

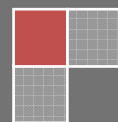
2010

Estudio del impacto inducido por las Ferias de Artes Escénicas del Estado en la industria escénica

Noviembre 2010



11/11/2010



CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. ASISTENTES A LAS FERIAS Y SU DIMENSIÓN.....	6
3. ACTIVIDAD DE NEGOCIO DE LOS COMPRADORES.....	8
4. ACTIVIDAD DE NEGOCIO DE LOS VENDEDORES.....	12
5. LAS FERIAS COMO MARCO DE RELACIÓN.....	13

SÍNTESIS:

1. Las ferias están cumpliendo los objetivos que se plantearon en su nacimiento, dinamizando el sector ideológicamente y en la praxis.
2. En 2008, más de 2.220 profesionales se acercaron a una de las diferentes Ferias que se realizan a lo largo de todo el Estado, representando a casi 1.500 entidades diferentes. En 2009, estos números aumentan hasta los 2.863 profesionales que se desplazan, representando a 2.104 entidades diferentes.
3. El presupuesto medio de contratación por cada una de las entidades que acuden a las ferias con el ánimo de realizar contrataciones de espectáculos es de 236.070€ en 2009, lo que supone un incremento respecto al 2008 de un 6,7%.
4. El 27% de los espectáculos visualizados en las Ferias son contactados. Esto supone más de 7.035 contactos. La media de espectáculos visualizados en 2008 es de 13, mientras que en 2009 crece casi hasta los 16.
5. De los espectáculos visualizados se realiza una contratación de en torno al 11,5% y, una vez contactados, el porcentaje de contratación asciende al el 44%.
6. La media de asistencia de los vendedores (distribuidores y compañías) es de 1,5 ferias, sin apenas variación entre 2008 y 2009. En cambio, sí que resulta importante el incremento de asistencias totales a las Ferias en el 2009, un 53,3%, lo que da una presencia de más de 1.000 entidades.
7. El número medio de compañías que cada entidad lleva en cartera es de 3,64 en 2008 y de 2,77 en 2009.
8. En total, las compañías, productoras y distribuidoras, establecen casi 4.000 contactos en 2008 y algo más de 9.000 en 2009.
9. Por cada euro que las instituciones públicas invierten en 2009 en la Ferias asociadas a COFAE, se genera un negocio en contratación en el sector de las artes escénicas de algo más de 7€.
10. El volumen de contratación, permite a las Ferias ser el referente en la compraventa de las artes escénicas en el Estado español y además, fomenta la estructuración del sector y el encuentro de los diferentes agentes que en él intervienen.

1. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

Como ya se señalaba en el Libro Blanco de las Ferias de Artes de Escénicas del Estado, elaborado en el año 2006 por el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, a petición de la Coordinadora que aglutina a las ferias de mayor relevancia del Estado (COFAE), no cabe duda de que las ferias son un mercado para la compra-venta de productos escénicos, que permite conocer, apalabrar contratos e incluso firmarlos. Es decir, si el espectáculo gusta tendrá bolos firmados en la propia feria o en meses posteriores.

EL PAPEL DE LAS FERIAS EN EL SECTOR DE LAS ARTES ESCÉNICAS

Una feria de artes escénicas, hoy por hoy, es un espacio donde de forma destacada se presentan productos de mercado, por tanto, es obvio que la presencia de los agentes que intervienen en estas transacciones (compradores y vendedores), son claves para la creación de mercado. Así **cuanta mayor, más variada y de mayor calidad sea la presencia de estos agentes en las ferias, mayores posibilidades de generar mercado habrá.**

Las ferias cumplen los objetivos para los que nacieron, dinamizan el sector ideológicamente y en la praxis. Los profesionales año tras año han mostrado su interés en acudir a las ferias, para que en una feria se den cita un número importante de estos agentes, es preciso que año tras año ésta sea atractiva y sea una herramienta útil en sus trabajos. Pero no sólo influye el programa artístico de la Feria, sino las facilidades que los profesionales tengan para acudir y realizar su trabajo, por tanto, para medir el éxito de las ferias el indicador clave es el interés que muestren los agentes por volver a la siguiente edición.

El presente informe se centra en las ferias como plataformas de exhibición, donde compradores y vendedores cierran contrataciones en gran volumen, por lo que aseguran y dan nuevas oportunidades de contacto entre los diferentes agentes de las artes escénicas.

Figura 1. Cadena de valor de las artes escénicas e intervención de las ferias



ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS FERIAS: GENERACIÓN DE NEGOCIO

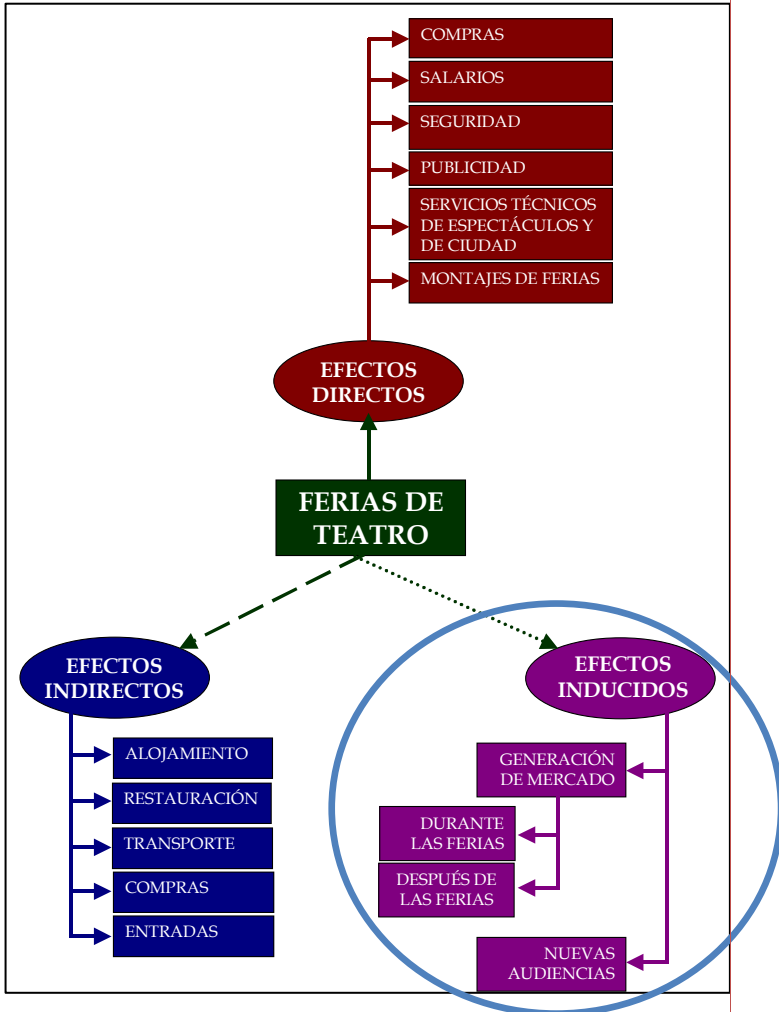
Los estudios de impacto económico tienden a adoptar una metodología común, aunque existen algunas diferencias entre unas y otras aplicaciones en función de los flujos y de los agentes analizados. De esta manera se distinguen, generalmente, tres tipos de impactos o efectos que pueden medirse:

Figura 2. Impactos generados por las ferias de artes escénicas en el estado español

Los efectos directos: se corresponden a los gastos realizados por la actividad o la institución analizada en diferentes conceptos (salarios, compras, alquileres, ejecución de programas, etc.) en el área geográfica de referencia y en un período de tiempo determinado.

Los efectos indirectos: definidos como los gastos que realizan los visitantes o espectadores como consecuencia del producto (alojamiento, restauración, transporte, compras, entradas, etc.)

Los efectos inducidos: entendiéndose por los mismos todas aquellas repercusiones no contabilizadas en las categorías anteriores y que se difunden o amplían por el resto del sistema económico, dentro y fuera del espacio de referencia.



Como se recoge en el título del informe, en este caso se describen el negocio generado por las Ferias de Artes Escénicas del Estado a lo largo de dos ediciones: 2008 y 2009. También es necesario tener en cuenta que el presente informe no recoge el conjunto de impactos económicos que genera un Feria de Artes Escénicas, sino que se centra en los efectos inducidos por éstas.

METODOLOGÍA

El presente documento recoge los principales datos que certifican este hecho, mostrando con datos el nivel e importancia de la compra-venta realizada a lo largo de las ferias que componen el objeto de estudio a lo largo de 2008 y 2009.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio

Ámbito Geográfico	Internacional
Recogida de Información	- Envío por email - Entrevista telefónica Mediante cuestionario estructurado, realizado por SK-gestión integral de datos y el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto
Universo	Entidades que acudieron a las ediciones de 2008 y 2009 de las Ferias de Artes Escénicas – miembros de COFAE-, cuyo motivo de presencia en éstas era la venta o compra de espectáculos.
Tamaño del Universo Finito¹	<i>Compradores:</i> 888 entidades y 1.411 inscripciones <i>Vendedores:</i> 457 entidades y 698 inscripciones <i>Otros:</i> 99 entidades y 105 inscripciones <i>Total: 1.444 entidades y 2.214 inscripciones.</i>
Tamaño de la Muestra Obtenida	<i>Compradores:</i> 490 entidades y 752 inscripciones <i>Vendedores:</i> 276 entidades y 425 inscripciones <i>Total: 766 entidades y 1.177 inscripciones.</i>
Error de la Muestra	El margen de error para el total de la muestra de entidades es de +/- 2,4 para un nivel de confianza del 95% , bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$) El margen de error para el total de la muestra de inscripciones es de +/- 2,0 para un nivel de confianza del 95% , bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$)
Fecha de realización de la encuestación	Marzo – Noviembre 2009 (edición 2008) Marzo – Noviembre 2010 (edición 2009)

2. ASISTENTES A LAS FERIAS Y SU DIMENSIÓN.

En este apartado se presentan los datos del número de profesionales y entidades presentes en las Ferias². En este apartado se analiza el número de asistentes a las ferias, la capacidad de compra de los programadores y la capacidad de venta de las compañías y distribuidoras.

NÚMERO DE ASISTENTES

A las Ferias acuden un gran número de profesionales con el principal objetivo de realizar una compraventa de arte escénica. Estos profesionales pueden ser tanto compradores (programadores, asesores, ferias o festivales), como vendedores (distribuidores y compañías). Además nos encontramos con otro tipo de agentes, que no perteneciendo a ninguno de estos dos grupos, participan activamente en las Ferias pero con el objetivo prioritario de compraventa. Estos se agrupan bajo la denominación de “Otros”: universidades, investigadores, profesionales liberales del sector, etc.

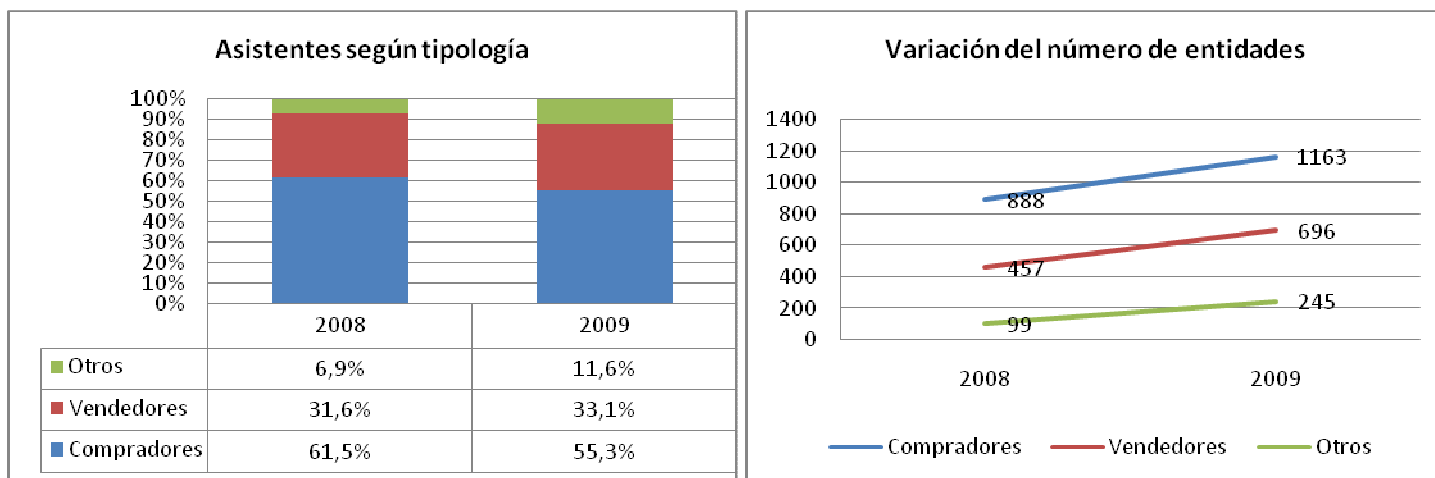
Tabla 1. Inscripciones y Entidades representadas en las Ferias en 2008 y 2009

	2008		2009	
	Inscripciones	Entidades	Inscripciones	Entidades
Compradores	1411	888	1664	1163
Vendedores	698	457	932	696
Otros	105	99	267	245
TOTAL	2214	1444	2863	2104

¹ Datos cerrados para la edición de 2008. El estudio de 2009 aún no está finalizado al 100%.

² Los datos referidos a 2008 y 2009 obtenidos de las bases de datos de inscripciones de las Ferias. Existe un informe de COFAE más extenso sobre 2009, descargable en su página web: www.cofae.net

En 2008, más de 2.220 profesionales se acercaron a una de las diferentes Ferias que se realizan a lo largo de todo el estado, representando a casi 1.500 entidades diferentes. En 2009, estos números aumentan hasta los 2.863 profesionales que se desplazan, representando a 2.104 entidades diferentes.



Del 100% de las entidades que acuden a las ferias, en torno al 30% son vendedores y entre 55% y 60% compradores.

Aunque el incremento en relación al número de inscripciones ya es llamativo³, aún lo es más atendiendo al número de entidades que acuden a las Ferias. El incremento de profesionales y entidades que se desplazan a las Ferias es de un 45% en 2009 respecto a 2008: los compradores se han incrementado un 31% y los vendedores un 52%.

CAPACIDAD DE COMPRA DE LOS PROGRAMADORES

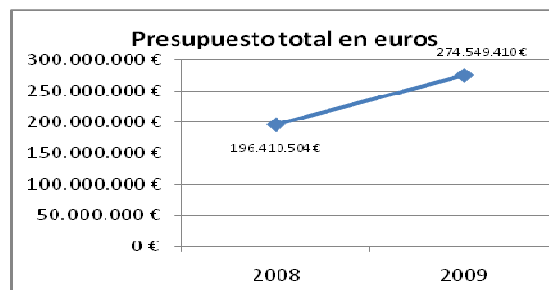
Con la intención de poder valorar la capacidad de compra de las entidades que acuden a las Ferias, se valora en este punto el presupuesto que tienen para la contratación escénica, tanto para actuaciones en sala como para actuaciones de calle en cifras totales.

Tabla 2. Presupuesto total para la contratación de artes escénicas por parte de los programadores

	2008	2009
Media	221.183 €	236.070 €
Total ⁴	196.410.504€	274.549.410€

Incremento del 6,7%

El presupuesto medio de contratación por cada una de las entidades que acuden a las ferias con el ánimo de realizar contrataciones de espectáculos es de **236.070€ en 2009**. Un 6,7% más que en el año anterior. Asimismo, teniendo en cuenta el incremento de asistencia de entidades en 2009, el presupuesto total que suman las entidades es de casi **275 millones de euros**, 78 millones más que en 2008, lo que supone un incremento de casi el 40%.



³ En el número de inscripciones de 2009 se añade una nueva feria que forma parte por primera vez de COFAE: *Palma, Feria de Teatro del Sur*. Aunque el número de inscripciones de esta feria no altera el resultado sustancialmente.

⁴ De aquí en adelante: dato obtenido de multiplicar la media de las respuestas obtenidas a través de los cuestionarios por el total de entidades que acuden a las Ferias y la asistencia media.

COMPAÑÍAS EN CARTERA DE LAS ENTIDADES PRESENTES EN LAS FERIAS

Por parte de las entidades que acuden a las Ferias con la intención de poner en el mercado sus espectáculos, se analiza el número de compañías que acuden en conjunto para conocer la representación de las mismas en las Ferias.

Tabla 3. Número de compañías presentes en las Ferias

	2008	2009
Media por entidad representante	3,64	2,77
Total	1.664	1.926

El número medio de compañías que cada agente lleva en cartera es de 3,64 en 2008 y de 2,77 en 2009. Aunque el dato de media implica el menor número de compañías representadas en las Ferias, no implica que estén presentes un menor número de ellas, sino al contrario. Al haber una mayor presencia de diferentes agentes. **El incremento real de compañías en las Ferias es de un 15,8%, lo que supone la presencia de 262 compañías más en 2009 que en 2008.**

3. ACTIVIDAD DE NEGOCIO DE LOS COMPRADORES.

En primer lugar señalar que hablar de compradores hace referencia a programadores⁵, asesores⁶, ferias y festivales⁷. Entre estos agentes se pueden encontrar instituciones de carácter público o privado (con y sin ánimo de lucro), salas teatrales, etc.

ASISTENCIA A LAS FERIAS

Este dato es crucial, ya que permite hacer la proyección de los totales en los siguientes puntos, ya que hace referencia al número de entidades presentes en las Ferias⁸. El primer dato que se analiza es su presencia en las Ferias. Ya se ha comentado anteriormente que son más de 1.400 inscripciones en 2008 y más de 1.650 en 2009, que representan a 888 y 1.163 entidades respectivamente. A continuación se muestra el dato de asistencia media de las entidades a las Ferias, para poder conocer el número total de asistencia.

Tabla 4. Asistencia de las entidades compradoras a las Ferias

	2008	2009
Media de asistencia por entidad	1,40	1,44
Número total de asistencias	1.243	1.675

Incremento del 2.9%

La asistencia media por parte de las entidades (no inscripciones) es de 1,4 ferias visitadas por la misma entidad. La cifra es muy similar entre ambos años, aunque se dé un incremento de un 3%. El incremento más llamativo se da cuando analizamos este dato junto con el número total de entidades. En este caso el incremento es del 35%, llegando a la cifra de **1.675 asistencias de entidades al conjunto de las Ferias.**

La siguiente sección del cuestionario se pregunta por los espectáculos visualizados y contactados durante cada feria mostrando en el cuestionario los espectáculos presentes. A

⁵ Unidades que tienen a su cargo una institución, ya sea pública o privada, con una programación estable.

⁶ Unidades que si bien no tienen a cargo un equipamiento o servicio, son referencia o influyen en la selección de uno o varios equipamientos o servicios, como por ejemplo las redes.

⁷ Feria o festival: aquellos acreditados que tienen a su cargo uno de estos eventos.

⁸ Las medias están obtenidas por cada vez que una entidad acude a una de las Ferias, ya que el cuestionario pregunta a las entidades por cada vez que acuden a cada una de las Ferias.

continuación se muestra el número total de espectáculos visualizados por los programadores, destacando la media obtenida en base a las respuestas obtenidas.

Tabla 5. Número total de espectáculos visualizados y de espectáculos contactados⁹,

	Espectáculos visualizados en 2008	Espectáculos visualizados en 2009	Incremento	Espectáculos contactados en 2008	Espectáculos contactados en 2009	Incremento
Media	13	15,75	21,2%	3,4	4,2	23,5%
Total	16.159	26.381	63,3%	4.226	7.035	66,5%

La media de espectáculos visualizados en 2008 es de 13, mientras que en 2009 crece hasta los casi 16 espectáculos visualizados por cada programador en las diferentes Ferias del Estado. El incremento en las medias no es bastante grande, pero atendiendo a los números totales y teniendo en cuenta la mayor presencia de agentes en 2009, el incremento total llega hasta el 63% en los espectáculos visualizados.

Es importante destacar, el primer nivel de éxito obtenido por una compañía es la propia exhibición en un espacio preferente como son las Ferias y en un segundo los espectáculos que se contactan. En este caso son más de 7.035 los espectáculos contactados por los compradores lo que supone en torno a un 27% de aquellos visualizados (26.381).

ESPECTÁCULOS CONTRATADOS EN LAS FERIAS

La sección quinta del cuestionario define el número de contrataciones realizadas durante las Ferias, bien si esta contratación está cerrada o pendiente de cerrar en el momento de la realización de la encuesta. Se analizan las variables que hacen referencia al número total de espectáculos contratados, el número de pases contratados y el gasto en contratación en las Ferias.

Tabla 6. Número de espectáculos exhibidos contratados

	2008	2009
Media de espectáculos contratados por entidad	1,5	1,8
Número total de espectáculos contratados	1.865	3.015

Tabla 7. Número de espectáculos contratados a partir del catálogo

	2008	2009
Media de espectáculos contratados por entidad	1,6	3,1
Número total de espectáculos contratados	1.989	5.193

Incremento en la media de contratación TOTAL de espectáculos del 58%

Nuevamente se observa un crecimiento en 2009 respecto a 2008, tanto en la media de contratación como en el número total de contrataciones. En 2009 son más de 3.000 los espectáculos exhibidos contratados en las Ferias. Esto quiere decir que de los espectáculos visualizados se realiza una contratación de en torno al 11,5% y de aquellos contactados, en torno al 43% - 44%. Estos porcentajes apenas varían entre los dos años objeto de estudio y hacen referencia a los espectáculos mostrados directamente en las Ferias.

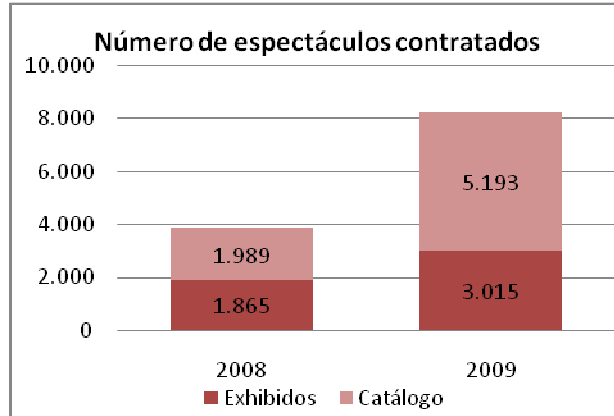
Además de la posibilidad de exhibición en la propia Feria de un determinado espectáculo, también se genera una compraventa a través del catálogo de las compañías. Por lo tanto, estos espectáculos por catálogo deben ser añadidos a aquellos que exhibidos.

⁹ Para la interpretación de estos datos es necesario tener en cuenta que se entiende por visualización o contacto el número de veces que diferentes espectáculos han sido vistos o contactados por cada uno de los compradores presentes.

Tabla 8. Número TOTAL de espectáculos contratados

	2008	2009
Media de espectáculos contratados por entidad	3,1	4,9
Número total de espectáculos contratados	3.854	8.208

Teniendo en cuenta el número total de espectáculos contratados en 2009 se realizan en torno al doble de contrataciones que en 2008, en el que se realizan casi 4.000 contratos de espectáculos. **En 2009 son más de 8.000 los espectáculos contratados por los diferentes agentes.**



PASES CONTRATADOS EN LAS FERIAS

Los pases, es decir, el número de veces que el mismo espectáculo se representa, son, evidentemente más que los espectáculos contratados, pero no en un porcentaje muy superior. Tanto en 2008 como en 2009, no llega la contratación ni de dos pases por cada espectáculo contratado.

Tabla 9. Número de pases de espectáculos exhibidos contratados

	2008	2009
Media de pases contratados por entidad	2,4	3,5
Número total de pases contratados	2.983	5.863

Tabla 10. Número de pases de espectáculos contratados a partir del catálogo

	2008	2009
Media de pases contratados por entidad	2,6	4,7
Número total de pases contratados	3.232	7.873

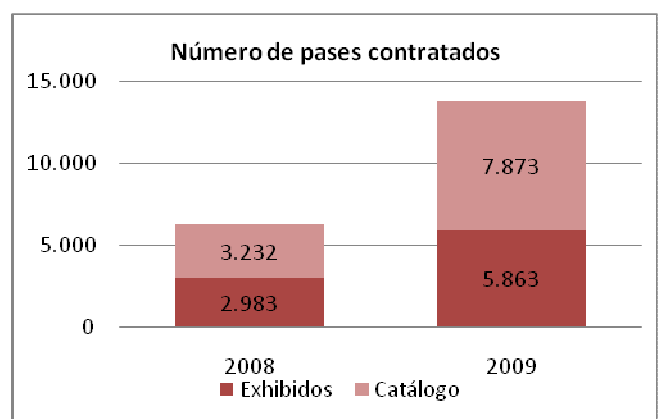
Incremento en la media de contratación TOTAL de pases del 45%

Nuevamente se observa un crecimiento en 2009 respecto a 2008, tanto en la media de contratación como en el número total de contrataciones.

Tabla 11. Número TOTAL de pases contratados

	2008	2009
Media de pases contratados por entidad	5	8,2
Número total de pases contratados	6.215	13.736

Teniendo en cuenta el número total de pases contratados en 2009 se realizan en torno al doble de contrataciones respecto a 2008. **Son casi 15.000 los espectáculos contratados por los diferentes agentes.**



GASTO TOTAL DE CONTRATACIÓN EN LAS FERIAS

El gasto total en contratación en las Ferias es un tema de principal atención en este estudio. Cabe recordar, por la importancia de los datos aquí referidos, que los referentes a 2009 aún están en proceso de recogida, por lo que las cifras finales pudieran cambiar más adelante. Asimismo los datos presentados guardan coherencia con el resto del informe, por lo que nos puede reflejar su validez.

Tabla 12. Gasto en contratación de espectáculos presentes en la Ferias

	2008	2009
Media	4.830 €	11.621 €
Total	6.003.690 €	19.465.175 €

El **incremento del gasto** que realizan los programadores en las Ferias de artes escénicas **aumenta** considerablemente por dos razones: en primer lugar **la media de gasto por agente es mayor** (más del doble en el caso de las contrataciones por espectáculos presentes en las Ferias), **acuden más compradores a las Ferias** y se cuenta con **una nueva Feria más**.

Tabla 13. Gasto en contratación de espectáculos en catálogo

	2008	2009
Media	4.875 €	8.315 €
Total	6.059.625 €	13.927.625 €

En cuanto a la contratación a través de catálogo, el incremento es de un 70%, a lo que si se añade el aumento en los compradores presentes, resulta un incremento total de más del doble en el gasto que se realiza. Comparando los datos de la venta por catálogo con respecto a la venta de obras exhibidas el volumen es similar, aunque es necesario tener en cuenta que el volumen de la oferta del catálogo es mucho mayor que la exhibida, por lo que la presentación en las Ferias sigue teniendo una gran importancia. Es importante acudir, pero lo es más tener la posibilidad de exhibir las obras.

Tabla 14. Gasto TOTAL en contratación en las Ferias

	2008	2009
Media	9.705 €	19.936 €
Total	12.063.315 €	33.392.800 €

El **gasto total en las Ferias durante el año 2009 llega hasta los 33 millones de euros**. Este dato es relevante teniendo en cuenta que no es el único impacto de las Ferias (como ya se ha visto anteriormente), aunque sí su razón de ser. El volumen de contratación permite a las Ferias ser el referente en la compraventa de arte escénica en el Estado, sobre todo teniendo en cuenta que el nivel de subvención pública para esta actividad en 2009 fue de algo menos de 4,5 millones de euros. Por cada euro que las instituciones públicas invierten en 2009, se genera un negocio de algo más de 7€, frente a los algo más de 3€ en 2008, debido al moderado descenso de la inversión pública en la financiación de las Ferias y el aumento de negocio, tal y como se ha señalado anteriormente. Sin tener en cuenta los beneficios de la actividad en la generación de puestos de trabajo en el sector y empresas auxiliares, o los impactos en los lugares de

celebración de las ferias (directos e indirectos). Solamente con la recaudación del I.V.A. sobre la actividad se recuperaría prácticamente la inversión realizada.

4. ACTIVIDAD DE NEGOCIO DE LOS VENDEDORES¹⁰.

Analizar a los vendedores quiere decir analizar a los distribuidores, productores y a las compañías. En primer lugar se plantea el número de ferias a las que una entidad acude a lo largo de un año para luego tener constancia de los espectáculos y pases contratados.

ASISTENCIA A LAS FERIAS POR PARTE DE LOS VENDEDORES

Este dato es crucial, ya que permite hacer la proyección de los totales en los siguientes puntos, ya que hace referencia al número de entidades presentes en las Ferias¹¹. El nivel de asistencia media a las Ferias por parte de los vendedores es ligeramente superior a la de los compradores y el incremento interanual es prácticamente inexistente. Cada vendedor acude a 1,5 Ferias de media.

Tabla 15. Número de asistencias a las Ferias por parte de los vendedores

	2008	2009	Incremento
Media	1,49	1,50	0,7%
Total	681	1.044	53,3%

Con esta media de asistencia resulta que La media de asistencia es de 1,5 ferias visitadas, sin apenas variación entre 2008 y 2009. En cambio sí que resulta importante el incremento de asistencias totales a las Ferias suponiendo un 53,3% en 2009.

No todas las productoras o compañías presentaban espectáculos, siendo la media de presentaciones de un espectáculo por cada dos distribuidoras, productoras o compañías presentes en la Feria. En 2009 a tres de cada cuatro compañías o productoras que presentan un espectáculo.

ESPECTÁCULOS CONTRATADOS (EXHIBICIÓN Y CATÁLOGO)

Las contrataciones que se realizan en las Ferias pueden provenir tanto de espectáculos que se exhiben durante las Ferias pero también de los espectáculos que las compañías y distribuidoras llevan en cartera. A continuación se muestran por separado, para finalmente verlo en su conjunto.

Tabla 16. Media de espectáculos contratados por entidad (exhibidos y por catálogo)

	2008	2009
EXHIBIDOS	0,25	0,30
CATÁLOGO	0,5	1,2
TOTAL.	0,75	1,50

En total, de media **cada entidad vende 0,75 obras en 2008 y una obra y media en 2009, llegando al número total de 1.566 obras vendidas en 2009 y más de 500 en 2008**. Si se comparan estos datos con los que dan los compradores, resulta que es menor en el caso de los vendedores. Existe una tendencia a que los compradores señalen que compran más espectáculos y pases (como se verá a continuación) que las contrataciones que los vendedores afirman realizar.

¹⁰ Es importante atender a la diferencia existente entre lo que los compradores dicen comprar y aquello que los vendedores dicen vender. Ver totales de las tablas 8 y 11 respecto a las mismas tablas en este apartado.

¹¹ Al igual que en el caso de los programadores, las medias están obtenidas por cada vez que una entidad acude a una de las Ferias.

5. LAS FERIAS COMO MARCO DE RELACIÓN.

Las Ferias son un espacio de compraventa, pero también de estructuración y encuentro de todos aquellos agentes que guardan relación con las artes escénicas. Además de la contratación, las Ferias desarrollan actividad para el público en general, para investigadores, profesionales del sector y un largo etcétera.

Las Ferias son el principal escaparate del sector y se presentan como una ventana a través de la cual aquellos que quieren difundir sus obras, puedan hacerlo.

Tabla 17. Número de contactos establecidos con compradores, aunque no se hayan cerrado acuerdos

	2008	2009
Media	5,8	8,8
Total	3.950	9.187

El número de **contactos establecidos** por las productoras y compañías con programadores de cualquier tipo es de **5,8 contactos por cada entidad** vendedora presente en la Feria durante el **2008 y de 8,8 en 2009**. En total las compañías y agencias distribuidoras, establecen casi 4.000 contactos en 2008 y algo más de 9.000 en 2009.

Las Ferias permiten a las productoras, agencias y compañías entrar en contacto con otras compañías con las que pueden llegar a establecer contactos e incluso contratos de distribución a partir su visualización en las Ferias. Las siguientes dos tablas resumen estos casos.

Tabla 18. Compañías con las que se ha establecido contactos, aunque no se hayan cerrado acuerdos

	2008	2009
Media	3,8	2,3
Total	4.723	3.852

Aunque no se hayan cerrado acuerdos, en 2008 las entidades enfocadas a la venta de arte escénico establecen contactos con hasta cuatro compañías en 2008 y algo más de 2 en 2009. En cuanto al número total de **contactos entre los propios vendedores**, para establecer estrategias comunes o colaborativas, **es de 4.723 en 2008 y casi 4.000 en 2009**.

Además de establecer contactos, las Ferias son un marco de comunicación importante para el establecimiento de contratos de distribución tras la visualización de los espectáculos por parte de las compañías en las propias Ferias. En 2008 cada 10 agencias / productoras establecen contratos de distribución con 2 compañías. En 2009, por cada 10 agencias / productoras se realiza un contrato a siete compañías.

CALENDARIO FERIAS 2011 – primer semestre

- enero
 - **MADferia artes escénicas de Madrid**
www.madferia.com
- febrero
 - **FETEN Feria europea de artes escénicas para niños y niñas**
www.gijon.es/feten
- marzo
 - **dFERIA Donostia-San Sebastián**
www.deferia.com
- abril
 - **Feria de teatro de Castilla la Mancha**
ccta.jccm.es/feriateatro/index.php
- abril/mayo
 - **Fira de teatre de titelles de Lleida**
www.titelleslleida.com
- mayo
 - **UMORE AZOKA. Feria de artistas callejeros de Leioa**
www.umoreazoka.org
- junio
 - **Mostra de teatre d'Alcoi**
www.mostrateatre.com



www.cofae.net

CALENDARIO FERIAS 2011 – segundo semestre

- julio
 - **PALMA, feria de teatro en el Sur**
www.feriadepalma.es
- agosto
 - **Feria de teatro de Castilla y León- Ciudad Rodrigo**
www.feriadeteatro.com
- septiembre
 - **FiraTàrrega-Teatre al Carrer**
www.firatarrega.com
 - **Feria internacional de teatro y danza- Huesca**
www.feriadeteatro.aragon.es
- octubre
 - **Feira Galega das artes escénicas**
www.feiradasartescenicas.com
 - **Contaria, feria de teatro para niños y niñas**
www.sarc.es/contaria
- noviembre
 - **Fira Mediterrània de Manresa**
www.firamediterrania.cat
 - **Fira de Teatre de Manacor**
www.teatredemanacor.com



www.cofae.net



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CULTURA

INSTITUTO NACIONAL
DE LAS ARTES
ESCÉNICAS
Y DE LA MÚSICA