

**REPERCUSIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LOS FESTIVALES CULTURALES.  
EL CASO DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE VALDIVIA**

María Devesa, Andrea Báez, Víctor Figueroa y Luis César Herrero

María Devesa(\*)  
Departamento de Economía Aplicada  
Universidad de Valladolid (España)  
E-mail: [mdevesa@eco.uva.es](mailto:mdevesa@eco.uva.es)

Andrea Báez  
Instituto de Estadística  
Universidad Austral de Chile  
E-mail: [abaez@uach.cl](mailto:abaez@uach.cl)

Víctor Figueroa  
Instituto de Estadística  
Universidad Austral de Chile  
E-mail: [vfiguero@uach.cl](mailto:vfiguero@uach.cl)

Luis César Herrero  
Departamento de Economía Aplicada  
Universidad de Valladolid (España)  
E-mail: [herrero@emp.uva.es](mailto:herrero@emp.uva.es)

(\*) Correspondencia:  
Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. Universidad de Valladolid. Plaza de la Tierra, 3.  
40001 Segovia (España). Tfno.: +34 921 112100. Fax: +34 921 112101.

**REPERCUSIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LOS FESTIVALES CULTURALES.  
EL CASO DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE VALDIVIA**

**ECONOMIC AND SOCIAL IMPACTS OF CULTURAL FESTIVALS. THE CASE STUDY OF  
THE VALDIVIA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL**

María Devesa, Andrea Báez, Víctor Figueroa y Luis César Herrero

**Resumen**

La cultura y los festivales culturales forman parte, hoy en día, de las estrategias de desarrollo local y regional y de las actuaciones de regeneración urbana, como consecuencia de las repercusiones que generan sobre los territorios. Unas repercusiones que pueden ser de carácter social, cultural, turístico o económico, puesto que la cultura genera impactos en términos de producción, rentas y empleos. El objetivo de este trabajo es analizar la contribución económica del Festival Internacional de Cine de Valdivia a la ciudad y región donde se celebra. Para ello se utiliza la metodología de los Estudios de Impacto Económico, basada en la definición y medición de tres tipos de efectos. Los resultados muestran que el festival genera una repercusión significativa sobre la economía de la zona, beneficiando especialmente al sector turístico de la ciudad y a los servicios a las empresas. El trabajo pone también de manifiesto la importancia que los espectadores dan a las repercusiones culturales del festival, que constituyen, en realidad, la esencia del mismo.

**Palabras clave**

Festivales, impacto económico, Festival Internacional de Cine de Valdivia, repercusiones socioculturales

**Abstract**

Today, culture and cultural festivals are part of the strategies of local and regional development and urban regeneration actions as a result of the impact that these goods can generate on the territories. These repercussions could be social, cultural, tourist or economic, since cultural goods and cultural events generate impacts in terms of production, income and jobs. The aim of this paper is to analyze the economic contribution of the Valdivia International Film Festival to the city and region where it is held. The Economic Impact Study methodology is used for this purpose, based on the definition and valuation of three types of effects. The results show that the festival generates a significant impact on the economy of the area, benefiting especially the tourism sector of the city and business services. The work also highlights the importance attached by the attendees to the cultural impacts of the festival, which are, in fact, the essence of the event.

**Key words**

Festivals, economic impact, Valdivia International Film Festival, socio-cultural impacts

## REPERCUSIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LOS FESTIVALES CULTURALES. EL CASO DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE VALDIVIA

### 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, ha habido un uso creciente de la cultura en las políticas de desarrollo local y regional y en las estrategias de regeneración urbana (Lim, 1993; Bianchini y Parkinson, 1994). Hoy en día se confía en que la cultura sea una fuente de riqueza y empleo, fundamentalmente a través de la atracción de flujos de gastos y rentas ligados al turismo cultural, lo que puede ayudar a la transformación del tejido local. A su vez, y derivado de este fenómeno, la cultura se está convirtiendo en una palanca de regeneración urbana, no sólo por lo que implica en la diversificación de la oferta cultural y en la dotación de nuevas infraestructuras artísticas, sino también por el deseo de configurar una imagen más atractiva y representativa de la calidad de vida, capaz de competir con otros enclaves o territorios mediante esa estrategia de diferenciación. Porque las ciudades y las regiones compiten entre sí en la satisfacción de las necesidades de los diferentes grupos de usuarios -visitantes, residentes, inversores y empresas- y la cultura refuerza, en ese sentido, la competitividad de la zona (Evans, 2001; Gibson y Stevenson, 2004; Richards y Wilson, 2004).

Fruto de esta tendencia es el crecimiento de la oferta de actividades culturales de las ciudades y regiones, apoyada a su vez por la demanda, es decir, por el crecimiento en el consumo cultural (Frey, 1994). Podemos señalar como ejemplo la restauración y puesta en valor del patrimonio histórico a través, fundamentalmente, del turismo cultural; el *boom* museístico de los últimos años; o la mejora de las infraestructuras de las artes escénicas, como auditorios, teatros y palacios de festivales y congresos. Así mismo, destaca el aumento del número de eventos y festivales culturales, en un proceso que algunos autores han denominado como de *festivización* de las ciudades (Richards, 2007).

Los festivales culturales constituyen uno de los fenómenos más dinámicos del panorama cultural actual. Su número ha crecido de manera sustancial en los últimos años, de manera que numerosas ciudades en los distintos continentes tienen uno o varios festivales dedicados a alguna manifestación artística. Hoy en día, los festivales no sólo cumplen su papel tradicional como institución que permite presentar, difundir o preservar la cultura de una sociedad, sino que destacan también por su capacidad para generar riqueza en las ciudades donde se celebran, por su contribución a la diversificación del producto turístico o a la mejora de la imagen del lugar. Los festivales tienen, en definitiva, una dimensión cultural, económica y turística que no es nueva en esencia, pero sí en cuanto a su expansión en los últimos años, lo que ha suscitado un interés creciente de la comunidad científica.

Los festivales culturales tienen una importante relación con el lugar donde se celebran ya que, por una parte, vienen condicionados por el territorio, su historia y sus gentes y, por otra, generan repercusiones e impactos en los lugares donde se celebran y organizan. Esos impactos han sido analizados tanto desde un punto de vista teórico como práctico, y desde distintas disciplinas académicas (economía, geografía, sociología, marketing o turismo), por lo que existen diferentes maneras de abordar su estudio y clasificación. Así, algunos autores como Moscardo (2008) hablan de impactos económicos, físicos, socioculturales, psicológicos, turísticos y de desarrollo regional de la comunidad. Otros como Quinn (2005) analizan el efecto de los festivales como creadores de imagen, como atractivos turísticos, el papel de los eventos en la creación de un sentido de comunidad o su papel en el binomio globalización y diversidad local. También Crespi-Vallbona y Richards (2007) analizan los efectos de los festivales y eventos desde una doble perspectiva: los festivales en el desarrollo urbano y artístico (festivales como catalizadores de renovación urbana, atracción de turismo, mejora de la imagen y creadores de empleo) y los festivales en ciudades habitables (el papel de los festivales en la mejora de los valores cívicos de la sociedad, desarrollo de la identidad y sentido del lugar).

En términos generales, podemos distinguir cinco grandes tipos de impactos o repercusiones de los festivales y eventos culturales en el lugar donde se celebran; unos impactos cuya delimitación no es totalmente clara y que están interrelacionadas entre sí: impacto económico, turístico, cultural, social y físico. Veámoslos brevemente.

- i. Repercusiones económicas. Los efectos que los festivales culturales pueden generar sobre el desarrollo económico local y regional se pueden dividir en dos grandes grupos. Por una parte, los efectos a corto plazo están relacionados con el poder de atracción y creación de gasto de estos eventos. Los festivales atraen a espectadores locales y visitantes que gastan su renta en las actividades culturales, así como en otros bienes y servicios relacionados, lo que a su vez provoca efectos de arrastre sobre el resto de la economía. Estos impactos pueden ser medidos a través de metodologías de evaluación económica como los Estudios de Impacto Económico (Vid. *in extenso* Devesa Fernández, 2006). Por otra parte, los efectos económicos a largo plazo hacen referencia a las modificaciones de la estructura productiva, urbana y social del territorio, y están relacionados a su vez con los efectos culturales, sociales, o físicos. Podemos distinguir aquí el rescate de edificios y la ordenación urbana; la capacidad para atraer residentes, empresas e inversiones; la mejora del nivel educativo y fomento de la creatividad; la mejora de la posición competitiva del territorio; y los avances sociales en términos de cohesión social, bienestar de los ciudadanos o sentido de identidad (Vid. *in extenso* Herrero Prieto, 2010).
- ii. Repercusiones turísticas. Los festivales culturales constituyen en la actualidad un recurso importante para ciudades y regiones (Weiler y Hall, 1992), así como uno de los atractivos más destacados dentro del turismo (Chacko y Schaffer, 1993; Crompton y McKay, 1997; Grant y Paliwoda, 1998). La celebración de un festival puede ser un factor decisivo en la elección de un destino, una razón de peso en la repetición de la visita o un elemento que mejore la satisfacción de los visitantes, lo que permite mejorar el perfil turístico y la imagen cultural del lugar (Getz, 1997). Evidentemente, el poder de atracción variará de un caso a otro, pero su potencial colectivo como recurso turístico parece hoy ilimitado. Ello genera, a su vez, un impacto económico en términos de producción, rentas y empleo.
- iii. Repercusiones culturales. Los festivales son un lugar donde ver y participar en manifestaciones artísticas que no se pueden ver el resto del año. Proporcionan oportunidades culturales para las audiencias –ya sean locales o foráneas– que muchas veces son innovadoras, vanguardistas y novedosas, y que complementan por tanto las infraestructuras culturales fijas. Son bienes culturales complejos donde las actuaciones no están aisladas, sino que forman parte de un proceso con un objetivo determinado. Son centros de transferencia cultural, donde se consume, se reproduce e incluso se produce cultura. Funcionan, en ocasiones, como faros para la creación artística, puesto que pueden asumir riesgos artísticos mayores que las infraestructuras culturales fijas (Frey y Busenhardt, 1996). Ello permite ofrecer una cultura alternativa, diferente y a veces innovadora que aumenta la oferta cultural de las ciudades y regiones.
- iv. Repercusiones sociales. Las posibilidades culturales que ofrecen los festivales, junto con la atmósfera de celebración que caracteriza a este tipo de eventos (Getz y Cheyne, 1997; Waterman, 1998), puede generar beneficios sociales que están relacionados, en términos generales, con la mejora del bienestar de los ciudadanos, la cohesión social y el desarrollo de valores cívicos. Todo ello como consecuencia de las oportunidades de aprendizaje de los eventos culturales, la exposición a la creatividad, la creación de redes y relaciones entre personas y la estrecha relación que los festivales tienen con el lugar (Moscardo, 2008).
- v. Repercusiones físicas. Los festivales traspasan, en ocasiones, las repercusiones culturales y sociales y dejan una huella más profunda en el territorio, una huella física. La creación de instalaciones fijas para el festival, la reordenación de espacios urbanos para su celebración, el desarrollo de actividades el resto del año, pueden tener un reflejo en la arquitectura, el urbanismo y el uso de los espacios públicos y privados del lugar (Bianchini y Parkinson, 1994; Evans, 2005; Hall, 2000).

Siguiendo este argumento, el objetivo fundamental de este artículo es determinar la contribución económica de un festival cultural sobre el territorio que lo acoge a través de la metodología de los Estudios de Impacto Económico. El objeto de estudio es el Festival Internacional de Cine de Valdivia (FICV), uno de los festivales cinematográficos más importantes del país y un exponente interesante de un tipo de festival mediano, muy vinculado a la ciudad que lo acoge y con una clara vocación cinéfila. Por ello, como objetivo complementario, se analizan también otras repercusiones que genera el festival desde el punto de vista social, cultural o

cinematográfico. El artículo se estructura en cuatro apartados. Tras esta introducción, que ha pretendido reflejar la relación entre los festivales culturales y el territorio, el apartado 2 analiza y detalla la metodología de los Estudios de Impacto Económico. El apartado 3 presenta los resultados del estudio, es decir, el impacto económico del festival así como el análisis de otras repercusiones de carácter social o cultural del evento. Finalmente, el apartado 4 incluye las principales conclusiones y reflexiones de la investigación.

## 2. METODOLOGÍA

Los Estudios de Impacto Económico 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 (Martinello y Minnon, 1990: 127). Aunque su definición varía de unos casos a otros, el objetivo fundamental de estos estudios es el de medir los efectos derivados de la presencia de una actividad u organización cultural sobre una determinada área geográfica y en un determinado periodo de tiempo.

Los Estudios de Impacto Económico (EIE) tienden a adoptar una metodología común, aunque existen diferencias entre unas aplicaciones y otras. En términos generales, distinguen tres tipos de efectos o impactos (Seaman, 2003): los *efectos directos*, o gastos de la institución cultural analizada; los *efectos indirectos*, o gastos de los espectadores; y los *efectos inducidos*, o resto de repercusiones económicas sobre el tejido productivo local o regional.

Estos estudios no son especialmente complicados desde el punto de vista conceptual, pero presentan algunas limitaciones y dificultades técnicas que han generado críticas, así como metodologías alternativas de evaluación económica. El principal problema deriva del mal uso que se ha dado a este tipo de estudios al tratar de justificar la intervención pública en cultura, ya que en los Estudios de Impacto Económico no hay comparación entre alternativas de gasto posibles. Así mismo, dificultades técnicas (conocimiento del número de espectadores, análisis depurado del gasto, modelización del tejido productivo, etc.) y análisis poco cuidadosos, han dado lugar a resultados exagerados en algunos estudios. En cualquier caso, existen ejemplos interesantes en el ámbito de los festivales culturales, entre los que podemos destacar, entre otros, los de Capaul (1988); Devesa Fernández (2006); The City of Edinburgh Council (2005); Herrero, Sanz, Bedate, Devesa y Del Barrio, (2004); Perles Ribes, 2006; o Tyrrel y Ismail (2005).

Por lo tanto, es importante señalar algunas precauciones o matices en la medición de los flujos a evaluar. En primer lugar, los *efectos directos*, o gastos realizados por la organización cultural en salarios, compras u otros conceptos, son medidos a través de los presupuestos de la institución, es decir, a través del análisis contable de los ingresos y gastos. En este sentido, se debe separar el gasto realizado en el área de referencia y el gasto realizado fuera de la misma, para poder asignarlo correctamente al ámbito de estudio.

En segundo lugar, los *efectos indirectos*, o desembolsos que realizan los espectadores como consecuencia del consumo cultural, son estimados a través de una encuesta al público asistente, en la que se pregunta al encuestado por el gasto que espera realizar. Esta categoría presenta varias dificultades, que analizaremos detenidamente en el siguiente apartado: la doble contabilización de ciertas partidas de gasto, que hay que evitar; la estimación del gasto realizado en la zona considerada, para evitar el sobredimensionamiento del mismo; la determinación de la entrada neta de dinero, es decir, el gasto de las personas que vienen de fuera o turistas, ya que el gasto de los espectadores locales es considerado no como una entrada neta de dinero, sino como una reasignación de la demanda; y la determinación de los gastos realmente imputables al festival, en el caso, por ejemplo, de los viajes con varios propósitos.

Por último, los *efectos inducidos* son las repercusiones económicas de los gastos anteriores en el resto de la economía a través del concepto de multiplicador. Existen diferentes maneras de abordar el análisis del

multiplicador, siendo habitual en los estudios de cultura y de turismo el uso de los multiplicadores insumo-producto derivados de las tablas del mismo nombre.

El análisis insumo-producto trata de medir los efectos que produce una variación en la demanda final sobre el sistema productivo a través de las Tablas Insumo-Producto (TIP) desarrolladas por Leontief en los años 30. Las TIP son un instrumento económico que permite fotografiar la estructura económica de una zona y mostrar las interrelaciones entre todos los agentes de la economía (Cuadrado y Arranz, 1996: 185). Las TIP están formadas por tres grandes matrices –matriz de consumos intermedios, matriz de demanda final y matriz de inputs primarios–, siendo la más sustantiva la matriz de consumos intermedios, ya que en ella se desagrega la economía de un país o región en un determinado número de ramas de actividad (actividades homogéneas) y se muestran las relaciones de compra-venta entre estas ramas o sectores (para un mayor detalle de la metodología Input-Output puede consultarse Cuadrado y Arranz, 1996; Muñoz Ciudad, 2000; Pulido y Fontela, 1993; Uriel 1997).

Operando la matriz de consumos intermedios y definiendo los coeficientes técnicos, elemento fundamental del análisis de Leontief, llegamos a la matriz inversa de Leontief  $(I-A)^{-1}$ , formada por elementos  $\alpha_{ij}$  que miden el esfuerzo productivo total que debe realizar la rama  $i$  si desea satisfacer un aumento unitario en la demanda final de los productos de la rama  $j$ . La suma de los elementos de cada columna son los multiplicadores sectoriales, que muestran cuánto tendrá que incrementarse la producción global del sistema productivo para satisfacer un aumento de una unidad en la demanda final de productos de la rama  $j$ . Es decir, en qué medida  $j$  difunde su propia actividad a lo largo del sistema productivo (Pulido y Fontela, 1993: 74).

### **3. RESULTADOS**

#### **3.1. El Festival Internacional de Cine de Valdivia**

El Festival Internacional de Cine de Valdivia nace en 1994 al amparo de la Universidad Austral de Chile y es considerado, hoy en día, uno de los festivales cinematográficos más importantes del país. Entre sus objetivos figuran contribuir al desarrollo de la industria audiovisual chilena, presentar nuevas propuestas cinematográficas y ser un lugar de encuentro de la industria audiovisual. Así mismo, el festival establece como meta contribuir al desarrollo cultural de la nueva región de Los Ríos, ser una ventana de la región hacia el mundo y contribuir al turismo de la zona. En definitiva, ayudar al desarrollo y difusión de la industria audiovisual regional y nacional, contribuyendo así a la descentralización de la actividad cultural y económica del país.<sup>1</sup>

El FICV se celebra a lo largo de seis días del mes de octubre y está organizado en torno a cinco secciones fijas (muestra oficial) y una serie de secciones no competitivas dedicadas a diferentes autores, temas o cinematografías (muestra paralela). Organiza, así mismo, otras actividades para el público y los profesionales del sector, como foros, conferencias, talleres o la Mesa de Negocios. Un total de 6 salas de cine de la ciudad acogen las proyecciones, en una media de cinco sesiones diarias en diferentes horarios del día, que en 2008 fueron seguidas por casi 17.000 espectadores.

#### **3.2. Aplicación metodológica de los Estudios de Impacto Económico al FICV**

La aplicación de la metodología de los estudios de impacto al caso concreto del Festival Internacional de Cine de Valdivia exige, lógicamente, una serie de matices y adaptaciones a las particularidades del caso de estudio. Así, brevemente, debemos comentar esos matices, recordando previamente que el objetivo fundamental del

---

<sup>1</sup> Página web del FICV: <http://www.ficv.cl/>

estudio es medir el impacto económico generado por este evento cinematográfico sobre la economía de la ciudad de Valdivia y la Región de Los Ríos en 2008.

Los *efectos directos* son los gastos realizados por el Festival Internacional de Cine de Valdivia en la zona de referencia y han sido obtenidos a partir de los presupuestos del festival de 2008. Los datos fueron proporcionados por la propia organización del festival.

Los *efectos indirectos* son los gastos de los espectadores no locales o turistas relacionados con la celebración del festival, y son evaluados a través de una encuesta al público asistente. En relación a las dificultades anteriormente señaladas, debemos matizar lo siguiente:

- i. El problema de la doble contabilización se ha solucionado no incluyendo, entre las categorías de gasto de la encuesta, las entradas y los productos que vende el festival (libros, carteles, etc.) puesto que ya están en la contabilidad del festival y, por tanto, en la categoría de impacto anterior.
- ii. La determinación de la entrada neta de dinero en la economía local como consecuencia de la celebración del festival se realizó preguntando a los asistentes por su lugar habitual de residencia, lo que nos ha permitido distinguir entre el público local y el público no local. El gasto del público local no se incluye, en principio, en el estudio de impacto económico, puesto que no es una entrada neta de dinero, sino una reasignación de la demanda; es decir, es un gasto que no se perdería de no celebrarse el evento, sino que se realizaría en otras partidas y consumos. El gasto de los espectadores de fuera sí se tiene en cuenta, puesto que si no hubiese festival, se perdería definitivamente. Por lo tanto, el impacto indirecto está estrechamente vinculado a la dimensión turística del festival.
- iii. El gasto realmente imputable al FICV se ha determinado a través de una pregunta a los asistentes no locales sobre el motivo de su viaje a Valdivia. Si el motivo del viaje es fundamentalmente el festival, se asigna el 100% del gasto señalado; si el festival es uno de los motivos de la presencia en la ciudad, se asigna el 50%; y si el festival no ha influido en su decisión de viaje, no se tiene en cuenta ningún gasto (ver Devesa Fernández, 2006; Herrero et al., 2004; Stanley, Rogers, Smeltzer y Perron, 1998).
- iv. Finalmente, para asignar correctamente el gasto realizado en la economía de la ciudad y de la región se preguntó a los encuestados por el gasto medio diario realizado en la zona, siendo por tanto el propio espectador el encargado de discriminar entre el gasto total que esperaba realizar en el viaje y qué parte realizaría específicamente en Valdivia y la Región de los Ríos.

La encuesta al público asistente fue realizada durante la 15 edición del FICV, celebrada entre el 3 y el 8 de octubre de 2008. El sistema de encuesta escogido fue el sistema de “entrega-recogida” o encuesta auto-cumplimentada, por el cual se entregaba la encuesta a la entrada de la sesión cinematográfica y debía ser devuelta a la salida. El sistema de muestreo fue un sistema aleatorio, en el que se entregó una encuesta a espectadores de diferentes ciclos, salas, horarios y días de celebración del festival. Un total de 1.860 cuestionarios fueron entregados y 750 encuestas fueron contestadas y devueltas, lo que supone una tasa de respuesta del 40%. Las 750 encuestas válidas suponen un error muestral del  $\pm 3,6\%$  para un nivel de confianza del 95%.

Finalmente, los *efectos inducidos* del modelo de impacto económico han sido calculados a través los multiplicadores insumo-producto derivados de las Tablas Insumo-Producto de Chile para el año 2003 (Banco Central de Chile, 2006), elaboradas por el Banco Central de Chile y últimas disponibles. En ese sentido, hemos dividido los gastos directos e indirectos en 5 categorías diferentes de gasto y hemos aplicado tres multiplicadores sectoriales (Comercio, Hoteles y Restaurante; Transportes y Comunicaciones; Servicios Empresariales) y un multiplicador general para el caso de los sueldos y salarios, y que es la media ponderada de los multiplicadores sectoriales por el peso específico de cada sector en la economía.

### 3.3. El impacto económico del FICV

Comenzando por los *efectos directos*, debemos señalar que el Festival Internacional de Cine de Valdivia gastó en 2008 un total de 220,4 millones de pesos, de los que el 76,5%, es decir, 168,7 millones, quedó en la economía de la región (Cuadro 1):

**Cuadro 1.**  
Gasto del FICV (efecto directo)

Partidas	Gasto en la región (Pesos)	Gasto fuera de la región (Pesos)	% gasto realizado en la región sobre el total
Personal	45.997.911	7.858.519	85,4
Invitados	28.873.735	0	100,0
Programa	72.218.702	555.810	99,2
Administración	12.648.454	21573123	37,0
Premios	1.006.350	21.756.936	4,4
Otros	8.000.000	0	100,0
TOTAL	168.745.152	51.744.388	76,5

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos aportados por la organización del FICV.

Del dinero gastado en la economía regional, la partida más importante es la relacionada con la programación (42,8% del total), en la que queda reflejado fundamentalmente el alquiler de las salas de proyección, la publicidad, el transporte de las películas, la organización de la Mesa de Negocios o las publicaciones del festival. En segundo lugar, destaca la partida de sueldos y salarios del personal (27,3%), seguida del gasto en invitados (17,1%) y en la administración del evento (7,5%).

Para calcular, en segundo lugar, los *efectos indirectos*, debemos conocer varios datos, obtenidos en su mayoría en la encuesta realizada al público asistente:

- Número de espectadores diferentes: cociente entre el número total de asistentes (15.698) y el número de películas vistas en media por los espectadores (8,29); un total de 1.894 personas distintas.
- Origen de los espectadores, para distinguir entre los espectadores locales (48% del total, es decir, 909 espectadores distintos) y no locales (52% de los espectadores o 985 espectadores diferentes); sólo el gasto de los turistas entra en el estudio.
- Motivo de asistencia de los espectadores no locales, para poder asignar correctamente el gasto realizado: un 83,9% tuvo el festival como principal motivo de su viaje a Valdivia; un 10,1% se desplazó a la ciudad por varios motivos, incluido el FICV; el 6,0% restante (cuyo gasto no entra en el estudio de impacto) declaró que su presencia en la ciudad no tenía nada que ver con el festival. En términos reales, esto se traduce en 826 espectadores distintos que tuvieron al festival como el motivo principal del viaje y 99 como motivo secundario.
- Gasto medio diario por partidas, segmentado por motivo del viaje.
- Número medio de días y noches de estancia en la zona, en función del motivo de asistencia. Los espectadores que tuvieron el festival como motivo principal asistieron una media de 4,36 días y una noche menos. Los espectadores que se desplazaron por varios motivos asistieron una media de 4,28 días y una noche menos.

Una vez obtenidos todos estos datos y realizados los cálculos pertinentes, los resultados se presentan en los Cuadros 2 y 3.

**Cuadro 2.**

Gasto de los asistentes no locales

	Motivo principal			Motivo secundario		
	Gasto medio diario (pesos)	Estancia media	Gasto estancia <sup>1</sup> (100%)	Gasto medio diario (pesos)	Estancia media	Gasto estancia <sup>2</sup> (50%)
Alojamiento	4.722	3,4	13.105.867	3.276	3,3	531.869
Comidas	4.352,	4,4	15.674.772	3.690	4,3	781.690
Entretenimiento	1.486	4,4	5.350.592	1.509	4,3	319.616
Transportes	739	4,4	2.660.597	1.069	4,3	226.471
Compras	1.844	4,4	6.641.852	2.707	4,3	573.483
TOTAL	13.143,		43.433.680	12.250		2.433.130

(1) Gasto estancia = gasto × estancia media × 1 × 826 espectadores

(2) Alojamiento = gasto × estancia media × ½ × 99 espectadores

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la Encuesta al Público Asistente

**Cuadro 3.**

Gasto total del público asistente (efecto indirecto)

	Gasto Total (pesos)	%
Alojamiento	13.637.736	29,7
Comidas	16.456.462	35,9
Entretenimiento	5.670.208	12,4
Transportes	2.887.068	6,3
Compras	7.215.336	15,7
TOTAL	45.866.809	100,0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la Encuesta al Público Asistente.

Como puede observarse, el efecto indirecto del FICV sobre la economía de la ciudad de Valdivia y la Región de Los Ríos fue de 45.866.809 pesos. De estos gastos, la parte más importante corresponde a la partida de comidas (35,9% del total), seguida del alojamiento (29,7%) y de las compras (casi el 16%). El gasto total de las personas que se desplazaron a Valdivia motivados principalmente por el festival ascendió a 43,4 millones de pesos y el gasto de los asistentes que señalaban tener varios motivos para estar en la ciudad durante el festival fue de 2,4 millones de pesos.

Una vez conocidos los gastos directos e indirectos y reorganizados en una serie de categorías básicas, podemos determinar el *efecto inducido* a través de los multiplicadores interiores sectoriales de Chile para el año 2003, últimos existentes. Tal y como se ha señalado anteriormente, se han aplicado cuatro multiplicadores sectoriales y uno general (sueldos y salarios), que es una media ponderada de todos los multiplicadores sectoriales en función del peso de la producción de cada sector. Los multiplicadores utilizados corresponden a la TIP de 12 sectores de la economía chilena<sup>2</sup>. Los resultados aparecen recogidos en el Cuadro 4.

<sup>2</sup> En realidad, los multiplicadores aplicados hacen referencia a la economía de Chile, y no de la Región de Los Ríos, puesto que no existen Tablas Insumo-Producto para la región. Existe, por tanto, un desfase en los efectos inducidos que

**Cuadro 4.**

Efectos inducidos sobre la economía regional

	<b>Gastos directos (1)</b>	<b>Gastos indirectos (2)</b>	<b>Suma de Gastos (3 = 1+2)</b>	<b>Multiplicador Sectores utilizados<sup>1</sup></b>	<b>Multiplificador<sup>1</sup> (4)</b>	<b>Efecto inducido (3x4)</b>
Personal y premios	47.004.261	-	47.004.261	M General	1,6503	77.569.285
Alojamiento, restauración y entretenimiento	36.873.735	35.764.406	72.638.141	7 Comercio, hoteles y restaurantes	1,7796	129.269.750
Compras	7.250.272	7.215.336	14.465.608	7 Comercio, hoteles y restaurantes	1,7796	25.743.575
Transportes y comunicaciones	18.871.058	2.887.068	21.758.126	8 Transporte y comunicaciones	1,6197	35.242.440
Servicios a empresas	58.745.826	-	58.745.826	9 Intermediación financiera y servicios empresariales	1,4494	85.143.742
<b>TOTAL</b>	168.745.152	45.866.809	214.611.961			352.968.792

(1) Banco Central de Chile (2006)

Fuente: Elaboración propia.

La repercusión o gasto total del festival sobre la economía de la ciudad es la suma de los efectos anteriormente descritos. Un total de 352 millones de pesos que se diluyen por el tejido empresarial de la zona de referencia, tal y como queda reflejado en el Cuadro 5.

**Cuadro 5.**

Impacto total del FICV

	<b>Pesos</b>
Gasto Directo	168.745.152
Gasto Indirecto	45.866.809
Gasto inducido neto	138.356.830
<b>EFEECTO TOTAL</b>	<b>352.968.792</b>

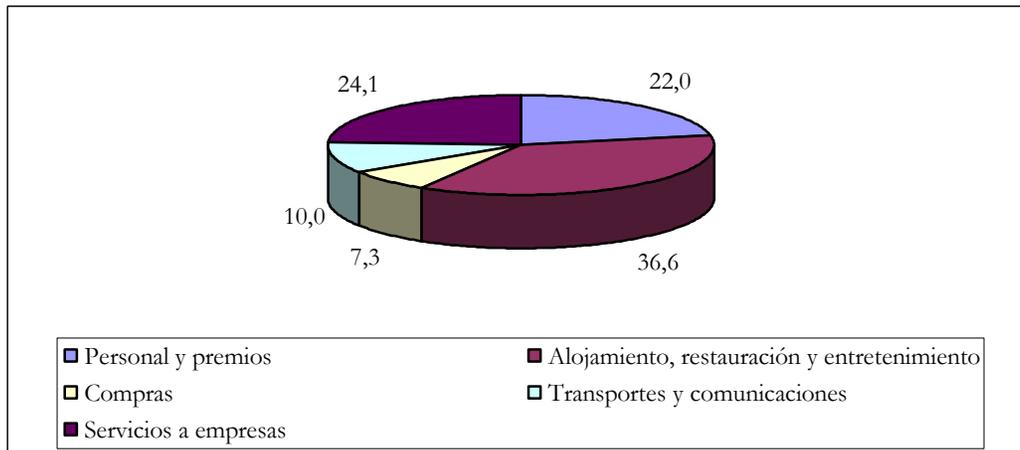
Fuente: Elaboración Propia.

Los sectores más beneficiados por la celebración del festival son los sectores de la hostelería y los restaurantes, es decir, el sector turístico de la ciudad (Figura 1). En segundo lugar los servicios a las empresas, puesto que un festival es una actividad que reclama numerosos servicios empresariales. Los transportes y comunicaciones son el tercer sector más beneficiado (10% de los efectos), y el sector comercial recibe un 7,3% de los beneficios del festival ya que ingresa, en una semana, más de 25 millones de pesos. Finalmente, un 22% no puede ser asignado directamente a ningún sector de actividad, puesto que derivan de las contribuciones monetarias en sueldos y salarios, por lo que su detalle exigirá un estudio posterior.

---

supone uno de los límites de la investigación y que nos hace considerar los efectos inducidos, y por tanto el efecto total, como un máximo, puesto que los multiplicadores regionales suelen ser menores que los multiplicadores nacionales.

**Figura 1.**  
Distribución del efecto total por sectores (%)



En definitiva, la celebración del Festival de Internacional de Cine de Valdivia genera una serie de rentas que se difuminan por la economía de la ciudad y de la región y que contribuyen al tejido productivo de la zona, al empleo de la ciudad y al desarrollo del sector audiovisual y cultural de Valdivia.

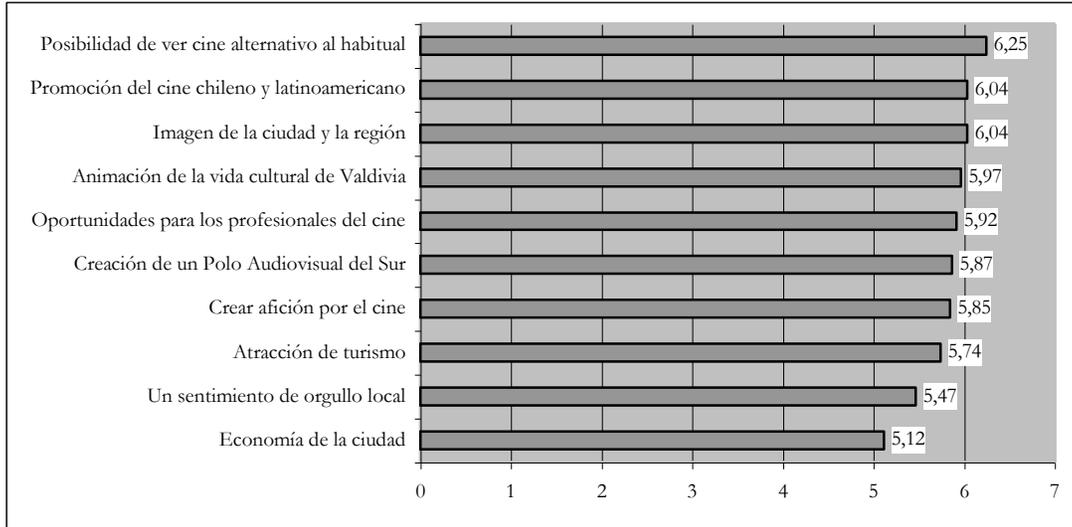
### 3.4. Otras repercusiones del festival

Los efectos que acabamos de analizar hacen referencia al impacto económico del FICV a corto plazo sobre la ciudad y región donde se celebra. En este caso sólo hemos tenido en cuenta, dentro de los efectos indirectos, el gasto de los espectadores de fuera de la zona, es decir, el gasto de los visitantes, que es el caso más extremo y ortodoxo desde el punto de vista económico. Sin embargo, en algunas ocasiones es posible ponderar también el gasto de los espectadores locales, normalmente en el caso de eventos culturales que, por su carácter extraordinario, generan unos gastos de renta de los ciudadanos adicionales y fuera del rango ordinario.

En el caso del FICV, el 42,5% de los espectadores locales señala que su asistencia al festival le genera un desembolso económico superior al habitual. Así, si tenemos en cuenta el gasto en comidas, entretenimiento, transporte y compras de esos espectadores locales, quienes de media asisten 3,42 días al evento, podríamos añadir 6.875.847 pesos adicionales a los efectos indirectos. Aplicando los correspondientes multiplicadores insumo-producto sectoriales, esa cifra se eleva a 11.996.271 pesos. En definitiva, si añadimos el gasto de los espectadores no locales -basándonos en una cierta excepcionalidad del festival que conlleva un mayor consumo de los espectadores de la zona- el impacto económico total del festival en la ciudad de Valdivia y la región de Los Ríos sería de 364.965.063 pesos.

Pero no son éstos los únicos efectos del festival sobre el territorio, puesto que, tal y como hemos señalado anteriormente, los festivales tienen repercusiones culturales, sociales o turísticas sobre el lugar en el que se organizan. Así, aun cuando no tenemos indicadores específicos ni se han desarrollado estudios concretos para el caso de estudio, sí que conocemos la opinión de los espectadores sobre esas repercusiones, puesto que se preguntaba por ello en la encuesta realizada al público asistente. En ese sentido, los espectadores tenían que valorar en una escala de 1 a 7 (siendo 1 nada y 7 mucho) la importancia que ellos creían que el festival tenía sobre diferentes aspectos. Los resultados aparecen recogidos en la Figura 2.

**Figura 2.**  
Valoración de las repercusiones del festival



La valoración que los espectadores hacen de todos los aspectos propuestos es, en general, muy elevada, aunque algunos impactos son, a juicio de los asistentes, más importantes que otros. Así, la valoración más alta es la posibilidad que ofrece el festival de ver un cine diferente al que habitualmente se encuentra en las salas cinematográficas, seguida de la promoción del cine chileno y latinoamericano y la imagen del lugar. También destacan, con casi un 6 de media sobre 7, el papel del festival en la animación cultural de la ciudad y las oportunidades para los propios profesionales del sector cinematográfico, seguidos de la posibilidad de crear en la ciudad un Polo Audiovisual del Sur y de generar una cierta afición por el cine.

Menos valorados por los participantes del festival serían las repercusiones de este evento sobre la atracción de turismo y la creación o aumento de un cierto sentimiento de orgullo local. El impacto menos valorado, aun cuando es de 5,12, sería el económico, es decir, la capacidad del FICV de generar producción, rentas y empleos. Y ello a pesar de que el estudio realizado pone de manifiesto que el festival genera un impacto económico que para nada puede considerarse como de despreciable, sino que por el contrario resulta bastante significativo.

En definitiva, los espectadores reconocen especialmente las repercusiones culturales del festival en un doble sentido: los beneficios culturales para ellos como consumidores de cine (cine alternativo) y como ciudadanos (animación de la ciudad); y los beneficios culturales para el sector (profesionales, empresas, etc.) También son conscientes de la capacidad del festival de mejorar la imagen de la ciudad, aun cuando su apreciación del impacto del festival sobre el turismo, la sociedad y la economía sean menores.

#### 4. CONCLUSIONES

En los últimos años, la cultura ha pasado a formar parte de las estrategias de desarrollo local y regional y de las actuaciones de regeneración urbana, no sólo por su capacidad para generar riqueza y empleo, sino por su contribución a la diversificación del producto turístico, su capacidad para impulsar la cohesión social y el bienestar de los ciudadanos o su contribución a la diferenciación de los lugares.

Los festivales culturales, una de las manifestaciones artísticas más dinámicas e interesantes del panorama cultural actual, también forman parte de las políticas de desarrollo económico, como consecuencia de las múltiples repercusiones –económicas, sociales, culturales, turísticas o físicas- que generan en los territorios donde se celebran.

En este artículo hemos analizado el impacto económico del Festival Internacional de Cine de Valdivia en la ciudad de Valdivia y la región de Los Ríos, a través de la metodología de los Estudios de Impacto Económico. Estos estudios tratan de medir el impacto de un evento cultural a través de la definición y evaluación de tres tipos de flujos o efectos: los efectos directos, los efectos indirectos y los efectos inducidos, o efectos de arrastre de los dos anteriores sobre el tejido productivo local. Así, el Festival Internacional de Cine de Valdivia, generó en 2008 unos ingresos en la economía regional que se cifraron en 352,9 millones de pesos, en su sentido más estricto y ortodoxo. El festival afecta especialmente al sector turístico de la ciudad, así como a los servicios a las empresas. Genera, en definitiva, una circulación activa de fondos entre los agentes de la economía local y regional, tanto públicos como privados, así como un gasto superior de los espectadores locales que impacta también sobre el territorio.

El estudio pone de manifiesto, en ese sentido, la importancia del turismo como canal de transmisión fundamental y más evidente del impacto económico a corto plazo de las actividades culturales –en este caso del festival- sobre la economía local y regional. Así mismo, parece demostrarse que los efectos económicos territoriales de este tipo de eventos son de radio corto, en el sentido que el impacto se produce fundamentalmente en la ciudad que acoge el evento y se va diluyendo según nos alejamos geográficamente del núcleo fundamental de gasto. Finalmente, debemos señalar que el estudio –y la metodología de los Estudios de Impacto Económico, en términos generales- no evalúa si las acciones culturales son socialmente rentables en el largo plazo, ni si son consistentes con un desarrollo económico y cultural sostenible y vinculado a aspectos como la mejora de la imagen, la mejora del nivel educativo, del bienestar de la sociedad o cambios más profundos en el tejido productivo y en el sector cultural de la zona.

Sin embargo, aun cuando no tenemos indicadores concretos en ese sentido –puesto que no era ese el objetivo de la investigación pero que apuntamos como línea de trabajo futura- sí que conocemos las apreciaciones y opiniones de los espectadores del festival sobre algunos de los impactos sociales o culturales del evento. Así, los aspectos mejor valorados son las repercusiones culturales del festival, tanto desde un punto de vista específico (posibilidad de ver cine alternativo, oportunidades para los profesionales y para el sector cinematográfico en la zona) como desde un punto de vista general (animación del lugar). Menos importancia relativa dan los asistentes a los posibles beneficios en la atracción de turismo, mejoras sociales o impacto económico.

Estas apreciaciones, lejos de ser irrelevantes, aciertan en la función fundamental de los festivales culturales en general y cinematográficos en particular. Los festivales se han convertido, hoy en día, en un canal importantísimo para la distribución y exhibición cinematográfica, especialmente para las películas más pequeñas, independientes o vanguardistas, que no encuentran fácilmente el camino para llegar a las salas cinematográficas y utilizan el circuito de festivales, cuando tienen calidad suficiente, para iniciar su carrera comercial. Pero también los festivales se han convertido en un lugar fundamental para la exhibición, para el consumo cinematográfico, puesto que permiten ver un cine diferente al de las salas comerciales e incluso, en las localidades más pequeñas, se convierten casi el único lugar donde ver cine en una pantalla grande.

En definitiva, los festivales tienen un papel fundamental a la hora de diversificar la oferta cultural de las ciudades y regiones, preservar la cultura de la sociedad, mejorar el bienestar de los ciudadanos y aumentar la cohesión social. Deben contribuir así al desarrollo económico y al progreso social y cultural de los territorios.

## BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central de Chile (2006). *Cuentas Nacionales de Chile. Compilación de Referencia 2003*. Santiago.
- Bianchini, F. y Parkinson, M. (1994). *Cultural policy and urban regeneration*. Manchester: Manchester University Press.
- Capaul, M. (1988). El impacto económico del Festival Internacional de Cine de San Sebastián. *Estudios Empresariales*, 67, 47-54.
- Chacko, H. y Schaffer, J. (1993). The evolution of a festival. *Tourism Management*, 14(6), 475-482.
- Crespi-Vallbona, M. y Richards, G. (2007). The Meaning of Cultural Festivals. Stakeholder perspectives in Catalunya. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 103-122.
- Crompton, J.L. y McKay, S.L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Cuadrado, J.R. y A. Arranz (1996). Los impactos económicos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output. En A. Pedreño y V. Monfort (eds.), *Introducción a la Economía del Turismo en España* (pp. 181-216). Madrid: Civitas.
- Devesa Fernández, M. (2006). *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid: Fundación Autor.
- Evans, G. (2001). *Cultural Planning: an Urban Renaissance*. London: Routledge.
- Evans, G. (2005). Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration. *Urban Studies*, 42(5/6), 959-983.
- Frey, B. y Busenhardt, I (1996). Special Exhibitions and Festivals: Culture's Booming Path to Glory. En V.A. Ginsburg y M. Menger (eds.), *Economics of the Arts. Selected Essays* (pp. 275-302). Amsterdam: Elsevier Science.
- Frey, B.S. (1994). The Economics of Music Festivals. *Journal of Cultural Economics*, 18(1), 29-39.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. y Cheyne, J. (1997). Special Events Motivations and Behaviour. En C. Ryan (ed.), *The Tourist Experience* (pp. 136-154). London: Cassell.
- Gibson, L. y Stevenson, D. (2004). Urban space and the uses of culture. *International Journal of Cultural Policy*: 10(1), 1-4.
- Grant, D. y Paliwoda, S. (1998). Segmenting Alberta Arts and Festival Consumers. *Festival Management and Event Tourism*, 5, 207-220.
- Hall, P. (2000). Creative Cities and Economic Development. *Urban Studies*, 37(4), 639-649.
- Herrero Prieto, L.C. (2010). La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional. *Investigaciones Regionales*, 18 (en prensa).
- Herrero, L.C., Sanz, J.A., Bedate, A., Devesa, M. y Del Barrio, M.J. (2004). *Turismo Cultural e Impacto Económico de Salamanca 2002, Ciudad Europea de la Cultura*. Madrid: Civitas.
- Lim, H. (1993). Cultural Strategies for Revitalizing the City: a Review and Evaluation. *Regional Studies*, 27(6): 588-594.
- Martinello, M. y Minnon, M. (1990). Les études d'impact: objectifs et méthodes. En R. Wangermee (ed.), *Les malheurs d'Orphee. Culture et profit dans l'économie de la musique* (pp. 127-141). Bruxelles: Pierre Mardaga Editeur.
- Moscardo, G. (2008). Analyzing the role of festivals and event in regional development. *Event Management*, 11(1-2), 23-32.
- Muñoz Cid, C. (2000). *Las Cuentas de la Nación. Introducción a la Economía Aplicada*. Madrid: Civitas.
- Perles Ribes, J.F. (2006). Análisis del impacto económico de los eventos: una aplicación a las fiestas populares de proyección turística. *Cuadernos de Turismo*, 17, 147-166.
- Pulido, A. y Fontela, E. (1993). *Análisis Input-Output. Modelos, datos y aplicaciones*. Madrid: Pirámide.
- Quinn, B. (2005). Arts Festivals and the City. *Urban Studies*, 42(5/6), 927-943.

- Richards, G. (2007). The Festivalization of Society or the Socialization of Festivals? The Case of Catalunya. En G. Richards (ed.), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives* (pp. 257-279). Binghampton: Haworth Hospitality Press.
- Richards, G. y Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951.
- Seaman, B. (2003). Economic impact of the arts. En R. Towse (ed.), *A handbook of Cultural Economics* (pp. 224-231). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Stanley, D., Rogers, J., Smeltzer, S. y Perron, L. (1998). *Win, Place or Show: Gauging the Economic Success of the Renoir and Barnes Art Exhibits*. Québec: Department of Canadian Heritage.
- The City of Edinburgh Council (2005). Edinburgh's Year Round Festivals 2004-2005 Economic Impact Study. MIMEO. Disponible: [http://efaextra.efa-af.eu/efadoc/11%5Cfestivals\\_exec\\_summary\\_final\\_%20edinburgh%2004-05.pdf](http://efaextra.efa-af.eu/efadoc/11%5Cfestivals_exec_summary_final_%20edinburgh%2004-05.pdf)
- Tyrrel, B.J. y Ismail, J.A. (2005). A methodology for estimating the attendance and economic impact of an open-gate festival. *Event management*, 9(3), 111-118.
- Uriel, E. (1997). *Contabilidad nacional*. Barcelona: Ariel.
- Waterman, S. (1998). Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22(1), 54-74.
- Weiler, B. y Hall, C.M. (1992). *Special Interest Tourism*. London: Belhaven Press.