia Teatro alla Scala de Milán, entre otros. Ha realizado prototipos para Hermès y ha creado modelos para diversos diseñadores; ha colaborado, en este sentido, con las casas Chanel y Dior.

CURSO DE TINTES NATURALES

03/10/2014–05/10/2014 (16 HORAS)

Instructora: Ana Roquero. Estudia en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando (Madrid, España) y complementa su formación artística y textil en el taller de A. Schutten (Breujeuls, Francia), en el taller de N. Frederiksen (Altea, España) y/o en el CIETA, Centre International d'Étude des textiles Anciens, (Lyon, Francia), entre otros, especializándose en la investigación e identificación de colorantes en tejidos históricos. Ha publicado numerosos trabajos y ha comisariado exposiciones en diversas instituciones en torno al tema, de las que cabe destacar muestras en el Real Jardín Botánico (Madrid, España), el Museo Arqueológico Nacional (Madrid, España) y/o el Centre de Documentació i MuseuTèxtil (Terrassa, España).

Proyectos de colaboración con Centros Educativos Especializados

Se trata de proyectos de colaboración entre el museo y centros de estudios especializados destinados a profundizar en el estudio de la figura y obra de Cristóbal Balenciaga. Los proyectos se hacen a medida, en función de la especialización y currículo del centro en cuestión. En 2014 se realizó un proyecto intensivo a lo largo de todo el año con un centro del País Vasco y dos *study trips* con otros centros de Madrid y Barcelona. El nivel medio de satisfacción en estas actividades es del 9,75/10.



B

OTRAS ACTIVIDADES

El museo, espacio de oportunidades



Actividades culturales

Como complemento a la programación propia de exhibiciones y educación, el museo ha colaborado acogiendo y/o participando en la realización de proyectos y actividades culturales relacionadas directamente con la moda o de interés cultural o social:

- Plataforma Yoxlab
Audiovisual y fotografía de moda escenificada en el museo
08/05/2014
- Proyección audiovisual *81 amama*
06/03/2014
- Conferencia: *Trajes de fiesta en los últimos 100 años*
27/05/2014
- ELAN Euskadi XXI edición, Jornadas para el Desarrollo
21/05/2014 – 22/05/2014
- Euskarazko Film laburren emanaldia
29/05/2014
- Concierto Euskadiko Ikasleen Orkestra
28/06/2014
- City Street Festival 2014. Desfile Agatha Ruiz de la Prada
28/09/2014
- Donostia Fashion Week Industry 2014
09/10/2014 – 10/10/2014

Y otras actividades como:

- Bertso Saioa. En colaboración con el Ayuntamiento de Getaria
17/01/2014
- Día Internacional de los Museos: Jornada de puertas abiertas
18/05/2014
- Concierto Delorean. 25 Aniversario D.O. Txakoli
21/09/14

Actividades profesionales

Los espacios del museo han sido utilizados también por entidades e instituciones externas para organizar en ellos eventos relacionados con sectores profesionales diversos.

El atrio, la sala polivalente, el auditorio, buhardilla y aulas del edificio didáctico están equipadas y presentan una gran variedad de formatos y posibilidades que se adaptan a todo tipo de actos.

En este sentido, en 2014 el museo ha recibido a 5.000 personas usuarias dentro de los diferentes eventos organizados por entidades externas tales como:

- Recepciones de premios y galas de aniversarios (4)
- Jornadas Profesionales (2)
- Cenas de Gala Congresuales (4)
- Reuniones empresariales (2)

B



COMUNICACIÓN / VISITANTES

Dándonos
a conocer

Comunicación

Desde el área de Comunicación del museo se busca cumplir la misión fundacional marcada por la Fundación Cristóbal Balenciaga. Para lograr dicha tarea, se ha asumido la comunicación global del centro museístico, de la Fundación y de la figura de Cristóbal Balenciaga, que se ha concretado en dos áreas de trabajo:

A. Gabinete de prensa y comunicación institucional

- ruedas de prensa (5)
- notas de prensa (8)
- contacto con publicaciones nacionales e internacionales (20)
- atención a press trips (10)

B. Comunicación web y social media

- Amigos Facebook 7.105
- Seguidores Twitter 3.890
- Canal Youtube 230 suscriptores / +/- 100.000 reproducciones
- Visitas web: 393.936 visitas, 93.878 páginas vistas, 73% nuevos visitantes, -23% returning

Visitantes

Los visitantes al Museo Cristóbal Balenciaga en el ejercicio 2014 han sido 37.500 personas. Esto supone un decremento importante con respecto a años anteriores.

En los primeros 6 meses de vida del museo (de junio de 2011 a diciembre de 2011) las cifras de visitantes superaron todas las expectativas y previsiones que se habían realizado. Los estudios previos situaban el potencial del mercado del museo en torno a las 45.000 personas al año, dada su situación geográfica, cercano a núcleos importantes como San Sebastián (30km) o Bilbao (70km) pero con accesos complicados y no directos desde ambos lugares. Sin embargo, en esos 6 meses se recibieron 75.000 visitantes, 60.000 a lo largo de los 12 meses siguientes y 45.000 en el año 2013.

La tendencia decreciente culmina este año con un decremento del 18% con respecto al año anterior. Los factores que inciden en este retroceso, más allá de la desaparición del efecto inaugural que en este caso tiene un peso específico importante, radican también en la difícil situación económica que ha enfrentado el museo. Ésta ha obligado a la reducción de las horas de apertura del museo en un 15% con respecto a horario de los años previos.

Además, los recortes económicos y reestructuración interna dentro del museo han tenido un amplio tratamiento comunicativo que ha contribuido a generar polémicas públicas sobre la viabilidad del centro y ha alejado al público turista con viaje concertado que es una de las masas más importantes de las que se venía nutriendo el museo en años anteriores, ya que los mayoristas y turoperadores descartaban el destino por su situación de incertidumbre. Actualmente se está trabajando en paliar esta situación y encaminar el museo por la senda del crecimiento.

Si el número de visitantes ha caído progresivamente, el número de usuarios del museo se ha incrementado en los últimos años, tanto en los programas educativos como en los eventos, en respuesta a la programación habitual del museo que atrae a un público más estable y de procedencia geográfica cercana. El incremento es notable y ronda el 40%, según se van afianzando los diferentes programas del museo, especialmente el educativo.



B

INFORMACIÓN ECONÓMICA



La Fundación Cristóbal Balenciaga, ha destinado a la realización de la programación descrita en esta memoria en este periodo la cantidad de 186.000 euros, un 66% dedicado a exposiciones, un 24% dedicado a educación y 10% destinado a otras actividades culturales.

La dedicación a programación supone tan solo un 13% del presupuesto total que dedica la Fundación al museo y que constituyen las necesidades de estructura e inversión ligadas al funcionamiento y servicios del mismo.

La financiación de este presupuesto corresponde en un 78% a aportaciones de las entidades públicas que constituyen el patronato de la Fundación, mientras que el 19% procede de ingresos generados por la entidad y el 3% restante, de patrocinios y aportaciones.

Transparencia

Desde este año, 2014 la Fundación publicará 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.

Balance de situación abreviado

ACTIVO	2014	2013
A. ACTIVO NO CORRIENTE	16.216.096	8.809.783
I. INMOVILIZACIONES INTANGIBLE	7.144.540	473.414
II. BIENES DEL PATRIMONIO	5.815.935	4.667.829
III. INMOVILIZADO MATERIAL	3.255.621	3.668.540
Construcciones	1.161.783	1.187.600
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado inmaterial	2.093.838	2.480.940
B. ACTIVO CORRIENTE	569.534	385.951
II. EXISTENCIAS	-	6.108
IV. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A COBRAR	7.248	263.821
Clientes por ventas y prestación de servicios	4.711	5.420
Otros deudores	2.537	258.401
VII. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	-	24.364
VIII. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LIQUIDOS EQUIVALENTES	562.286	91.658
TOTAL ACTIVO (A+B)	16.785.630	9.195.734
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2014	2013
A PATRIMONIO NETO	15.675.583	8.205.115
A-1. FONDOS PROPIOS	824.407	762.404
I. DOTACION FUNDACIONAL	1.251.343	1.251.343
III. EXCEDENTE EJERCICIOS ANTERIORES	(488.939)	(519.724)
IV. EXCEDENTE DEL EJERCICIO (POSITIVO O NEGATIVO)	62.003	30.785
A-3. SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS	14.851.176	7.442.711
B PASIVO NO CORRIENTE	375.000	468.750
II. DEUDAS A LARGO PLAZO	375.000	468.750
1. DEUDAS CON ENTIDADES DE CRÉDITO	375.000	468.750
C PASIVO CORRIENTE	735.047	521.869
II. PROVISIONES A CORTO	24.235	
III. DEUDAS A CORTO PLAZO	132.666	136.626
1. Deudas con entidades de crédito	94.830	95.321
3. Otras deudas a corto plazo	37.836	41.305
VI. ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR	578.146	385.243
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	16.785.630	9.195.734

Cuenta de resultados abreviada

DESCRIPCIÓN	2014	2013
OPERACIONES CONTINUADAS		
1. INGRESOS DE LA ENTIDAD POR LA ACTIVIDAD PROPIA	1.309.572	1.402.556
A. CUOTAS DE ASOCIADOS Y AFILIADOS	5.870	8.690
B. APORTACIONES DE USUARIOS	219.982	295.317
C. SUBVENCIONES, DONAC. Y LEGADOS IMPT. RDO EJERC.		2000
D. SUBVENCIONES, DONAC. Y LEGADOS IMPT. RDO EJERC.	1.083.720	1.096.549
2. AYUDAS MONETARIAS Y OTROS	-	-
3. VENTAS Y OTROS INGRESOS ORDINARIOS ACTIVIDAD MERCANTIL	39.685	29.562
6. APROVISIONAMIENTOS	(6.108)	(14,627)
7. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	14.195	8.257
8. GASTOS DE PERSONAL	(234.812)	(460,499)
9. OTROS GASTOS DE EXPLOTACION	(1.064,901)	(908,714)
10. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO	(907.201)	(485,820)
11. SUBVENC.,DONAC. Y LEGAD.CAPITAL TRASP.RTDO.EJERCICIO	905.048	484,083
14. OTROS RESULTADOS	16.818	1,368
A. EXCEDENTE DE LA ACTIVIDAD	72.296	45,531
15. INGRESOS FINANCIEROS	124	212
16. GASTOS FINANCIEROS	(10,417)	(14,958)
B. EXCEDENTE OPERACIONES FINANCIERAS	(10.293)	(14,746)
C. EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS	62.003	30,785
20. IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS	-	-
D. EXCEDENTE DEL EJERCICIO	62.003	30,785

Liquidación del presupuesto del ejercicio 2014

GASTOS/INVERSIONES(ACTIVIDAD PROPIA)

	REALIZADO
Gastos por ayudas y otros	
A. Ayudas monetarias	-
B. Ayudas no monetarias	-
C. Gastos por colaboraciones y órganos de gobierno	-
Reintegro de subvenciones	-
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-
Aprovisionamientos	6.108
Gastos de personal	234.812
Otros gastos de la actividad	1.064.901
Amortización del inmovilizado	907.201
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado	-
Gastos financieros	10.417
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros	-
Diferendas de cambio	-
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-
Impuestos sobre beneficios	-
Subtotal gastos	2.223.439
Adquisiciones de inmovilizado (excepto bienes patrimonio histórico)	-
Adquisiciones bienes patrimonio histórico	-
Cancelación deuda no comercial	93.750
Subtotal recursos	93.750
TOTAL	2.317.189

INGRESOS

	REALIZADO
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio	905.048
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias	234.177
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	39.685
Subvenciones del sector público	1.083.720
Aportaciones privadas (patrocinio y cuotas asociados)	5.870
Otros tipos de ingresos	16.942
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	2.285.443

Informe de auditoría de las cuentas anuales 2014



1

INFORME DE AUDITORIA INDEPENDIENTE DE CUENTAS ANUALES**ABREVIADAS*****A La Junta del Patronato de:******FUNDACION CRISTOBAL BALENCIAGA FUNDAZIOA*****Informe sobre las cuentas anuales abreviadas**

1. Hemos auditado las cuentas anuales abreviadas adjuntas de la sociedad **FUNDACIÓN CRISTOBAL BALENCIAGA FUNDAZIOA**, que comprenden el balance abreviado al 31 de diciembre de 2014, la cuenta de resultados abreviada y la memoria abreviada correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.


Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales abreviadas

2. La Dirección de la fundación es la responsable de formular las cuentas anuales abreviadas adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y del excedente de **FUNDACIÓN CRISTOBAL BALENCIAGA FUNDAZIOA** de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, que se identifica en la Nota 2 de la memoria adjunta, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

3. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las cuentas anuales abreviadas adjuntas basada en nuestra auditoría. Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la auditoría de cuentas vigente en España. Dicha normativa exige que cumplamos los requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el fin de obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales están libres de incorrecciones materiales.
4. Una auditoría requiere la aplicación de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los importes y la información revelada en las cuentas anuales. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error. Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno relevante para la formulación por parte de la entidad de las cuentas anuales, con el fin de diseñar los 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. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables aplicadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la dirección, así como la evaluación de la presentación de las cuentas anuales tomadas en su conjunto.

Sayma Auditores, S.L.
 Avda. de la Libertad, 10 - 7º
 20204 Donostia - San Sebastián
 Tel: 943 44 01 30 Fax: 943 44 01 37
 E-mail: auditores@sayma.es www.sayma.com

a member of  International,
 a world-wide network of independent accounting firms and business advisers.

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

Opinión

6. 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 la sociedad FUNDACIÓN CRISTÓBAL BALENCIAGA FUNDAZIOA a 31 de diciembre de 2014, así como del excedente correspondiente al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

7. La memoria de actividades fundacionales adjunta, contiene las explicaciones que los Órganos de Gobierno consideren oportunas sobre las actividades fundacionales realizadas durante el ejercicio para cumplir con su fin fundacional 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 2014. 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.

SAYMA AUDITORES


Fdo: Andoni Arzállus Mendiluce

San Sebastián a 13 de mayo de 2015.