

# MEDICIÓN DE LOS EVENTOS DESDE EL PUNTO DE VISTA REGIONAL

## 1. Introducción

En el documento presentado por INROUTE “Measuring and Analysing Regional Tourism: Towards a set of general guidelines” se señala como una de las áreas prioritarias de estudio en el periodo 2012-2015 el análisis de los “special events”. En este documento se desarrolla un conjunto de proposiciones metodológicas para la evaluación de los eventos de carácter cultural y deportivo.

La Comunidad Autónoma de Andalucía viene promoviendo desde hace algún tiempo la realización de estudios específicos para la medición de los efectos económicos en la región de los principales eventos celebrados desde finales de la última década del siglo XX. Esta experiencia nos permite, por un lado, valorar la idoneidad del patrocinio por parte de la administración turística en términos de flujos de demanda turística que llega a la región por la celebración de estos eventos, y por otro obtener un perfil del turista que acude como consecuencia de la celebración del mismo. También estamos en condiciones de extraer enseñanzas de nuestro propio trabajo y presentar un balance de errores y aciertos, teniendo en cuenta que la trayectoria del grupo de trabajo responsable de estas evaluaciones comenzó en 1997 con la elaboración de una encuesta para valorar el impacto turístico de la celebración de la Ryder Cup en Andalucía.

Como una primera aproximación a la definición de “special event” se plantea la siguiente: *concentración masiva de personas en el tiempo y espacio motivado por el disfrute de la cultura o del deporte*. En base a esta definición, el análisis de los “special events” implica la consideración de diversas cuestiones, habituales en el campo de la economía de la cultura, la economía del deporte y la economía del turismo. Para estos ámbitos existe mucha información que ofrecen de forma continua las estadísticas tradicionales, no obstante cuando se trata de eventos especiales son casos, en su mayoría, no observables con estadísticas tradicionales, por lo que se requieren estudios específicos. Son ese tipo de casos los que se pretende delimitar y para los que se intenta ofrecer recomendaciones de análisis.

Las relaciones de la cultura y el deporte con el turismo se canalizan a través de la industria del ocio y las actividades recreativas. Lo característico es que en ambos casos se trata de un conglomerado diverso de actividades en el que se mezclan las que funcionan en mercados convencionales y organizados, como puede ser el caso de la potente industria audiovisual, con otras en las que la participación es el resultado de la iniciativa pública. La economía del deporte y de la cultura constituyen campos de estudio específicos dentro de la economía que han adquirido relevancia científica en los últimos tiempos como reflejo, por un lado, de la extraordinaria capacidad para la movilización de personas; por otro, por las oportunidades de negocio que se desarrollan en torno al impacto mediático de los grandes eventos. Las cuestiones que capturan la mayor parte del interés de los investigadores se centran en aspectos relacionados con los límites de la intervención pública (las ayudas al deporte y la cultura) y la regulación, especialmente de los derechos de imagen y propiedad

intelectual, así como en el estudio de las relaciones con el conjunto de la economía, su contribución al empleo y a la producción y la identificación de las externalidades asociadas a la realización de este tipo de actividades (Education and Culture EC, 2006; 2010; Leeds, M. & Von Allmen, P., 2011; Andreff, W., 2011)<sup>1</sup>. El turismo es el principal vehículo para la canalización de estos efectos y el objetivo de esta ponencia se centra precisamente en desarrollar una propuesta metodológica para su estudio en el caso de los grandes eventos, tanto de carácter deportivo como cultural.

El artículo se estructura en cuatro partes diferenciadas. En el apartado 2 se presentan algunas cuestiones de carácter conceptual, centrándonos en aquellos aspectos y definiciones que, de manera general, deben tenerse en cuenta cuando se pretende abordar el estudio de un “special event”. A continuación, se realiza una clasificación de los eventos según aquellas variables que llegan a ser determinantes para aplicar una metodología u otra, indicando a grandes rasgos algunas recomendaciones para su medición. En el apartado 4 se propone una clasificación tipológica, basada en la experiencia de los autores en sus trabajos sobre Andalucía, pero incorporando también casos ejemplares de ámbito internacional, que facilita la identificación de las orientaciones metodológicas más apropiadas en cada caso. Finalmente se ofrecen algunas recomendaciones con el objeto de resumir el trabajo desarrollado en este artículo incorporando las premisas que se deben incorporar para abordar el análisis de los special events.

## **2. Cuestiones previas de carácter conceptual.**

### **2. 1. Las consecuencias económicas de los special events.**

Cuando una ciudad o región es elegida para la celebración de un gran evento cultural o deportivo se espera que una corriente importante de dinero se dirija hacia la misma, con tres destinos principales. En primer lugar, el dinero que debe financiar la construcción de los equipamiento y la infraestructura necesaria para la realización del evento (estadios, polideportivos, auditorios, ...) y la adaptación del conjunto de las infraestructuras de comunicaciones del entorno (accesos por carretera, aeropuertos, aparcamientos, ...), así como de los servicios públicos en general, pero especialmente aquellos relacionados con la información turística, la seguridad, el tráfico y otros similares. Igualmente se espera un flujo de inversión privada que facilite la adaptación de la capacidad de acogida y alojamiento, así como la oferta cultura y de ocio (viviendas, hoteles, restaurantes, actividades de ocio y recreativas, ...).

---

<sup>1</sup> Education and Culture EC (2006). *The Economy of Culture in Europe*. EC. Directorate General for Education and Culture. Bruxelles. October, 2006.  
-(2010). CULTUREMAP. Mapping and evaluating existing platforms (websites) within the cultural sector aimed at stimulating debate and cross-border exchange of matters concerning European culture.  
[http://www.culturemap.net/documents/CULTUREMAP\\_summary\\_brochure\\_FINAL\\_2010\\_03\\_23.pdf](http://www.culturemap.net/documents/CULTUREMAP_summary_brochure_FINAL_2010_03_23.pdf)

Leeds, M. & Von Allmen, P. (Ed.) (2011). *The Economics of Sports* (4a ed.).  
Andreff, W. (2011) (Ed). *Contemporary Issues in Sports Economics: participation and profesional team sports*. New Horizons in the Economics of Sport Series

En segundo lugar, también se espera que durante la celebración del evento el gasto de participantes y visitantes se traduzca en un aumento excepcional en el nivel de actividad de la localidad y la región, que sería el reflejo del esfuerzo de producción de la economía regional para atender la nueva demanda de bienes y servicios. Una parte de este esfuerzo se identifica con el gasto que realizan los turistas, pero otra parte se relaciona con la producción de bienes y servicios intermedios destinados a satisfacer la demanda de las empresas que producen para los turistas. La celebración de grandes eventos determina, por tanto, un aumento generalizado de la producción provocado por el dinero que se introduce en la economía local a través del gasto de los visitantes, pero cuya magnitud excede la cuantía de dicho gasto. Una parte de este esfuerzo de producción se fuga hacia el exterior en forma de “leakages” (fugas de renta derivadas de la importación de bienes y servicios), lo que implica que cualquier pretensión de evaluar las consecuencias económicas de los grandes eventos debe comenzar por la delimitación precisa de la zona de estudio.

Por último, también se espera que algunas de las consecuencias económicas de los grandes eventos permanezcan tras la conclusión del mismo. Es habitual que las zonas elegidas intenten aprovechar la oportunidad para impulsar proyectos de transformación urbana, cuyos efectos se perciben a medio y largo plazo. La mejora en equipamientos e infraestructuras puede afectar a las condiciones de eficiencia en que opera la economía local y mejorar su competitividad, mientras que también es probable que alguna de las empresas que decidió abrir centro de negocio o producción con motivo del evento, decida su mantenimiento posterior. Por otra parte, la difusión internacional de la imagen de la zona puede constituir un potente vehículo para la promoción turística y la reputación, con importantes consecuencias económicas<sup>2</sup>. Estos efectos se denominan dinámicos o a largo plazo y resultan particularmente complejos de evaluar.

También se espera que los grandes eventos provoquen efectos no deseables, como la elevación del precio de los inmuebles y la vivienda (alquileres), así como los costes de la producción, especialmente en caso de la construcción. Los problemas de congestión pueden provocar el desplazamiento del turismo habitual hacia otros destinos y siempre permanece el riesgo de exceso de capacidad instalada en algunas actividades concretas, sobre todo las relacionadas con la hostelería, y la necesidad de alguna corrección de carácter estructural.

---

<sup>2</sup> La valoración del Campo de Golf de Valderrama en Sotogrande (Cádiz) se elevó considerablemente entre los aficionados a este deporte como consecuencia de la reputación conseguida con motivo de la celebración de la Ryder Cup de Golf en 1977 (Martínez, M, 2008).

Martínez, M (2008). Golf y complejos residenciales turísticos. Monográfico Sotogrande. Universidad de Huelva.

<http://www.uhu.es/golfparalosnegocios/documentos/complejos/4monograficosotogrande02.pdf>

## 2.2. La medición del impacto económico.

Por impacto económico se entiende el aumento en el nivel de actividad en un área determinada como consecuencia de la realización de un evento excepcional de carácter deportivo o cultural. Se puede medir observando el cambio en la producción (volumen de negocio en la zona, VAB o PIB, riqueza, incluyendo la variación en el precio de los activos reales; o renta personal) o en el empleo, aunque también en las condiciones de producción (productividad) y derivados (rentas fiscales, consumo energético, ...). En cualquier caso, la mayoría de los métodos desarrollan modelos de multiplicador, distinguiendo entre efectos directos, indirectos e inducidos, aunque no siempre definidos de la misma manera.

El multiplicador, independientemente de su naturaleza, pretende identificar el número de veces que una unidad monetaria cambia de manos dentro de la zona afectada por el evento antes de abandonar el territorio. Los multiplicadores de corte keynesiano explican el proceso partiendo de un impulso de inversión inicial y persiguen identificar el volumen de actividad asociado al aumento de la renta local. Para ello distinguen entre efectos directos, indirectos e inducidos.

- a) El efecto directo mide el aumento en el volumen de actividad derivado de la inversión en obra nueva en infraestructuras y equipamientos y en la remodelación de las existentes. Weisbrod (1997)<sup>3</sup> lo identifica con los cambios en el nivel de actividad local provocados por decisiones de inversión pública o privadas o por políticas y programas públicos. Se trata de un concepto cercano al multiplicador keynesiano del gasto en inversión, cuyos efectos operan mayoritariamente a través del consumo.
- b) El efecto indirecto se relaciona con el gasto de los visitantes y se identifica con el cambio en el volumen de producción de las empresas locales para atender la demanda de los que acuden al evento en calidad de participantes o visitantes. Su cuantía coincide con el resultado de multiplicar el número de veces que el dinero inyectado cambia de manos antes de abandonar el territorio.
- c) El efecto inducido opera a través de las decisiones de gasto que realizan los residentes que han visto incrementado sus ingresos como consecuencia de los efectos anteriores. Algunos modelos incluyen las rentas fiscales dentro de este capítulo (Fuller & Clintch, 2000<sup>4</sup>)

Los multiplicadores de corte keynesiano resultan especialmente adecuados para la evaluación de los eventos de carácter no periódicos, es decir, aquellos que no se repiten periódicamente en la misma localidad y que llevan asociados importantes programas de inversión. En estos casos, tanto los componentes del multiplicador que se han señalado como los efectos dinámicos o a largo plazo resultan especialmente

---

<sup>3</sup> Weisbrod, G. y Weisbrod, B. Measuring Economic Impacts of Project and Programs. Economics Development Research Group. Boston (Mimeo)  
<http://www.edrgroup.com/pdf/econ-impact-primer.pdf>

<sup>4</sup> Fuller, SS. Y Clinch, R. (2000). *The Economics and Fiscal Impacts of Hosting the 2012 Olympics Games of the Washington-Baltimore Metropolitan Area*. George Mason Working Paper, George Mason University.

relevantes, puesto que, en la mayoría de los casos, las inversiones sólo se justifican por el proceso de transformación urbana y regional que pueden impulsar y por las ventajas de la reputación (Ki Leea, Ch.; Taylor, T., 2004)<sup>5</sup>. Una de las principales complejidades en la evaluación de los efectos dinámicos y a largo plazo reside en la necesidad de introducir rentas futuras, por lo que es habitual la utilización de técnicas de análisis coste-beneficio.

El análisis coste beneficio (C/B) proporciona una valoración de los costes y beneficios esperados de una inversión, incluyendo una valoración actualizada de los beneficios futuros y de los costes no observables. Particularmente adecuado para la adopción de decisiones sobre inversiones públicas con externalidades y beneficios diferidos en el tiempo, el análisis C/B permite presentar en términos monetarios aquellos procesos que los mercados no valoran adecuadamente, como el coste de la contaminación o los efectos de la congestión sobre el estado anímico de los residentes con motivo de los eventos especiales. Cuando los costes efectivos de una inversión se enfrentan con el valor presente de los beneficios esperados de una inversión a lo largo del tiempo, se obtiene como resultado un “valor neto presente o actual” de la decisión de gasto o inversión que permite elegir la mejor opción entre las posibles o decidir, en función del saldo, si una determinada iniciativa pública es beneficiosa o perjudicial desde un punto de vista social (DG Política Regional, CE, 2003)<sup>6</sup>.

Cuando los eventos son de carácter recurrente (periódicos), el capítulo de inversiones se reduce y los efectos dinámicos y largo plazo se transforman en estables. La celebración del evento en este tipo de casos se traduce en puntas de actividad que tienen carácter estacional, de manera que la valoración del impacto puede abordarse a través de un análisis convencional de series temporales. Lo más habitual, sin embargo, es la utilización de multiplicadores input-output y similares, siempre que se disponga de coeficientes de importaciones que permitan identificar las fugas de rentas. En el modelo input-output el gasto de los visitantes forma parte del consumo final de los no residentes, es decir, del gasto interior, y por lo tanto puede ser tratado como una variable exógena. Como es lógico, el principal problema en estos casos es disponer de una tabla input-output referida a la zona de estudio que permita modelizar el impacto en la economía de un cambio en el gasto de los turistas.

Los multiplicadores input-output resultan especialmente adecuados para el estudio de la segunda de las consecuencias apuntadas en el caso de los eventos de carácter periódico: el aumento en el nivel general de actividad como consecuencia de la celebración. Su cuantía es similar a lo que se ha definido como efecto indirecto en el caso del multiplicador keynesiano y es frecuente que también se diferencie entre un componente directo, equivalente al dinero que los visitantes introducen en la

---

<sup>5</sup> Ki Leea, Ch.; Taylor, T., (2004). *Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup*. *Tourism Management (2005) Volume: 26, 4, Pages: 595-603*  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.031>

<sup>6</sup> DG Política Regional, CE. (2003). *Guía de Análisis Coste-Beneficio de los Proyectos de Inversión*. Fondos Estructurales, FEDER, Fondo de Cohesión e ISPA. Comisión Europea.

economía local por la vía del gasto en alojamiento, alimentación, etc., y un efecto indirecto que se identifica con el número de veces que se intercambia este dinero, antes de abandonar la región (Kasimati, 2003)<sup>7</sup>. Este tipo de enfoque también admite la consideración de efectos inducidos a través del gasto que realizan los residentes cuyas rentas se han visto incrementadas como consecuencia del aumento en el nivel general de actividad. Pueden limitarse a la consideración de aspectos concretos, como el aumento de las rentas fiscales (Fuller y Clintch, 2000, op. cit.), o a adoptar una visión más amplia a través de modelos de equilibrio general y matrices de contabilidad social. La principal diferencia reside en la endogeneización de precios y salarios que permiten estimar el volumen de producción local inducido por el aumento de la renta en la población residente (Blake, 2005)<sup>8</sup>.

### 2.3. Caracterización de los eventos

Uno de los aspectos básicos que se debe tener en cuenta a la hora de abordar un estudio de un “special event” es **delimitar la zona de impacto (es una decisión previa)**. Una definición excesivamente estrecha de la zona de estudio tiende a infravalorar los efectos económicos del evento debido, por un lado, a que las fugas de renta (leakeages) se producen antes y, por otro, es posible que obligue a registrar como excursionismo una parte significativa del movimiento turístico en torno al evento.

Cualquier evento es susceptible de medición, no obstante, es necesario calibrar la magnitud del mismo para poder valorar el tipo de herramienta y la cantidad de esfuerzo (tanto presupuestario como de personal) que se dedica a su medición. Es necesario buscar un equilibrio entre una metodología adecuada y de calidad con coste económico razonable.

#### 2.3.1. La caracterización de los eventos en función del tamaño y la periodicidad.

La definición de dimensión variará en función de la **capacidad del destino** turístico y de la necesidad o no de **modificar infraestructuras** para acogerlo. Estas dos variables son determinantes para que cada destino clasifique el evento según su dimensión. Por ejemplo, lo que para una localidad mediana o pequeña y con capacidad de alojamiento reducida puede significar una magnitud elevada, para una gran ciudad con una importante oferta hotelera, puede tener una trascendencia secundaria. Esta situación justifica también el hecho de que para una similar dimensión de evento, se utilicen distintas metodologías, en función del ratio (dimensión del evento)/(zona de estudio).

Es muy relevante también considerar el **carácter puntual o periódico** del evento, por dos circunstancias. En primer lugar, los eventos de carácter puntual que requieren una inversión relevante merecen una valoración de la misma en el estudio del impacto del evento, ya que se realiza con el fin de la celebración del mismo. Por el contrario, si el

---

<sup>7</sup> Kasimati, E. (2003). *Economic Aspect and the Summer Olympics: a Review of Related Research*. International Journal of Tourism Research. pp. 433-444

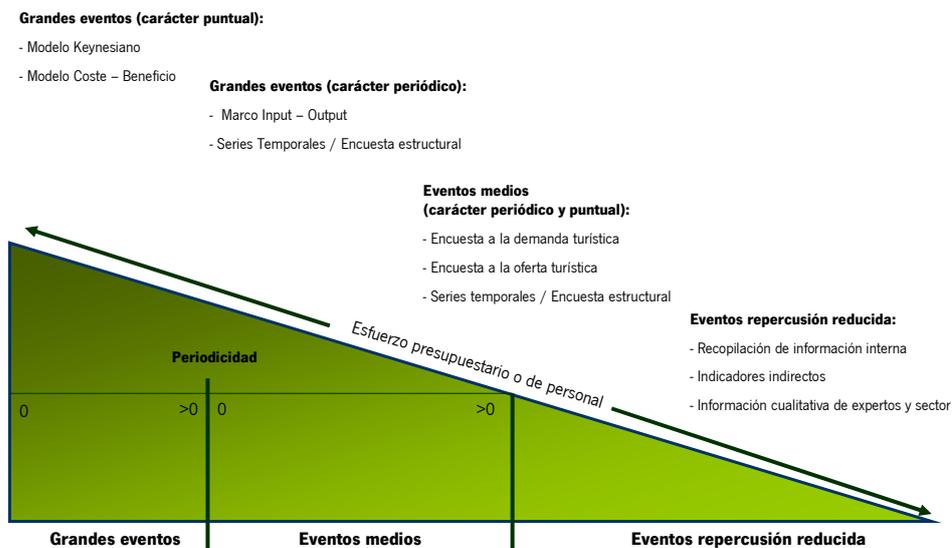
<sup>8</sup> Blake, A. (2005) *The Economic Impact of the London 2012 Olympics*. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute. Hottingham University Business School. (Mimeo)

evento es de carácter recurrente o periódico, esa inversión como mucho se realizará la primera vez que el evento tenga lugar, siendo irrelevante para la medición de los efectos posteriores. Asimismo, cuando son eventos periódicos existe otra implicación añadida, que es la identificación de la marca del destino con el evento en sí, aspecto que sería oportuno valorar. Otra implicación, aunque metodológica, es la disponibilidad de series históricas de las principales cifras y del perfil de los visitantes si el estudio se ha realizado en otras ocasiones. En estos casos se pueden aplicar otras técnicas como series temporales y así evitar la repetición de los mismos estudios periódicamente, incorporando así información como el efecto calendario, meteorología, etc.

### 2.3.2. El tamaño de los eventos y el esfuerzo de investigación.

Este enfoque nos permite agrupar los “special events” en tres grandes categorías, tal y como se observa en el Gráfico 1. Estas agrupaciones implican una aproximación metodológica y un esfuerzo presupuestario o de personal diferenciado, el cual deberá ir dimensionado con los efectos que el evento tenga en el destino.

Gráfico 1. Tipo de eventos y esfuerzo personal/presupuestario



Simplemente teniendo en cuenta la dimensión del “special event” ya se perfilan las metodologías a aplicar.

Para **eventos con dimensión reducida** bastaría con una recogida de información interna del evento (nº asistentes,...) así como indicadores indirectos (ocupación de alojamientos de la zona, flujo de tráfico con pago peaje en autopistas, llegadas pasajeros a los aeropuertos o estaciones, consumo de energía eléctrica, pagos con tarjeta crédito, ...) e incorporar información cualitativa de los expertos relacionados con el evento (organizadores, comerciantes, sector turístico de la zona). Este sistema

de información cubriría las principales demanda de información a un coste razonable en función de su dimensión.

La celebración de los **eventos medios** está normalmente muy vinculada a la actividad turística, por lo que el enfoque se basa en la medición de los flujos turísticos generados por la celebración del mismo. Normalmente no conllevan una elevada inversión en infraestructuras sino fundamentalmente con promoción por parte de entidades turísticas, deportivas o culturales, ya sean públicas o privadas. Al no existir una inversión elevada no es necesaria la realización de estudios de multiplicadores keynesianos o coste beneficio. Estos “special events” son especialmente interesantes para un destino turístico, no solo individualmente por el flujo turístico que genera, sino porque en muchos casos generan una imagen de marca por asociación con el destino, como es el caso de Edimburgo y su festival de verano o Jerez y la celebración del Mundial de Moto GP.

Para los **grandes eventos** de carácter cultural o deportivo, su medición exige añadir efectos de transformación urbana y/o regional. Sus consecuencias no son efímeras, sino que permanecen después de la celebración del evento e incluyen ventajas de reputación. La variable que determina la graduación entre eventos es la inversión así como el carácter recurrente o puntual del mismo debido a que determina que exista o no una adaptación del destino para acoger el evento.

En la elección del método de estudio también deben influir las condiciones de acceso y la afluencia de visitantes no participantes.

#### **a) Eventos acotados o no acotados**

Se entiende por acotado cualquier evento que implique conteo del número de asistentes o participantes, ya sea por tickets vendidos, capacidad de la sala/instalación, asientos disponibles, etc. En definitiva, que pueda cuantificarse el volumen de flujos turísticos. Los eventos celebrados en espacios no acotados son los que utilizan espacios abiertos donde no existen registros de ningún tipo. Existen también eventos que utilizan una combinación de ambas tipologías, con ciertos actos celebrado en entornos acotados y otros en espacios abiertos.

#### **b) Participants driven or visitors driven events**

Por participante se entiende el turista (no remunerado en el lugar del destino) que realiza una asistencia activa en el mismo -por ejemplo los corredores en una maratón- y por asistentes se entiende a los visitantes (turistas o excursionistas) en calidad de espectadores del evento. Los eventos con público o número de espectadores muy elevado serían aquellos en los que el movimiento de asistentes determinaría la valoración. La clasificación del evento objeto de estudio en una de estas dos tipologías determinará la metodología básica a aplicar para su medición.

En cualquier caso, es necesario descontar la participación de los **residentes** que han acudido y tener en cuenta el **grado de repetición** de asistencia a un evento. En muchos

casos la relevancia de los **excursionistas** recomienda un análisis específico de los mismos para poder recoger su gasto.

### 3. Tipificación de los eventos.

Debido a que la tipología de eventos y la estructura de los mismos puede ser muy variada, la aplicación metodológica para cada caso de estudio sería el resultado de **combinaciones apropiadas** según las características determinantes que definan el evento. Aquí entra en juego el criterio técnico, que debe evitar la sobredimensión del estudio por justificar las decisiones tomadas por los organizadores, que son los principales grupos de interés. Las experiencias en esta materia demuestran que es habitual encontrarse estudios desproporcionados en base a la relevancia real del evento.

<b>Gráfico 2. Tipificación y propuestas metodológicas de los “special events”</b>	Acotado	No acotado
Relevancia de asistentes	Herramienta: encuesta a organizadores y a demanda Base de elevación: dato de organizadores	Herramienta: encuestas a alojamientos reglados, a organizadores y a demanda Base de elevación:
Relevancia de participantes	Herramienta: registro de participantes y encuesta a organizadores Base de elevación: registro de participantes	combinación de resultados de la encuesta a alojamientos reglados y grado de participación de esta tipología según demanda

#### **Tipo I. Eventos con alta relevancia en número de asistentes y en un entorno acotado:**

Como el entorno es acotado tenemos un marco básico de elevación: número de tickets vendidos, aforo máximo de la instalación, sala o estadio, etc. En muchas ocasiones la entidad organizadora del evento ofrece las cifras incluyendo abonos vendidos, en ese caso es necesario tener en cuenta el número de días que incluye ese abono. Es necesario también solicitar a la organización las invitaciones VIP o pases de prensa, y saber si este cómputo está incluido o no en la cifra global que ofrece la organización.

La encuesta a los asistentes es el instrumento básico de medición. Una vez que contamos con esta cifra global de asistentes al evento, se realiza un conteo con el objeto de identificar las distintas tipologías de asistentes: excursionistas, turistas o residentes y su proporción sobre el total. El objetivo es analizar el impacto turístico, así que se descontarán de este cómputo los residentes, y para los excursionistas se estima un gasto diario con el objeto de incluirlo en el cálculo global del gasto turístico.

Para conocer la capacidad de atracción turística del evento es necesario identificar aquellos que han llegado al destino turístico atraídos exclusivamente por la celebración del mismo, porque puede haber turistas que aprovechen su estancia para asistir al evento. Estos últimos se deben descontar del cómputo de la medición turística. De la misma forma, dependiendo de la zona de estudio a la que queramos imputar el evento, es necesario identificar en qué localidad ha pernoctado el turista, ya que quizás la localidad de celebración del evento no tenga capacidad suficiente para albergar a la demanda, o no tenga el atractivo suficiente para hacer que los turistas se alojen en la misma.

La encuesta debe permitir la caracterización del turista en las distintas tipologías: motivos **profesionales, aficionado, acompañante o participante**. Es interesante no perder de vista que la capacidad de atracción turística del evento no viene determinada exclusivamente por los que asisten físicamente, sino que sus acompañantes también se deben incluir en los mismos ya que no hubiesen acudido al destino en caso de no celebración.

Para evitar duplicidades en la estimación del número de turistas, hay que tener en cuenta el número de días de asistencia al evento, ya que en la cifra de asistentes o entradas vendidas puede haber una misma persona que asista más de una vez.

Una vez identificado el número de turistas y excursionistas, el siguiente paso es estimar el gasto que han realizado. En este caso es necesario identificar al menos las principales partidas del gasto turístico en general (alojamiento, restauración y compras), si olvidar incluir el gasto en las entradas para participar en el evento en cuestión.

#### **Tipo II. Eventos con alta relevancia en número de participantes y en un entorno acotado:**

En estos casos se requiere un aprovechamiento de los registros de los participantes, con el objetivo de recabar la principal información necesaria para conocer la importancia turística de este evento. En muchos casos es suficiente con introducir dentro del sistema de registro las variables básicas en el estudio turístico: número de días de estancia, gasto en alojamiento (quizá la proporciona el organizador), número de acompañantes que trae, si se queda más días además de los estrictamente necesarios para el evento, si va a visitar otras zonas,...

La medición de estos eventos presenta una elevada similitud con la valoración turística de los congresos o convenciones, ya que en muchos casos la principal fuente de información es la propia organización del evento.

#### **Tipo III. Eventos con alta relevancia en número de asistentes o participantes y en un entorno abierto:**

En este caso no se dispone de un marco básico de elevación, por lo que es necesario conseguir el dato por otros medios. En el caso de Andalucía el problema se ha

intentado resolver en alguna ocasión mediante una encuesta a los establecimientos de alojamiento turístico, que proporciona el número de turistas alojados durante el periodo de celebración del evento.

De esta cifra sería necesario descontar la parte de turistas alojados que no están relacionados con la celebración del evento. Esta información se obtiene mediante un conteo realizado en el acceso al hotel, en el que se le pregunta a los turistas si van a asistir al evento o no. Esta herramienta se debe utilizar cuando una elevada proporción de la demanda atraída por el evento se aloja en establecimientos reglados, y no en casas alquiladas o de amigos o familiares.

En estos casos, al igual que en los de tipo I, también es necesario realizar una encuesta a los asistentes que nos permita conocer la proporción de ellos que se ha alojado en establecimientos reglados, y de esta manera se puede estimar la cifra global de asistentes a un evento en entorno no acotado.

En este cómputo ya se ha descontado la cifra de residentes, por lo que sólo sería necesario el conteo para identificar excursionistas y turistas, y si se considera relevante, estimar un gasto para los excursionistas con el objeto de incluirlo en el cálculo global del gasto turístico.

| A partir de este punto, al igual que en los eventos de tipo I, es necesario:

- Descontar aquellos asistentes que no hayan llegado al destino atraídos exclusivamente por la celebración del evento.
- Caracterizar el turista en profesionales, aficionado, acompañante o participantes, para incluir como turistas a los acompañantes de los asistentes.
- Medición del gasto.

#### **4. Casos de estudios. Especial referencia a Andalucía.**

A continuación se presentan algunos ejemplos de eventos que hemos analizado en Andalucía, incluyendo también algunos ejemplos internacionales para ayudar a obtener una tipificación con ejemplos prácticos.

### Eventos medios - carácter puntual:

CAPITALIDAD CULTURAL	
Tipo de evento:	Cultural
<b>Breve descripción</b>	
Se trata de un programa cultural a gran escala otorgado por la Comisión y Parlamento Europeo a dos ciudades europeas que durante un año tienen la posibilidad de mostrar su desarrollo y vida cultural al resto de Europa y el mundo. El objetivo es resaltar la riqueza y diversidad de las culturas europeas y los elementos comunes compartidos, así como promover un mayor y mejor entendimiento mutuo entre ciudadanos europeos	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input type="checkbox"/> Periódico <input checked="" type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input type="checkbox"/> Alta <input checked="" type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input checked="" type="checkbox"/> Acotado <input type="checkbox"/> No Acotado <input checked="" type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input checked="" type="checkbox"/> Asistentes <input type="checkbox"/> Participantes <input type="checkbox"/> Ambos

DAVIS CUP	
Tipo de evento:	Deportivo
<b>Breve descripción</b>	
Competición internacional de tenis, organizada por la Federación Internacional de Tenis (ITF), de equipos nacionales masculinos compuestos por diversos jugadores designados por su federación nacional deportiva. En 2010, 125 naciones compitieron en Copa Davis, lo que hace de esta la competición deportiva más grande del mundo.	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input type="checkbox"/> Periódico <input checked="" type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input type="checkbox"/> Alta <input checked="" type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input checked="" type="checkbox"/> Acotado <input type="checkbox"/> No Acotado <input type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input checked="" type="checkbox"/> Asistentes <input type="checkbox"/> Participantes <input type="checkbox"/> Ambos

### Eventos medios - carácter periódico:

CARNAVAL DE VENECIA	
Tipo de evento:	Cultural
<b>Breve descripción</b>	
El carnaval de Venecia es el más famoso de Europa. Durante los diez días que duran las celebraciones hay bailes de gala, comparsas por toda la ciudad y gente vestida con ropas que se trasladarán al siglo XVIII. Las fiestas culminan con un espectacular baile de máscaras y un baile popular en la Plaza de San Marcos	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input checked="" type="checkbox"/> Periódico <input type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input checked="" type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input type="checkbox"/> Acotado <input checked="" type="checkbox"/> No Acotado <input type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input type="checkbox"/> Asistentes <input checked="" type="checkbox"/> Participantes <input type="checkbox"/> Ambos

MUNDIAL DE MOTOCICLISMO   JEREZ DE LA FRONTERA	
Tipo de evento:	Deportivo
<b>Breve descripción</b>	
En el Circuito de Jerez (Cádiz, Andalucía) se realiza el Gran Premio de España de Motociclismo, segunda prueba del Campeonato del Mundo, e inicio de la etapa europea del Campeonato. Se lleva a cabo durante tres días en primavera.	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input checked="" type="checkbox"/> Periódico <input type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input checked="" type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input checked="" type="checkbox"/> Acotado <input type="checkbox"/> No Acotado <input type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input checked="" type="checkbox"/> Asistentes <input type="checkbox"/> Participantes <input type="checkbox"/> Ambos

### Grandes eventos - carácter puntual:

JUEGOS OLÍMPICOS	
Tipo de evento:	Deportivo
<b>Breve descripción</b>	
Son sin duda los representantes máximos del deporte en la actualidad, siendo el evento más significativo en el cual se reúnen deportistas de todas partes del mundo para realizar sus performances en diferentes disciplinas tanto individuales como grupales. Los Juegos Olímpicos son uno de los eventos, además, que mayor cantidad de espectadores reúnen y debido a su larga trayectoria son considerados uno de los momentos más importantes de unión de la Humanidad.	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input type="checkbox"/> Periódico <input checked="" type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input checked="" type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input type="checkbox"/> Acotado <input type="checkbox"/> No Acotado <input checked="" type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input type="checkbox"/> Asistentes <input type="checkbox"/> Participantes <input checked="" type="checkbox"/> Ambos

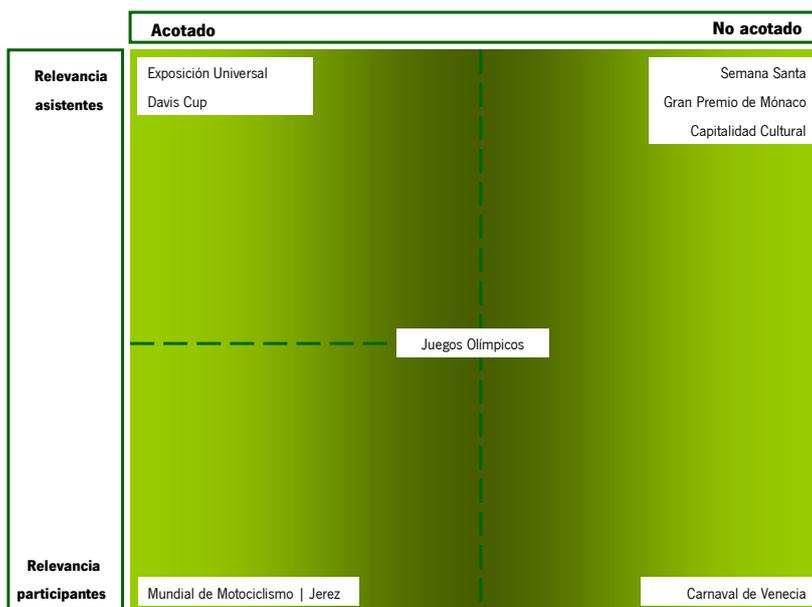
EXPOSICIÓN UNIVERSAL	
Tipo de evento:	Cultural
<b>Breve descripción</b>	
Las exposiciones aprobadas por la Oficina Internacional de Exposiciones denominadas "universales" o "mundiales" se realizan con fines de promoción e información y tienen una duración mínima de 6 semanas y máxima de 6 meses y se desarrolla en una ciudad del mundo elegida.	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input type="checkbox"/> Periódico <input checked="" type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input checked="" type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input checked="" type="checkbox"/> Acotado <input type="checkbox"/> No Acotado <input type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input checked="" type="checkbox"/> Asistentes <input type="checkbox"/> Participantes <input type="checkbox"/> Ambos

### Grandes eventos - carácter periódico:

GRAN PREMIO DE MONACO	
Tipo de evento:	Deporte
<b>Breve descripción</b>	
Es uno de los grandes premios más antiguos de la Fórmula 1. Tiene lugar anualmente en el mes de mayo, y se disputa en las calles de Montecarlo. Esto lo convierte en el circuito más peligroso entre los que actualmente se utilizan en las competiciones de Fórmula 1, por situarse de lleno en un área urbana.	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input checked="" type="checkbox"/> Periódico <input type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input type="checkbox"/> Alta <input checked="" type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input type="checkbox"/> Acotado <input checked="" type="checkbox"/> No Acotado <input type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input checked="" type="checkbox"/> Asistentes <input type="checkbox"/> Participantes <input type="checkbox"/> Ambos

SEMANA SANTA	
Tipo de evento:	Cultural
<b>Breve descripción</b>	
La Semana Santa es la conmemoración anual cristiana de la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesús de Nazaret. Es un periodo de intensa actividad litúrgica y tienen lugar numerosas muestras de religiosidad popular, destacando las procesiones y las representaciones de la Pasión.	
<b>Caracterización del evento</b>	
Carácter temporal:	<input checked="" type="checkbox"/> Periódico <input type="checkbox"/> Puntual
Inversión:	<input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input checked="" type="checkbox"/> Baja
Modificar infraestructuras:	<input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No
Entorno de celebración:	<input type="checkbox"/> Acotado <input checked="" type="checkbox"/> No Acotado <input type="checkbox"/> Ambos
Relevancia de la demanda:	<input checked="" type="checkbox"/> Asistentes <input type="checkbox"/> Participantes <input type="checkbox"/> Ambos

Se presentan estos eventos en la matriz para obtener una imagen de la metodología a aplicar en cada caso:



## 5. Recomendaciones

En primer lugar es necesario calibrar el tipo de estudio que se debe poner en marcha cuando el evento es de **dimensión reducida**, ya que los recursos tanto económicos como de personal deben estar en relación con la magnitud del evento, por lo tanto se recomiendan planteamientos modestos para eventos de dimensión reducida.

Para eventos de **dimensión media y carácter recurrente** se recomienda la realización de un estudio del impacto turístico, con encuestas a la demanda y/o oferta, que constituirán el carácter estructural, por lo que se puede plantear su realización cada cierto tiempo con una actualización mediante el uso de series temporales para conocer la coyuntura. Esta metodología permitiría incluir aspectos como el efecto calendario, condiciones meteorológicas, etc.

Para eventos de **dimensión media no recurrentes** se recomienda realizar un estudio del impacto turístico mediante encuestas a la demanda y/o a la oferta. La utilización de un análisis input-output vendrá determinado por la zona de estudio a la que se quiera hacer referencia. Si se trata de analizar el impacto en un área geográfica reducida, no tendrá sentido aplicar este tipo de análisis, ya que no se dispondrá de un marco I-O adecuado con implicaciones en las fugas o "leakeages".

Para **grandes eventos de carácter recurrente** las recomendaciones son muy similares a las de los eventos medios, pero es más adecuado la realización de un análisis Input-Output, ya que normalmente se refieren a una zona de estudio amplia en la que sí existe un Marco Input-Output adecuado.

Para **grandes eventos de carácter no recurrentes** se recomienda la utilización de multiplicadores keynesianos y análisis Coste Beneficio, además de un análisis Input-Output. Son estos eventos los que requieren análisis más complejos y costosos.

Los ejercicios de evaluación deben ser elaborados por organismos independientes y ajenos a los operadores en el sector. En el mundo del turismo es particularmente frecuente que las asociaciones que engloban a los operadores se conviertan en la principal fuente de información estadística y de análisis de coyuntura de segmentos concretos. Ocurre, por ejemplo, con las compañías de cruceros, con los palacios de ferias y exposiciones, con los organizadores de congresos, etc. Es, por otra parte, habitual que entre sus informes periódicos se incluyan estimaciones sobre la dimensión económica de la actividad en la que participan y sobre su contribución a la formación del producto nacional o regional y a la creación de empleo, denunciándose desde instancias académicas una tendencia sobrevalorar los beneficios de la actividad y a infravalorar los costes y sus externalidades (Braun, BM; Rungeling B., 1992; App, B., 2006; Sahli, M. and Nowak J.J., 2007; Copeland, C., 2008; Vaggelas, G.K y Pallis, A.A.; 2010)<sup>9</sup>.

Los análisis de relevancia turística de los special events que conllevan la realización de encuestas a la demanda deben siempre enmarcarse dentro del sistema de estadísticas del ámbito de estudio, de manera que los resultados presenten una armonización metodológica con el sistema estadístico.

---

<sup>9</sup> Braun, BM; Rungeling B (1992). *The relative economic impact of convention and tourist visitors on a regional economy: a case study*. International Journal of Hospitality Management. Volume 11, Issue 1, February 1992, Pp 65–71.

App, B. (2006). Economics Impact Analysis in Convention Tourism. The case of Convention tourism in Stuttgart, Germany. Bournemouth University. UK.  
<http://www.du.se/PageFiles/5053/AppBenjamin.pdf>

Sahli, M. and Nowak J.J. (2007). *Does Inbound Tourism benefit Developing Countries? A Trade Theoretic Approach*. Journal of Travel Research, Vol 45 (4), pág. 426-434.

Copeland, C. (2008). *Cruise Ship Pollution: Background, Laws and Regulations, and Key Issues*. Congressional Research Services. USA.

Vaggelas, G.K y Pallis, A.A. (2010). *Passenger ports: services provision and their benefits*. En Maritime Policy & Management. Volume 37, Issue 1, 2010, Pág. 73-89 .