



CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN VIGÍA / Nº 5

IMPACTO ECONÓMICO DEL XI
FESTIVAL DE FLAMENCO
DE JEREZ

ANA GONZÁLEZ NEIRA
JESÚS RAMÍREZ PICÓN

Impacto económico del
XI Festival de Flamenco de Jerez

ANA GONZÁLEZ NEIRA
JESÚS RAMIREZ PICÓN

CÁDIZ, 2008

® Edita: Fundación Provincial de Cultura. Diputación de Cádiz
Plaza de San Antonio, 3 11003 CÁDIZ
www.cadizcultura.es

Composición: Consejeros Gráficos
Cubierta: Departamento de Comunicación FPC

I.S.B.N.: 978-84-96654-11-2

Dep. Legal:

Imprime: Imprenta Linea Offset. Chiclana.

ÍNDICE

Introducción	5
Metodología de análisis	5
Impacto directo	7
Impacto Indirecto	7
Impacto inducido	8
Resultados metodológicos	8
Espectáculos	9
Formación	10
Actividades complementarias	10
Impacto directo del XI Festival de Jerez	11
Impacto indirecto del XI Festival de Jerez	19
Impacto inducido del XI Festival de Jerez	19
Conclusión	20
Bibliografía	23



I. INTRODUCCIÓN

Algunas de las actividades ligadas a la cultura generan, adicionalmente, un impacto económico análogo al producido por otros sectores de la economía. De lo que no es indispensable o, en ocasiones, gratuito, la cultura, además de un elemento indispensable en la cohesión social y la reconstrucción de una identidad, ha pasado a desempeñar el puesto de uno de los sectores económicos más activos.

Las actividades culturales, al igual que cualquier otra actividad económica, son generadoras de valor añadido y creadoras de ocupación, con una aportación cada vez mayor en el desarrollo de las economías más avanzadas. Múltiples estudios de impacto económico de las actividades culturales han puesto de manifiesto que éstas pueden contribuir positivamente en el desarrollo de otros sectores, como se da muy significativamente en los casos del turismo, los festivales y las industrias culturales.

En este contexto, quizás el objeto cultural que más se acerca a la síntesis de funciones que cumple la cultura en las sociedades contemporáneas sean los grandes festivales culturales, pues pretenden atender al triple objetivo de atracción masiva de gasto cultural, confección de una nueva imagen urbana y servir de factor de creatividad y progreso de la sociedad civil. De esta forma, en estos momentos asistimos a una festivalización de enclaves entendido como estrategia de desarrollo económico y de impulso territorial.

En la línea de estudios anteriores en la provincia, como es el caso del Festival de Teatro de Comedias en El Puerto de Santa María y el Festival de Música Española de Cádiz, el objeto de este análisis es el de dar a conocer el impacto económico del XI Festival de Jerez, muestra amplia y cualificada de la manifestación artística más genuina de la ciudad: el Flamenco

2. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

El análisis de los impactos económicos de las políticas culturales es un fenómeno muy reciente que comienza a ser notorio en la medida que tratan de estimar la importancia económica de las artes y analizar los flujos de actividades e ingresos vinculados a la existencia de una determinada manifestación cultural.

Inicialmente este interés por el análisis del impacto económico de la cultura encuentra obstáculos de aplicación habida cuenta de la escasez de modelos de

referencia que lo hacían “difícil de medir”. Partiendo de herramientas desarrolladas en otros sectores (como es el caso del turismo) y en el marco input – output de relaciones de interdependencia sectorial, la dimensión económica de la cultura puede analizarse desde diferentes frentes no sin limitaciones dadas por el manejo de distintas fuentes de información.

Los estudios de impacto económico tienden a adoptar una metodología común, con lógicas diferencias entre unos y otros en función de los flujos y agentes analizados.

El llamado “*método de los efectos*” distingue entre tres tipos de impactos o “efectos” que pueden medirse:

- Efectos directos; correspondientes a los gastos realizados por la actividad o institución cultural analizada en diferentes conceptos (salarios, compras, alquileres, ejecución de programas, etc) en el área geográfica de referencia y en el periodo de tiempo determinado.
- Efectos indirectos: definidos como los gastos que realizan los espectadores como consecuencia del consumo del producto cultural en cuestión (alojamiento, restauración, transporte, compras, entradas, etc.)
- Efectos inducidos; todos aquellas repercusiones no contabilizadas en las categorías anteriores y que se difunden o amplían por el resto del sistema económico, dentro o fuera del espacio de referencia.

Este método de análisis empírico del impacto económico ha sido llevado a la práctica por numerosos estudiosos, siendo pioneras las investigaciones del profesor de la Universidad de Valladolid Luis César Herrero, quien ha plasmado el cálculo de los efectos económicos de macroeventos culturales a nivel nacional e internacional.

Con todo, la celebración de cualquier evento no repetitivo, del tipo que sea, tiene unas repercusiones en el territorio diferentes a las que se producen por la celebración de festivales que cuentan con un carácter periódico; mientras en un caso el territorio se prepara con antelación y debe hacer inversiones específicas, que de otro modo no se hubieran realizado, en el otro las inversiones, gastos de mantenimiento, etc., son permanentes y resulta difícil relacionarlas directamente con los eventos.

Un estudio orientado a la estimación de efectos económicos de un festival cultural puro debe considerar, a su vez, los gastos públicos en la generación de la oferta cultural (programa del festival) y el gasto privado asociado al consumo cultural (visitantes y espectadores), todo ello suponiendo que las infraestructuras culturales estén dadas.

En esta línea, el modelo de análisis aquí propuesto distingue tres tipos de impacto, intentando ser fiel la metodología diseñada por Gonzalo Sánchez Gardey y Álvaro Rojas Vázquez, ambos profesores del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz, aplicada en varios estudios de análisis institucionales de la política cultural de la provincia gaditana.

1. Impacto directo

El desembolso público para hacer posible un evento cultural trae consigo un aumento directo de la facturación de empresas subsidiarias durante el periodo de desarrollo de la actividad. Genéricamente no podemos denominar gasto cultural aquel asociado en exclusiva al desarrollo de la programación. Directamente el gasto privado, derivado de la inversión complementaria del asistente al evento como del turista desplazado a la localidad para dicha actividad, incide en la economía local según necesidades de alojamiento, hostelería, transporte o compras.

Para evaluar el gasto cultural y su impacto directo en XI Festival de Jerez se ha partido del análisis de los presupuestos asignados a tal evento, no obstante la información del gasto privado fue obtenida a partir de cuestionarios a los asistentes, diseñados para estimar ciertas variables de necesidades de gasto durante los actos del Festival.

2. Impacto indirecto

Según Sánchez y Rojas, el abanico de empresas subsidiarias de la entidad gestora "realizan una serie de consumos intermedios para abastecerse de materias y servicios necesarios para su actividad", aumentando con ello la actividad económica de este segundo grupo de empresas proveedoras. La recurrencia de este efecto aumenta el número de sectores de producción y su extensión en el territorio hasta que sea totalmente imperceptible.

Así pues, el impacto indirecto estima el entronque económico de la actividad cultural analizada y la capacidad de arrastre y dinamización de la misma en la economía del territorio.

3. Impacto inducido

La definición de esta última categoría difiere de unos estudios a otros. Este análisis centra la atención en los aspectos cualitativos difundidos por el sistema económico, como puede ser el aumento del capital humano de la sociedad, la atracción de nuevas actividades y generación de empleo, que pese a su difícil cuantificación, resultan muy valederos para poner en conocimiento el factor creativo y de progreso de la ciudad.

3. RESULTADOS METODOLOGICOS

El Festival de Jerez se convierte en referencia única entre los eventos de este tipo que tienen lugar en todo el mundo, planteándose no sólo como un programa de difusión, sino que acoge manifestaciones formativas de apoyo a la creación y de encuentro con las artes. Significa también una llamada de atención sobre la propia ciudad como “contenedor escénico” de circunstancias, haciendo que sus actividades se distribuyan – además del Villamarta – por espacios públicos y edificios singulares.

El proyecto era crear un programa fijo para el teatro, con el planteamiento de llenar un hueco claro en una ciudad flamenca como Jerez. De ahí surgió la idea de crear un acontecimiento anual de baile flamenco y danza española que, partiendo de un cartel protagonista de espectáculos, también se extendiera a otros espacios de la ciudad. El certamen se concibió con una triple perspectiva; los espectáculos del programa oficial del Teatro Villamarta y otros espacios alternativos (Escuela Andaluza de Arte Equestre, Alcázar, bodegas, peñas...); el área formativa, con un amplio plan de cursos; y un cartel de actividades complementarias como exposiciones, encuentros, coloquios...

El “**XI Festival de Flamenco de Jerez**” se presenta ante el público con una programación de 64 espectáculos y 36 cursos; una importante oferta que muestra la magnitud y calidad del evento, y para la que desglosa un presupuesto de gastos de 1.308.000 €, destinados a mantenerlo entre los más importantes festivales de flamenco en general y consolidarlo como el más importante del baile flamenco en particular, a nivel internacional.

Esta undécima edición es un proyecto de “*Fundación Teatro Villamarta*” teniendo como principal promotor y patrocinador al *Excmo. Ayuntamiento de Jerez de la Frontera*, estando copatrocinado por la *Agencia Andaluza para el desarrollo del Flamenco* y la *Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía*, siendo colaboradores

del evento el *Ministerio de Cultura del Gobierno de España*, el *Consejo Regulador del Jerez*, *Unicaja*, *ONO*, *Tío Pepe*, *Diario de Jerez* y la web *Flamenco-world.com*.

Disponiendo al *Teatro Villamarta* como eje centralizador, despliega su oferta por toda la Ciudad para disfrute de todo el mundo, presentando entre el 23 de Febrero al 10 de Marzo de 2007 una programación con un alto índice de aceptación.

La oferta se organiza y se divide en:

ESPECTÁCULOS

VILLAMARTA	
Espectáculos	14
Índice ocupación	93%

Sala Compañía	Solos en Compañía	A-COM-PAS-A-DOS	De la frontera	Los Novísimos	
Espectáculos	6	4	3	2	15
Índice ocupación					82% *

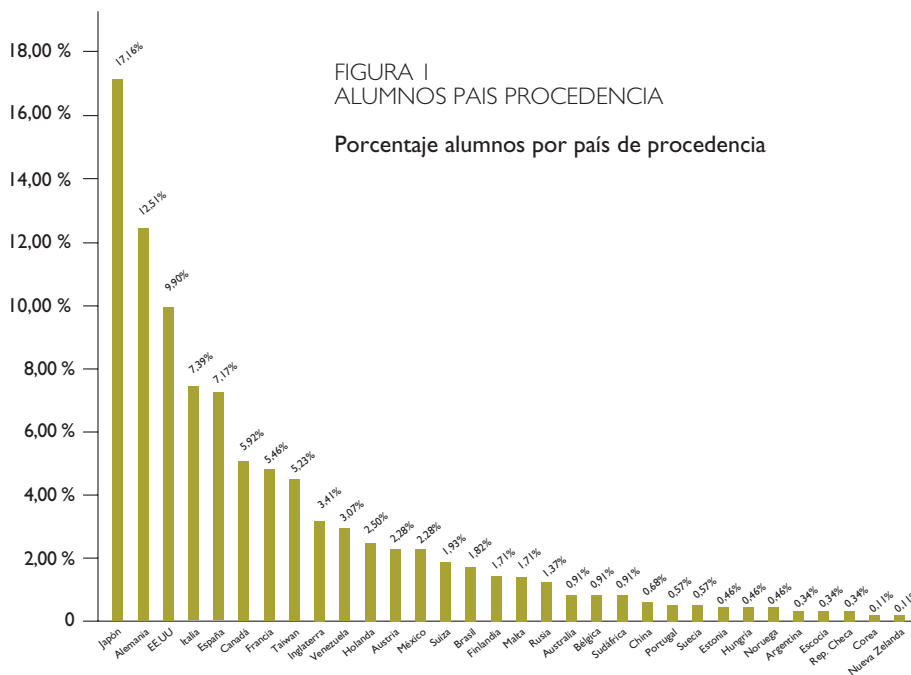
Bodega "Los Apostoles" Palacio de Villavicencio	Café cantante	Bordon y cuenta	De la frontera	Los Novísimos	
Espectáculos	6	3	2	6	17
Índice ocupación					82% *

Sala GUADALCACÍN	Flamenco en familia
Espectáculos	6
Índice ocupación	82% *

Asociación Cultural Flamenca Fernando Terremoto – Centro Cultural Don Antonio Chacón – Peña el Pescaero – Peña la Bulería – Peña la Zúa – Peña los Cernicalos –Peña Tio José de Paula – Tertulia Flamenca Pepe Alconchel	De peña en peña	Trasnoche	Peña de guardia	
Espectáculos				12
Índice ocupación				100%

FORMACIÓN

PROGRAMA FORMATIVO	
CURSOS PROGRAMADOS	36
TOTAL DE PLAZAS OFERTADAS	900
CURSOS CON OCUPACIÓN PLENA	33
CUPO DE ALUMNOS POR CURSO	25
TOTAL ALUMNOS PARTICIPANTES	882
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN DE PLAZAS	98%
NÚMERO DE PAÍSES DE PROCEDENCIA DE ALUMNOS	32

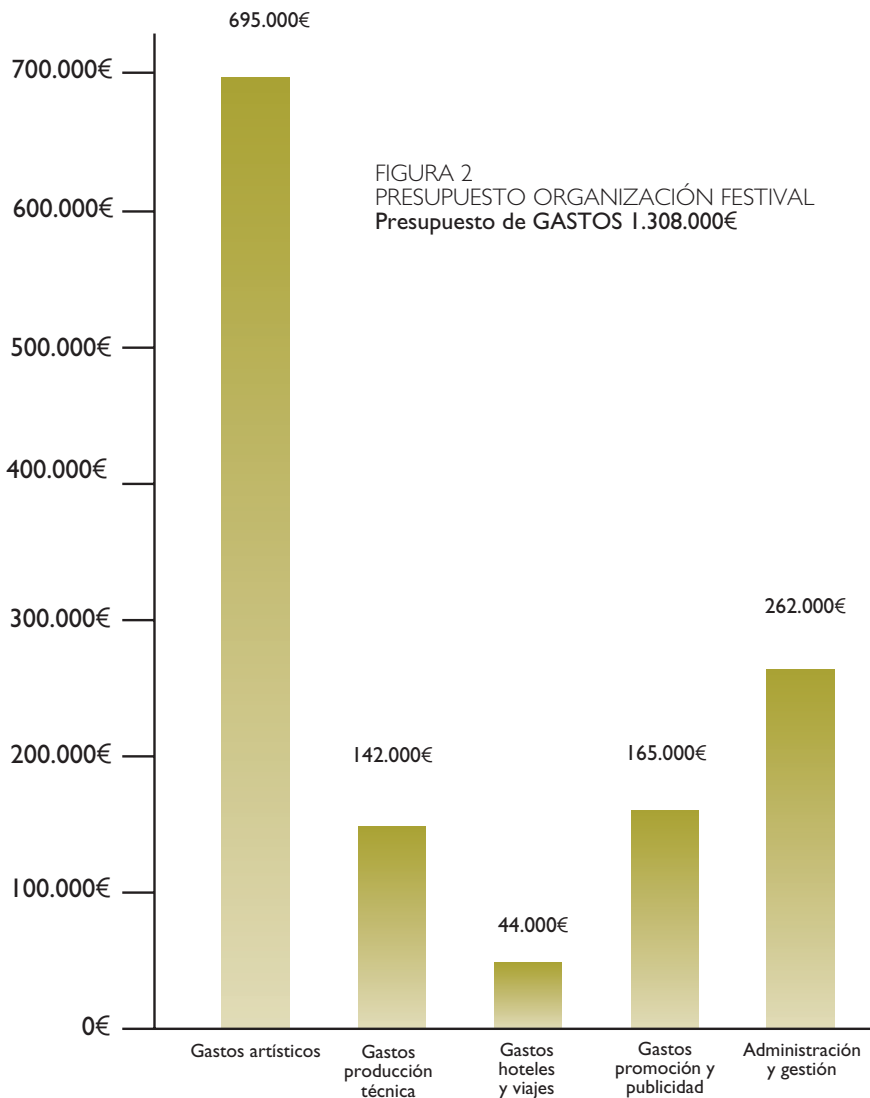


ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	
CONFERENCIAS DE PRENSA	17
PRESENTACIONES Y COLOQUIOS	14
OTROS ACTOS	9

I. IMPACTO DIRECTO DEL XI FESTIVAL DE JEREZ

Para organizar una producción con una oferta tan variada en actividades y espectáculos, para un público tan internacional, la “Fundación Teatro Villamarta” reparte un presupuesto de 1.308.000 €, en esta XI edición, distribuido de la siguiente manera:



GASTOS ARTÍSTICOS

GASTOS ARTÍSTICOS	695.000€
Cachés espectáculos	535.000€
Cachés área formativa	160.000€
GASTOS PRODUCCIÓN TÉCNICA	142.000€
Alquileres, luz, sonido, escenarios	
GASTOS HOTELES Y VIAJES	44.000€
No incluidos en los cachés	
GASTOS PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	165.000€
Folletos y soportes promocionales	71.000€
Inserciones en medios de comunicación	94.000€
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	262.000€
Personal fijo y eventual	205.000€
Material oficina, comunicaciones y varios	23.000€
Derechos autor	34.000€

La puesta en escena de una gran producción como es el Festival de Jerez requiere que gran parte del gasto empleado en su ejecución se estime en las representaciones artísticas que su programación expone anualmente. Durante esta undécima edición, la entidad gestora ha empleado más de la mitad de su partida presupuestaria (53%) en un extenso programa que complementa lo artístico (77%) y lo formativo (23%), apostando por la calidad y proyectando el nombre del Festival, y en definitiva el de la ciudad, más allá de las fronteras netamente nacionales.

No obstante, pese a que la contratación de las representaciones supone el gran cuerpo del gasto del Festival, el casi 47% restante del presupuesto se desglosa en pagos a personal laboral – fijo y eventual – (15.7%), promoción y publicidad (12.61%) y recursos técnicos (10.85%), sin olvidar otros gastos no incluidos en los cachés artísticos y aquellos derivados por pagos de derechos de autor.

Todo ello evidencia el gran despliegue de recursos humanos, técnicos y de promoción que supone la puesta en marcha de una actividad con una incidencia tan significativa en sectores necesarios para su desarrollo, como el alquiler de sistemas de iluminación y sonido, montaje y desmontaje de escenarios o atención al público.

Con todo, para hacer más significativo el resultado de estas partidas presupuestarias y su distribución entre diferentes sectores económicos locales, versamos nuestro análisis en la clasificación sistemática de ramas de actividad del IEA para la elaboración de las Tablas TIO, herramienta de gran repercusión actualmente en estudios de impacto económico en el sector cultural. Esta clasificación recoge un treintena de sectores, sin embargo, con base a los presupuestos otorgados por la Organización de Teatro Villamarta, en este estudio reseñamos aquellos relacionados más significativamente con los recursos técnicos y de promoción de la actividad, por ser los de mayor repercusión económica local, una vez descontados los pagos destinados a la programación artística propiamente dicha y al pago de los recursos humanos.

TABLA I
IMPACTO DIRECTO PRESUPUESTO

RAMA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO	% Impacto directo
Industria papel; edición, artes gráficas y reproducción de soportes y grabados	165.000	44,11%
Industria de material y equipo eléctrico, electrónico	142.000	37,97%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	23.000	6,15%
Hostelería	44.000	11,77%
TOTAL	374.000	100%

Como se señaló en líneas anteriores, no podemos denominar gasto cultural aquel asociado exclusivamente al desarrollo de la programación. El gasto privado, derivado de la inversión complementaria del asistente al evento como del turista desplazado a la localidad para dicha actividad, incide en la economía local según necesidades de hostelería, alojamiento o transporte.

La estimación del impacto directo del público asistente al *XI Festival de Jerez* requirió de una serie de datos que fueron extraídos a través de un cuestionario

realizado in situ a los asistentes de la mayoría de espectáculos y formaciones. El cuestionario fue diseñado especialmente para dicho evento con una batería de preguntas destinadas a clarificar los gastos del espectador, según se haya desplazado o no a Jerez para acudir a alguna de las actividades ofertadas por el Festival.

Un primer grupo de preguntas se destinaron a conocer datos de carácter demográfico de los asistentes, como su procedencia, sexo y edad, con la intención de depurar la capacidad de captación del público asistente al evento, así como si es ésta una actividad que despierta la atención en determinado grupo de edad y sexo (en función de lo cual podremos entender un determinado gasto y la estimación del impacto directo del público). Los resultados obtenidos quedan recogidos en los siguientes gráficos:



FIGURA 4
PORCENTAJE SEXOS

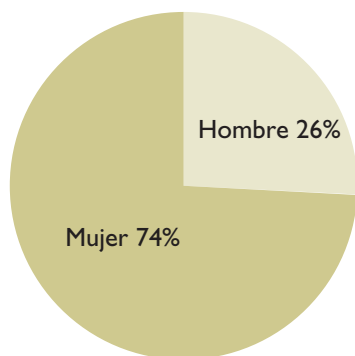
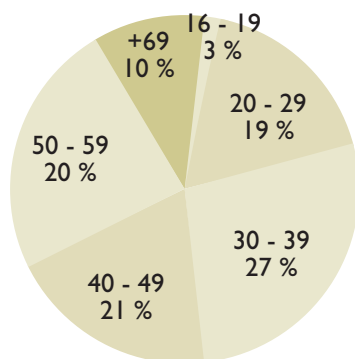


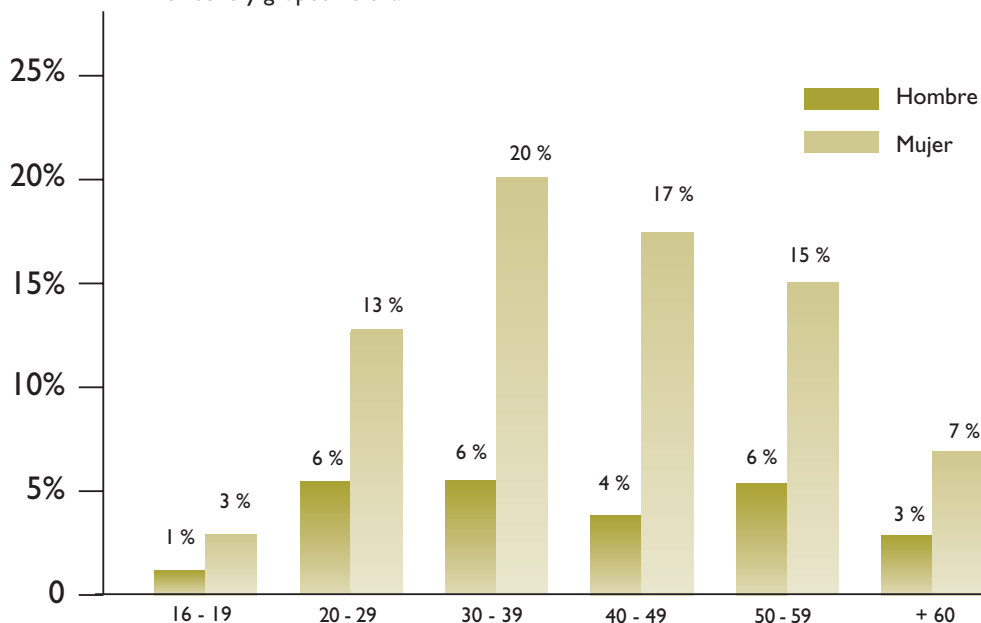
FIGURA 5
GRUPO EDAD



Del análisis de la primera gráfica podemos desprender con gran sorpresa el elevado índice de turista extranacional (43%), que acude al Festival de Jerez, siendo su procedencia, inclusive, alejada de las fronteras europeas. Como puede apreciarse en un gráfico anterior, Japón (17.18%), Alemania (12.51%) o Estados Unidos (9.90%) lideran la clasificación de países con el mayor número de turistas llegados a Jerez con motivo del Festival, claro indicio éste de la capacidad de captación de dicha producción cultural. Dentro de las fronteras nacionales, resulta obvio que el público jerezano lidere la asistencia a las diferentes actividades del Festival durante su celebración, situándose en un 30% frente al 12% de las localidades del arco de la bahía de Cádiz y otros núcleos poblacionales de la provincia (1%). En los ámbitos regional (7%) y nacional (7%), destacan un buen número de orígenes minoritarios que, dado a su diversidad, han quedado recogidos bajo los epígrafes de “resto Andalucía” y “resto España”.

Las gráficas que recogen las estimaciones por sexo y edad, nos indican el carácter femenino del turista / asistente (74%), cuya media de edad puede estimarse entre los 30-39 años, siendo también significativos los grupos que se sitúan entre los 40-49 años (17%) y los 50-59 años (15%).

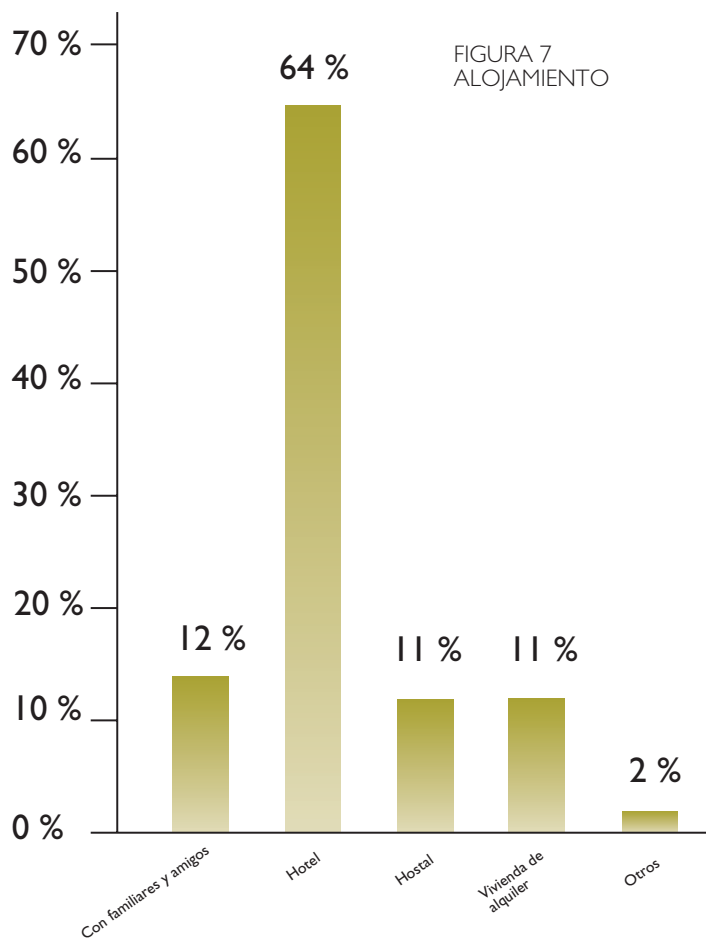
FIGURA 6
COMPARATIVA SEXO EDAD
Por sexo y grupos de edad



Interesantes nos resultan los datos arrojados tras el análisis a la cuestión planteada sobre la situación socioeconómica de los asistentes. Un 64% manifestó su puesto de trabajador en activo, cuya incidencia en el Festival viene dada, en el caso del turista desplazado, por un periodo vacacional que, en la mayoría de los casos es consecuencia de su asistencia a alguna o varias de las actividades programadas. Significativa resulta la asistencia de aquellas personas dedicadas al flamenco de forma profesional (16%), hecho éste que deja entrever la clara muestra del carácter innovador del Festival de Jerez, que actúa como escaparate anual de lo más granado del momento.

Una vez analizadas las cuestiones demográficas y tras la estimación de la situación socioeconómica de los asistentes, centramos la atención en los datos que arrojan luz sobre el patrón de gasto del público asistente.

En un primer orden de apreciaciones, debemos señalar, como ya se hizo con anterioridad, la diferencia entre el público que acude de fuera de Jerez y aquel que lo hace desde la propia localidad. Pese al elevado número de personas del municipio que acuden a las actividades del Festival, la mayoría de ellas representaciones artísticas, es de extrañar que un considerable porcentaje no realice consumo alguno en lo referente al sector de la restauración, si bien de hacerlo, no es asociado a la asistencia al Festival y si una actividad de índole cotidiana. Paralelamente, aquellos ciudadanos desplazados de localidades cercanas manifestaron realizar algún gasto, no obstante relativamente reducido y asociado al consumo de combustible y parking por traslados en vehículos desde su localidad de origen, y en menor medida por consumiciones realizadas en restaurantes, cafeterías y bares de la zona.



Dentro de los turistas que acuden a Jerez con motivo del Festival debemos señalar, como ya adelantamos, aquellos que lo hacen desde la propia comunidad andaluza, los que se trasladan desde otras localidades españolas y aquellos que lo hacen de otros países de Europa y otros continentes. En función de su procedencia, estimamos que existe un comportamiento de gasto diferente para aquellos usuarios que provienen de fuera de nuestras fronteras nacionales, con el lógico conocimiento de las necesidades de transporte que ellos precisan. Así pues, no es de recibo hacer una comparación entre el gasto en transporte que realiza un turista desplazado desde Japón como aquel que lo hace desde Madrid; cuantitativamente, el gasto presupuestado por el turista nipón es relativamente mayor al realizado por el ciudadano que se desplaza desde la capital.

Un dato interesante de la estimación del gasto privado en el consumo cultural y su incidencia en la economía local lo tenemos en el estudio del tipo de alojamiento de los visitantes durante el Festival.

Si bien un 12% manifiesta su estancia en casa de familiares o amigos, siendo su incidencia hostelera escasa y en ocasiones nula, un 86% de los visitantes extranjeros se alojan en hoteles (64%) y hostales (11%), mientras que otro tanto por ciento (11%) prefiere optar por el alquiler de una vivienda para sus días de estancia en la ciudad.

Con los datos estimados por los asistentes encuestados antes del comienzo de las diferentes representaciones, así como en los programas formativos, se ha realizado una tabla con la media del impacto directo procedente del gasto privado durante las dos semanas de duración del XI Festival de Jerez. Los datos quedan expresados de la siguiente manera:

TABLA2
IMPACTO DIRECTO GASTO PRIVADO

GASTO PRIVADO FESTIVAL DE JEREZ	
Viaje	472,36€
Alojamiento	449,80€
Manutención	219,25€
Compras	707,00€
Entradas/Cursos	120,12€
Otros gastos	151,07€
MEDIA general de GASTOS	2.119,06€

Como conclusión al análisis del impacto directo en *XI Festival de Jerez* podemos manifestar que una importante participación del mismo viene dado por la aplicación de un esmerado presupuesto que distribuye su impronta de manera más o menos notable en la economía local, así como un significativo gasto privado en el sector hostelero (alojamiento y manutención), comercial (compras varias, centradas la mayoría en indumentaria profesional de baile) y, en definitiva en el sector del turístico.

2. IMPACTO INDIRECTO DEL XI FESTIVAL DE JEREZ

Como se definió con anterioridad, el impacto indirecto estima la capacidad de arrastre y dinamización de la economía, en la medida que la actividad de unas empresas impulsan el desarrollo de otras dentro del sistema económico. La estimación del cálculo de este efecto se resuelve a través de la interacción de los diversos sectores económicos recogidos en la clasificación sistemática a la que hicimos referencia en el apartado anterior, con la salvedad de la aplicación de una matriz simétrica de coeficientes que permite analizar la incidencia de cada una de ellas sobre las demás hasta su total disolución en el territorio. Partiendo de los resultados obtenidos en la estimación del impacto directo, se desprende que su distribución por el tejido económico local es perceptible, en algunos de los sectores con una mayor envergadura, hecho éste que puede ser explicado si tenemos en cuenta la conexión de aquellos sectores relacionados con las primeras empresas subsidiarias de los presupuestos del gasto público.

3. IMPACTO INDUCIDO DEL XI FESTIVAL DE JEREZ

El análisis de este último efecto lo centraremos en los aspectos más cualitativos del mismo, como ya adelantamos a la hora de fijar la metodología de estudio, diluidos por el sistema económico y no reseñados en los puntos anteriores por entender que no generan una impronta tan significativa. Habida cuenta de su carácter potencial, la asignación presupuestaria de un determinado número de trabajadores, que se ve aumentado durante la celebración del Festival, no afecta directamente a la economía local y sí a la situación socioeconómica de aquellos que, pese a poder ser moderada, incide de una manera u otra en el consumo de la ciudad. Así pues, de los 205.000 euros estimados por la organización para gastos de gestión y administración, un 78% serán facturados para pagos a personal fijo, posiblemente en calidad de retribución extra durante los días de celebración del Festival, y a la contratación de eventuales, en calidad de atención al público, personal de seguridad, responsables de sala, etcétera.

CONCLUSIÓN

Con todo ello, en este estudio hemos decidido fijar la atención en la capacidad de reconversión de la imagen de la ciudad que está manifestando el Festival de Jerez, cuya duración y progresión positiva en el tiempo se ha entendido como estrategia de desarrollo económico gracias a una de las manifestación artísticas más genuinas de la cultura popular de la ciudad. Para avalar esta afirmación, con anterioridad expusimos que el elevado número de turistas extranacionales que año tras año acuden e incrementan los índices de cursos y representaciones del Festival, generan una gran capacidad de atracción turístico - cultural y, a la postre, de inyección de dinero a la ciudad, convirtiendo a Jerez en referente indiscutible de los eventos de este tipo a nivel nacional e internacional. Así pues, el 74% de los encuestados manifestó que la principal motivación de su cita en Jerez había sido la asistencia al Festival; de esta cifra se desprende, además, que un 76% lo hace de manera vocacional, manifestando su asistencia en ediciones anteriores (67%) y siendo muy alto el grado de valoración y satisfacción de la producción artística jerezana (54%).

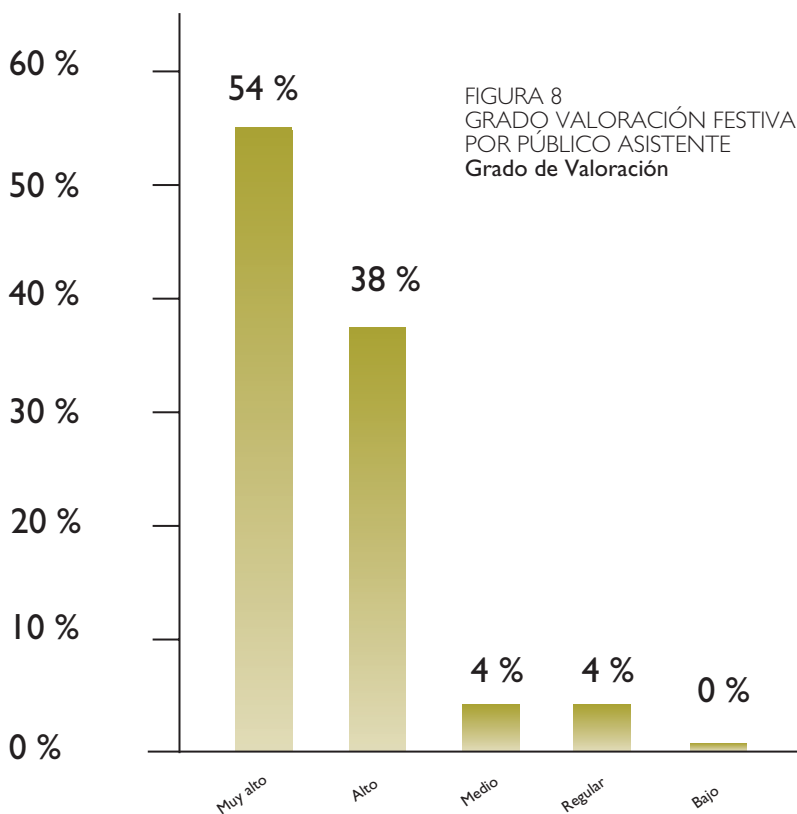
La dimensión internacional que de forma progresiva está alcanzado la ciudad queda suscitada, además, en el interés de los corresponsales extranjeros de prensa, como bien queda recogido en la siguiente tabla.

TABLA3
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Medios de Comunicación acreditados	119
PRENSA	43
REVISTAS	21
RADIO	21
INTERNET	6
TV	14
AGENCIAS	14

Esta evolución inmejorable de la mayor producción artística del Teatro Villamarta, potenciada por una incesante oleada de nuevas inversiones - como la que en la presente edición ha certificado la Agencia Andaluza del Flamenco con un total

de 178.000 euros – está haciendo de Jerez un importante centro de referencia para profesionales y aficionados, lo que está intentando ser aprovechado por las Administraciones para proyectar el nombre de la ciudad como centro cultural a través de la futura Ciudad del Flamenco.





BIBLIOGRAFÍA

AROSTEGI ARTETXE, A. (2005). "El centro Kursaal y su impacto económico: un contraste metodológico". Cuadernos de Gestión Vol. 5, nº1, pp. 105-115

BONET I. y AGUSTÍ LL. (2003). "Turismo cultural: Una reflexión desde la ciencia económica". Vía internet, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural (www.gestioncultural.org)

HERRERO PRIETO, L.C. (2004). "Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados". Vía internet, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural (www.gestioncultural.org)

MIMEO (2002). "Impacto económico de las actividades del Museo Guggenheim Bilbao en la economía del país Vasco". Vía internet.

PERLES RIBES, J.F. (2006). "Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística". Cuadernos de Turismo, nº 17, pp. 147-166

SÁNCHEZ GARDEY, G. y ROJAS VÁZQUEZ, A. (2006). "Impacto económico de las Festivales Culturales. Un estudio comparado" Cuadernos de investigación Vigía, nº 2



