

El Festival de Almagro consolida una comunidad cultural única, impulsa el turismo y obtiene una valoración sobresaliente del público

El estudio elaborado por la UCLM arroja que 3 de cada 4 asistentes repiten, más del 80% llega desde fuera de Castilla-La Mancha, un 70% pernocta en la localidad y la práctica totalidad recomendaría Almagro como destino cultural

08/07/2026 - La Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) ha presentado esta mañana los resultados de su estudio de impacto del Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro, en el marco del curso 'Almagro en dos actos: el impacto del teatro en el destino turístico' que se celebra en el Palacio de los Condes de Valdeparaíso. Los datos confirman que se trata de un evento de **extraordinaria fidelización**, con un **fuerte impacto turístico y económico** sobre Almagro y su comarca, y una **valoración sobresaliente de la experiencia** por parte de los espectadores.

El dato más llamativo del estudio, desarrollado por la Unidad de Transferencia del Conocimiento 'Innovación Abierta' de la UCLM dirigida por el profesor Juan Antonio Mondéjar Jiménez, catedrático de marketing e investigación de mercados, es la capacidad del Festival para generar una comunidad estable de espectadores: **el 75,8% de los asistentes ya había acudido en ediciones anteriores** y, entre ese público fiel, la media supera las siete visitas previas. No se trata únicamente de espectadores que regresan, sino de personas que han incorporado el Festival a su vida cultural y vuelven año tras año porque encuentran en Almagro un espacio de encuentro con el patrimonio, el teatro y la creación contemporánea.

El Festival trasciende la programación escénica para convertirse en **uno de los principales motores del turismo cultural de la región**. El 80,7% de los asistentes procede de fuera de Castilla-La Mancha, siendo Madrid el principal mercado emisor, seguido de Ciudad Real, León, Barcelona y Murcia. **El 70,5% pernocta en Almagro durante su visita, una cifra que crece más de once puntos** respecto al año anterior y que refleja el creciente impacto del Festival sobre la economía local.

La estancia media alcanza los 4,6 días, lo que evidencia que una parte significativa del público no acude solo a una representación, sino que organiza **varios días de viaje alrededor de la programación**, disfrutando también del patrimonio, la gastronomía y la oferta turística del territorio.

Cada visitante declara **un gasto medio cercano a los 112 euros diarios**, concentrado principalmente en alojamiento y restauración, con una mediana de **gasto por estancia de 280 euros**. El 87% afirma que el gasto realizado se ajustó a lo previsto inicialmente, lo que refleja una experiencia económicamente equilibrada y asumible. Estos resultados refuerzan las conclusiones del estudio de impacto económico realizado sobre la edición de 2024, que cifró en más de 4,2 millones de euros el retorno económico generado por el Festival para Almagro y su entorno.

La puntuación media del Festival alcanza los 4,58 puntos sobre 5, con **el 99% de los encuestados calificando su experiencia como buena o excelente**. Los aspectos mejor valorados son la atención del personal (4,61), los espacios escénicos (4,57) y la calidad de las obras programadas (4,51). El 96,1% volvería por considerar asequibles los precios y el 97,1% entiende que la experiencia justifica plenamente el gasto realizado.

El estudio dibuja también **un perfil de espectador con un fuerte compromiso cultural**: el 96% asiste al teatro varias veces al año y el 43,1% lo hace de forma mensual o incluso semanal. El 45% lee teatro o literatura relacionada y el 16,1% participa en cursos o talleres vinculados a las artes escénicas. **Sólo el 18,7% identifica el teatro principalmente con el entretenimiento**: para la gran mayoría, representa bienestar, desarrollo personal, inspiración, aprendizaje y un espacio para compartir con otras personas.

El 76% cuenta con titulación universitaria y el 74% tiene entre 25 y 55 años, lo que configura un perfil culturalmente activo, prescriptor y especialmente **receptivo a la programación de riesgo y a las actividades de mediación cultural**. Estos datos refuerzan el papel del Festival como una institución cultural que fomenta el pensamiento, el encuentro y la participación ciudadana.

Los datos confirman que el Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro se consolida como un proyecto cultural capaz de reunir a miles de personas en torno al teatro clásico, generar turismo y actividad económica, fortalecer el patrimonio y crear una comunidad de espectadores que entiende la cultura como un espacio de encuentro, conocimiento y participación.

“El éxito del Festival no se mide únicamente por el número de entradas vendidas”, afirma Irene Pardo, su directora. “También se refleja en quienes vuelven cada verano, en quienes recomiendan la experiencia, en quienes permanecen varios días descubriendo Almagro y en quienes encuentran en el teatro una forma de comprender mejor el mundo. Ese es, probablemente, el dato más valioso que deja este estudio”.

El Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro está impulsado por el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM) y la Dirección General de Artes Escénicas y Música (DGAEM) del Ministerio de Cultura, la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (JCCM), la Diputación Provincial de Ciudad Real (DPCR), el Ayuntamiento de Almagro, la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), la Compañía Nacional de Teatro Clásico (CNTC) y el Museo Nacional de Artes Escénicas (MNAE).

Esta edición cuenta con el patrocinio de Globalcaja, Iberdrola, AENA, Asociación para el Desarrollo del Campo de Calatrava y Telefónica; así como con la colaboración de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Acción Cultural Española, Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana, Turespaña, Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha, Direção-Geral das Artes de Portugal (DGARTES), Instituto Nacional de Artes Escénicas de Uruguay (INAE), Embajada de la República Popular China en España, Centro Cultural de China en Madrid, Fundación Cátedra China, Embajada de Francia en España, Adif, ONCE, Fundación ONCE, Fundación Banco Sabadell, Paradores, La Red española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública, Centro de Documentación de las Artes Escénicas y de la Música (CDAEM), Venari, Asociación Interprofesional de la Carne de Caza (Asiccaza), Instituto Almagro de Teatro Clásico, Grupo de Investigación de Teatro Clásico Español de la UCLM (GITCE), Academia de las Artes Escénicas de España, UGT - Servicios Públicos, Centro Latinoamericano de Creación e Investigación Teatral (CELCIT), Universidad Internacional de Andalucía, Secretaría General de Instituciones Penitenciarias, Real Patronato sobre Discapacidad, Numen, Asociación para mantener e impulsar la artesanía de Ciudad Real (AMIARTE), Asociación de Comercios de Almagro (ANCA), Pascual Parquet, Ateneo de Almagro, Feria 8 y Asociación de Turismo de Almagro. RTVE, Castilla-La Mancha Media, El Cultural, MasEscena y Onda Cero Ciudad Real son los medios oficiales de esta edición.



Fernando de Luis-Orueta / Emilia Esteban Guinea / France Philippart de Foy
Dpto. Comunicación del Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro
T. 910 562 977 / M. 659 50 18 50
prensa@festivaldealmagro.com