

Evaluación del impacto económico, social y medioambiental del Museo Cristóbal Balenciaga

Resumen ejecutivo

Septiembre 2021

IO B

CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA
10 URTE / AÑOS / ANS / YEARS



EY

Building a better
working world

1. Principales magnitudes

Contribución económica

La actividad del Museo Cristóbal Balenciaga ha generado **14,8 millones de euros** de contribución económica directa, indirecta e inducida en los últimos 10 años

14,8 M€

de contribución económica directa, indirecta e inducida en los últimos 10 años

1 €

invertido en el Museo por el sector público



1,12 €

generado de valor añadido en la economía española

503.668

Visitantes



Los visitantes del Museo Cristóbal Balenciaga generaron **33,4 millones de euros** de forma indirecta e inducida en la economía en los últimos 10 años

Los principales sectores a los que los visitantes del Museo Cristóbal Balenciaga contribuyen



10,7 M€

en el sector del comercio



7,5 M€

en el sector del transporte



4,6 M€

en el sector de finanzas, seguros y real estate

Contribución Social y cultural

Cada empleo directo del Museo Cristóbal Balenciaga genera más **5 puestos de trabajo** indirectos e inducidos en la economía española

321 empleos generados

directos, indirectos e inducidos por la actividad del Museo

767 empleos generados

indirectos e inducidos por la actividad de los visitantes

Los principales impactos en educación y formación para profesionales



11.000 escolares participaron en los programas escolares

4.995 beneficiarios de programas digitales de accesibilidad

360 participantes en los 18 Cursos de técnicas de Alta Costura

1.145 participantes en los 71 talleres de técnicas textiles



1.245 participantes de Escuelas de Moda

+15 escuelas especializadas

10 países



Colección en **2020**



3.199 referencias y **1.741 documentos** ingresados en los últimos 10 años

2.950 documentos

5.559 piezas

El valor patrimonial **incrementó 12 veces el valor** inicial en 10 años



2.731.661 €
Valor patrimonial de las colecciones 2019

Impacto ambiental

Cada visitante del Museo Cristóbal Balenciaga genera una huella de carbono de **1,91 kg CO₂eq**



943,75 ton CO₂eq

de gases de efecto invernadero generados en los 10 años de actividad

308,89 ton CO₂eq de emisiones de **Alcance 1**

634,71 ton CO₂eq de emisiones de **Alcance 2**

Las emisiones en CO₂eq en el año 2020 de un visitante del Museo equivalieron a un **viaje de 13km de una persona en un autobús público**



Las emisiones totales de los 10 años de actividad del Museo equivalen a un viaje de **avión con 220 pasajeros de ida y vuelta de Bilbao a Ciudad de México**



5.308 m³

consumida en los últimos 10 años



819 kg

de residuos en los últimos 10 años

2. Introducción

Objetivos del estudio

El Museo Cristóbal Balenciaga, inaugurado en 2011 en la villa de Getaria, rinde homenaje a uno de los grandes maestros de la alta costura de nuestro país, Cristóbal Balenciaga Eizaguirre.

Este estudio de la evaluación del impacto económico, social y cultural del Museo Cristóbal Balenciaga, elaborado por EY en estrecha colaboración con el propio Museo en el marco del X aniversario de su fundación, tiene como finalidad analizar el impacto de la institución y su innegable influencia en términos de contribución económica y cultural directamente derivada de su actividad. Ambas entidades comparten valores y ámbitos comunes que han permitido esta colaboración.

Principales objetivos de este estudio de impacto:

1. Promover la rendición de cuentas y la transparencia en el sector cultural y público.
2. Sensibilizar a los grupos de interés y a la sociedad sobre los impactos del Museo.
3. Ofrecer información y perspectiva para la toma de decisiones.

El legado de un genio

Cristóbal Balenciaga nace en Getaria (Gipuzkoa, Euskadi, España) el 21 de enero de 1895. Debido al oficio de su madre, desde muy joven estuvo en contacto con un aura

de elegancia y buen gusto, lo que contribuyó a alentar su talento y su pasión por la moda.

Es su etapa parisina la que le consagra como uno de los diseñadores más influyentes de la historia, al entrar en contacto con una clientela cosmopolita de gran relevancia social, económica y cultural, así como por su acceso a los más importantes proveedores de tejidos y a los mayores especialistas en los oficios relacionados con la alta costura. Sus creaciones, basadas en la comodidad, la pureza de líneas, la reinterpretación de la tradición española y el desarrollo de volúmenes innovadores, marcarán la moda de las décadas centrales del siglo XX.

“La mujer debe andar de manera natural y no sentirse insegura en su paso”, sentenciaba Balenciaga, que siempre se mantuvo fiel en sus propuestas al tacón bajo, la falda por debajo de la rodilla y la manga tres cuartos. Su precisión, manejo de la técnica, atemporalidad, vanguardismo y perfeccionismo, basado todo ello en unos sólidos valores personales de honestidad, coherencia y creatividad, le reportaron la admiración de la prensa especializada, de sus colegas y de sus contemporáneos. Además, su capacidad innovadora, en sutil y constante evolución, su conocimiento de los tejidos, su sentido de la proporción y la medida, y su visión e interpretación del cuerpo femenino lo han consagrado como uno de los diseñadores más influyentes de todos los tiempos.

“

Balenciaga lograba que las mujeres se sintieran libres; no cabe mejor elogio.

Hubert de Givenchy

Historia del Museo Cristóbal Balenciaga

La Fundación Cristóbal Balenciaga tiene el objeto de promover, difundir y potenciar la trascendencia que la figura y obra del modisto Cristóbal Balenciaga han tenido en el mundo de la moda, de la alta costura en particular, y en la creación artística en general. Uno de los principales proyectos de la Fundación desde sus inicios era abrir un museo en Getaria, la localidad de nacimiento del famoso diseñador, con el objetivo de dar a conocer su vida, su obra y su relevancia en el mundo de la moda. Para ello, se eligió el Palacio Aldamar.

El Museo Cristóbal Balenciaga fue inaugurado el 6 junio de 2011. Su misión es ser un museo, consagrado a la figura, obra y contexto de Cristóbal Balenciaga, siendo el **primer museo del mundo dedicado en exclusiva a un modisto**.

Colección

El Museo Cristóbal Balenciaga custodia una gran colección de más de 5.500 obras de indumentaria originales. Esta colección forma parte del importante patrimonio material e inmaterial que dejó Cristóbal Balenciaga y supone la muestra de moda de mayor relevancia en España, tanto por su extensión cronológica como por la calidad de las piezas que la componen. Su importancia la sitúa en un lugar privilegiado entre las colecciones de moda a nivel internacional.

Junto a la colección de indumentaria y complementos, el Museo alberga otros fondos documentales y objetos relacionados con Balenciaga, el oficio de la costura o el negocio de sus casas, así como fondos bibliográficos especializados tanto históricos como contemporáneos.

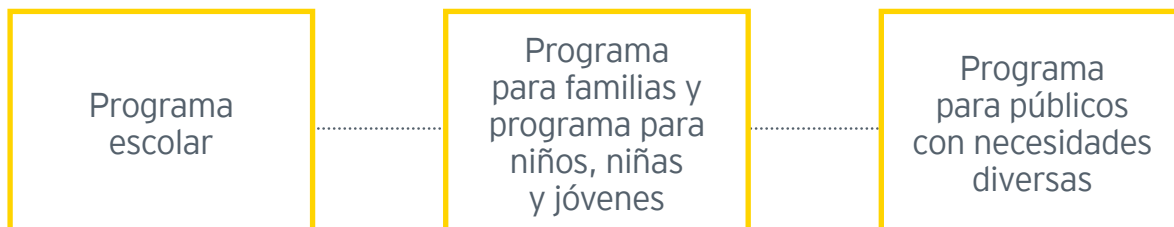




Actividad

El Museo Cristóbal Balenciaga organiza y gestiona actividades educativas y de mediación con el objetivo principal de dar acceso al conocimiento y al disfrute de sus fondos y contenidos, tanto a la colección estable como a las exposiciones temporales. Su actividad se divide en dos líneas diferentes: la educación social por un lado y la formación para el sector profesional de la moda, por otro.

Educación social



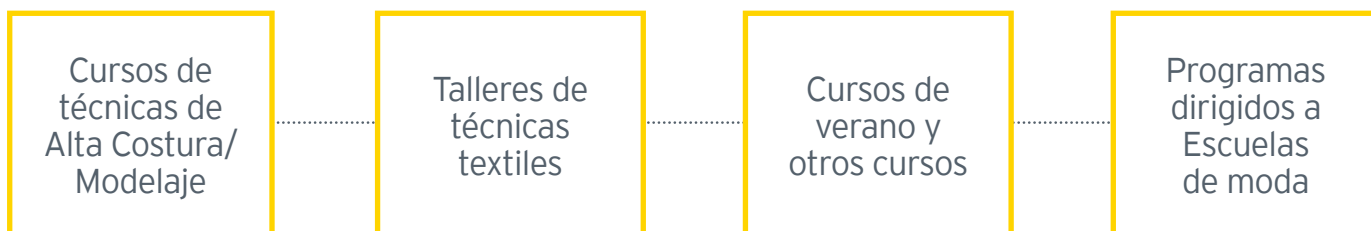
El programa escolar consta de actividades adaptadas a todos los ciclos educativos. El objetivo es la sensibilización y comprensión de la moda como una expresión cultural, formando criterio y valores en este contexto, utilizando el universo textil como instrumento para vehicular y acompañar los contenidos presentes en el currículo escolar. En diez años, han pasado por el Museo casi 11.000 escolares, con un aumento paulatino de los participantes.

Las actividades para familias pretenden acercar de un modo lúdico y creativo el contenido del Museo a familias, niñas y niños de entre seis y catorce años de edad, así como a jóvenes en tiempo libre. Los participantes tienen la oportunidad de conocer y explorar temáticas vinculadas tanto a la colección como a las exposiciones temporales y prendas expuestas

en las mismas. Desde 2011 han sido 762 las personas participantes en las actividades para familias y 1.292 niños, niñas y jóvenes en tiempo libre, con un nivel de satisfacción de 9,4 sobre 10.

Por último, el Museo Cristóbal Balenciaga, en colaboración con Kutxa Fundazioa, ofrece un programa de visitas y talleres dirigido a facilitar el acceso y la inclusión de personas con necesidades específicas. El objetivo es responder a las necesidades de las personas con discapacidad, haciendo accesible el Museo y su contenido al mayor número de colectivos posible. Estos programas sociales y de accesibilidad han contado con 761 participantes que han mostrado un nivel de satisfacción muy alto de 9,7 sobre 10.

Formación para el sector profesional de la moda



El programa de cursos sobre técnicas de Alta Costura que el Museo promueve pretende difundir los valores y, principalmente, las técnicas de Cristóbal Balenciaga adaptadas al contexto actual de la moda. Hasta el momento han sido 18 los cursos celebrados con 360 participantes con una satisfacción global media de 9,7 sobre 10.

Por su parte, los talleres de técnicas textiles son propuestas eminentemente prácticas de iniciación a diversas técnicas que pretenden favorecer un método distinto de acercamiento y entendimiento del contenido del Museo. Han sido 71 los cursos celebrados con 1.145 participantes a lo largo de 286 horas de formación con una satisfacción global media de 8,6 sobre 10.

Además, el Museo presentó en 2017 su proyecto Escuela de Verano, que aspiraba a convertirse en una cita anual de tecnificación para los profesionales vinculados a la moda con el objetivo de aumentar el nivel de cualificación y apoyar el desarrollo empresarial de los profesionales del sector. En las tres ediciones celebradas han sido impartidas 32 horas, con la participación de 160 profesionales con una satisfacción global media de 7,6 sobre 10.

Más allá de los cursos de verano, hay otros cursos destinados al público profesional que pretenden favorecer la profundización en los conocimientos con el foco puesto en las habilidades y las experiencias asociadas al perfil especializado. Han sido 11 los cursos celebrados con 220 participantes a lo largo de 176 horas de formación con una satisfacción global media de 9,1 sobre 10.

Transmissions

El Museo promueve desde 2016 el proyecto educativo y de creación Transmissions, que ha logrado reunir a profesores/as y alumnos/as de las más prestigiosas escuelas internacionales

de diseño en moda (actualmente 12 instituciones) para que participen en este proyecto de investigación y creación basado en contenidos propios relacionados con Cristóbal Balenciaga. Las escuelas participantes tienen un gran prestigio y están repartidas por todo el mundo.

Los alumnos y alumnas participantes viajan a Getaria con sus profesores para conocer el legado de Cristóbal Balenciaga a través del estudio directo de la obra del creador en su Museo y del acceso al archivo de sus colecciones. En estas sesiones se analiza una selección de piezas representativas de su capacidad técnica y creativa. Desde su creación en 2016 han sido **730 los participantes en el proyecto Transmissions**, de los cuales 520 están desarrollando sus proyectos en la edición 2019/2020.

Además, existen diferentes marcos de colaboración con Escuelas de Moda, normalmente a través de convenios bianuales, realizándose **32 sesiones con 10 escuelas especializadas** a través de un programa basado en ejercicios prácticos en el museo que han sido atendidos por **515 participantes**.

Otras actividades

El Museo trabaja un programa expositivo anual destinado a divulgar y reconocer la figura de Cristóbal Balenciaga, así como a generar entre el público conciencia y sensibilidad hacia la vertiente cultural de la moda. En total, se han realizado 16 exposiciones de indumentaria, a partir de colección propia o en colaboración con otras colecciones, y 16 exposiciones en torno a otras disciplinas.

Por último, en coherencia con los valores de innovación del propio Cristóbal Balenciaga, el Museo presta especial atención al ámbito de la investigación y la nueva creación. Por ello, desde 2014 el Museo mantiene abierta la línea de investigación sobre el Patrimonio Inmaterial Las manos que cosen, que recoge testimonios, documentación y fotografías de los profesionales de los talleres y el saber hacer del oficio de la alta costura.

La labor de mediación cultural con el público y otros museos es una de las actividades más importantes que realiza el Museo en el plano educativo y de formación de públicos. Desde 2011, han sido impartidas **2.654 visitas guiadas** para **40.290 participantes**.

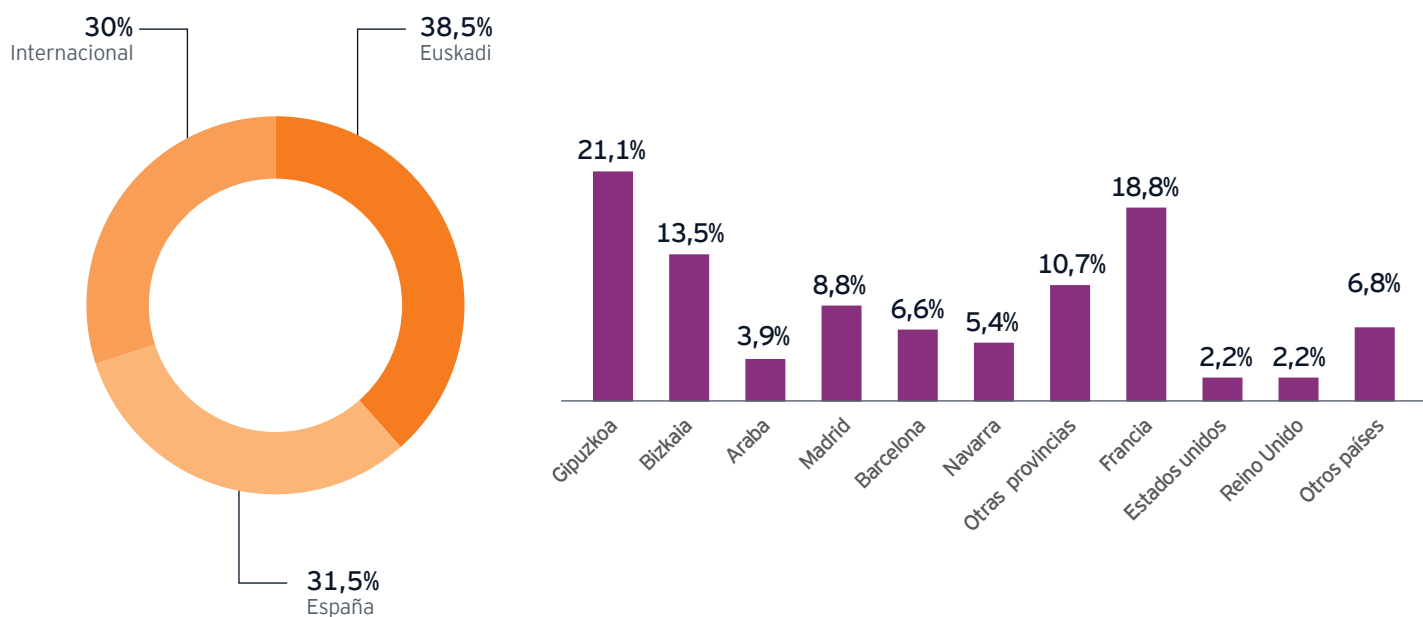


Públicos

Desde su apertura en 2011 y hasta junio de 2021, el Museo Cristóbal Balenciaga ha recibido a más de 500.000 visitantes de procedencia diversa. Las visitas de ciudadanos de Euskadi suponen el 38,5% del total, siendo Gipuzkoa la provincia que más aporta.

El turismo procedente de otras comunidades autónomas ha supuesto de media en estos 10 años un 31,5%, siendo el origen más común Madrid, Navarra y la provincia de Barcelona. En total, el turismo nacional ha supuesto el 70% del total de los visitantes. Del 30% restante, un 24,2% son visitantes de origen europeo, con Francia como el país de procedencia más común con diferencia (17,8%).

Procedencia de los visitantes



Relevancia institucional

El Museo Cristóbal Balenciaga tiene forma jurídica de Fundación, cuyas actividades se consideran de interés social y cultural en relación a los incentivos fiscales al mecenazgo de la Norma Foral 2/2019.

En su Patronato participan cuatro instituciones públicas: el Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España, Gobierno Vasco, Diputación Foral de Gipuzkoa y Ayuntamiento de Getaria, además de entidades sectoriales como la Asociación de Creadores de Moda de España y otras personas privadas promotoras del proyecto desde sus inicios. Sus Majestades los Reyes de España son Presidentes de Honor de la Fundación, y M. Hubert de Givenchy fue en vida, manteniendo a título póstumo, el cargo de Presidente Fundador.

“

Desde un punto de vista institucional es importante considerar al Museo Balenciaga como un elemento de un sistema más amplio para promocionar la imagen de Euskadi en el mundo.

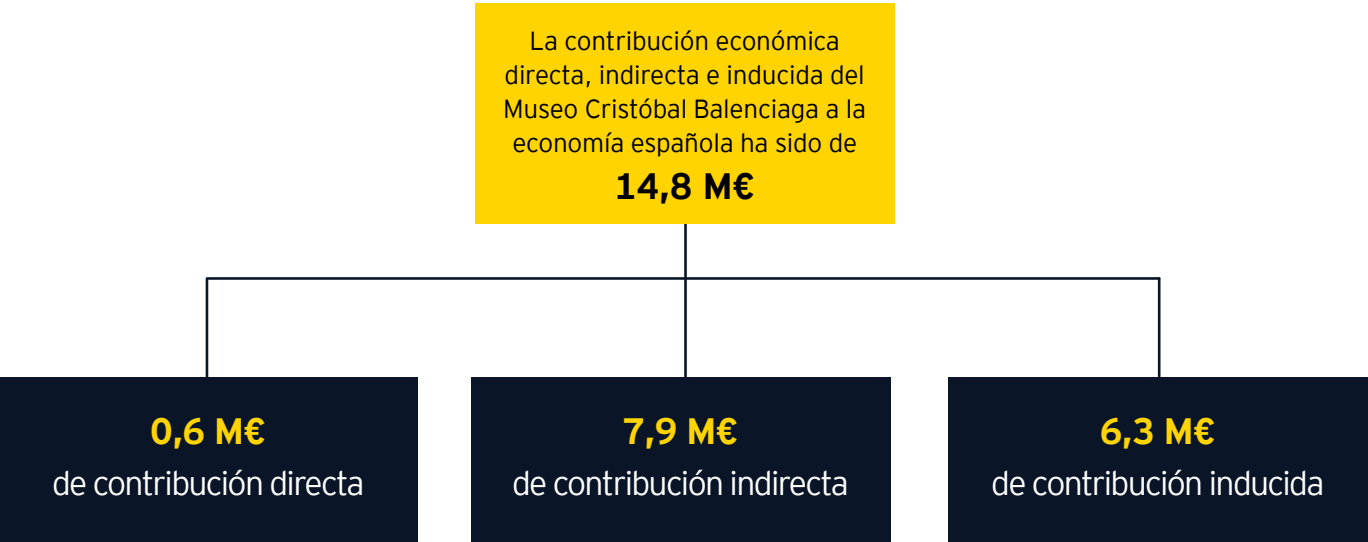
Bingen Zupiria

Consejero de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco, y Patrono de la Fundación Cristóbal Balenciaga

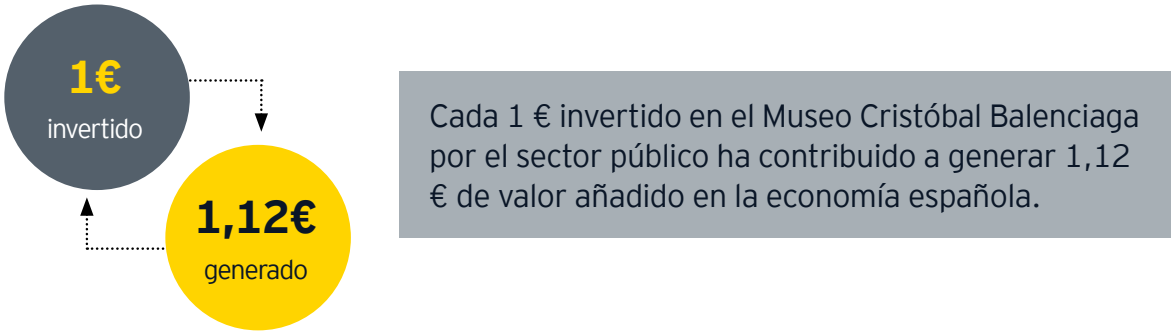
3. Evaluación de la contribución económica

El Museo Cristóbal Balenciaga, a través de su actividad, es dinamizador cultural y económico de la villa de Getaria, contribuyendo de forma directa, indirecta e inducida a la activación de la economía de la villa y su entorno. En

concreto, a lo largo de estos últimos diez años, el Museo ha generado a través de su actividad una contribución económica de 14,8 millones de euros a la economía española:

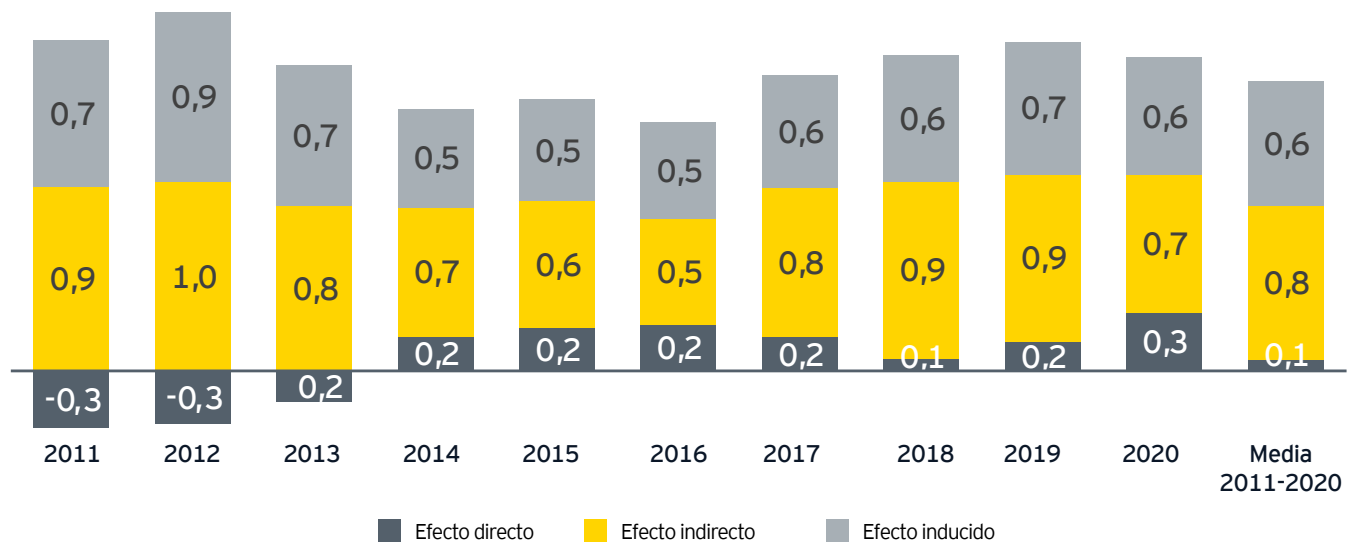


Al importe generado de forma directa, indirecta e inducida por el Museo, se añaden además 9,1 millones de euros de contribución tributaria.



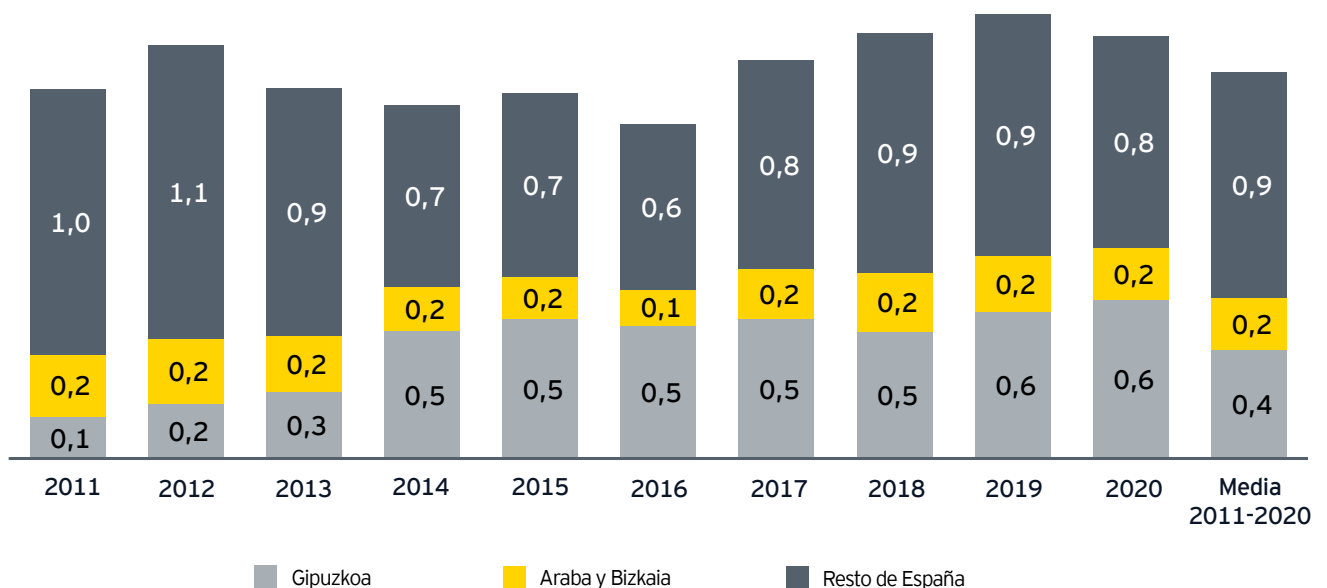
A continuación, se detalla la evolución de la contribución económica del Museo desde su creación, que tiene una elevada dependencia del sector público, lo que limita su contribución económica directa, indirecta e inducida:

Contribución económica Museo Balenciaga (M€)



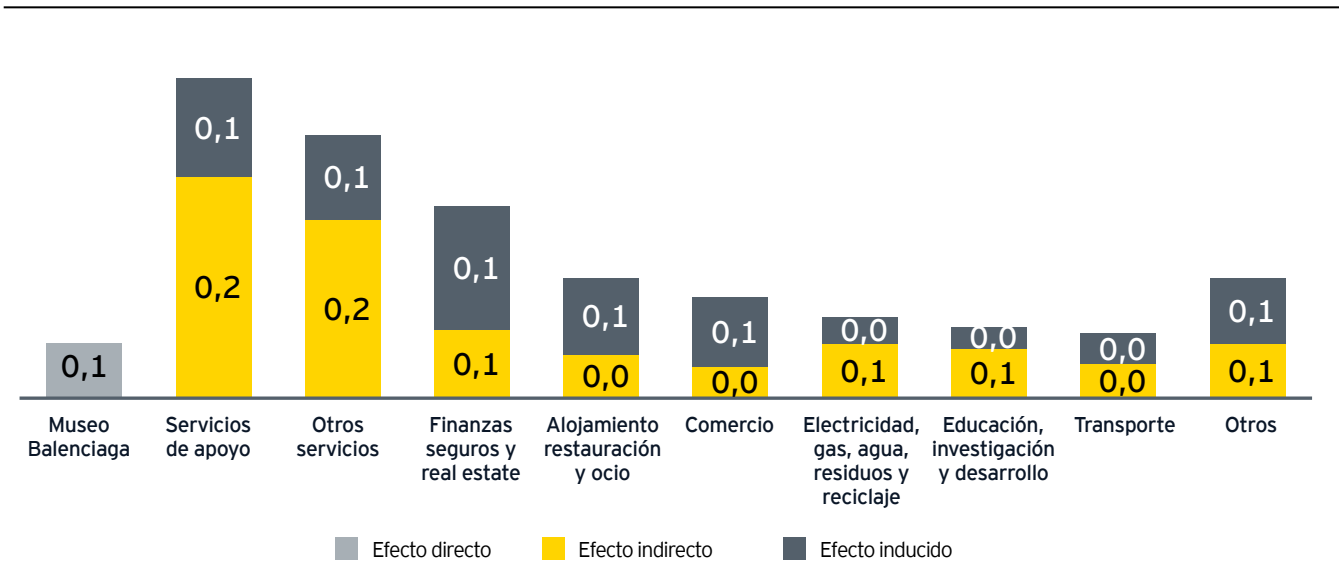
A continuación, se desglosa esta contribución por provincia y año gráficamente:

Contribución económica por región (M€)



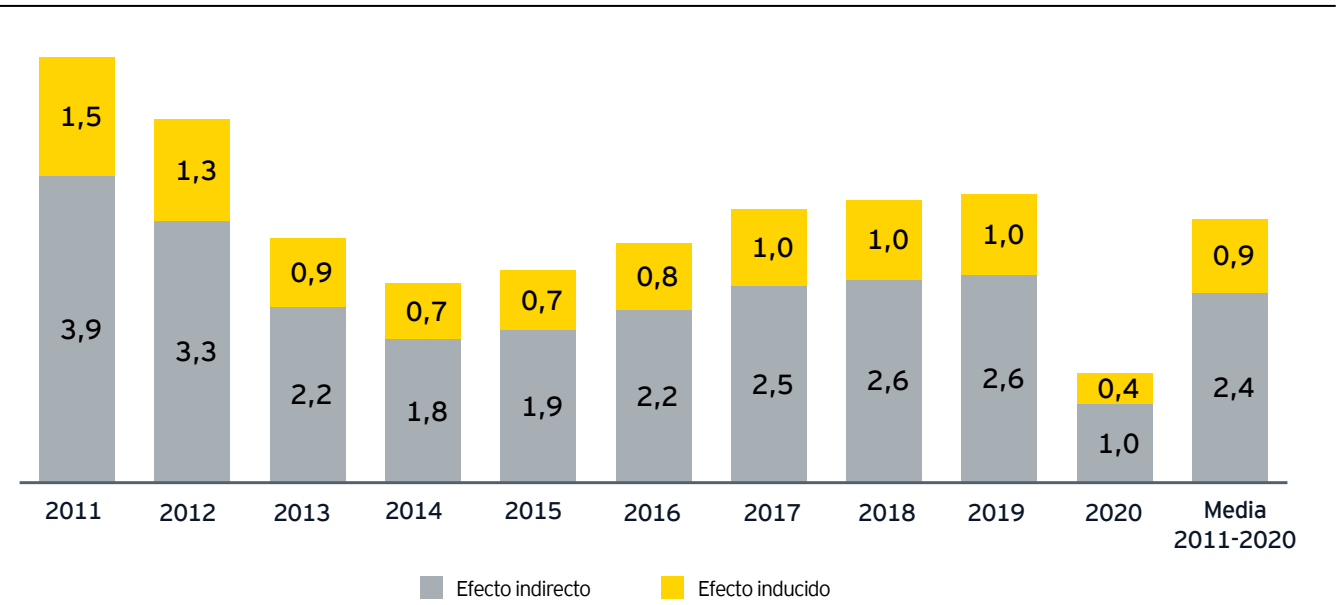
En cuanto a los sectores en lo que la actividad del Museo ha tenido un mayor impacto en promedio en el periodo 2011-2020, un 23% se ha generado en el sector de servicios de apoyo¹, un 19% a otros servicios y un 14% al sector finanzas, seguros y real estate.

Contribución económica por sector (M€)



Por su parte, los casi 500.000 visitantes del Museo Cristóbal Balenciaga generaron en el periodo 2011-2020 33,4 millones de euros de forma indirecta e inducida en la economía española, de los cuales 24,1 millones de euros se han generado de forma indirecta y 9,1 de forma inducida. ta contribución económica se repartió anualmente de la siguiente forma:

Contribución económica generada por visitante (M€)

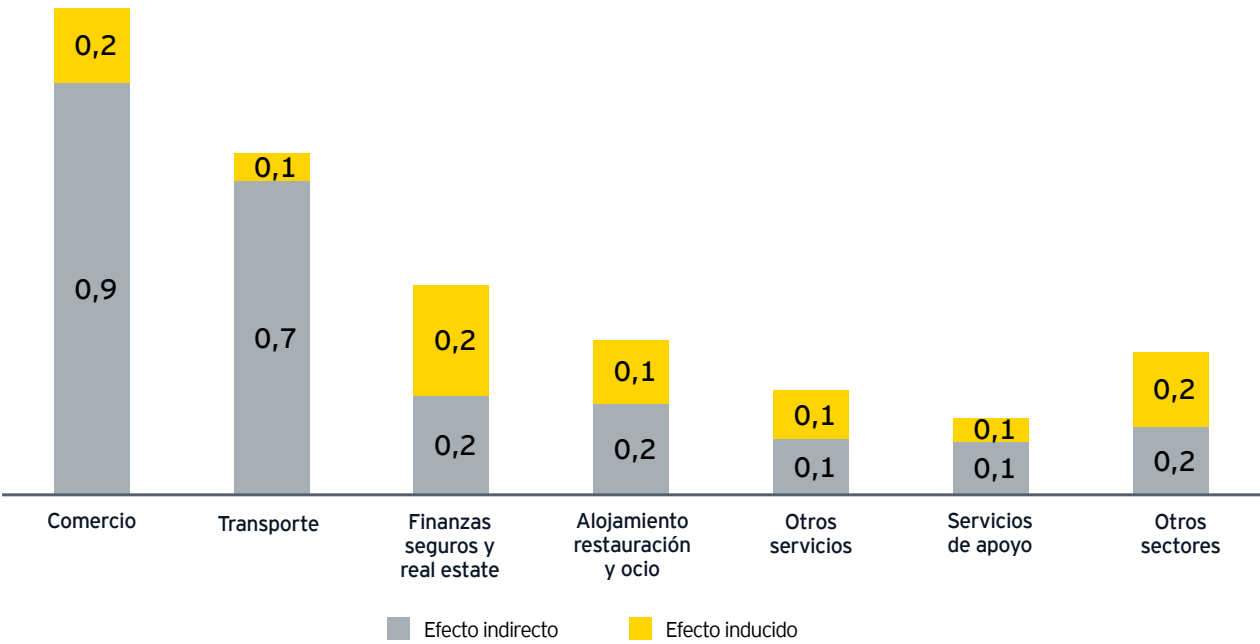


1 El sector considerado incluye: informática y consultoría, servicios legales y contables, publicidad e investigación de mercado y servicios administrativos

Atendiendo a la contribución derivada del gasto realizado por los visitantes que acuden al Museo por sectores, en promedio en el periodo 2011-2020 destaca en primer lugar la contribución realizada en el comercio, que supone un 32% del total del gasto realizado. Otros sectores donde

ha existido una contribución destacada son el transporte, con un 23%, un 14% del total corresponden a servicios relacionados con finanzas, seguros y real estate y un 10% a alojamiento, restauración y ocio.

Gasto visitantes por sector de actividad (M€)



4. Evaluación del impacto social y cultural

Compromiso con la educación y formación

El Museo Cristóbal Balenciaga desempeña una labor destacada junto a la comunidad local en el fomento de la cultura. Con ese fin, el Museo organiza y gestiona actividades educativas y de mediación para integrar a todas las personas y acercarse a escolares, familias, niños, jóvenes, colectivos con necesidades especiales y a todos los profesionales de la moda nacionales e internacionales.



360

participantes en los 18
Cursos de técnicas de Alta
Costura

1.145

participantes en los 71
talleres de técnicas textiles

160

profesionales en las 3
ediciones de los cursos de
verano

Formación para el sector profesional de la moda

12

colaboraciones con escuelas
superiores de moda
nacionales e internacionales

730

participantes en el
programa *Transmissions*

40

proyectos de los
participantes expuestos en
el Museo en 2020

Empleo generado por el Museo Cristóbal Balenciaga

Desde el comienzo de la actividad del Museo hasta 2020 se han generado un total de 321 empleos a tiempo completo por la actividad del Museo y 767 empleos a tiempo completo generados por la actividad de los visitantes.

En cuanto a la tipología de los puestos de trabajo generados en estos diez años, cabe destacar que casi la mitad son indirectos. El 18% de los 321 empleos totales generados por la actividad del Museo son empleos directos.

La actividad de los turistas y visitantes genera también una gran cantidad de puestos de trabajo. Como consecuencia de esta afluencia de público, en los diez años de vida del Museo se han creado 767 empleos, 600 de los cuáles de forma indirecta.

“

Se generan cinco puestos de trabajo indirectos e inducidos en la economía de España por cada puesto de empleo directo del Museo Cristóbal Balenciaga.

Percepción de los visitantes

En cuanto al nivel de satisfacción de los visitantes, se realizan cuestionarios a los visitantes tres veces al año y de forma aleatoria para conocer sus impresiones sobre el Museo y la visita realizada.

Entre los aspectos mencionados se valoran especialmente el horario del Museo (4,74 sobre 5 en 2019) y la accesibilidad interna (4,68 sobre 5 en 2019), aunque todos los aspectos a valorar se sitúan por encima de 4, con una valoración global de 4,6 sobre 5. Un 98,9% de los visitantes recomendaría la visita.

Otros impactos significativos

Compromiso con la cultura y el patrimonio artístico

El valor de la colección del Museo Cristóbal Balenciaga y el número de visitantes creciente cada año incrementan el compromiso con la labor de conservación y restauración de su patrimonio. De manera continua se realiza una intensa labor de investigación y estudio, con el objetivo

de aumentar el valor de las colecciones. Muestra de ello es que el Museo comenzó su actividad con una colección formada 2.360 piezas de indumentaria y 1.209 documentos, que ha ido aumentando año a año hasta alcanzar las 5.559 referencias en 2020. Paralelamente ha incrementado el valor patrimonial de las colecciones 12 veces en estos 10 años de actividad, hasta alcanzar en 2019 un valor de 2.731.661 euros.

Itinerancias y préstamos

El Museo Cristóbal Balenciaga entiende que todo museo debe estar conectado con otras instituciones semejantes en una red que permita las coproducciones y las colaboraciones, puntuales o estratégicas, posibilitando también el intercambio de ideas, información y reflexiones.

En este sentido, en estos diez años de actividad se han prestado piezas de la colección para ocho exposiciones realizadas en instituciones españolas e internacionales, habiendo prestado 498 piezas en total, que han sido vistas por una audiencia aproximada de más de 700.000 personas.

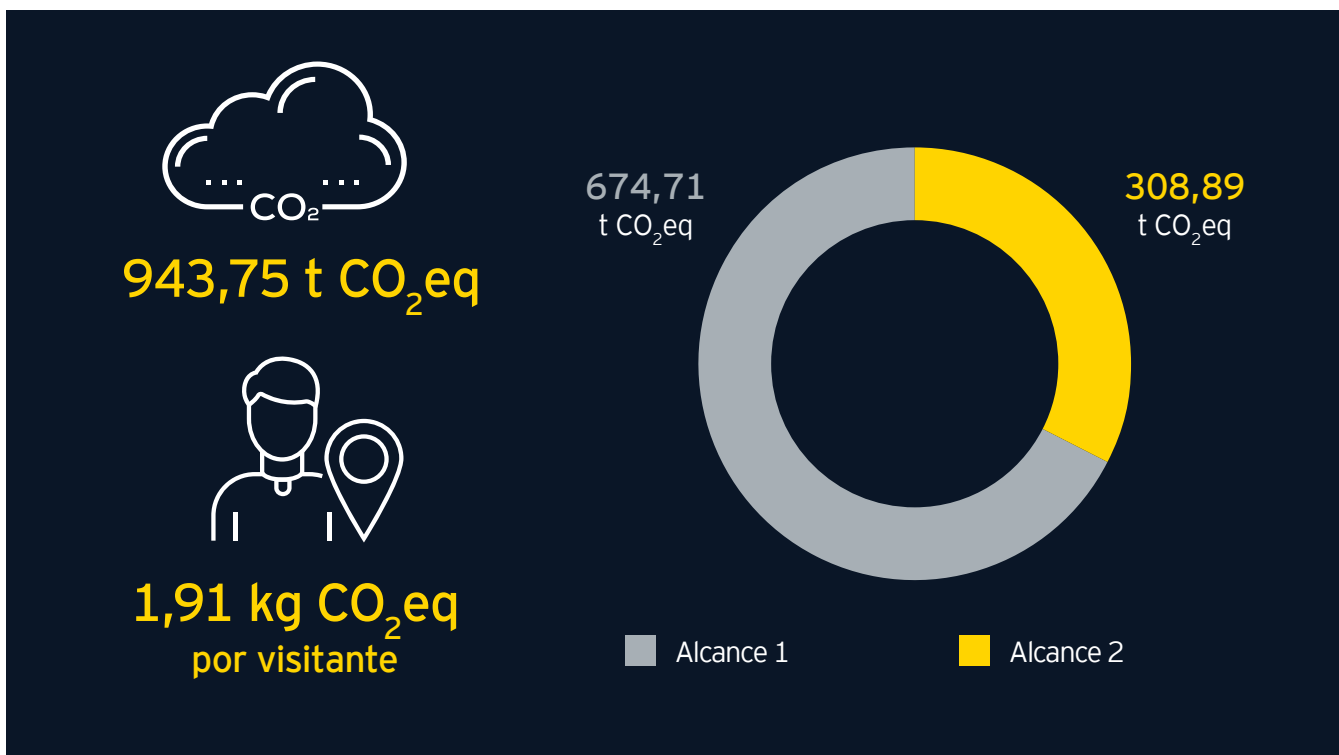


5. Evaluación del Impacto Ambiental

El Museo Cristóbal Balenciaga es consciente de su impacto medioambiental y está firmemente comprometido en ejercer su actividad minimizándolo al máximo. Las medidas adoptadas fomentan una

actividad orientada a la eficiencia de los recursos usados de cara a extraer el mayor beneficio con el menor impacto posible.

Huella de Carbono (2011-2020)²



El Museo Cristóbal Balenciaga se comprometió en 2015 a que el 100% de la energía consumida proviniera de fuentes de energía renovable, reduciendo su huella de

carbono considerablemente. Entre el 2015 y 2016, la huella de carbono pasó de 196 t CO₂eq, a 22 t CO₂eq, reduciéndose un 88,7%.


² Las Toneladas equivalentes de CO₂ es la cantidad de gases de efecto invernadero, expresada como el resultado del producto del peso de los gases de efecto invernadero en toneladas métricas por su potencial de calentamiento atmosférico (PCA).


Respecto a su huella de carbono por visitante, en los últimos cinco años, las emisiones de Gases de Efecto Invernadero por visitante del Museo se redujeron de 5,03 kgCO₂eq por visitante en 2015 a 0,50 kgCO₂eq por visitante en 2016, manteniendo hasta 2020 una contribución reducida.

Las emisiones en CO₂eq en el año 2020 de un visitante del Museo **equivalieron a un viaje de 13km de una persona en un autobús público**



Las emisiones totales de los 10 años de actividad del Museo **equivalen a un viaje de avión con 220 pasajeros de ida y vuelta de Bilbao a Ciudad de México**






CO₂


La huella de carbono del Museo Cristóbal Balenciaga a lo largo de sus 10 años de actividad ha supuesto una contribución negativa de³

21.279,7€



Desde su fundación el Museo Cristóbal Balenciaga ha consumido a través de su actividad un total de

5.308 m³



En los últimos diez años, el Museo Cristóbal Balenciaga ha generado a través de su actividad residuos por un total de

819 kg

3 Monetizazioari buruzko informazio gehiago lortzeko, kontsultatu inpaktu osoari buruzko txostenaren A eranskina.



6. Metodología y alcance

Contribución económica

Para el cálculo de la contribución económica y la creación de empleo EY ha utilizado la metodología *input-output* (basada en el modelo Leontief) y la *World Input-Output Database* (WIOD). A través de la interacción de esta modelización de la economía con elementos como la ocupación laboral, el salario medio y el valor añadido bruto por cada rama de actividad, es posible obtener los impactos indirectos e inducidos generados por el Museo Cristóbal Balenciaga en términos económicos y sociales a nivel nacional, autonómico y provincial.

Contribución social y cultural

Para el cálculo de la contribución cultural se han tenido en cuenta la evolución del número de referencias (piezas y documentos) y de fondos propios en los últimos 10 años de actividad del Museo Cristóbal Balenciaga.

Por su parte, para el impacto de las actividades de educación y formación llevadas a cabo por el Museo, se han tenido en cuenta los participantes y la inversión necesaria para desarrollar cada línea de actividad del Museo.

Impacto medioambiental

Para el cálculo de la huella de carbono, se han tenido en cuenta los consumos de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de Alcance 1 y Alcance 2 de la actividad del Museo Cristóbal Balenciaga. Para la correcta comparación y cálculo de la huella de carbono total se han convertido las emisiones a kg de CO₂ equivalente, usando los factores

de emisión y Potenciales de Calentamiento Atmosférico (PCA)⁴ del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO).

Para el cálculo del consumo total de agua del Museo Cristóbal Balenciaga desde su creación, se han considerado los consumos anuales derivados de su actividad.

En el cálculo de los residuos generados por la actividad del Museo Cristóbal Balenciaga en los últimos 10 años se ha considerado el tipo de residuos y el tipo de destino de los residuos.⁵

Alcance y limitaciones

El estudio de contribución económica del Museo Cristóbal Balenciaga se ha realizado mediante la obtención de información de distintas fuentes, tanto internas como externas del Museo. Toda la información que ha sido aportada por el Museo Cristóbal Balenciaga no ha sido verificada ni auditada por EY. EY no se hace responsable de las decisiones y acciones que se tomen fuera de su período de trabajo.

4 Informe del Inventario Nacional de Emisiones de GEI (serie 1990-2018).

5 Para más información sobre la metodología utilizada y su alcance consultar el informe completo.



1965

1966

1967

EY | Building a better working world

En EY trabajamos para construir un mundo que funcione mejor, ayudando a crear valor a largo plazo para los clientes, las personas, la sociedad y generar confianza en los mercados de capital.

Gracias al conocimiento y la tecnología, los equipos de EY, en más de 150 países, generan confianza y ayudan a las compañías a crecer, transformarse y operar.

EY es líder mundial en servicios de auditoría, fiscalidad, estrategia, asesoramiento en transacciones y servicios de consultoría. Nuestros profesionales hacen las mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas a los desafíos a los que nos enfrentamos en el entorno actual.

EY hace referencia a la organización internacional y podría referirse a una o varias de las empresas de Ernst & Young Global Limited y cada una de ellas es una persona jurídica independiente. Ernst & Young Global Limited es una sociedad británica de responsabilidad limitada por garantía (company limited by guarantee) y no presta servicios a clientes. La información sobre cómo EY recopila y utiliza datos personales y su correspondiente descripción sobre los derechos de las personas en virtud de la legislación vigente en materia de protección de datos, están disponibles en ey.com/es_es/legal-and-privacy. Las firmas miembros de EY no ejercen la abogacía donde lo prohíban las leyes locales. Para obtener más información sobre nuestra organización, visite ey.com/en_gl.

© 2021 Ernst & Young, S.L.
All Rights Reserved.

ED None

Este material se ha preparado únicamente con fines informativos generales y no debe considerarse como asesoramiento contable, fiscal o profesional. Consulte a sus asesores para obtener consejos específicos.

ey.com/es_es