



**VALORACIÓN ECONÓMICA DE BIENES TURÍSTICOS EN LAS TERRES DE  
L'EBRE: ANÁLISIS DE CASOS**  
**Francisco Javier Farré Albendea**

**Dipòsit Legal: T. 728-2012**

**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

**WARNING.** Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

**TESIS DOCTORAL**

**Francisco Javier Farré Albendea**

**VALORACIÓN ECONÓMICA DE BIENES TURÍSTICOS  
EN LAS TERRES DE L'EBRE: ANÁLISIS DE CASOS.**



**UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI**

**Departamento de Economía**







**Francisco Javier Farré Albendea**

**VALORACIÓN ECONÓMICA DE BIENES TURÍSTICOS  
EN LAS TERRES DE L'EBRE: ANÁLISIS DE CASOS.**

**TESIS DOCTORAL**

**dirigida por el Dr. Juan Antonio Duro Moreno**

**Departamento de Economía**

**Grupo de investigación en Industria y Territorio**

**(GRIT)**



**UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI**

**Tortosa  
2011**





UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

**Departament d'Economia**

**Avda de la Universitat, 1**

**43204 Reus**

**Tel. 977759811**

**Fax. 977758907**

Hago constar que este trabajo, titulado “Valoración económica de bienes turísticos en las Terres de l’Ebre: análisis de casos“ que presenta Francisco Javier Farré Albendea para la obtención del título de Doctor , ha sido realizado bajo mi dirección en el departamento de Economía de esta universidad.

Tortosa, 3 de agosto de 2011

El director de la tesis doctoral

Dr. Juan Antonio Duro Moreno









## **Agradecimientos**

La realización de una tesis doctoral es un proceso largo y en el momento de su finalización se debe recordar a todos los que han ayudado directa o indirectamente a que ésta llegue a buen puerto. A todos los que se sientan identificados en este apartado y que mi memoria no recuerde: mi más sincero agradecimiento.

Mi primer agradecimiento explícito no puede ser para otra persona que al Dr. Juan Antonio Duro, director de la tesis doctoral. Sin su profesionalidad, su dedicación y su paciencia esta tesis no hubiera sido posible. También le debo agradecer sus sugerencias, guías y aportaciones en el contenido para hacer así mis explicaciones más clarificadoras.

También quiero agradecer al Dr. Miguel Ángel Bové su dedicación en mis primeros pasos en la investigación. En la elaboración del DEA donde ya me hizo apreciar al sector turístico, así como sus brillantes aportaciones en la revisión de algún capítulo.

Al grupo de recerca (GRIT) y a su director en aquel momento Dr. Agustí Segarra, que me acogió “ligerito de equipaje” y me ha dado todo el soporte necesario, en especial para la presentación de los contenidos de la tesis en los congresos a los que he asistido. Espero poder revertir en breve los frutos de la presente tesis con las aportaciones científicas que se deriven.

Al resto de los miembros del departamento por sus aportaciones en la presentación del cap. 3 en un seminario interno. Personalizo en los directores del mismo: Dr. Ferran Mané y Dr. Bernd Theilen por la confianza depositada en mi trabajo materializada en la renovación de mi situación contractual, y en Jordi Sardà por sus ánimos constantes, con él que he compartido el tramo final en el pequeño Campus de las Terres de l'Ebre.

A las Instituciones que han colaborado: al Patronato de Turismo de las Terres de l'Ebre de la Diputación de Tarragona por la cesión de los informes de demanda turística, al Parc Natural del Delta de l'Ebre por el permiso a utilizar sus datos microeconómicos, al

Observatori Turístic de la Costa Daurada por el suministro de datos, al IDECE (Institut de Desenvolupament de les Comarques de l'Ebre) por la financiación necesaria en el cap.3 y al Ayuntamiento de Tortosa por la financiación necesaria en el cap.4. Sin la disponibilidad de los datos que el conjunto de instituciones han cedido o han permitido generar el trabajo no hubiera sido posible.

A los encuestadores en la recogida de datos, sin su profesionalidad y trabajo el cap.4 no se hubiera podido realizar. A las empresas y agentes que han participado desinteresadamente en los cuestionarios y entrevistas realizadas.

A la dirección del Campus de les Terres de l'Ebre y a su director el Dr. Azael Fabregat con los que comparto la gestión, por su comprensión y su esfuerzo adicional que me han permitido una mayor tiempo de dedicación a la tesis.

Al personal de administración y servicios por su complicitad y ayuda en los trámites que la elaboración y presentación de una tesis comporta. En este apartado una mención a los técnicos informáticos por sus ayudas en las cuestiones de presentación y formato.

El último apartado de los agradecimientos es el familiar. A mi madre que en los últimos años no ha gozado de buena salud y a la que seguro no he dedicado todo el tiempo que se merece, a mi padre (q.e.p.d.) cuya mayor ilusión fue la formación de sus hijos y con un gran esfuerzo me financió mi primera carrera en Ciencias Físicas. A ambos seguro que les enorgullece que continúe en un proceso de formación avanzado.

A mi esposa, Núria, y a mi hijo, David, que son los que han soportado y sufrido más directamente el proceso de elaboración de la tesis con el agravante de realizarse en una fase vital que no es la habitualmente destinada para ello. De ellos he tenido el apoyo incondicional, el ánimo constante y la infinita paciencia, saben que tienen todo mi cariño y que el poco tiempo que les he dedicado mientras he elaborado la tesis esta lleno de intensidad.

Debo finalizar con la cláusula de exoneración de responsabilidades a todos aquellos que han realizado aportaciones en el trabajo. Los errores, que seguro aún están presentes, son exclusivamente responsabilidad del autor del trabajo.





# Índice general

<b>1.- Introducción.....</b>	<b>1</b>
1.1. Motivación de la tesis.....	4
1.2. Estructura de la tesis.....	5
1.3. Aportaciones.....	9
<b>2. Turismo en Terres de l'Ebre: significación, recursos y estrategia.....</b>	<b>15</b>
2.1. Introducción.....	17
2.2. Turismo y economía.....	19
2.2.1. Datos.....	19
2.2.2. Estructura económica de les Terres de l'Ebre.....	20
2.2.3. PIB turístico específico.....	29
2.3. Análisis de la oferta: recursos y productos.....	36
2.3.1. Oferta de establecimientos de alojamiento y restauración.....	36
2.3.2. Inventario de recursos turísticos.....	44
2.3.3. Inventario de productos turísticos.....	56
2.4. Análisis de la demanda.....	58
2.4.1. Evolución de la demanda turística.....	58
2.4.2. Caracterización de la demanda .....	63
2.5. Política turística.....	79
2.6. Conclusiones.....	90
2.7. Bibliografía.....	93
<b>3.- Valoración de un espacio natural: aplicación del método del coste de viaje al Parc Natural del Delta de l'Ebre. ....</b>	<b>97</b>
3.1. Introducción.....	99
3.1.1. Delimitación del objeto de estudio.....	100
3.1.2. Demanda turística de los espacios naturales protegidos.....	102
3.2. Valores de los espacios naturales.....	105



3.3. Métodos de valoración.....	108
3.3.1. Método del coste de viaje.....	108
3.3.2. Método de los precios hedónicos.....	109
3.3.3. Método de valoración contingente.....	110
3.4. El método del coste de viaje para valorar bienes medioambientales /naturales....	113
3.4.1. Fundamentos microeconómicos.....	113
3.4.2. El método zonal.....	115
3.4.3. El método individual.....	119
3.4.4. Limitaciones de la metodología.....	125
3.5. Aplicación práctica del método del coste de viaje al <i>Parc Natural del</i>	
<i>Delta de l'Ebre</i> .....	128
3.5.1. Descripción del espacio.....	128
3.5.2. Aplicación práctica del método del coste de viaje zonal.....	131
3.5.2.1. Datos.....	131
3.5.2.2. Estructura del término del coste.....	133
3.5.2.3. Resultados obtenidos.....	134
3.5.2.4. Previsión de evolución a partir del 2003. Análisis de la	
estimación del valor para la anualidad del 2005.....	142
3.5.3. Aplicación práctica del método del coste de viaje individual.....	145
3.5.3.1. Introducción y datos.....	145
3.5.3.2. Análisis de los efectos de las hipótesis en los términos del	
coste.....	148
3.5.3.3. Comparación entre las distribuciones estadísticas .....	155
3.5.3.4. Comparación del excedente de las anualidades	
2005 y 2007.....	160
3.5.3.5. Modelo general de inclusión de las variables	
socioeconómicas.....	162
3.5.3.6. Distinción del perfil del visitante según el motivo de	
visita.....	167
3.5.4 Comparación de los resultados de ambas modalidades.....	173
3.6. Aportaciones y futuras líneas de investigación. ....	176
3.7. Bibliografía.....	180
3.8. Anexos.....	187

Anexo 3.8.1. Encuesta del Observatorio de turismo del perfil de demanda del PNDE.....	187
Anexo 3.8.2. Determinación de la clase social por el cuadro ESOMAR.....	190
Anexo 3.8.3. Resultados de la estimación según las distribuciones de Poisson y BNI para los 2 tipos de visitantes.....	192
Anexo 3.8.4. Resultados de la estimación del BNII para ambos perfiles sin las variables estudios o clase social .....	194

#### **4.- Impacto económico de un evento turístico local: el caso de la *Festa del Renaixement* de Tortosa.....197**

4.1. Introducción.....	199
4.1.1. Delimitación del objeto de estudio.....	200
4.1.2. Clasificaciones de los eventos.....	202
4.1.3. Características económicas del bien estudiado.....	205
4.2. La medición del Impacto económico.....	207
4.2.1. Determinación del impacto económico en los eventos culturales.....	207
4.2.2. Fases del cálculo del impacto económico.....	211
4.2.3. La recogida de datos.....	212
4.2.4. Aspectos metodológicos del impacto directo.....	217
4.2.4.1. Asistentes propios del acontecimiento.....	218
4.2.4.2. Gasto realizado.....	226
4.2.4.3. Territorio receptor del impacto.....	229
4.2.5. Propuesta de formulación analítica del impacto directo.....	231
4.2.6. Los otros dos componentes del impacto total: impactos indirectos e inducidos.....	235
4.2.6.1. Técnicas para la medición del impacto total.....	235
4.2.6.1.1. Multiplicador keynesiano.....	236
4.2.6.1.2. Análisis Input Output.....	239
4.2.6.1.3. Modelos del Equilibrio General.....	242
4.2.6.2. La medición del impacto total en un evento local.....	243
4.2.6.3. Aportaciones metodológicas para el cálculo del impacto total a partir del impacto directo.....	247

4.2.6.3.1. Límite del multiplicador keynesiano.....	248
4.2.6.3.2. Transmisión de las cadenas de valor del evento.....	250
4.3. Medición del impacto económico de la <i>Festa del Renaixement</i> de Tortosa.....	255
4.3.1. Descripción de la fiesta.....	256
4.3.2. Datos.....	264
4.3.3. Perfil del visitante.....	268
4.3.4. Impacto directo.....	275
4.3.5. Impacto total.....	288
4.3.5.1. Impacto total por el método del multiplicador keynesiano.....	289
4.3.5.2. Impacto total por el método de las cadenas de valor.....	291
4.3.5.3. Valores del impacto total.....	306
4.3.6. Análisis de los resultados.....	309
4.4. Aportaciones y futuras líneas de investigación.....	315
4.5. Bibliografía.....	320
4.6 Anexos.....	327
Anexo 4.6.1. Encuesta del gasto en <i>la Festa del Renaixement</i> .....	327
Anexo 4.6.2. Cuestionario de las cadenas de valor de los agentes.....	330
Anexo 4.6.3. Adaptación de la TIO catalana a la distribución sectorial en 11 sectores de la comarca del Baix Ebre .....	331
Anexo 4.6.4. Valoraciones de los atributos de la fiesta.....	332
<b>5.- Síntesis final.....</b>	<b>343</b>

## **1.- Introducción.**

**Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber.**

**A. Einstein**



El objetivo primario de la tesis consiste en aportar conocimiento sobre el sector turístico de las Terres de l'Ebre. Las Terres de l'Ebre son una división administrativa del mismo nombre que comprende las cuatro comarcas del Sur de la provincia de Tarragona, las más meridionales de Catalunya. Esta división tiene una marca turística del mismo nombre con unas características muy particulares. Se trata de un destino poco maduro, con un paisaje muy diverso (mar, río y montaña) y con múltiples recursos turísticos (destacando los naturales y patrimoniales). Este conjunto de características sugieren un gran potencial de desarrollo turístico.

La investigación no pretende un estudio extensivo del conjunto del sector turístico de las Terres de l'Ebre. Sin embargo, aporta algunas luces sobre la estructura y evolución de la oferta, su demanda y sus productos. En este último apartado estima el valor de dos de ellos de carácter bien diferenciado: El *Parc Natural del Delta de l'Ebre*, un espacio natural protegido que tiene el reconocimiento de Parque Natural, y la *Festa del Renaixement* de Tortosa, un evento de recreación histórica con múltiples reconocimientos turísticos. Para la estimación se emplean metodologías económicas adecuadas y adaptadas a cada caso: el método del Coste de Viaje para el espacio natural y la medición del impacto económico para el evento cultural.

La tesis tiene un carácter eminentemente práctico y ha requerido el análisis estadístico de datos microeconómicos que se han adquirido (en las bases ya existentes del Parque Natural del Delta del Ebro) o se han generado por el autor (en el caso de la Fiesta del Renacimiento de Tortosa) para llevar a cabo la investigación. A pesar de esta componente práctica la tesis aborda los problemas metodológicos de las estimaciones de ambas técnicas. En el primero de los casos muestra las divergencias en las estimaciones según las hipótesis de construcción del modelo y sugiere las más indicadas. En el segundo se diseña una adaptación de la metodología para el estudio de eventos locales.

El objetivo principal de la tesis es estimar el valor de bienes turísticos de tipologías diversas con el uso de metodologías económicas adaptadas a cada caso.

### **1.1. Motivación de la tesis**

La formación del doctorando delimita las posibilidades de investigación a las áreas de fundamentos de economía y economía aplicada. En este ámbito conceptual las motivaciones para la elaboración de la presente tesis doctoral han sido múltiples.

En primer lugar la tesis se enmarca en la investigación del sector turístico desde una perspectiva económica. Esta disciplina, con una aportación fundamental en la economía real, ha recibido un escaso interés por parte de la investigación económica, considerándose generalmente su análisis una disciplina de segundo orden. En la actualidad aún hay escasamente dos revistas indexadas a nivel internacional adscritas específicamente a este ámbito del conocimiento<sup>1</sup>, lo que supone adicionalmente un hándicap para la publicación reconocida en este tópico.

En un aspecto más propio de la Universidad Rovira i Virgili, la segunda motivación nace de la importancia estratégica concedida al sector turístico por la universidad. En el reconocimiento de la universidad como: “Campus d’Excelencia Internacional Catalunya Sur” se reconocían 5 áreas de especialización de la universidad con proyección internacional, siendo una de ellas el Turismo (otras indirectamente relacionadas eran Patrimonio y Cultura, y Enología). La existencia actual de un programa de doctorado vinculado al estudio de grado y la creación del Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio son estrategias que apuntalan la vocación en investigación y transferencia de la Universidad en el campo del Turismo.

Así se suman en la motivación de la tesis el vacío de conocimiento aún existente en el campo de investigación en muchos aspectos de la economía del turismo y la importancia concedida a este objeto de estudio por parte de la Universidad.

La vocación territorial de la URV también es una característica destacable, que se traduce en sus líneas de investigación y en proyectos de transferencia. La provincia de Tarragona contiene dos marcas turísticas *Costa Daurada*, con sus estandartes Salou y

---

<sup>1</sup> “Tourism Management” y “Annals of Tourism Research”

Port Aventura y la menos conocida *Terres de l'Ebre* (incluye el territorio de la misma denominación formado por 4 comarcas). En 2005 la URV creó un campus con sede en Tortosa con la intención, ya recogida en sus estatutos fundacionales, de dar formación universitaria a las comarcas meridionales de Catalunya. Mi adscripción a la universidad en este Campus determinó el ámbito territorial del estudio a les Terres de l'Ebre. Así la tercera motivación ha sido incrementar el conocimiento del sector turístico en un territorio concreto como el de las Terres de l'Ebre. Esta motivación aporta dos valores añadidos. Por un lado el tratarse de un territorio con un sector turístico poco maduro y en desarrollo la aportación de conocimiento puede servir de orientación a las decisiones en términos de políticas turísticas, y por otro, la práctica inexistencia de estudios previos de carácter científico en el ámbito de la economía del turismo supone siempre una aportación adicional de los resultados obtenidos<sup>2</sup>.

Finalmente la adscripción al grupo de Investigación GRIT (grupo de Investigación en Industria y Territorio), con una vocación claramente relacionada en la investigación en el territorio,<sup>3</sup> y con una línea de investigación en turismo y medio ambiente, reúne las características para dar cabida al estudio realizado y permite el posterior soporte para la publicación de los resultados que del presente trabajo puedan derivarse.

## **1.2. Estructura de la tesis**

La estructura del presente trabajo de investigación se encuentra a medio camino entre las tendencias más actuales de construcción de una tesis por capítulos, que tienen la intención de ser publicados independientemente, y aquellas que presentan un estudio monográfico con una aportación novedosa. La tesis contiene tres capítulos prácticos que son independientes entre sí, aunque no se establece una aplicación biyectiva entre capítulos y artículos. Así en el primero de ellos se intenta justificar la relevancia del estudio en el territorio considerado y servir de marco conceptual al contenido de los dos siguientes, por lo que tiene un claro componente descriptivo, sin renunciar a las

---

<sup>2</sup> Una tesis doctoral comporta años de dedicación y esfuerzo. En determinadas condiciones ésta no se puede realizar si no coincide con los intereses personales del doctorando. En este sentido ha sido un placer investigar el análisis económico del sector turístico en el territorio.

<sup>3</sup> Donde ha realizado entre otros el "Pla Estratègic del Camp de Tarragona" y el estudio del impacto de la URV en el territorio



sugerencias que se consideran oportunas. Los dos siguientes si suponen la aportación científica propiamente dicha, pero no lo hacen directamente sino que incorporan de forma sintética el marco conceptual de cada aplicación y abordan diversos problemas o alternativas planteados por la metodología. En este sentido en el capítulo 4 la propia aportación metodológica supone una parte importante de la discusión del capítulo. De ambos se esperan derivar, por su estudio extensivo de la metodología empleada en cada caso, diversas publicaciones (una parte del capítulo 3 ya ha sido publicada de forma independiente). Por su marcada independencia, cada uno de estos tres capítulos presenta los objetivos, la metodología, las conclusiones, e incorpora al final de cada uno de ellos la bibliografía y los anexos.

Concretamente la tesis está estructurada en 5 capítulos claramente diferenciados. A continuación se sintetizan los contenidos principales:

1.- En este primer capítulo se explicitan las motivaciones personales y académicas que justifican la elección del objeto de estudio, una síntesis general de los objetivos, los contenidos de la tesis y de las metodologías que se desarrollan en los capítulos posteriores, así como la originalidad del contenido con una relación de las aportaciones realizadas en congresos y publicaciones, y las pendientes de publicación futura.

2.- El segundo capítulo revisa los datos sobre el sector turístico en el territorio de estudio. Las series de trabajo son cortas y parciales, lo que dificulta el análisis. No obstante, se debe destacar el esfuerzo de las administraciones en su reciente elaboración. Se estudia la significación del sector, con su importancia creciente en términos de su contribución al PIB de la economía ebrenca. Se examina, con los datos disponibles, la evolución de la oferta y la demanda así como el perfil del turista estival. Finalmente y dadas las actuaciones de las administraciones se revisan las estrategias en términos de productos turísticos. El conjunto de actuaciones y estrategias ponen de manifiesto la importancia dada a dos tipos de turistas en les Terres de l'Ebre el turista cultural y el turista de naturaleza. Dicha importancia es una justificación adicional del estudio realizado en los capítulos posteriores a dos bienes turísticos circunscribibles a estas tipologías.

3.- El tercer capítulo revisa los métodos de valoración económica del uso recreativo de los espacios naturales y las fortalezas y debilidades del método del coste de viaje. Con la disponibilidad de dos bases de datos ya existentes se estima el valor del Parque Natural del Delta del Ebro por las dos modalidades de método del coste de viaje: la zonal y la individual. Se procede en primera instancia a la comparación e importancia de los resultados obtenidos. La propia estimación sirve de pretexto para el análisis de problemas metodológicos como el de la elección de las distribuciones estadísticas o la determinación de la estructura del término de coste. Otros problemas tratados son la evolución del valor estimado en un horizonte temporal y la diferente valoración realizada por perfiles de visitantes con diferentes motivaciones para la visita.

4.- En el cuarto capítulo se estima el impacto económico de un evento turístico de marcado carácter cultural como es la fiesta de recreación histórica de la época del Renacimiento en Tortosa. En una primera parte se desarrolla una adaptación metodológica para la determinación de los impactos económico y turístico de los eventos de marcado carácter local. El desarrollo propone metodologías alternativas y diferenciadas de las empleadas habitualmente para este tipo de cálculos. En la segunda parte se procede a la aplicación práctica. Para ello como es habitual se han generado datos a partir de dos encuestas realizadas a los asistentes y agentes del evento. Los resultados obtenidos vuelven a mostrar la importancia del evento en el territorio de estudio e inciden en destacar la aportación relativa del impacto turístico sobre el total y la contribución de los efectos indirectos e inducidos en un evento de dichas características sobre una economía local.

5.- El capítulo final realiza, a modo de síntesis, las conclusiones más relevantes del trabajo de investigación.

En relación a la metodología-s empleada-s en el estudio, que se detalla en cada una de las aplicaciones, se destacan algunos aspectos comunes en la misma a lo largo de los análisis:

- El trabajo con datos económicos. La existencia de datos adecuados para el análisis constituye tradicionalmente una de las mayores problemáticas, por su inexistencia, parcialidad o falta de calidad suficiente. En un destino como las

Terres de l'Ebre, con escasa tradición turística, es de esperar incluso una mayor deficiencia. En este sentido, es de agradecer el esfuerzo realizado por las administraciones en la generación de los datos en el periodo más reciente, que han posibilitado una parte importante de la investigación de economía aplicada. Los datos agregados generados por el Observatorio de Turismo de Catalunya de forma general y en estudios específicos y los generados por agentes propios del territorio, el patronato de turismo de la Diputación de Tarragona y la antena del observatorio de turismo de Catalunya a les Terres de l'Ebre por ejemplo, deben de ser subrayados<sup>4</sup>.

- El análisis de datos microeconómicos. En las aplicaciones prácticas del Parque Natural del Delta del Ebro y de la Fiesta del Renacimiento se han requerido datos desagregados para poder aplicar las técnicas de valoración. Esta necesidad de disponer de datos individuales supuso la adquisición, para el primer caso, de los generados por el “Observatori de Turisme de la Costa Daurada” para el espacio natural objeto de estudio. Esta encuesta reunía los valores necesarios para nuestro estudio e incorporaba elementos valorativos que han permitido, por ejemplo, la adición de las variables de perfil socioeconómico habituales en la técnica del Coste de Viaje Individual. Para el segundo la inexistencia de datos de gasto de los asistentes al evento analizado supuso la generación propia de los mismos. Se realizaron todas las fases del proceso desde el diseño de la encuesta, las pruebas previas, el proceso de encuesta, la realización de la encuestación y el análisis de los resultados. En una fase posterior se diseñó un breve cuestionario a los agentes receptores del gasto para analizar su transferencia del impacto al territorio, en este caso se procedió a realizar las encuestas por vía telemática o telefónica. Todas las bases tiene un carácter muestral y resultaron significativas para las estimaciones realizadas.
- Estudio de la evolución de las magnitudes. Siempre que ha sido posible se ha pretendido identificar la evolución reciente de las magnitudes y de los valores estimados. Así esta evolución se analiza en las componentes del mercado

---

<sup>4</sup> Se participó activamente en las reuniones de los servicios territoriales con competencia en turismo y *l'Observatori de turisme de Catalunya* donde se gestó la creación de la antena.

turístico y también por la disponibilidad de los datos resulta una aplicación en el valor estimado del Parque Natural del Delta del Ebro.

- Tipología de los bienes estudiados. A pesar de tratarse de dos bienes muy diferenciados ambos presentan las características propias de los bienes públicos. La no existencia de precio del mercado es normal en los espacios naturales. En el caso analizado no existe precio de entrada al recinto, por lo que se trata de un bien público puro (sin exclusión). Los eventos pueden tener gestión privada como acostumbra a pasar con los festivales musicales. En el caso analizado la gestión recae sobre la administración del municipio y la inexistencia de precio en la casi totalidad de los espectáculos vuelve a conferirle la caracterización de bien público.
- Problemas metodológicos de las estimaciones. Las dos técnicas empleadas en las aplicaciones prácticas resultan muy diferentes en su forma de calcular el valor estimado. A pesar de ello ambas presentan múltiples problemas metodológicos que inciden en la determinación del valor. En muchos casos resultan comunes a ambas técnicas, entre otros, la existencia de substitutivos, la contabilización total o parcial de diferentes tipos de visitantes y asistentes o la inclusión o exclusión de partidas del gasto en el cálculo.

El trabajo resulta en su conjunto eminentemente práctico pero no obvia las discusiones metodológicas relevantes en la estimación de los resultados obtenidos.

### **1.3. Aportaciones.**

La tesis, por su estructura en capítulos independientes, detalla al final de cada uno de ellos las aportaciones que se realizan en la investigación. A un doctorando en el momento final de su investigación siempre le asalta la duda de si tal y como debe ocurrir para acceder al grado de doctor su trabajo contiene “una contribución original al

conocimiento”. Philips y Pugh<sup>5</sup> (2005) enumeran 15 definiciones diferentes de originalidad, de las que el presente trabajo recoge las siguientes:

1.- “Llevar a cabo un trabajo empírico que no se haya realizado antes”. Este es sin duda la contribución fundamental, ya que el trabajo realiza la primera valoración del *Parc Natural del Delta de l’Ebre* y el primer estudio de impacto económico de la *Festa del Renaixement*.

2.- “Poner por escrito por primera vez una parte importante de información nueva”. Toda la información de la aplicación práctica de la Festa del Renaixement se ha generado para la realización del análisis por lo que la información es nueva y obviamente la redacción también.

3.- “Utilizar material ya conocido pero con una interpretación nueva”. En el capítulo referido al espacio natural se emplea la información de los datos que se han generado para conocer el origen y perfil de los visitantes y que el trabajo adapta a una aplicación diferente como es la valoración económica del uso recreativo del espacio.

4.-“Hacer una síntesis que no se haya hecho antes”. El capítulo referido al turismo de las Terres de l’Ebre actualiza el conjunto de resultados y por primera vez con una cierta perspectiva realiza una síntesis de la evolución del conjunto de magnitudes en términos absolutos y relativos a Catalunya. El capítulo de la Festa del Renaixement realiza una síntesis de las aportaciones metodológicas en el cálculo del impacto económico y realiza la adaptación de las mismas a los eventos de carácter local.

5.-“Ser interdisciplinar y utilizar metodologías diferentes”. El objetivo de valorar bienes turísticos de las Terres de l’Ebre se afronta desde dos metodologías que en múltiples ocasiones, como se detalla en los capítulos, se han interrelacionado. El trabajo opta por una técnica de valoración indirecta como es el método del coste de viaje para un espacio natural y una técnica de estimación directa (y en nuestro caso creada exproceso) para la medición del impacto de económico de un evento turístico-cultural.

---

<sup>5</sup> Philiphs,E.M. y Pugh, D.S. (2005). *La tesis doctoral*. Ed. bresca profit

6.- “Proporcionar una técnica, observación o resultado original en una investigación competente pero nada original”. El uso del método del coste de viaje para la estimación del valor del uso recreativo de un espacio natural no es original al ser uno de los más empleados. El análisis realizado pretende aportar resultados originales en aspectos concretos del uso de la técnica. Se pueden destacar: (i) la discusión de los resultados obtenidos según diferentes hipótesis, y en especial las diferencias obtenidas por el uso de distintas distribuciones estadísticas; (ii) la diferenciación por perfiles de visitantes, que va más allá de su diferente valoración de los atributos, al asignar diferentes valores estimados de la visita al parque.

7.- “Probar algo en el país de origen que previamente sólo se haya llevado a cabo en el extranjero”. Las dos técnicas de valoración empleadas no son muy utilizadas en España y algunas de las aportaciones se realizan por primera vez en España. Si se puede afirmar, que el estudio presenta la novedad de ser el primer trabajo que las emplea en las Terres de l’Ebre (territorio de referencia del estudio).

8.- “Contribuir al conocimiento de una manera que no se haya hecho antes”. Este objetivo en términos absolutos resulta muy pretencioso. En todo caso, todos los apartados anteriores lo verifican de forma parcial. Su plena verificación se realizará con la publicación de los diferentes apartados de la tesis en revistas de investigación reconocidas por la comunidad científica. El tiempo de realización de la tesis ha provocado que este objetivo se cumpla de forma parcial. Se detallan las contribuciones realizadas en forma de presentaciones de algunos apartados de la tesis a congresos internacionales así como la publicación ya derivada de una parte del capítulo 3:

- “El método del coste de viaje. Revisión metodológica y aplicación al parque Natural del Delta del Ebro”, ponencia presentada en el *II Congreso Internacional de Turismo, Economía y Medio Ambiente* celebrado en Cuenca, junio 2009.
- “Valoración de un espacio protegido por el método del coste de viaje individual: Segmentación según motivo de visita”, ponencia presentada en el *III Congreso Internacional de “Turismo, Economía y Medio Ambiente*, celebrado en Florencia, mayo 2010.

- “Nuevas aportaciones al cálculo del impacto económico de un acontecimiento turístico en el ámbito local: El caso de Tortosa”, ponencia presentada en el *III Congreso Internacional de “Turismo, Economía y Medio Ambiente*, celebrado en Florencia, mayo 2010.
- “Aportaciones al impacto económico de un fenómeno local”, artículo presentado en el *International Meeting on Regional Science* celebrado en Badajoz y Elvas, noviembre 2010.
- Farré, X. y Duro, J.A. (2010). Estimación del valor económico del uso recreativo del parque natural del delta del Ebro a través del coste de viaje zonal. *Cuadernos de turismo*, nº 26, 111-128.

Restan por publicar otros artículos derivados de la tesis que versaran sobre los contenidos de las aportaciones de la misma, entre los que se destacan:

- Contraste de las distribuciones binomiales versus la distribución de Poisson en la estimación del valor del uso turístico por el método del coste de viaje individual.
- Valor del uso recreativo de un espacio natural protegido con el método del coste de viaje individual: Aportación y evolución de los visitantes debidos a su caracterización como espacio protegido.
- Revisión metodológica de las fases de cálculo del impacto económico total. Adaptación a un evento local con componente turística.
- Aportaciones de los impactos directos indirectos e inducidos. Contraste de su significación en un evento local. El caso práctico de Tortosa.

Se pueden distinguir, en síntesis, dos tipos de aportaciones del trabajo de investigación. Las académicas, relativas a las técnicas de valoración e impacto, su generación, sus discusiones metodológicas y el análisis de los resultados prácticos más singulares. Y

las de un mercado componente territorial, al aportar conocimiento al sector turístico de les Terres de l'Ebre, con la estimación del valor de dos de sus bienes turísticos más relevantes. Con dicha aportación práctica se cumple el objetivo principal de la tesis que se recoge en su título: la valoración de bienes turísticos de las Terres de l'Ebre con un análisis de casos.





## **2.- Turismo en Terres de l'Ebre: significación, recursos y estrategia.**

**“L'Ebre tranquil, assossegat, fatigat de paisatges i de llum, després de travessar tantes terres i alegrar tantes poblacions s'acostava a la mar”**

**S. Juan Arbó**



## **2.1. Introducción**

Las economías desarrolladas han evolucionado hacia una terciarización creciente. En el sector servicios resulta relevante la aportación del sector turístico y en particular en la economía española, catalana y de las Terres de l'Ebre. Dicha aportación se estima en un porcentaje de aportación en el PIB de alrededor del 10% (el 10,9 % para Cataluña el 2008) lo que le ha valido en muchos casos el nombre de la “primera industria<sup>1</sup> de país”.

Tal y como indica Cals<sup>2</sup> (2002) en una revisión del turismo mediterráneo, el modelo turístico de las economías mediterráneas ha desarrollado distintas zonas y productos con diferentes grados de madurez. En los últimos tiempos el boom del desarrollo turístico conjuntamente con el fenómeno de la globalización ha provocado en los destinos más maduros una tendencia a la homogeneización por lo que se han ido perdiendo sus singularidades, sus rasgos característicos y sus valores identitarios, tendiendo a una oferta de productos más semejantes. En este contexto las Terres de l'Ebre presentan la ventaja de poseer unos recursos turísticos diferenciados y con un nivel de explotación aun reducido. La diversificación necesaria al fenómeno del turismo de sol y playa, sin su exclusión total, tiene una especial derivada en el territorio. La dualidad entre el interior y la costa se escenifica en la presencia de una oferta variada, donde sin perder su aportación el turismo de playa (con importantes recursos primarios y de gran diversidad) deben tomar fuerza las nuevas, y no tan nuevas, formas de turismo como son especialmente el turismo rural y el turismo cultural, ambas tipologías con un grado de expansión y crecimiento muy superior al conjunto del sector.

La apuesta decidida de las administraciones por la valorización de los recursos naturales y del patrimonio histórico y etnográfico en las actuaciones llevadas a cabo bajo el plan estratégico deben hacer explotar el potencial turístico latente y cambiar las características del turismo y del turista de las Terres de l'Ebre.

Este capítulo se inserta en el conjunto de la tesis con un carácter introductorio y pretende un análisis descriptivo del sector turístico en les Terres de l'Ebre desde una

---

<sup>1</sup> El conjunto del sector industrial aporta en el 2009 escasamente el 20,3% del PIB catalán, por lo que sólo el turismo representa aproximadamente la mitad de toda la industria catalana.

<sup>2</sup> El artículo analiza los factores de competitividad de la región mediterránea nordoccidental (Francia; España e Italia)

óptica económica. Para ello analiza la significación del sector, la evolución de la oferta y la demanda así como el conjunto de actuaciones realizadas por las administraciones territoriales para el desarrollo en los últimos años de la actividad turística. Aunque el capítulo presenta una importante componente descriptiva, se presentan todos los elementos de forma sintética y se abordan análisis conjuntos de los elementos destacando ciertas evoluciones en las magnitudes estudiadas. Se enumeran y cuantifican los recursos y productos disponibles se significa la importancia y potencialidad de algunas tipologías. Las potencialidades de algunos recursos servirán de justificación para su valoración en los posteriores capítulos.

La ausencia de un sistema estadístico que capture la actividad turística y especialmente la demanda turística en les Terres de l'Ebre supone una limitación para su estudio<sup>3</sup>. Los datos parciales de que se dispone servirán de guía para el análisis de los diferentes apartados. El capítulo realiza una revisión de las aportaciones realizadas por las administraciones con sus correspondientes estudios del sector turístico de les Terres de l'Ebre en los últimos años, con una especial atención a los cambios producidos con aportaciones de síntesis y de óptica personal.

El segundo apartado estudia brevemente la estructura productiva de les Terres de l'Ebre su evolución reciente y la aportación que en ambas ha tenido el sector turístico como generador de cambio sectorial y crecimiento económico.

El tercer apartado estudia la composición de la oferta turística detallando la composición y evolución de los establecimientos de alojamiento turístico y concluye con un inventario de los recursos y productos turísticos existentes.

El cuarto apartado analiza la demanda, su evolución, su estacionalidad su composición y su caracterización con una aportación sobre la evolución de esta última a partir de los datos existentes.

---

<sup>3</sup> En las sesiones participativas del *Pla Estratègic de Turisme de les Terres de l'Ebre* dos de los aspectos que se consideraron menos importantes fueron la existencia de información estadística y la accesibilidad a la información estadística.

La evolución del perfil de demanda debería alinearse con la estrategia realizada por la administración pública. En el quinto apartado se sintetizan las líneas de actuación del plan estratégico de turismo de las Terres de l'Ebre y se ordenan las actuaciones concretas realizadas por el plan de dinamización turística. Finaliza el apartado con unas orientaciones genéricas a modo de posible desarrollo del sector.

El capítulo como no podría ser de otro modo presenta unas breves conclusiones de la evolución del sector turístico en las Terres de l'Ebre y propuestas de nuevas líneas de investigación.

## **2.2. Turismo y economía.**

En este apartado se pretende examinar la importancia del sector turístico en el conjunto de la actividad económica de las Terres de l'Ebre así como su evolución más reciente. El objetivo es verificar la potencialidad del sector turístico en la economía del territorio constituyéndose como uno de los puntales de su crecimiento económico actual y consolidándose como una de las principales locomotoras de su progreso en el futuro.

Para ello se revisarán algunas de las características estructurales de la economía ebreña, para posteriormente analizar con los datos disponibles la participación y evolución de la actividad turística en dicha estructura. La significación de la variable PIB permitirá, a partir de su valor, sintetizar la evolución económica del sector turístico y conocer su importancia en términos relativos.

### **2.2.1. Datos.**

La obtención de datos adecuados al nivel de desagregación resulta uno de los principales problemas en cualquier estudio económico y en particular en los asociados al sector turístico. Una parte de la responsabilidad de esta situación se debe a la propia dificultad de acotación del sector turístico. Los estudios de los que se extraen los datos

secundarios<sup>4</sup> optaron por una definición cerrada (y restrictiva) del concepto a efectos de poder ser operativos.

La obtención de los datos para los informes citados anteriormente fue diversa en función del subsector turístico analizado, en concreto se obtuvieron datos de:

- A) Los anuarios económicos comarcales publicados por Caixa Catalunya para los datos sobre el conjunto del sector y la estructura sectorial y poblacional de les Terres de l'Ebre.
- B) Información del registro de la Dirección general de turismo de la Generalitat de Catalunya, sobre el número de establecimientos turísticos.
- C) Información del registro de la Seguridad Social del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya sobre el número de ocupados en cada codificación CNAE.
- D) Datos contables de las empresas obtenidos de la base SABI (Sistema Actualizado de Balances Ibéricos)
- E) Otras bases de datos como el IDESCAT , IET ...

### **2.2.2. Estructura económica de les Terres de l'Ebre.**

De los datos actualizados del informe “Estructura i dinàmica econòmica de les Terres de l'Ebre” se destacan las siguientes características económicas del territorio objeto de estudio:

#### A) Población

La población de les Terres de l'Ebre el 2007 era de 182.462 persones. La tasa media anual del crecimiento poblacional para la década entre 1998-2007 ha sido en el conjunto del territorio ebrenco del 1,95 % del mismo orden de magnitud que la total catalana (1,92%). Este crecimiento es muy desigual en las cuatro comarcas que constituyen la demarcación Terres de l'Ebre<sup>5</sup>. El Baix Ebre y el Montsià han crecido a tasas muy superiores a la media catalana y la Ribera d'Ebre y la Terra Alta a unas

---

<sup>4</sup> “Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008”, “Estimació del PIB turístic de les Terres de l'Ebre per al període 2003-2007”, “Estructura i dinàmica econòmica de les Terres de l'Ebre” y ”Informe d'Economia local i regional de les Terres de l'Ebre 2010”.

<sup>5</sup> Esta diferenciación entre las dos comarcas costeras y las de interior se reproduce en muchos de los aspectos económicos analizados y también en los relacionados con la actividad turística.

muy inferiores.<sup>6</sup> Con esta evolución similar de la población, el porcentaje del territorio sigue suponiendo un peso demográfico muy reducido respecto al total de Cataluña (representa el 2,53 % el 2007).

La causa fundamental del crecimiento poblacional en la última década ha sido el alto flujo migratorio recibido por las Terres de l'Ebre, especialmente a partir del 2004, si se descontará dicho efecto las Terres de l'Ebre habrían perdido población en términos absolutos. El porcentaje de población extranjera alcanzó el 23,6% de la población en el 2008 para las Terres de l'Ebre<sup>7</sup>. Este nuevo aporte poblacional supone que en una proyección media la población ebrenca<sup>8</sup> alcanzaría el 2016 los 200.000 habitantes. La nueva situación económica sobrevenida con la crisis económica puede revertir de nuevo este saldo migratorio positivo ajustando la proyección demográfica a la estimación realizada por el Pla Territorial de les Terres de l'Ebre.<sup>9</sup>

Otra característica de la población ebrenca es su elevada edad, que en las últimas décadas había ido aumentando, con tasas de envejecimiento, sobreenvejecimiento e índice de dependencia senil muy superiores a la media catalana. Esta tendencia también se ha revertido ligeramente a partir del 2000 con la irrupción de la inmigración que supone la incorporación mayoritaria de población joven en edad de trabajar.

Uno de los déficits de las Terres de l'Ebre es el bajo nivel formativo de la población, el territorio presenta porcentajes mayores de la media catalana para los niveles de instrucción más bajos (sin estudios y estudios primarios) y porcentajes menores para los niveles de instrucción más elevados (diplomaturas y licenciaturas).<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> En muchas anualidades estas dos comarcas han registrado crecimientos negativos.

<sup>7</sup> Porcentaje muy superior al de la media catalana del 16,4%.

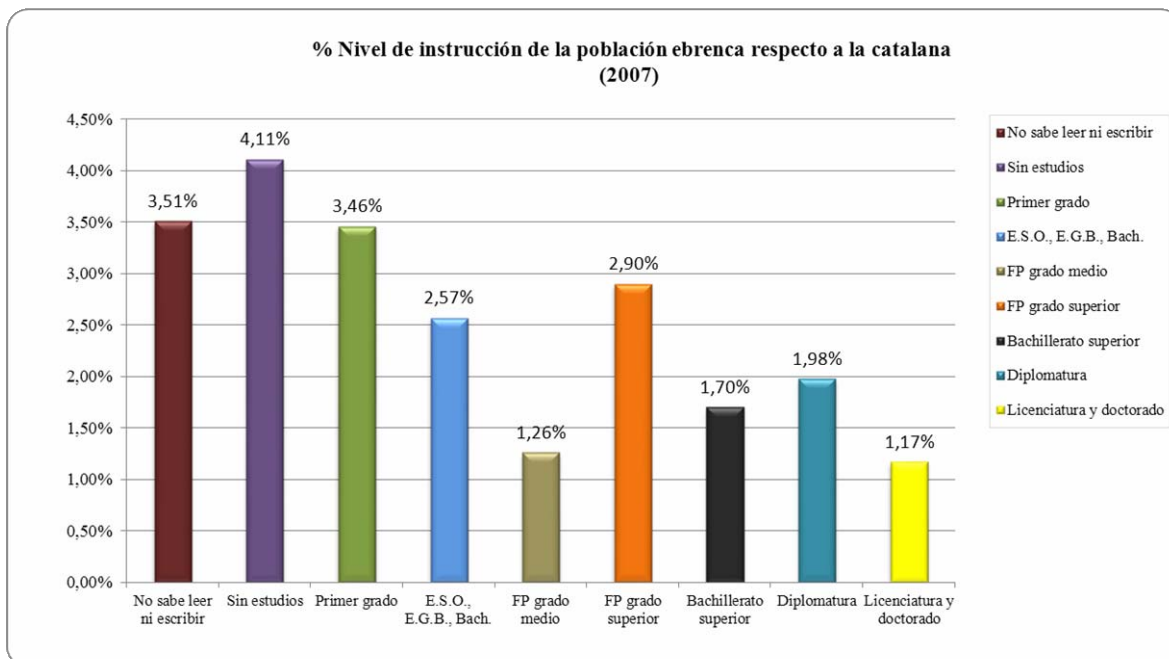
<sup>8</sup> Elaborado en el "Informe d'Economia local i regional de les Terres de l'Ebre 2010".

<sup>9</sup> Dicho plan proyectaba una población de 160.000 para el 2016 con una capacidad de carga de 180.000 hab. ambas cifras ya superadas.

<sup>10</sup> La ausencia de estudios universitarios públicos hasta el 2005 y de grados hasta el 2008 en el territorio ha incrementado este déficit por la fuga de talento a Tarragona y Barcelona.



**Gráfico 2.1: % aportado por la población ebrenca respecto a la catalana para cada nivel de instrucción (2007)**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IDESCAT. Nivel de estudios*

## B) Producción y renta

En un esfuerzo por analizar la estructura productiva de les Terres de l'Ebre se empleará el PIB como indicador sintético y su descomposición sectorial. La disponibilidad de los datos recogidos por los anuarios de Caixa de Catalunya a nivel comarcal permite analizar la evolución de dicho indicador en las comarcas durante la primera década del SXXI.

En esta última década se observa una evolución dispar de les Terres de l'Ebre respecto a Catalunya. La primera mitad del 2000 al 2005 un crecimiento muy superior acumulando un 22,4% de crecimiento con un diferencial del 7,2 puntos y con un crecimiento superior a la media catalana en las cuatro comarcas con el mayor valor del 29,3% en la Ribera d'Ebre. El crecimiento de les Terres de l'Ebre es superior al catalán en todas las anualidades de este primer lustro excepto en la del 2002.

Por el contrario en la segunda fase la situación se revierte y las Terres de l'Ebre crecen escasamente un 0,9 % entre el 2005 y el 2009 muy por debajo del 4,3% de Cataluña. También para el conjunto del territorio en todas las anualidades se da un crecimiento por debajo del catalán, sólo equilibrado en el 2009 donde ambos decrecen un 4,1% en plena fase aguda de la crisis.

La evolución de las cuatro comarcas del territorio resulta dispar. La Ribera d'Ebre es la que muestra una evolución más desigual siendo la que más crece en la primera fase y la que más decrece en la segunda, su especialización productiva debe ser la justificante de dicho comportamiento. La comarca que presenta un mayor crecimiento en el conjunto de la década es la Terra Alta a pesar de sus oscilaciones anuales es la que parece haber soportado mejor la crisis en el 2009. Las comarcas del Montsià y el Baix Ebre con estructuras más diversificadas presentan una evolución más similar a la de Catalunya. El Montsià se comporta peor en los últimos años que el Baix Ebre por su mayor peso industrial.

**Tabla 2.1: Crecimiento del PIB comarcal 2000-2009 (Tasas de crecimiento anual)**

<b>TERRITORIO</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2000-2005</b>	<b>2005-2009</b>
Baix Ebre	1,1%	5,9%	1,9%	4,6%	3,7%	3,8%	4,2%	4,5%	1,0%	-1,5%	18,4%	8,3%
Montsià	1,1%	6,6%	2,2%	5,6%	3,9%	6,2%	4,9%	5,8%	-1,5%	-4,5%	20,8%	4,4%
Ribera d'Ebre	8,0%	9,6%	-1,0%	7,8%	2,3%	1,3%	-3,1%	-0,6%	-5,2%	-9,2%	29,3%	-17,1%
Terra Alta	16,5%	6,1%	0,0%	5,1%	-1,8%	6,2%	3,9%	2,4%	1,3%	-0,4%	27,6%	7,4%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>3,4%</b>	<b>7,0%</b>	<b>1,2%</b>	<b>5,7%</b>	<b>3,1%</b>	<b>4,1%</b>	<b>2,7%</b>	<b>3,7%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>22,1%</b>	<b>0,9%</b>
<b>Catalunya</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,7%</b>	<b>3,9%</b>	<b>4,0%</b>	<b>0,8%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>14,9%</b>	<b>4,3%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Catalunya Caixa*

El indicador más sencillo del nivel de bienestar de la población es el PIB per cápita. Históricamente se han considerado las Terres de l'Ebre unas comarcas con un nivel de vida notablemente inferior al catalán, aunque las series históricas anteriores a la última década mostraban una cierta convergencia de dicho indicador. Para calcular el valor del PIB per cápita se debe pues incorporar a la evolución del PIB hasta ahora analizada la evolución de la población. En los últimos años (2005-2009) si al menor crecimiento del PIB se añade el mayor crecimiento poblacional se ha producido de nuevo un empeoramiento del PIB per cápita en términos del catalán. La tabla 2.2 muestra esta tendencia sólo corregida el año 2009. La evolución a nivel comarcal vuelve a ser muy dispar. Dos comarcas empeoran el valor de este indicador, por un lado la Ribera d'Ebre (que tiene el mayor valor de partida muy superior al catalán por la producción energética) pasando del nivel 168 al 137 y el Montsià que parte de un valor del 82,2 y retrocede el 2009 al 78,2. El Baix Ebre se mantiene muy constante a lo largo del periodo analizado con un valor final del 84,4 y crece para la Terra Alta (el territorio con menor valor ya que en sólo alcanza el 64,3 del nivel catalán). Así en los últimos 5 años se muestra una pérdida relativa respecto a Catalunya a nivel territorial pasando del 92,4 al 87,5 y una cierta convergencia entre los PIB per cápita de las 4 comarcas, al disminuir el de la comarca con mayor valor, y aumentar el de la de menor valor.

**Tabla 2.2: PIB per cápita relativo a la media catalana, comarcas y Terres de l'Ebre, 2005-2009**

TERRITORIO	2005	2006	2007	2008	2009
Baix Ebre	83,4%	83,8%	82,7%	81,8%	84,8%
Montsià	82,2%	83,2%	82,4%	78,5%	78,2%
Ribera d'Ebre	168,9%	159,9%	152,8%	143,5%	137,0%
Terra Alta	59,5%	60,7%	60,5%	61,3%	64,3%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>92,4%</b>	<b>91,8%</b>	<b>90,0%</b>	<b>86,9%</b>	<b>87,5%</b>

*Fuente: Informe d'Economia local i regional de les Terres de l'Ebre 2010*

La diferente estructura productiva de las Terres de l'Ebre respecto a Catalunya y la heterogeneidad a nivel comarcal pueden explicar esta evolución reciente. Para ello

se compara la especialización productiva de les Terres de l'Ebre y de sus comarcas con el conjunto de Catalunya en el año 2009.

**Tabla 2.3: Estructura productiva PIB comarcas y Terres de l'Ebre 2006**

TERRITORIO	Primario	IE	Industria	IE	Construcción	IE	Servicios	IE
Baix Ebre	9,5%	5,6	19,5%	0,8	9,1%	1,1	61,9%	1,0
Montsià	10,1%	5,9	30,4%	1,2	12,3%	1,4	47,2%	0,7
Ribera d'Ebre	5,7%	3,4	65,6%	2,6	4,8%	0,6	24,0%	0,4
Terra Alta	28,4%	16,7	19,2%	0,8	13,3%	1,5	39,2%	0,6
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>9,8%</b>	<b>5,8</b>	<b>33,8%</b>	<b>1,4</b>	<b>9,4%</b>	<b>1,1</b>	<b>47,0%</b>	<b>0,7</b>
<b>Catalunya</b>	<b>1,7%</b>		<b>24,9%</b>		<b>8,6%</b>		<b>64,9%</b>	

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Caixa Catalunya*

**Tabla 2.4: Estructura productiva PIB comarcas y Terres de l'Ebre 2009**

TERRITORIO	Primario	IE	Industria	IE	Construcción	IE	Servicios	IE
Baix Ebre	10,6%	7,1	15,5%	0,8	7,8%	1,0	66,1%	0,9
Montsià	12,3%	8,2	24,0%	1,2	10,5%	1,3	53,3%	0,8
Ribera d'Ebre	5,6%	3,7	56,0%	2,8	5,7%	0,7	32,7%	0,5
Terra Alta	18,1%	12,1	17,1%	0,8	14,4%	1,8	50,3%	0,7
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>10,6%</b>	<b>7,1</b>	<b>26,4%</b>	<b>1,3</b>	<b>8,6%</b>	<b>1,1</b>	<b>54,4%</b>	<b>0,8</b>
<b>Catalunya</b>	<b>1,5%</b>		<b>20,3%</b>		<b>7,8%</b>		<b>70,4%</b>	

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Caixa Catalunya*

En ambas tablas (2.3 y 2.4) se muestra la estructura productiva de las cuatro comarcas, del total del territorio y de Cataluña. Si se analiza cada uno de los sectores en el conjunto de les Terres de l'Ebre, estas están claramente especializadas en el sector primario, que representa en el 2009 un 10,6 % del PIB con un Índice de Especialización (IE en la tabla) respecto a Cataluña de 7,1. Se observa un incremento del peso porcentual del sector primario en el período del 2006 al 2009 en las Terres de l'Ebre a la vez que una disminución de dicha

aportación en Cataluña lo que supone un incremento de la especialización<sup>11</sup>. Dicha especialización está presente en las cuatro comarcas con el mayor valor en la Terra Alta (18,1%) y el menor en la Ribera d'Ebre con un 5,6%. El sector ha perdido peso en la Terra Alta (partía de un 28,4% el 2006) y paradójicamente lo ha ganado en las comarcas más desarrolladas del Montsià y del Baix Ebre. Cabe preguntarse si esta evolución con un incremento en el peso porcentual aportado al PIB por el sector primario es un hecho coyuntural o un factor de más recorrido en términos de especialización futura del territorio.

La aportación de la industria presenta la singularidad de la comarca de la Ribera de l'Ebre que tiene una aportación sectorial el 2009 del 56 %. También aún está especializada en industria respecto a Catalunya la comarca del Montsià con una aportación del 24% del PIB. La evolución del sector en el periodo 2005-2009 ha supuesto una pérdida del peso en todas las comarcas (especialmente en la más especializada la Ribera d'Ebre) al igual que en Catalunya, suponiendo una pequeña reducción de la especialización del conjunto del territorio del 1,4 al 1,3.

El sector de la construcción disminuye su peso porcentual a nivel global del territorio y mantiene el grado de especialización respecto a Catalunya. Vuelve a mostrarse la singularidad del comportamiento de las comarcas costeras donde el peso de la construcción disminuye y las comarcas del interior donde se ve incrementado (la mayor especialización se da en la Terra Alta<sup>12</sup>).

Finalmente se pone de manifiesto la escasa presencia del sector servicios en todas las comarcas de les Terres de l'Ebre, incluso el Baix Ebre que concentra en Tortosa la administración del territorio. A pesar de haber incrementado su participación hasta un 54,4% sigue estando muy lejos del 70,4% de la media catalana.

De ambas tablas se puede inferir el diferente comportamiento que han presentado los sectores productivos en el periodo estudiado. Si se especifican los resultados se

---

<sup>11</sup> El sector primario con sus reconocimientos de calidad se ha incorporado al sector turístico a partir de recursos como las denominaciones de origen protegidas y tipologías de turismo como el gastronómico o el enológico.

<sup>12</sup> El desarrollo del sector turístico con la creación de infraestructuras y alojamientos tiene su relevancia.

muestran en la tabla 2.5. A nivel sectorial se observa el importante decrecimiento del sector industrial, el comportamiento desigual del sector de la construcción entre el litoral y el interior, y el crecimiento del sector servicios y del sector primario.

Si se analiza por comarcas, en el periodo 2005-2009, también hay unos crecimientos muy desiguales fruto de su diferenciada estructura productiva. La Ribera d'Ebre decrece un 17,1% y el Montsià que crece un 4,4% se sitúan por debajo de la media catalana del 4,7% mientras que por encima se sitúan la Terra Alta con un 7,4% y el Baix Ebre con un 8,3%.

**Tabla 2.5: Crecimiento del PIB por sectores productivos comarcales 2005-2009**

TERRITORIO	Primario	Industria	Construcción	Servicios	Total
Baix Ebre	26,2%	-10,3%	-4,9%	13,1%	8,3%
Montsià	22,9%	-10,2%	-12,3%	12,9%	4,4%
Ribera d'Ebre	1,0%	-30,5%	4,1%	12,8%	-17,1%
Terra Alta	10,5%	-13,7%	1,3%	18,0%	7,4%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>20,3%</b>	<b>-20,2%</b>	<b>-6,6%</b>	<b>13,2%</b>	<b>0,9%</b>
<b>Catalunya</b>	<b>5,6%</b>	<b>-13,3%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>11,3%</b>	<b>4,7%</b>

*Fuente: Informe d'Economia local i regional de les Terres de l'Ebre 2010*

Para calcular la aportación al crecimiento económico se debe multiplicar su crecimiento sectorial por el peso de cada sector. Los resultados se muestran en la tabla 2.6 donde se observa que las aportaciones más importantes se deben al crecimiento del sector servicios en todas las comarcas. Sin dicha aportación en todos los casos se hubiera producido un crecimiento negativo<sup>13</sup>.

Una contribución relevante del crecimiento del sector servicios se imputa al desarrollo turístico del período considerado, a continuación se pretende cuantificar dicha aportación.

<sup>13</sup> Nulo en el caso del Baix Ebre, comarca en la que mayor es la aportación del sector servicios.

**Tabla 2.6: Aportación sectorial al crecimiento PIB comarcas y Terres de l'Ebre 2005-2009**

<b>TERRITORIO</b>	<b>Primario</b>	<b>Industria</b>	<b>Construcción</b>	<b>Servicios</b>	<b>Total</b>
Baix Ebre	2,4%	-2,0%	-0,4%	8,3%	8,3%
Montsià	2,4%	-2,9%	-1,5%	6,4%	4,4%
Ribera d'Ebre	0,0%	-20,4%	0,2%	3,1%	-17,1%
Terra Alta	1,8%	-2,9%	0,2%	8,2%	7,4%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>1,8%</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>6,4%</b>	<b>0,9%</b>
<b>Catalunya</b>	<b>0,1%</b>	<b>-3,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>7,5%</b>	<b>4,3%</b>

*Fuente: Informe d'Economia local i regional de les Terres de l'Ebre 2010*

### 2.2.3. El PIB turístico específico.

El PIB turístico específico se construye a partir de la adición del PIB de los subsectores incluidos en las actividades consideradas como específicas del turismo por la Organización Mundial del Turismo (OMT): Hostelería y restauración, las agencias de viajes, el alquiler de vehículos, el transporte de viajeros y las actividades de ocio y recreativas.

Se debe destacar que dicha reconstrucción desde el punto de la oferta no coincide con la demanda turística. Por un lado existen demandas de dichos sectores como por ejemplo la restauración que son realizados por los residentes (i.e. no deberían incluirse) y por otro lado demandas de otros sectores relacionados (no incluidos en la estimación) como el comercio o la construcción son realizados parcialmente por los turistas.

La estimación del PIB específico solo considera el efecto directo sobre la economía para considerar el efecto total deberían adicionarse los efectos indirectos (i.e. el impacto indirecto) sobre el conjunto de los sectores y el efecto inducido (i.e. impacto inducido) derivados de la generación de las rendas del PIB turístico específico<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Una aplicación de la cuantía de dichos efectos se realiza en el capítulo 4 de la tesis sobre un evento concreto.



En los últimos años se han realizado reconstrucciones del PIB turístico específico para el territorio catalán. En una prueba inicial se reconstruyó para las Terres de l'Ebre para el período 2003-2007 (Duro y otros. 2009) y en una posterior ampliación por la misma metodología para el conjunto de comarcas y marcas turísticas catalanas para el período 2005-2008 (Duro y otros 2010). A continuación se sintetizan, agrupan y analizan los datos de las comarcas ebrencas y de la marca turística Terres de l'Ebre. Se pretende analizar la situación y evolución de dicho PIB en el territorio, su comparación con el resto de los sectores y con la misma magnitud en el conjunto de la economía catalana.

Si se analizan los datos de la magnitud en términos absolutos para las cuatro comarcas, la marca turística (*Terres de l'Ebre*) y Catalunya recogidos en la tabla 4.7, se destaca:

**Tabla 2.7: PIB turístico específico 2005-2008 (millones del 2000)**

TERRITORIO	2005	2006	2007	2008
Baix Ebre	111,6	114,6	126	130,3
Montsià	93,5	96,4	103,5	105,4
Ribera d'Ebre	23,7	24,8	25,4	25,5
Terra Alta	15,5	16,2	17,1	17,9
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>244,3</b>	<b>252,1</b>	<b>272</b>	<b>279,1</b>
<b>Catalunya</b>	<b>13.990,2</b>	<b>14.449,3</b>	<b>15.371</b>	<b>15.547,8</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del estudio d'Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008*

1.- Los valores muy pequeños en términos absolutos de las cuatro comarcas y de la marca turística respecto a la magnitud catalana.

2.- La concentración del sector turístico en las Terres de l'Ebre en las comarcas del Baix Ebre y del Montsià donde se concentra el 84,5 % del sector.

Los términos absolutos son pequeños como consecuencia del escaso peso del territorio estudiado. Resultará pues más significativo estimar su peso en el conjunto de la actividad y la evolución de la magnitud en el período estudiado.

**Tabla 2.8: Crecimiento del PIB turístico específico 2005-2008 (porcentajes)**

TERRITORIO	2006	2007	2008	2005-2008 acumulado	2005-2008 TMAA
Baix Ebre	2,7%	9,9%	3,4%	16,7%	5,3%
Montsià	3,1%	7,4%	1,8%	12,7%	4,1%
Ribera d'Ebre	4,3%	2,5%	0,5%	7,4%	2,4%
Terra Alta	4,8%	5,5%	4,6%	15,6%	4,9%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>3,2%</b>	<b>7,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>14,2%</b>	<b>4,5%</b>
<b>Catalunya</b>	<b>3,3%</b>	<b>6,4%</b>	<b>1,2%</b>	<b>11,1%</b>	<b>3,6%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del estudio d'Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008*

Al analizar el crecimiento de la magnitud se observa una tasa media anual acumulada (TMAA) del 4,5% para el conjunto del territorio, un 0,9% superior a la del promedio de Catalunya, siendo la segunda marca turística que ha experimentado el mayor crecimiento en el periodo considerado<sup>15</sup>. Tres de las comarcas que integran el territorio tienen tasas superiores al promedio catalán<sup>16</sup>, y solamente la Ribera d'Ebre con una estructura sectorial muy diferenciada (como ya se ha analizado) presenta un crecimiento del PIB turístico específico sensiblemente menor.

Si se analiza el peso del sector turístico en el conjunto de la economía se puede observar que el conjunto de las comarcas ebrenas (y en consecuencia la marca Terres de l'Ebre) tienen un peso menor que el conjunto de Catalunya si bien por la evolución analizada el gap que las separa se ha reducido, al tener estas un mayor crecimiento<sup>17</sup>. El peso de dichas actividades también ha crecido lo que supone un crecimiento superior al del conjunto de la economía habiendo pasado de representar el 7,7% al 8,5% del PIB en el intervalo considerado. Si se excluye la Ribera d'Ebre, se observa un peso muy uniforme en el territorio e alrededor del 10%, más cercano al de la media catalana. Todas las comarcas se sitúan por debajo de la media catalana en el peso del PIB turístico específico (i.e. no están especializadas en turismo). La Ribera d'Ebre es notoriamente

<sup>15</sup> Sólo superado por el Maresme

<sup>16</sup> La comarca del Baix Ebre y de la Terra Alta se encuentran entre las diez con mayores tasas de crecimiento.

<sup>17</sup> Esta tendencia de forma generalizada provoca una cierta homogeneización del tejido turístico al presentar mayores tasas de crecimiento los territorios donde se parte de niveles inferiores de la actividad.

la comarca con el índice de especialización más bajo de toda Catalunya, a pesar de este escaso peso de la actividad turística en dicha comarca la evolución del peso relativo ha sido positiva lo que indica una evolución superior al del resto de la economía de la comarca.

**Tabla 2.9: Aportación porcentual al PIB del PIB turístico específico**

TERRITORIO	2005	2006	2007	2008
Baix Ebre	9,4%	9,3%	9,8%	10,0%
Montsià	9,1%	8,9%	9,4%	9,4%
Ribera d'Ebre	3,1%	3,3%	3,3%	3,7%
Terra Alta	9,3%	9,4%	9,8%	10,0%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>7,7%</b>	<b>7,8%</b>	<b>8,2%</b>	<b>8,5%</b>
<b>Catalunya</b>	<b>10,6%</b>	<b>10,5%</b>	<b>10,8%</b>	<b>10,9%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del estudio d'Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008*

También se puede analizar la diferenciada evolución del PIB turístico específico de la del conjunto de la actividad y si ya se ha detectado que dicho gap es favorable a la actividad turística (por el incremento de su peso) determinar su cuantificación.

**Tabla 2.10: Relación entre el crecimiento de la economía y del turismo**

TERRITORIO	Variación acumulada 2005-2008 Turismo	Variación acumulada 2005-2008 Economía	Gap turismo economía
Baix Ebre	16,7%	9,5%	7,2%
Montsià	12,7%	8,9%	3,8%
Ribera d'Ebre	7,4%	-9,9%	17,3%
Terra Alta	15,6%	7,8%	7,8%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>14,2%</b>	<b>4,5%</b>	<b>9,7%</b>
<b>Catalunya</b>	<b>11,1%</b>	<b>8,1%</b>	<b>3,1%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del estudio d'Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008*

En esta última tabla es donde se aprecia con mayor claridad la relevancia del sector turístico en la evolución de la actividad económica de les Terres de l'Ebre. En primer lugar la marca Terres de l'Ebre es la que presenta el menor crecimiento del conjunto de

la economía para el periodo estudiado, se sitúa en un 4,5%, muy por debajo del conjunto de la economía catalana, 8,1%. Por tanto el elevado crecimiento del PIB turístico específico (el segundo de Catalunya detrás del Maresme) acaba suponiendo el mayor gap diferencial entre el turismo y el conjunto de la economía. Este gap es mayor al catalán para las cuatro comarcas estudiadas. Vuelve a destacarse el comportamiento anómalo de la Ribera d'Ebre donde a pesar del escaso crecimiento del sector turístico el gap es el mayor de Catalunya por el retroceso del sector energético en la comarca que provoca un crecimiento negativo de la economía.

Así pues el elevado crecimiento de la actividad turística supone dos efectos:

1.-El incremento del peso del PIB turístico en el conjunto del territorio. Lo que supone una mayor significación de la actividad turística en el conjunto del territorio y una evolución más positiva que la del resto de los sectores.

2.-Frena (o corrige) el escaso crecimiento del conjunto de la economía ebreña, al incorporar el sector turístico un incremento positivo. Sin esta aportación sectorial el crecimiento aún sería más limitado.

Al analizar la evolución de los diferentes subsectores específicos que componen el PIB turístico también se distinguen algunos rasgos característicos. Para su estimación se identifican los diferentes sectores con las cuentas de la CNAE 93 que se indican en la tabla 2.11.

**Tabla 2.11: descripción de los subsectores incluidos en el PIB turístico específico**

Actividades Turísticas específicas	Códigos CCAE-93
Hostelería y restauración	55
Agencias de viajes	633
Transporte	601,602,611,612,62
Alquiler de vehículos	711
Ocio y recreo	923,925,926,927

Los valores agregados analizados hasta ahora se obtienen de la adición del conjunto de subsectores aquí presentados. La tabla 2.12 recoge los valores absolutos para cada subsector en el año 2008 y su porcentaje de aportación<sup>18</sup>.

**Tabla 2.12: PIB de los sectores que componen el PIB turístico específico el 2008**

	Hostelería y restauración	Ocio	Transporte	AAVV	LLVV
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>210,6</b>	<b>32,1</b>	<b>32,4</b>	<b>3,7</b>	<b>0,3</b>
Porcentaje de aportación	75,5%	11,5%	11,6%	1,3%	0,1%
<b>Catalunya</b>	<b>10829,1</b>	<b>2076,7</b>	<b>2231,4</b>	<b>377,2</b>	<b>33,4</b>
Porcentaje de aportación	69,7%	13,4%	14,4%	2,4%	0,2%

*Fuente: Elaboración propia a partir del estudio d'Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008*

Destaca la elevada aportación en las Terres de l'Ebre del sector hostelería y restauración, argumentado por la elevada oferta de la componente de la restauración y el escaso peso en términos relativos del resto de los sectores, como por ejemplo la escasa oferta complementaria de actividades de ocio y recreo.

**Tabla 2.13: Tasas de crecimiento medias anuales sectoriales para el periodo 2005-2008 (porcentajes)**

	Hostelería y restauración	Ocio	Transporte	AAVV	LLVV
Terres de l'Ebre	4,6%	5,3%	3,2%	6,0%	2,8%
Catalunya	4,8%	4,6%	-1,1%	-4,2%	-3,1%

*Fuente: Elaboración propia a partir del estudio d'Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008*

Si se analiza el crecimiento de cada subsector en el periodo considerado se distingue un elevado crecimiento del sector de la intermediación (es la única marca turística donde se produce este crecimiento ya que el resto de las marcas presentan tasas negativas). También presenta crecimientos positivos para el sector del transporte<sup>19</sup> y la del alquiler

<sup>18</sup> En el estudio completo se exponían los datos del 2005 para obtener las tasas de crecimiento de los subsectores.

<sup>19</sup> La segunda en orden de crecimiento después de la Costa del Maresme (3,3%)

de vehículos<sup>20</sup> aunque en tasas menores, en contraposición a los decrecimientos del conjunto de Catalunya. También un elevado crecimiento por encima de la media de Catalunya del sector del ocio. Finalmente la tasa de crecimiento del sector de la hotelería y la restauración a les Terres de l'Ebre aún con un elevado valor es el único que se sitúa ligeramente por debajo de la media catalana.

La marca Terres de l'Ebre es la única que presenta tasas de crecimiento positivas en la totalidad de los subsectores que han sido considerados en la reconstrucción del PIB turístico específico. El diferente comportamiento sectorial de las tasas de crecimiento es propio de un sector poco maduro que en los últimos años ha ido complementado la oferta turística con AAVV receptoras, transporte y con actividades complementarias de carácter recreativo<sup>21</sup>.

Una característica del sector servicios y del sector turístico en particular es el ser intensivos en trabajo. Así una aportación adicional del sector en el PIB debería comportar una aportación superior del número de ocupados. También se puede realizar con los datos recogidos una leve contribución de la evolución de la ocupación en dicho sector.

Duro y Rodríguez (2009) realizan un estudio reciente sobre la capacidad de generación de empleo del sector en el período 1996-2006. Se identifican dos etapas una primera entre el 1995 y el 2000 con un tasa de crecimiento media acumulada de la población ocupada en el sector de la hostelería del 3,8% y una elasticidad producto de 1,3, y un segundo período del 2001 al 2005 donde la tasa de crecimiento de la ocupación asciende al 6,25 y la elasticidad producto a 2. Se observa pues por los valores de la elasticidad superiores a 1 la gran capacidad (especialmente en el segundo periodo) de generación (destrucción) de ocupación para los crecimientos (decrecimientos) del sector.

Si se analizan los datos de las Terres de l'Ebre se observa en el período 2005-2008 un crecimiento de la ocupación en los sectores del PIB turístico específico del 12% un valor muy elevado sin embargo inferior al del conjunto de la economía con un

---

<sup>20</sup> También la segunda con mayor crecimiento detrás de Barcelona (15,1%) y las dos únicas con valor positivo.

<sup>21</sup> En el apartado de este capítulo relativo a la oferta turística se realizará un inventario detallado de dichos recursos

crecimiento del 15,2% . Este comportamiento puede deberse al gran peso porcentual existente en la ocupación del sector en el territorio con un valor del 11,4% para el 2008<sup>22</sup>, si se compara con el total de Catalunya donde la ocupación del sector es solamente un poco superior del 11,7%. En ambos territorios (Terres de l'Ebre y Catalunya) el sector turístico es intensivo en mano de obra al incorporar trabajadores en un porcentaje superior a su aportación al PIB (recuérdese que el PIB turístico específico era el 2008 del 10,9% en Catalunya y del 8,5% en las Terres de l'Ebre). Así pues de la comparación en la aportación a la ocupación y al PIB puede derivarse que en las Terres de l'Ebre el sector turístico es especialmente intensivo en mano de obra<sup>23</sup>. Esta situación puede suponer una menor sensibilidad en los crecimientos y los decrecimientos de la ocupación, por tanto constituye un factor limitador de las expectativas de incrementos en la ocupación asociados al crecimiento del PIB turístico.

### **2.3. Análisis de la oferta: recursos y productos.**

En este apartado se realizará una aproximación a la oferta de establecimientos de alojamiento con su evolución hasta la fecha más reciente con datos del primer informe de Economía de las Terres de l'Ebre (Duro y otros.2010) y los datos recogidos en el Plan Estratégico de Turismo de las Terres de l'Ebre. Los datos de este último servirán para realizar un inventario de los recursos y productos que hay en el territorio. Se destacan las tipologías de productos más presentes en el territorio y su potencialidad de generar demanda turística.

#### **2.3.1. Oferta de establecimientos de alojamiento y restauración.**

El total de establecimientos turísticos en las Terres de l'Ebre ascendía a 212 en el año 2010 lo que representa el 4,07% del total de Catalunya. Si se compara el número total de plazas ofertadas, a las Terres de l'Ebre son 5213, éstas representan un porcentaje sustancialmente menor, del 2,25% de Catalunya. Esta diferencia porcentual denota una menor capacidad media de los establecimientos de las Terres de l'Ebre de forma agregada.

---

<sup>22</sup> El valor del 2005 alcanzaba el 11,7%, al tener la ocupación del sector un menor crecimiento en el período considerado que la del conjunto de la economía.

<sup>23</sup> Una posible argumento a este valor es la reducida dimensión de las empresas en las Terres de l'Ebre.

Los datos agregados también determinan el peso diferente de cada tipología de alojamiento. Se observa el mayor peso del turismo rural en número de establecimientos (5,21% del total) y plazas (especialmente estas últimas que representan el 5,47%) respecto a Catalunya. Estos establecimientos, ya de por sí con un número pequeño de plazas<sup>24</sup>, son los únicos que en las Terres de l'Ebre tienen una dimensión superior a la media de Catalunya. Esta especialización se observa repartida en el conjunto del territorio lo que ha venido en denominarse un clúster de dicho tipo de turismo. En el otro extremo se sitúan los establecimientos hoteleros con el menor peso en número de licencias y especialmente el menor número de plazas relativas (escasamente el 1,69% del total de Catalunya). La oferta de los campings se sitúa en una posición intermedia en la oferta de establecimientos (4,53% del total) y del número de plazas (2,73%) por lo que también presenta una menor dimensión media por establecimiento.

**Tabla 2.14: Alojamientos turísticos y plazas año 2010, Terres de l'Ebre y Cataluña**

<b>COMPARACIÓN CATALUNYA / TERRES DE L'EBRE</b>				
	<b>Hoteles</b>	<b>Turismo rural</b>	<b>Campings</b>	<b>Total</b>
Nº establecimientos Terres de l'Ebre	90	106	16	<b>212</b>
Nº establecimientos Catalunya	2.826	2.034	353	<b>5.213</b>
% Terres de l'Ebre respecto a Catalunya	3,18%	5,21%	4,53%	<b>4,07%</b>
<hr/>				
Nº plazas Terres de l'Ebre	4.846	853	6.336	<b>12.035</b>
Nº plazas Catalunya	286.955	15.589	231.769	<b>534.313</b>
% Terres de l'Ebre respecto a Catalunya	1,69%	5,47%	2,73%	<b>2,25%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IDESCAT*

Una primera característica a analizar es la distribución territorial de los establecimientos de alojamiento turístico. La tabla 2.15 recoge los datos municipales y de las cuatro comarcas, se observa una concentración comarcal y municipal de los establecimientos. Si se desglosan los datos totales, los municipios costeros<sup>25</sup> concentran la oferta hotelera y de campings representando respectivamente un 58,8% y 91,8% del total de plazas. La excepción en la oferta hotelera la supone Tortosa que ejerce su capitalidad, con una

<sup>24</sup> Por legislación tienen un límite superior de 16 plazas por establecimiento.

<sup>25</sup> La franja costera comprende de norte a sur los municipios de l'Ametlla de Mar, el Perelló, l'Ampolla, Deltebre, Sant Jaume d'Enveja (es la excepción al no tener oferta), Amposta, Sant Carles de la Rápita y Alcanar.



oferta patrimonial singular<sup>26</sup> aporta el 14% del total de plazas con 685. Los establecimientos de turismo rural se distribuyen de forma más homogénea en el conjunto del territorio, destaca la aportación de la comarca de la Terra Alta con un 22,6% de las plazas, concentrado en dos municipios: Horta de Sant Joan y Arnes<sup>27</sup>. A pesar de ello, los dos municipios con mayor oferta de turismo rural son Amposta (con 124 plazas) y Deltebre (con 110 plazas), ambos constituyen el tramo final del Ebro y una parte importante del *Parc Natural del Delta de l'Ebre*.

**Tabla 2.15: Equipamientos turísticos por comarcas y municipios 2010**

	Hoteles	Plazas de hoteles	Campings	Plazas de campings	Turismo rural	Plazas de turismo rural
Aldea, l'	2	70	0	0	2	23
Aldover	0	0	0	0	2	8
Alfara de Carles	0	0	0	0	2	14
Ametlla de mar, l'	5	673	2	1.871	1	5
Ampolla, l'	3	213	4	1.286	1	4
Benifallet	2	24	0	0	3	14
Camarles	0	0	0	0	0	0
Deltebre	7	347	2	1.148	19	110
Paüls	0	0	0	0	3	22
Perelló, el	4	304	0	0	3	28
Roquetes	0	0	0	0	0	0
Tivenys	0	0	0	0	1	4
Tortosa	7	685	0	0	2	12
Xerta	1	18	0	0	0	0
<b>BAIX EBRE</b>	<b>31</b>	<b>2.334</b>	<b>8</b>	<b>4.305</b>	<b>39</b>	<b>244</b>
Alcanar	5	182	4	1.469	4	46
Amposta	6	238	1	45	13	124
Freginals	0	0	0	0	0	0
Galera, la	0	0	0	0	2	17
Godall	0	0	0	0	0	0
Mas de Barberans	0	0	0	0	2	20
Masdenverge	0	0	0	0	3	42
Sant Carles de la Ràpita	12	894	0	0	1	9
Sant Jaume d'Enveja	0	0	0	0	4	29
Santa Bàrbara	2	77	0	0	1	14
Sènia, la	2	138	0	0	0	0
Ulldecona	4	47	0	0	0	0
<b>MONTSIÀ</b>	<b>31</b>	<b>1.576</b>	<b>5</b>	<b>1.514</b>	<b>30</b>	<b>301</b>
Ascó	0	0	0	0	1	5
Benissanet	1	15	0	0	0	0
Flix	1	30	0	0	1	10
Garcia	0	0	0	0	0	0
Ginestar	0	0	0	0	1	4
Miravet	0	0	0	0	4	28
Móra d'Ebre	2	47	0	0	0	0
Móra la Nova	4	150	0	0	0	0

<sup>26</sup> De la misma, forma parte un alojamiento de la red de Paradores nacionales en el castillo de la Suda.

<sup>27</sup> Ambos concentran el 60% de las plazas de la comarca.

Palma d'Ebre, la	0	0	0	0	1	9
Rasquera	0	0	0	0	4	31
Riba-roja d'Ebre	1	42	1	163	0	0
Tivissa	2	32	0	0	3	28
Torre de l'Espanyol	0	0	0	0	0	0
Vinebre	2	59	0	0	0	0
<b>RIBERA D'EBRE</b>	<b>13</b>	<b>375</b>	<b>1</b>	<b>163</b>	<b>15</b>	<b>115</b>
Arnes	3	208	1	202	6	56
Batea	1	34	0	0	1	9
Bot	1	18	0	0	2	18
Caseres	0	0	0	0	1	5
Corbera d'Ebre	0	0	0	0	1	4
Fatarella, la	3	27	0	0	0	0
Gandesa	2	109	0	0	0	0
Horta de Sant Joan	3	139	0	0	8	64
Pinell de Brai, el	1	20	0	0	0	0
Pobla de Massaluca, la	0	0	1	152	2	22
Prat de Comte	1	6	0	0	0	0
Villalba del Arcs	0	0	0	0	1	15
<b>TERRA ALTA</b>	<b>15</b>	<b>561</b>	<b>2</b>	<b>354</b>	<b>22</b>	<b>193</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IDESCAT

Hasta ahora se ha analizado la oferta existente, se pretende a continuación analizar en un horizonte temporal (acorde con los datos disponibles) la evolución que han tenido las diferentes tipologías de alojamientos y su comparación con la evolución de Catalunya.

**Tabla 2.16: Evolución plazas alojamiento hotelero**

PLAZAS ALOJAMIENTO HOTELERO	Baix Ebre	Montsià	Ribera d'Ebre	Terra Alta	Terres de l'Ebre	Cataluña
AÑO 2006	1.335	1.641	315	356	<b>3.647</b>	<b>247.893</b>
AÑO 2010	2.334	1.576	375	561	<b>4.846</b>	<b>286.955</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IDESCAT

**Tabla 2.17: Distribución de establecimientos hoteleros en el área según categorías, 2009**

	1*	2*	3*	4*	5*
Aldea, l'	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Ametlla de Mar, l'	4.2%	10.5%	14.0%	71.3%	0.0%
Ampolla, l'	22.5%	18.3%	0.0%	59.2%	0.0%
Benifallet	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Deltebre	0.0%	21.1%	78.9%	0.0%	0.0%
Perelló, el	2.6%	7.2%	0.0%	90.1%	0.0%
Tortosa	2.6%	24.4%	52.0%	21.0%	0.0%
Xerta	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
<b>BAIX EBRE</b>	<b>4.4%</b>	<b>19.6%</b>	<b>31.0%</b>	<b>44.2%</b>	<b>0.8%</b>
Alcanar	36.4%	26.4%	37.2%	0.0%	0.0%
Amposta	0.0%	74.4%	20.2%	5.5%	0.0%

Sant Carles de la Ràpita	12.2%	25.2%	55.8%	6.8%	0.0%
Santa Bàrbara	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Sénia, la	0.0%	40.6%	59.4%	0.0%	0.0%
Ulldecona	34.0%	38.3%	0.0%	27.7%	0.0%
<b>MONTSIÀ</b>	<b>13.4%</b>	<b>37.6%</b>	<b>43.7%</b>	<b>5.2%</b>	<b>0.0%</b>
Benissanet	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Flix	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Móra d'Ebre	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Móra la Nova	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Riba-roja d'Ebre	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Tivissa	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Vinebre	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>RIBERA D'EBRE</b>	<b>12.0%</b>	<b>88.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>
Arnes	0.0%	14.4%	0.0%	85.6%	0.0%
Batea	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Bot	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Fatarella, la	25.9%	74.1%	0.0%	0.0%	0.0%
Gandesa	80.7%	19.3%	0.0%	0.0%	0.0%
Horta de Sant Joan	64.0%	17.3%	18.7%	0.0%	0.0%
Pinell de Brai, el	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Prat de Comte	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>TERRA ALTA</b>	<b>32.8%</b>	<b>30.8%</b>	<b>4.6%</b>	<b>31.7%</b>	<b>0.0%</b>
<b>TERRES EBRE</b>	<b>11.3%</b>	<b>32.2%</b>	<b>29.9%</b>	<b>26.3%</b>	<b>0.4%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Turismo, Generalitat de Catalunya

La distribución de establecimientos hoteleros muestra aún el elevado peso de las categorías inferiores de 1 y 2 estrellas que representan el 43,5% de la oferta. El crecimiento de la oferta con 1200 nuevas plazas en los últimos 5 años se ha producido principalmente en establecimientos de mayor categoría podemos destacar los establecimiento de 4 estrellas de Arnes<sup>28</sup> en la Terra Alta por su peso en la comarca y el del Perelló por su peso municipal. También es destacable la aparición de un establecimiento de máxima categoría (5 estrellas) en Xerta.

**Tabla 2.18: Evolución plazas campings**

PLAZAS CAMPINGS	Baix Ebre	Montsià	Ribera d'Ebre	Terra Alta	Terres de l'Ebre	Cataluña
AÑO 1995	3.857	2.618	0	335	<b>6.810</b>	
AÑO 2006	4.373	2.399	163	335	<b>7.270</b>	<b>246.007</b>
AÑO 2010	4.305	1.514	163	354	<b>6.336</b>	<b>231.769</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IDESCAT

<sup>28</sup> Un villar rural

La oferta de plazas de camping está muy condicionada por la apertura o cierre de un establecimiento en la comarca. Así entre los años 1996 y 2006 hay un crecimiento de la oferta en el Baix Ebre y la apertura del único camping de la Ribera d'Ebre. Entre el 2006 y el 2010 hay una disminución en la oferta en el Montsià por el cierre temporal de un camping en la zona de la costa. En el conjunto del período dicha oferta de establecimientos es la que presenta mayor estabilidad con un leve retroceso entre los dos datos extremos.

**Tabla 2.19: Oferta plazas campings en el área distribuida por categorías, 2009**

	Lujo	1ª	2ª	3ª
Ametlla de Mar, l'	0%	100%	0%	0%
Ampolla, l'	0%	0%	81.5%	18.5%
Deltebre	0%	0%	83.9%	16.1%
<b>BAIX EBRE</b>	<b>0%</b>	<b>43.5%</b>	<b>46.7%</b>	<b>9.8%</b>
Alcanar	0%	0%	89.2%	10.8%
Amposta	0%	0%	0%	100.0%
<b>MONTSIÀ</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>86.6%</b>	<b>13.4%</b>
Riba-roja d'Ebre	0%	0%	0%	100%
<b>RIBERA D'EBRE</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>
Arnes	0%	0%	100%	0%
<b>TERRA ALTA</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
<b>TERRES EBRE</b>	<b>0.0%</b>	<b>29.8%</b>	<b>57.6%</b>	<b>12.6%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Turismo, Generalitat de Catalunya

Nuevamente se observa una presencia de campings de las categorías inferiores, excepto en el Baix Ebre donde el 43,5% de las plazas son de 1ª categoría, en el resto de las comarcas todas las plazas son de campings de 2ª y 3ª categoría.

**Tabla 2.20: Evolución plazas turismo rural**

PLAZAS TURISMO RURAL	Baix Ebre	Montsià	Ribera d'Ebre	Terra Alta	Terres de l'Ebre	Cataluña
AÑO 1995	107	137	36	54	<b>334</b>	
AÑO 2006	169	275	67	163	<b>674</b>	<b>10.131</b>
AÑO 2010	244	301	115	193	<b>853</b>	<b>15.859</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IDESCAT

Si se compara el período global se observa un crecimiento muy importante de la oferta de establecimientos de turismo rural. Dicho crecimiento se produce en todo el territorio

con un factor de crecimiento para los 15 años del 2,3 en el Baix Ebre, 2,2 en el Montsià, 3,2 en la Ribera d'Ebre y 3,6 en la Terra Alta.

**Tabla 2.21: Tasas medias anuales de crecimiento acumulado (TMAA).**

	Baix Ebre	Montsià	Ribera d'Ebre	Terra Alta	Terres de l'Ebre	Cataluña
<b>Tasas de crecimiento aloj. hot.</b>						
AÑOS 2006-2010	14,99%	-1,01%	4,46%	12,04%	<b>7,36%</b>	<b>3,73%</b>
<b>Tasas de crecimiento camping</b>						
AÑOS 1995-2006	1,15%	-0,79%	-	0,00%	<b>0,60%</b>	
AÑOS 2006-2010	-0,39%	-10,87%	0,00%	1,39%	<b>-3,38%</b>	<b>-1,48%</b>
<b>Tasas de crecimiento turismo rural</b>						
AÑOS 1995-2006	4,24%	6,54%	5,81%	10,56%	<b>6,59%</b>	
AÑOS 2006-2010	9,62%	2,28%	14,46%	4,31%	<b>6,07%</b>	<b>11,86%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IDESCAT*

Si se comparan los crecimientos en los últimos 5 años se puede destacar para cada categoría:

- Los hoteles han crecido a un ritmo muy superior al conjunto de Catalunya con un crecimiento medio anual del número de plazas del 7,3% casi el doble que el de Catalunya con un 3,7% de TMAA. Destacan los incrementos del Baix Ebre y de la Terra Alta con TMAA superiores al 10%. El peso del sector hotelero continúa siendo muy bajo al aportar escasamente el 1,69% del total de plazas de Catalunya.
- Los cámpings han tenido un decrecimiento en el periodo, especialmente en el Montsià con una TMMA del -10,9%. Catalunya también ha disminuido su número de plazas de acampada aunque a un ritmo menor. Los datos deben tomarse con cautela ya que el cierre temporal de algún camping puede alterar el resultado al existir sólo 16 establecimientos en les Terres de l'Ebre.
- Los establecimientos de turismo rural a pesar de su importante crecimiento (6,1 de TMAA) lo han hecho a un ritmo inferior al de la media catalana (11,9%) por lo que en el periodo 2006-2010 han perdido peso relativo. Destaca el incremento de la oferta en la Ribera d'Ebre

donde a pesar de la escaso número absoluto casi se ha duplicado el número de plazas en un lustro.

Por tanto se puede concluir que la evolución de los establecimientos turísticos en todas las categorías ha seguido un ritmo de crecimiento dispar a los del conjunto de Catalunya en los últimos años, un mayor crecimiento de las plazas hoteleras, un menor crecimiento de las plazas de alojamientos rurales y un mayor decrecimiento de las plazas de acampada. Así bajo la consideración de las Terres de l'Ebre como un destino poco maduro y por desarrollar turísticamente, esta evolución del sector, en principio sorprendente, puede significar una oportunidad futura por el latente potencial de crecimiento aún por desarrollar en la hotelería y en la especialización en turismo natural y rural.

Relacionado con la oferta de restauración, de gran valor en el área por la riqueza gastronómica de sus productos y platos, el área tiene registrados 453 restaurantes<sup>29</sup> que proveen casi 25.000 plazas. Destaca el Baix Ebre (45% de las plazas) y sus principales ciudades turísticas (Tortosa, Ametlla, Deltebre y l'Ampolla) y el Montsià, en este caso con el 38% de las plazas, con gran dominio de Sant Carles de la Ràpita. Las dos comarcas, pues, aportan más del 80% de las plazas estrictas de restauración. El sector de la restauración además del consumo turístico incorpora un consumo por parte de los residentes. Existe pues una correlación positiva entre el número de plazas y la población del territorio, por ejemplo el número de plazas de la Ribera d'Ebre es superior al de la Terra Alta a pesar de su menor desarrollo turístico por su mayor población residente.

**Tabla 2.22: Restaurantes en el área (año 2006)**

	nº	plazas
Aldea, l'	15	771
Aldover	1	40
Alfara de Carles	1	48
Ametlla de Mar, l'	49	2.025
Ampolla, l'	29	1.169
Benifallet	5	266
Camarles	4	282
Deltebre	27	1.806
Perelló, el	6	672

<sup>29</sup> El año 2010 fue reconocido por primera vez un restaurante del territorio con una estrella Michelin.

Roquetes	13	555
Tivenys	2	61
Tortosa	60	3.273
Xerta	2	144
<b>BAIX EBRE</b>	<b>214</b>	<b>11.112</b>
Alcanar	35	1.832
Amposta	38	1.767
Freginals	2	206
Galera, la	1	138
Godall	1	54
Mas de Barberans	2	100
Masdenverge	2	84
Sant Carles de la Ràpita	37	3.458
Sant Jaume d'Enveja	7	344
Santa Bàrbara	3	85
La Sènia	10	594
Ulldecona	26	679
<b>MONTSIÀ</b>	<b>164</b>	<b>9.341</b>
Ascó	5	274
Benissanet	2	91
Flix	11	477
Garcia	3	243
Ginestar	1	41
Miravet	4	289
Mora d'Ebre	8	333
Mora la Nova	9	616
Rasquera	3	202
Tivissa	1	
Torre de l'Espanyol	1	105
Vinebre	2	68
<b>RIBERA D'EBRE</b>	<b>50</b>	<b>2.739</b>
Arnes	3	105
Batea	3	131
Bot	1	162
Caseres	2	83
Corbera d'Ebre	3	293
La Fatarella	1	40
Gandesa	6	401
Horta de Sant Joan	4	279
Pinell de Brai	2	111
<b>TERRA ALTA</b>	<b>25</b>	<b>1.605</b>
<b>TERRES EBRE</b>	<b>453</b>	<b>24.797</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Turismo, Generalitat de Catalunya.*

### 2.3.2. Inventario de recursos turísticos

Para la realización de este apartado se ha utilizado el Inventario de recursos turísticos recogido en el Plan Estratégico de turismo de Terres de l'Ebre.<sup>30</sup> Este plan define un

<sup>30</sup> Este fue redactado a lo largo del año 2006 y presentado en la primavera del año 2007.

modelo turístico a medio y largo plazo adecuado a las características y al potencial del territorio, que sirve para orientar la política de las administraciones públicas y del sector privado y establece las bases de un desarrollo y crecimiento sostenido y sostenible. En este inventario se han catalogado los Recursos Turísticos Esenciales, definidos como aquellos recursos que, aisladamente o conjuntamente con otros, tienen la capacidad de generar las corrientes de turismo más relevantes, contribuyen a reforzar la realidad de Catalunya como marca turística global y a promocionar el país como destino turístico<sup>31</sup>.

A continuación se recogen los apartados del inventario con el listado de recursos y las observaciones oportunas a nuestro interés.<sup>32</sup> Según la Ley tienen consideración de Recurso Turístico Esencial:

- a) Bienes de Interés cultural protegidos por declaraciones de organismos internacionales

Las Terres de l'Ebre incluyen en su territorio una serie de elementos del conjunto de Arte rupestre del arco mediterráneo de la Península Ibérica, declarado patrimonio mundial por la UNESCO el 1998. Se detallan en la tabla 2.23.

**Tabla 2.23: Bienes patrimonio de la humanidad**

MUNICIPIO	NOMBRE RECURSO
Uldecona	Conjunto de Abrigos de ermitas de la Sierra de Godall
Freginals	Abrics de Masets y Lliberies
Alfara de Carles	Cerca de la cueva Pintada
Perelló, El	Cabra Freixet. Arte rupestre
Tivissa	Cuevas de Tivissa

*Fuente: Pla estratègic de turisme de les Terres de l'Ebre*

- b) Bienes Culturales de Interés Nacional

Los Bienes Culturales de Interés Nacional (BCIN) son los bienes que, bajo este título, gozan de la protección legal actualmente en vigor. Se clasifican en:

- Monumento histórico

<sup>31</sup> Esta definición se basa en la Ley de Turismo de Catalunya 13/2002, de 21 de junio

<sup>32</sup> Para una descripción detallada se puede consultar la memoria del citado Plan Estratégico



- Conjunto histórico
- Zona arqueológica
- Otras (incluye los jardines históricos y los lugares históricos, las zonas paleontológicas y las zonas de interés etnológico).

La relación completa de Bienes Culturales de Interés Nacional se presenta en la tabla 2.24.

**Tabla 2.24: Bienes Culturales de Interés Nacional**

MUNICIPIO	NOMBRE RECURSO
<b>BAIX EBRE</b>	
Aldea, L'	Torre de Vinaixarop
	Torre de Burjassénia
	Torre de l'Aldea
	Torre de la Candela
Alfara de Carles	Castillo de Carles, El Toscar
	Torre-Campanario de la Iglesia
	Zona Arqueológica de la Cueva Pintada
Ametlla de Mar, L'	Torre de l'Aliga
	Torre de Salim
	Castillo y fortín de Sant Jordi de Alfama
Ampolla, L'	Torre de Cap-Roig
Benifallet	Castillo de Benifallet
	Castillo de Coll de Som
	Roca Folletera
	Zona Arqueológica del Barranco del Racó
Camarles	La Torre de Camarles
	Torre de la Granadella
Deltebre	Torre Curta
	Torre de l'Àngel Custodi o de Sòl de Riu
Paüls	Castillo de Paüls
Perelló, El	Castillo de Sant Esteve
	Molino de Viento
	Torre de les Guàrdies
	Torre del Gardinell
	Torre del Puigvultó
	Cueva de Cabra Feixet

	Cueva de las Calobres
Roquetes	Torre de Riba-Roja
Tivenys	Torre de Tivenys
Tortosa	Catedral de Santa Maria
	Castillo de La Suda de Tortosa
	Palacio de los Oliver de Boteller
	Palacio Episcopal
	Torre de Pinyol
	Reials Col·legis de Sant Lluís y Sant Domènec
	Torre de en Corder o de en Despuig
	Torre de Campredó. Font del Quinto
	Torre de Fullola
	Torre de Gassia
	Torre de la Font del Moro
	Torre de la Petja
	Torre de la Simpàtica
	Torre de Sant Onofre
	Torre de Túbal. Punta del diamant
	Torre de Vilaseca
	Torre del Coll de l'Alba
	Torre de Soldevila
	Torre del Prior
	Muralla y estructuras defensivas medievales de Tortosa
Torre de la Merla	
Fortificaciones modernas de Tortosa	
Núcleo antiguo de Tortosa	
Xerta	El Castillo de Xerta
<b>MONTSIÀ</b>	
Alcanar	Torre de en Calbo o de en Gimeno
	Torre de en Morralla
	Torre del Carrer Nou
	Escudo de Alcanar
	Torre del Moro II. DE en Pasqualet partida del Codonyol
	Torre del Moro III. De n'urbano o la ultima torre
	La Moleta del Remei
Amposta	Castillo de Amposta
	Torre de Futxeron
	Torre de l'Oriola

	Torre de la Carrova
	Torre de la Figuera
	Torre de Poquessalses
	Torre de Sant Joan
Freginals	Abrigo de las Llibreres
	Abrigo dels Masets
Galera	Torre de la Galera, Iglesia de Sant Llorenç
Sant Carles de la Ràpita	Castillo de Sant Carles de la Ràpita
	Iglesia Nueva
	La Glorieta. La Capelleta
	Torre del Moro I. Partida del Codonyol
	Torre de la Guardiola. Torre del Sagrat Cor
Sant Jaume d'Enveja	Torre de Sant Jordi
Uldecona	Casa de la Comanda
	Castillo de Uldecona
	Abrigo Esquarterades I
	Abrigo Esquarterades II
	Agrigos de la Sierra de la Pietat
<b>RIBERA D'EBRE</b>	
Ascó	Castillo de Ascó
	Murallas de Ascó
	Torreta de la Vila, de Martinet o Minaret
Benissanet	Torre de Almucaten
	Torre de Cervelló
Flix	Castillo de Flix
Garcia	Castillo de Garcia
Ginestar	Escudos de la Iglesia Parroquial
Miravet	Castillo de Miravet
Móra d'Ebre	Castillo de Móra
Palma d'Ebre, La	Castillo de la Palma d'Ebre
Rasquera	Abrigo de la Caparrella
Riba-roja d'Ebre	Castillo de Riba-roja
	LA Garita
Tivissa	Castillo de Tivissa o de Sant Blai
	El Castellet de Bañoles
	Muros y portales de Tivissa
	Torre de el Mas de Aumet
	Torre de el Mas de Frauques

	Torre de el Mas de Sedó
	Cueva del Ramat
	Cueva del Pi
	Cueva del Cingle
	Cueva del Taller
	El Castellet de Banyoles
Vinebre	Castillo de Vinebre
	Escudo de Ca Don Joan
	Escudo de Ca Martí
	Escudo de los Ossó Donzell
<b>TERRA ALTA</b>	
	Arnes
	Castillo de Arnes
Batea	Castillo de Algars o de Sant Joan
	Castillo de Batea
	Casa Forta a Pinyeres
	La Torre de Martí
	La Torre del Castellà
Caseres	El Castillo de Caseres
	Castillo de Almudèfer
Corbera de Ebre	Corbera de Ebre antes de 1936
	Restos de los muros del Castillo de Corbera de Ebre
	Fuerte de Ferriols
Gandesa	Castillo de Gandesa
	Prision o casa de la Castellana
	Torre en el Molí de Gandesa
	Iglesia de la Mare de Deu de l'Assumpció-Casa del pueblo vieja
	Bodega Cooperativa de Gandesa
	Zona arqueológica del Coll del Moro
Horta de Sant Joan	Casa de la Comanda o de los Delmes
	Convento de Sant Salvador
	Horta de Sant Joan
	La Torre del Prior. La Torre de Galindo
	Portal de la Muralla y Castillo
Pinell de Brai, El	Bodega Cooperativa del Pinell del Brai
	Fortin en la Miranda de Llixem
Prat de Comte	Lo Portal
Villalba dels Arcs	Castillo de Villalba dels Arcs

	Muralla de Villalba deis Aras
--	-------------------------------

Fuente: *Plan estratègic de turisme de les Terres de l'Ebre*

c) Espacios de interés natural

Destaca sobremanera la presencia de dos Parque Naturales (*Parc Natural del Delta de l'Ebre* y *Parc Natural dels Ports*) muy próximos entre sí y con unas características muy diferenciadas.

El Parc Natural del Delta de l'Ebre es la zona de humedales más extensa de Catalunya, un espacio privilegiado para la observación de aves, y punto de encuentro de ornitólogos de cualquier parte del mundo. El propio Plan Estratégico calificaba este espacio como el mejor valorado del territorio<sup>33</sup>.

El macizo de Els Ports es un espacio natural singular dada su proximidad a la parte litoral y el hecho de disponer de una área con cumbres de más de 1.000 metros. Esta ubicación le confiere unas características peculiares, albergando un conjunto de especies vegetales muy diversificadas y de un gran valor geobotánico y una gran diversidad de biotopos, dando lugar a una fauna rica y variada, destacando la cabra salvaje como la especie más emblemática.

Aparte de estos dos parques, en las Terres de l'Ebre hay un total 20 espacios catalogados como espacios de interés natural (PEIN) que ocupan una superficie de 114.544 ha, El conjunto de espacios naturales con su riqueza paisajística y biológica constituyen un recurso fundamental del desarrollo turístico del territorio.

El capítulo 3 de la tesis analizará la valoración del uso recreativo del espacio natural más representativo, el *Parc Natural del Delta de l'Ebre*.

d) Museos nacionales y de interés nacional

La oferta de museos, colecciones y centros de interpretación es de un total de 54 en toda la zona de las Terres de l'Ebre.

---

<sup>33</sup> En una valoración a los participantes en la plan sobre una escala de 5 el Delta de l'Ebre obtuvo la mayor puntuación un 4,67%. Le siguieron en los puestos del 2 al 4 otros recursos de carácter natural como los parques y espacios naturales con un 4,59%, el Rio Ebre con un 4,56 y Els Ports con 4,51.

Es reseñable destacar la importancia de los centros de interpretación que en los últimos años han proliferado de una forma muy acusada en Terres de l'Ebre.<sup>34</sup> Entre el conjunto de centros de interpretación abiertos en Terres de l'Ebre, cabe hacer una mención especial a los que forman parte de la oferta de los espacios de la batalla del Ebro.

**Tabla 2.25: Museos y centros de interpretación**

<b>MUSEOS, COLECCIONES Y CENTROS DE INTERPRETACIÓN</b>	
<b>BAIX EBRE</b>	
Ametlla de Mar, L'	Museo de Cerámica Popular
Ametlla de Mar, L'	Centro de interpretación de las Fortificaciones
Deltebre	Eco museo del PN del Delta de l'Ebre
Deltebre	Centro de Interpretación Molino de Rafelet
EMD Jesús	Casa Museo Rosa M <sup>a</sup> Molas
EMD Jesús	Casa Museo Enric d'Ossó
Perelló, El	Molino de viento del Perelló
Comarca	Archivo Histórico Comarcal de Terres de l'Ebre
Roquetes	Observatorio de l'Ebre
Roquetes	Centro de información del Parc Natural dels Ports
Tortosa	Museo de utensilios agrícolas
Tortosa	Sala de exposiciones de CajaTarragona
Tortosa	Jardines del príncep- Museo de esculturas
Tortosa	Museo de l'Ebre
Tortosa	Centro de interpretación del Renacimiento
Tortosa	Museo de la Catedral
<b>MONTSIÀ</b>	
Alcanar	Centro de interpretación de los iberos
Amposta	Museo del Montsià
Amposta	La casa de Madera, exposición Las Balsas del Delta
Freginals	Área interpretativa de la serreta de Freginals
Freginals	Freginals en el tiempo

<sup>34</sup> Los centros de interpretación son un recurso museístico que permite explicar los valores naturales y patrimoniales del territorio de una forma flexible, ágil y didáctica, que no requiere de las infraestructuras y servicios de un museo.

Freginals	Centro de Interpretación Serra del Montsià
la Galera	Centro de Interpretación de la Alfarería de la Galera
La Sénia	Centro de información del Parc Natural dels Ports
Mas de Barberans	Centro de interpretación de la artesanía de la Palma
Santa Bàrbara	Colección de Historia Natural
Santa Bàrbara	Museo de utensilios tradicionales Angel Fibla
Sant Carles de la Ràpita	Museo del malacología
Sant Carles de la Ràpita	Colección de Ciencias Naturales Alfacs
Sant Jaume d'Enveja	Colección ornitológica
Sant Jaume d'Enveja	Centro de Interpretación de las barracas del Delta
Ulldecona	Casa Cura Domingo Solà
Ulldecona	Casa de Cultura = Iglesia del Roser
Ulldecona	Centro de Interpretación del Arte Rupestre
<b>RIBERA D'EBRE</b>	
Benissanet	Museo de Instrumentos Musicales
Flix	Mas del Director. Centro de Interpretación Camino de Sirga
Mora la Nova	Centro de interpretación del Ferrocarril
Riba-roja d'Ebre	Museo etnológico
Tivissa. Población de Llaberia	El Museo del Bast
Tivissa	Centro de Interpretación de los iberos. Centro de acogida de visitantes
Vinebre	La casa Museo de Enric d'Ossó
<b>TERRA ALTA</b>	
Arnes	Centro de Interpretación de la Miel
Batea	Centro de Interpretación "Hospitales de Sangre". Espacios de la Batalla del Ebro
Corbera d'Ebre	Exposición la Trinxera
Corbera d'Ebre	Centro de interpretación "115 días". Espacios de la Batalla del Ebro
Gandesa	Centre de estudios Batalla del Ebro
Gandesa	Centro de Interpretación para el fomento de la cultura del vino y del aceite
Horta de Sant Joan	Eco museo dels Ports
Horta de Sant Joan	Centre Picasso
La Fatarella	Centro de interpretación "Internacionales en el Ebro". Espacios de la Batalla del Ebro.
Pinell de Brai	Centro de interpretación "Las voces del frente". Espacios de la Batalla del Ebro.
Pinell de Brai	Cooperativa del Pinell de Brai. Espacio interpretativo de la obra Cesar Martinell i Xavier Nogués.

Villalba dels Arcs	Museo del Camino de Sant Jaume
Villalba dels Arcs	Centro de interpretación “Soldados de Trincheras”. Espacios de la Batalla del Ebro.

*Fuente: Plan estratégico de turismo de Terres de l'Ebre*

La proliferación de los centros de interpretación debe llevar asociado un estudio de su potencialidad como recurso turístico<sup>35</sup>. Un indicador de dicha potencialidad puede ser el número de turistas que lo visitan. En muchos casos el reducido número de visitantes no justifica el gasto de creación y especialmente de funcionamiento de los centros de interpretación<sup>36</sup>.

e) Centros recreativos turísticos

Las Terres de l'Ebre no presentan ninguna instalación que integre el conjunto de características de este tipo de recurso<sup>37</sup> al contraponerse con la tipología de turismo identitario y experiencial basado en los recursos naturales y patrimoniales por el que apuesta el territorio.

Sin embargo a nivel parcial si se han comenzado a implantar algunos centros basados en la naturaleza<sup>38</sup> y existe un proyecto de desarrollo en fase preliminar de estudio de un Parque temático sobre la fiesta del Renacimiento.

f) El global del conjunto litoral, especialmente las playas.

Terres de l'Ebre cuenta con 150 kilómetros de recorrido litoral, desde l'Ametlla de Mar en el Norte hasta les Cases d'Alcanar en el sur. Se ha catalogado un conjunto de 54 playas y calas. Estas se dividen en playas y calas de arena y playas y calas de guijarros y grava. En la costa norte predominan las calas solitarias, ocultas entre los acantilados rojizos y rodeadas de pinedas, en el sur predominan las playas espaciosas, tranquilas, de

---

<sup>35</sup> No se valoran otras posibles justificaciones culturales o etnográficas que puedan tener, ya que el inventario los considera recursos turísticos.

<sup>36</sup> Esta observación se realizó en el desarrollo del Plan estratégico con escasa repercusión en el plan de actuaciones tal y como se detallará posteriormente

<sup>37</sup> Áreas de gran extensión donde se emplazan, de una forma integrada, las actividades propias de los parques temáticos de atracciones con carácter recreativo, cultural y lúdico y los usos complementarios deportivos, comerciales, hoteleros y residenciales, con sus servicios correspondientes.

<sup>38</sup> Como por ejemplo Deltaventur un parque dedicado a la aventura y la naturaleza en pleno delta del Ebro.



arena fina y aguas claras poco profundas. En la tabla 2.26 se detalla el inventario de playas de Terres de l'Ebre.

**Tabla 2.26 Playas de les Terres de l'Ebre**

<b>PLAYAS</b>	
<b>BAIX EBRE</b>	
Cala Forn	Ametlla de Mar, L'
Platja de Calafat	Ametlla de Mar, L'
Platja de l'Alguer	Ametlla de Mar, L'
Platja de Pixavaques	Ametlla de Mar, L'
Platja de Sant Jordi d'Alfama	Ametlla de Mar, L'
Cales del Cap de Terme	Ametlla de Mar, L'
Cala Llobeta	Ametlla de Mar, L'
Cala lo Ribellet	Ametlla de Mar, L'
Cala de Sant Jordi	Ametlla de Mar, L'
Cala del vidre	Ametlla de Mar, L'
Cala de les Ampolles	Ametlla de Mar, L'
Cala de Mosques	Ametlla de Mar, L'
Cala de Torrent del Pi	Ametlla de Mar, L'
Cala xelin l'estany Tort	Ametlla de Mar, L'
Cala Ambrosio	Ametlla de Mar, L'
Cala Arandes	Ametlla de Mar, L'
Cala Pepo	Ametlla de Mar, L'
Platja Bon Capó	Ametlla de Mar, L'
Platja Bon Caponet	Ametlla de Mar, L'
Platges el Baconé	Ampollar, L'
Platja Capellans	Ampollar, L'
Platja l'Arquitecte	Ampollar, L'
Platja Cap Roig	Ampollar, L'
Platja Avellanes	Ampollar, L'
Platja Pinets	Ampollar, L'
Cala Maria	Ampollar, L'
Cala l'Ascaret	Ampollar, L'

Platja d'Avellaners o de l'Ampolla	Ampollar, L'
Platja de l'Arenal	Ampollar, L'
Platja de Cap Roig	Ampollar, L'
Platja de la Bassa d'Arena	Deltebre
Platja de la Marquesa	Deltebre
Platja del Muntell de Tratumtana o de Riumar	Deltebre
Platja de Riumar	Deltebre
Cala Moros	Perelló, El
Cala de l'Àliga	Perelló, El
Cala de la Buena	Perelló, El
Platja de Santa Llúcia	Perelló, El
Cala Morro de Gos	Perelló, El
Platja fluvial de l'Ebre	Aldover
<b>MONTSIÀ</b>	
Platja martinenca	Alcanar
Platja de Maricel	Alcanar
Platja de les Cases d'Alcanar	Alcanar
Platja de Marjal	Alcanar
Platja dels Eucaliptus	Amposta
Platja desemb. Bassa de la Platjola	Amposta
Platja del Trabucador	Amposta
Platja de l'Aulet	Sant Carles de la Ràpita
Platja del Parc del Garbí	Sant Carles de la Ràpita
Platja de les Delícies	Sant Carles de la Ràpita
Platja del Serrallo	Sant Jaume d'Enveja
Platja del Migjorn	Sant Jaume d'Enveja
Platja del Camaril	Sant Jaume d'Enveja
Llacuna de la Platjola	Sant Jaume d'Enveja

*Fuente: Plan estratègic de turisme de Terres de l'Ebre*

La costa con una gran calidad de las playas muchas de ellas reconocidas con el distintivo de calidad de la bandera azul<sup>39</sup> supone también un recurso turístico de primer

<sup>39</sup> La Ametlla de Mar es el municipio de la costa catalana con mayor número de playas con Bandera azul junto con Barcelona el 2010.

orden (si no el más importante del territorio) que se debe tener presente en cualquier análisis estratégico a pesar de las singularidades adicionales del Territorio.

En muchos casos se antepone el resto de los recursos turísticos del territorio y no debe olvidarse la potencialidad de su litoral costero como recurso primario que además dada su variedad incluso sirve de complemento para otras tipologías de turismo.

### 2.3.3. Inventario de productos turísticos

En el Plan estratégico de turismo de Terres de l'Ebre, se elaboró un inventario de productos turísticos por municipio. El análisis de los datos permite determinar la oferta de productos o pseudo productos turísticos del conjunto de las Terres de l'Ebre. Los resultados consolidados por comarca se muestran en la tabla 2.27.

**Tabla 2.27: Productos turísticos agregados por categorías**

	Artesanía	Deportes	Fiestas, celebraciones y ferias	Gastronomía y productos agroalimentarios	Enoturismo – Bodegas	Itinerarios Turísticos, culturales guiados y rutas	Monumentos y espacios para visitar	Museos y exposiciones	Naturaleza	Playas - Turismo sol y playa	Puertos Deportivos
<b>Baix Ebre</b>	5	8	78	21	0	21	84	8	7	40	3
<b>Montsià</b>	2	11	83	10	0	30	122	15	9	14	2
<b>Ribera d'Ebre</b>	3	5	84	9	0	7	84	7	1	0	0
<b>Terra Alta</b>	4	4	67	18	49	45	73	5	3	0	0
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>312</b>	<b>58</b>	<b>49</b>	<b>103</b>	<b>363</b>	<b>35</b>	<b>20</b>	<b>54</b>	<b>5</b>

Fuente: Pla estratègic de turisme de Terres de l'Ebre

Sin entrar en el detalle de los productos<sup>40</sup> se pueden destacar a nivel agregado las siguientes características:

- Cuantitativamente los productos y atractivos relacionados con monumentos y espacios para visitar son los más ofertados, con 363 lugares de interés. Le siguen las fiestas, celebraciones y ferias con 312. El resto de productos y atractivos son

<sup>40</sup> Se puede encontrar una revisión de los productos más significativos en el Pla Estratègic de les Terres de l'Ebre

menos ofertados, la gastronomía y los productos agroalimentarios con 58 y la oferta enogastronómica con 49 productos. Igualmente hay que destacar la oferta de itinerarios turísticos, culturales y rutas guiadas con 103.

- La tipología de productos están directamente relacionados con la singularidad de les Terres de l'Ebre: con la estructura productiva del territorio en la gastronomía y el enoturismo, con sus tradiciones en la artesanía y las fiestas y celebraciones, con su patrimonio cultural en los monumentos y rutas culturales, y con su patrimonio natural en la naturaleza, las playas y los deportes.
- La distribución homogénea en todo el territorio de la valorización como productos de sus monumentos y espacios para visitar, así como las fiestas, celebraciones y ferias, su gastronomía y los itinerarios turísticos como rutas.
- La concentración total del producto enoturístico en la comarca de la Terra Alta asociado a la visita a las bodegas de la denominación de origen.
- También, la total concentración de los puertos deportivos y el turismo de sol y playa en las comarcas del Baix Ebre y el Montsià. El turismo de sol y playa es la primera motivación de la visita a les Terres de l'Ebre.
- Los productos asociados a la naturaleza que a pesar de su reducido número son la segunda motivación de la visita a les Terres de l'Ebre. También se incorporan productos relacionados con dichos productos en otros apartados como los deportes de naturaleza y las rutas por espacios naturales.
- Llama la atención el elevado número de ferias, fiestas y celebraciones repartidas por los 52 municipios de les Terres de l'Ebre.<sup>41</sup>

Una crítica constante a les Terres de l'Ebre consiste en el escaso rendimiento y puesta en valor de los recursos turísticos de que dispone. El inventario aquí mostrado parece indicar que en los últimos tiempos se han desarrollado numerosos productos. También señala las líneas de actuación de cara al futuro con la consolidación de nuevos productos en las fortalezas del territorio: su tradición, su gastronomía, sus recursos patrimoniales y sus recursos naturales.

---

<sup>41</sup> En el capítulo 4 se detallan las fiestas de recreación histórica del territorio y se estudia por su significación turística la fiesta del Renacimiento de Tortosa.

## **2.4. Análisis de la demanda.**

En este apartado se procede a analizar dos aspectos de la demanda: por un lado la evolución de sus valores agregados y de las tipologías de establecimientos a partir de los datos del “Observatori de Turisme de Catalunya” y por otro la caracterización y evolución del perfil del turista estival de les Terres de l'Ebre por los informes del “Observatori de turisme de la Costa Daurada”.

### **2.4.1. Evolución de la demanda.**

Los datos referidos a las Terres de l'Ebre se presentan exclusivamente de forma agregada para el conjunto del territorio a partir del 2004<sup>42</sup>. En estos términos se puede extraer su evolución en el informe recopilatorio de las marcas turísticas del Observatori de Turisme de Catalunya.

La tabla 2.28 indica la evolución del número de viajeros en el período del 2005 al 2010<sup>43</sup> con un marcado retroceso los años 2007 y 2008 con una recuperación el 2009, alcanzado su máximo el 2010.

**Tabla 2.28: Visitantes a las Terres de l'Ebre según tipología de alojamiento**

Año	HOTELES		CAMPINGS		TURISMO RURAL		Total
	Turistas	Porcentaje	Turistas	Porcentaje	Turistas	Porcentaje	
2005	185	73,71%	53	21,12%	13	5,18%	<b>251</b>
2006	251	76,76%	63	19,27%	13	3,98%	<b>327</b>
2007	162	72,32%	49	21,88%	13	5,80%	<b>224</b>
2008	150	70,42%	49	23,00%	14	6,57%	<b>213</b>
2009	208	75,91%	53	19,34%	13	4,74%	<b>274</b>
2010	257	77,64%	62	18,73%	12	3,63%	<b>331</b>

*Nota: Los datos de turistas se indican en miles de unidades.*

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Observatori de Turisme de Catalunya.*

<sup>42</sup> Anteriormente se procedía a un análisis desagregado de la demanda turística por parte del IDECE, actualmente este organismo solo continua tratando el tráfico de embarcaciones a través del tramo final del Ebro

<sup>43</sup> Los datos del 2004 muestran un comportamiento muy diferenciado con una anómala y reducida demanda de campings inferior al 50% en pernотaciones a las de la siguiente anualidad, mientras que en el resto de alojamientos la variación es muy inferior (prácticamente nula en los hoteles y negativa en un 12% en los establecimientos de turismo rural). Este comportamiento no se justifica por un incremento de la oferta de plazas de campings al ser superior el 2004 (7295) al 2005 (6625), por lo que debe tratarse los datos del 2004 con cautela. Para tener una serie con índices más ajustados la serie se inicia en el 2005.

Una evolución similar se observa para el número de pernoctaciones si bien aquí el máximo se obtuvo en el 2006 (con una gran aportación de las pernoctaciones hoteleras en que obtuvieron su máximo de la serie) con retroceso el 2007 y 2008 para una recuperación el 2009 y 2010 (en los campings alcanzan su máximo dicho año). Las pernoctaciones en establecimientos de turismo rural siguen el comportamiento inverso con un máximo el 2008 y un retroceso hasta el mínimo del 2010.

**Tabla 2.29: Número de pernoctaciones a les Terres de l'Ebre por tipología de establecimiento**

Año	HOTELES		CAMPINGS		TURISMO RURAL		Total
	Pernoctaciones	Porcentaje	Pernoctaciones	Porcentaje	Pernoctaciones	Porcentaje	
2005	430	57,18%	282	37,50%	40	5,32%	<b>752</b>
2006	713	68,16%	296	28,30%	37	3,54%	<b>1046</b>
2007	374	52,82%	295	41,67%	39	5,51%	<b>708</b>
2008	342	48,10%	328	46,13%	41	5,77%	<b>711</b>
2009	512	57,72%	336	37,88%	39	4,40%	<b>887</b>
2010	604	60,58%	363	36,41%	30	3,01%	<b>997</b>

*Nota: Los datos de pernoctaciones se indican en miles de unidades.*

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Observatori de Turisme de Catalunya.*

Por tipología de establecimientos, a pesar de la especialización en oferta de turismo rural y el incremento observado de dicho tipo de oferta, se observa su pérdida del peso relativo en el número de visitantes y en mayor medida en el número de pernoctaciones.

Los establecimientos que ganan peso en la demanda son los hoteles que alcanzan el 77,64% de los visitantes el 2010, con un 60,58% de las pernoctaciones. La demanda de los campings es más estable en el número de pernoctaciones con una tendencia creciente, que dadas las oscilaciones de las pernoctaciones hoteleras produce grandes oscilaciones en el porcentaje de participación en dicho indicador.

Si se analiza la estancia media por tipología de establecimientos, como se podía deducir indirectamente a partir de los niveles de viajeros y pernoctaciones ha disminuido en los alojamientos rurales, se ha mantenido bastante estable en los hoteles y ha aumentado en los cámpings. También se observa el diferente valor de cada tipología de alojamiento, la estancia media es muy superior en los cámpings que en el resto de establecimientos y dicha diferencia ha tendido a aumentar por la diferente evolución comentada.

Similares son las estancias medias en hoteles y establecimientos de turismo rural. Estas últimas parten de un valor superior y han tendido a disminuir aproximándose al valor de los hoteles.

**Tabla 2.30: Estancia media en los establecimientos de les Terres de l'Ebre en días.**

Año	HOTELES	CAMPINGS	TURISMO RURAL	Total
2005	2,3	5,3	3,1	<b>3</b>
2006	2,8	4,7	2,8	<b>3,2</b>
2007	2,3	6	3	<b>3,2</b>
2008	2,3	6,7	2,9	<b>3,3</b>
2009	2,5	6,3	3	<b>3,2</b>
2010	2,4	5,9	2,6	<b>3</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Observatori de Turisme de Catalunya.*

En términos agregados la estancia promedio no se ha visto sustancialmente modificada y continua registrando un valor menor respecto a la de Cataluña.

Al comparar la evolución de la demanda respecto a Cataluña debido a las oscilaciones que se han presentado en los últimos años, el horizonte temporal que se considera se torna una variable fundamental. Si tal y como presenta el informe de situación de les Terres de l'Ebre 2010 se compara la evolución de la última anualidad el crecimiento en la demanda turística en les Terres de l'Ebre resulta muy elevada del 20,8% para los visitantes y del 12,4% para las pernoctaciones, muy superiores ambas tasas a las de Cataluña<sup>44</sup>. Esta ordenación entre los crecimientos de la demanda de ambos territorios se mantiene si se amplía el horizonte temporal al período 2005-2010 con unas tasa de crecimiento anuales acumuladas importantes a pesar de haber incorporado en el análisis los años de la crisis. En el estudio por tipologías crece la demanda de los hoteles y de los campings y disminuye la del turismo rural. Sobre todo en el número de pernoctaciones.

Si se analiza conjuntamente el crecimiento de la oferta y la demanda ambas crecen en les Terres de l'Ebre. Resulta relevante el análisis por tipo de alojamiento ya que los hoteles crecen a una tasa similar en pernoctaciones y en oferta en el periodo considerado, los campings crecen en pernoctaciones y disminuye su oferta de plazas y el

<sup>44</sup> Las tasas de crecimiento respectivas son 10,3% y 8,6%

turismo rural decrece el número de pernoctaciones y aumenta la oferta de plazas. Así el grado de ocupación de cada tipología de alojamiento tiene una evolución dispar, se mantiene para los hoteles, disminuye para los alojamientos rurales y aumenta para los campings. Si se comparan dichos índices con los del conjunto de Catalunya resultan tal y como muestran las tablas 2.32, 2.33 y 2.34 todavía muy inferiores para todos los períodos y tipologías considerados. Los índices de ocupación se ordenan de forma constante en toda la anualidad siendo los más elevados los de los alojamientos hoteleros, seguidos de los cámpings y en último lugar los alojamientos rurales.

**Tabla 2.31: Evolución de la demanda turística Terres de l'Ebre y Catalunya.**

<b>HOTELES</b>										
	<b>Viajeros</b>					<b>Pernoctaciones</b>				
	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>
<b>Terres de l'Ebre</b>	185	208	257	6,80%	23,56%	430	512	604	7,03%	17,97%
<b>Catalunya</b>	12153	14031	15780	5,36%	12,47%	38060	40742	45404	3,59%	11,44%

<b>CAMPINGS</b>										
	<b>Viajeros</b>					<b>Pernoctaciones</b>				
	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>
<b>Terres de l'Ebre</b>	53	53	62	3,19%	16,98%	282	336	363	5,18%	8,04%
<b>Catalunya</b>	2589	2453	2470	-0,94%	0,69%	13844	13323	13542	-0,44%	1,64%

<b>TURISMO RURAL</b>										
	<b>Viajeros</b>					<b>Pernoctaciones</b>				
	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>
<b>Terres de l'Ebre</b>	13	13	12	-1,59%	-7,69%	40	39	30	-5,59%	-23,08%
<b>Catalunya</b>	229	331	299	5,48%	-9,67%	718	1021	902	4,67%	-11,66%

<b>TOTAL ALOJAMIENTO</b>										
	<b>Viajeros</b>					<b>Pernoctaciones</b>				
	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TMAA05-10</b>	<b>var 09/10</b>
<b>Terres de l'Ebre</b>	251	274	331	5,69%	20,80%	752	887	997	5,80%	12,40%
<b>Catalunya</b>	14971	16815	18549	4,38%	10,31%	52622	55086	59848	2,61%	8,64%

*Nota :Los datos de viajeros y pernoctaciones se indican en miles de unidades.*

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Observatori de Turisme de Catalunya*



La evolución anual en los índices de ocupación muestra la estacionalidad del turismo de les Terres de l'Ebre para todo tipo de establecimientos<sup>45</sup>. El mayor peso en la composición de la oferta de los cámpings y los establecimientos de turismo rural que en el conjunto de Catalunya con unos grados de ocupación muy inferiores en las temporadas bajas suponen una estacionalidad aun más elevada<sup>46</sup>. Destacan los extremadamente bajos valores del grado de ocupación de los establecimientos de turismo rural. La gestión de dichos establecimientos de pequeña dimensión sugiere la existencia de un mercado negro con contrataciones directas fuera del mercado que oculten ocupaciones superiores no reflejadas en las estadísticas oficiales.

**Tabla 2.32: Grado de ocupación hotelera 2009 y 2010 en %**

	OCUPACIÓN HOTELERA			
	2010		2009	
	Terres Ebre	Cataluña	Terres Ebre	Cataluña
<b>Enero</b>	21,0	35,2	20,5	36,0
<b>Febrero</b>	24,2	47,3	23,7	48,2
<b>Marzo</b>	32,5	50,2	28,3	46,0
<b>Abril</b>	46,1	54,7	46,0	53,2
<b>Mayo</b>	42,5	55,9	42,4	54,3
<b>Junio</b>	45,2	59,2	45,7	58,0
<b>Julio</b>	47,6	69,4	48,4	68,5
<b>Agosto</b>	67,6	75,8	60,1	74,7
<b>Septiembre</b>	52,9	70,3	48,4	68,5
<b>Octubre</b>	35,2	59,5	27,0	54,6
<b>Noviembre</b>	24,3	47,6	26,5	45,5
<b>Diciembre</b>	24,3	40,0	27,8	38,2

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Observatori de Turisme de Catalunya.*

<sup>45</sup> El grado de ocupaciones superior al de las zonas de sol y playa sin embargo la importancia en el conjunto de Catalunya de la marca Barcelona corrige este valor.

<sup>46</sup> El análisis de la estacionalidad de cada sector fue objeto de estudio del DEA, con unos resultados coincidentes con los aquí presentados.

**Tabla 2.33: Grado de ocupación turismo rural 2009 y 2010 en %**

	OCUPACIÓN TURISMO RURAL			
	2010		2009	
	Terres Ebre	Cataluña	Terres Ebre	Cataluña
<b>1º Trimestre</b>	8,9	12,2	4,5	12,7
<b>2º Trimestre</b>	14,2	17,6	19,3	21,5
<b>3º Trimestre</b>	28,9	33,8	38,9	41,5
<b>4º Trimestre</b>	10,3	18,6	13,1	19,8

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Observatori de Turisme de Catalunya.*

**Tabla 2.34: Grado de ocupación campings 2009 y 2010 en %**

	OCUPACIÓN CAMPING			
	2010		2009	
	Terres Ebre	Cataluña	Terres Ebre	Cataluña
<b>1º Trimestre</b>				
<b>2º Trimestre</b>	27,0	30,9	29,7	32,0
<b>3º Trimestre</b>	41,4	47,9	43,3	48,3
<b>4º Trimestre</b>	16,2	33,8		

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Observatori de Turisme de Catalunya.*

#### **2.4.2. Caracterización de la demanda**

Los datos referidos al perfil del demandante turístico de Terres de l'Ebre se pueden recoger de los informes elaborados desde el 2006 por el Observatorio de Turismo de la Costa Daurada, a petición del Patronato de turismo de la diputación de Tarragona y informados también desde el 2007 a la antena territorial del Observatorio de Turismo de Cataluña en Terres de l'Ebre. La presencia de datos de cuatro anualidades desde el 2006 al 2009 permite estudiar en primer lugar las características y en segundo lugar analizar si se observan ligeras tendencias de cambio en la composición, perfil y valoración del turista a les Terres de l'Ebre en un periodo donde, como se ha analizado, se presenta un desarrollo notable de la actividad turística

La muestra tiene una doble estratificación por representación territorial y por tipología de alojamiento, con objeto de tener una representación global del turista de les Terres de l'Ebre. Recoge todo el ámbito territorial mostrado la diversidad entre una zona costera y

una interior en Terres de l'Ebre con el peso ponderado que corresponde a cada modalidad e incluye turistas que pernoctan en hoteles, campings y establecimientos de turismo rural ponderados según la participación de cada tipo de establecimiento en el conjunto de la demanda turística de las Terres de l'Ebre<sup>47</sup>. El periodo de encuestación en todas las anualidades ha sido el estival lo que caracteriza al turista como el turista estacional de verano.

Si se analizan por grupos las diferentes características de la demanda turística, se pueden observar los siguientes rasgos en cada modalidad:

#### A) Características del turista.

##### A1) Edad

Los encuestados tenían más de 15 años y se distribuían en rangos de 10 años con un tramo final para los mayores de 65.

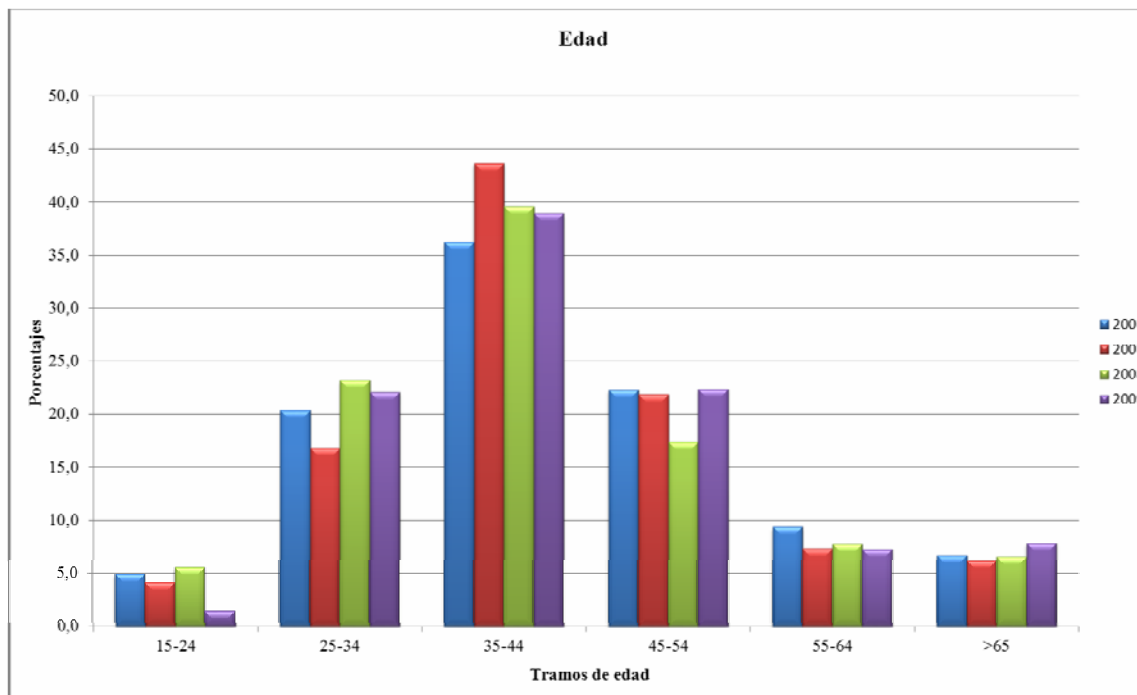
La distribución en el perfil de la edad a lo largo de las cuatro anualidades de las que se dispone se muestra muy estable. La media de las anualidades estudiadas oscila entre el mínimo de 41,8 para el año 2008 y el máximo de 43,6 para el 2009. El intervalo modal, es el intervalo de 35 a 44 años en todas las anualidades con un porcentaje para dicha moda que oscila entre un mínimo del 36,6 para el 2006 y un máximo del 43,7 para el 2007.

Las diferencias más significativas se producen en el 2009 donde el intervalo de 15 a 24 se reduce de forma muy importante hasta el 1,4% y por el contrario es la anualidad que presenta el mayor porcentaje para los mayores de 65 años con un 7,9%.

---

<sup>47</sup> Tal como resulta habitual en este tipo de estudios quedan excluidos los excursionistas al no pernoctar en el territorio. La aportación de los excursionistas es relevante en les Terres de l'Ebre, por lo que los resultados obtenidos se adscriben a un perfil concreto de los visitantes: los turistas.

**Gráfico 2.2: Porcentajes de visitantes por tramos de edad**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informes de caracterización de la demanda turística a les Terres de l'Ebre.*

En el informe del 2009<sup>48</sup> se muestran los perfiles de edad para las dos zonas consideradas y destaca que el intervalo modal para la zona de interior desglosada es el de 25 a 34 años siendo significativamente diferente al porcentaje asignado a la zona costera, por el contrario el porcentaje de 35 a 44 es significativamente superior en la zona costera. Si bien en el resto de intervalos no se presentan diferencias significativas se podría inferir un perfil de turista joven (de 25 a 34 años) junto con otro senior (mayor de 54 años) más orientado al turismo de interior y por el contrario las edades intermedias (de 35 a 54) más orientadas al turismo costero.

#### A2) Origen de los turistas.

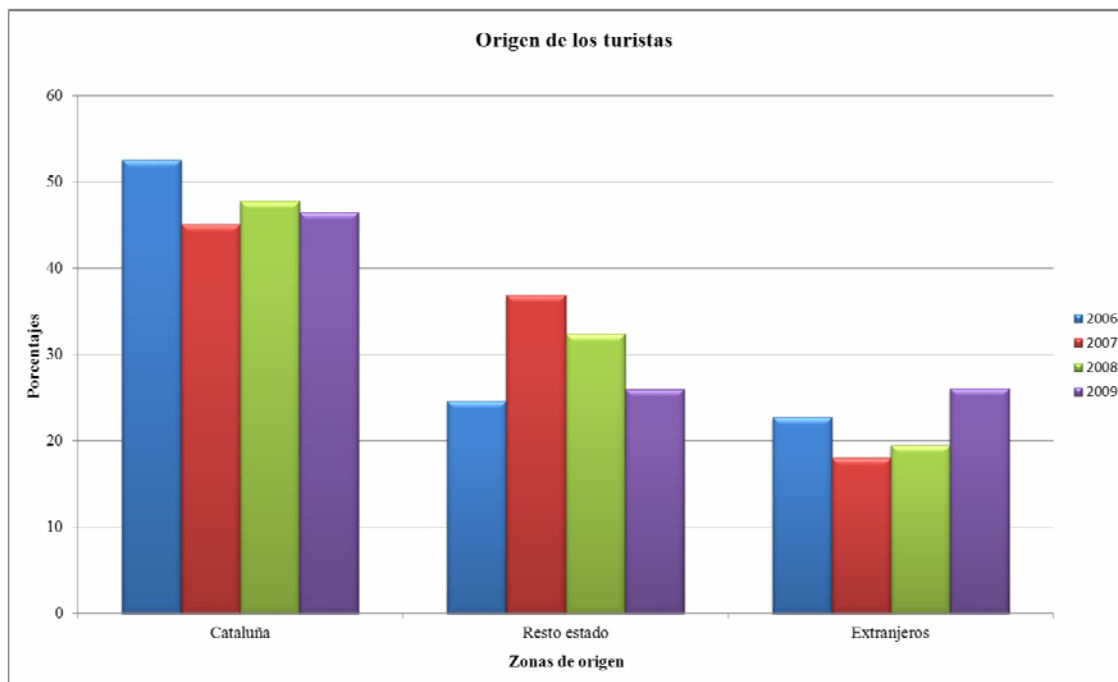
El turismo de les Terres de l'Ebre siempre se ha caracterizado y tipificado por ser un turismo de proximidad, en el gráfico 2.3 se muestra que la mayor aportación de turistas lo suponen los residentes en Cataluña, seguidos de los del resto del Estado y en tercer lugar el turista internacional. Este hecho se ve fortalecido al ser las dos CC.AA. del

<sup>48</sup> Los datos aquí comentados se muestran en el anexo de dicho informe.

estado que mayor aportación realizan al turismo doméstico después de Cataluña, las de Aragón y la Comunidad Valenciana (respectivamente 7,3% y 5,4% del total de turistas el 2009) con frontera con el territorio ebreco. La situación estratégica de Terres de l'Ebre siempre ha sido considerada una de sus oportunidades sin consolidar. La mejora de las infraestructuras con la consiguiente disminución del tiempo de viaje puede suponer el incremento de los viajes de corta duración procedentes de las tres zonas de gran población cercanas al territorio: Barcelona, Valencia y Zaragoza. Destaca el porcentaje de turistas procedentes de la provincia de Barcelona (31,7% el 2009).

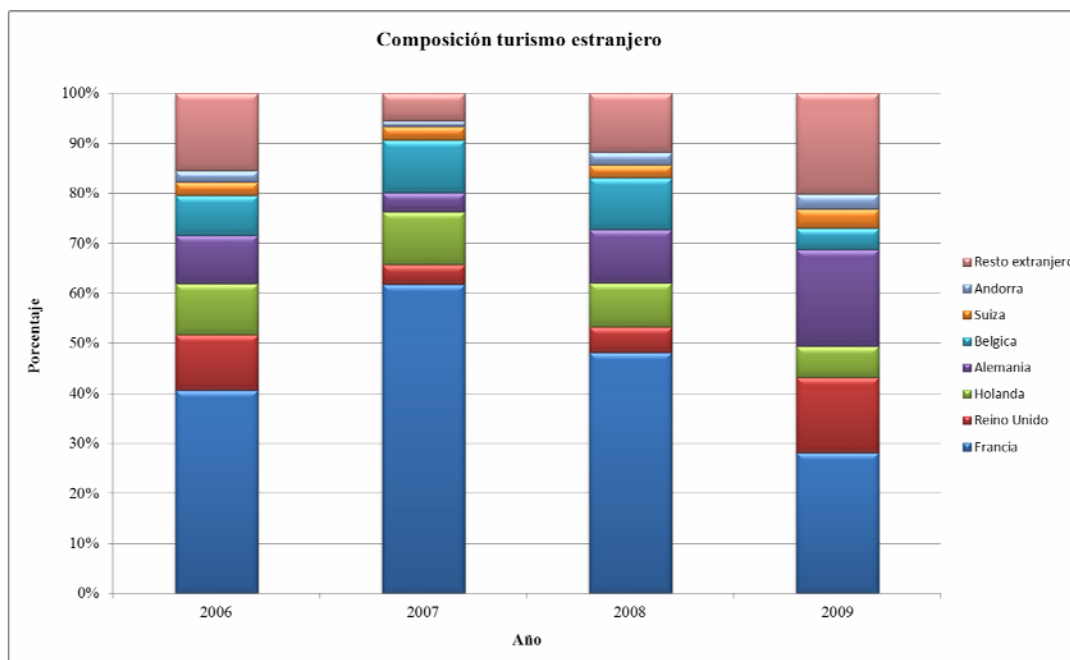
El gráfico parece indicar una cierta disminución del porcentaje de turistas procedentes de Cataluña y un incremento de la aportación de los turistas internacionales.

**Gráfico 2.3: Distribución de los turistas según zonas de origen**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informes de caracterización de la demanda turística a les Terres de l'Ebre.*

**Gráfico 2.4: Composición de los turistas extranjeros**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informes de caracterización de la demanda turística a las Terres de l'Ebre.

El turismo extranjero es el de menor aportación de los tres agrupados en el gráfico 2.3 a pesar de lo minoritario que aún representa, se observa un cierto incremento en su aportación. En el gráfico 2.4 se muestra la evolución de su composición que presenta cambios destacables. El país que aporta un mayor número de turistas extranjeros a las Terres de l'Ebre es Francia en todas las anualidades con grandes oscilaciones entre el 60% del año 2007 y el 28% del 2009. Los 7 orígenes especificados suponen en todas las anualidades más del 80 %, llama la atención la importancia de dos países pequeños como son Países Bajos y Bélgica respecto a otros destinos como el Reino Unido y Alemania. Esta situación sugiere un cambio de tendencia en el 2009 con un fuerte incremento del mercado alemán y británico. Un dato que no recoge la tabla pero si afecta al incremento de la aportación de otras nacionalidades es la aparición de mercados nuevos, en concreto destaca el mercado ruso con una aportación relevante del 5% del total de mercado extranjero para la anualidad del 2009<sup>49</sup>. Las oscilaciones

<sup>49</sup> Esta tendencia creciente de nuevos mercados debe generar nuevos productos más acordes con los nuevos gustos.

obtenidas deben tomarse con cautela por los reducidos valores de algunos valores en la muestra de la encuesta.

### A3) Clase social

La variable clase social es una variable Proxy del nivel de ingresos y en la encuestación se obtenía por el cruce de dos variables: el nivel de estudios y la profesión de la persona que aporta el ingreso principal.<sup>50</sup>

**Tabla 2.35: Clases sociales de los turistas de las Terres de l'Ebre**

Año	CLASE SOCIAL (%)				
	Alta	Media-alta	Media	Media-baja	Baja
2006	5,1	25,4	39,6	26,6	2,8
2007	6,4	19,8	43,6	24,6	5,6
2008	5,3	20,7	47,2	21,5	5,3
2009	4,9	39,4	33,7	18,6	3,4

*Fuente: Elaboración propia.*

La distribución presenta la forma habitual con un cierto desplazamiento hacia las clases altas. Si se agrupan la clase alta y la media alta pasan del 30,5% del 2006 al 44,3% el 2009, en el otro extremo si se procede a la agrupación en las dos anualidades se tiene para la clase media baja más la clase baja un 29,4% el 2006 y sólo un 22% el 2009.

Los datos del 2009 resultan diferenciales respecto a los del resto de las anualidades, en plena época de crisis. Se puede suponer que la elasticidad renta del bien turismo presenta diferentes valores según el nivel económico. Así el valor de la elasticidad renta sería superior para las clases con rentas inferiores que presentarían una mayor elasticidad renta y por tanto una disminución de su poder adquisitivo producido por la crisis supondría una disminución mayor de su consumo (i.e. un comportamiento de bien de lujo). Por el contrario la disminución en el consumo de las clases altas sería menor dada una disminución de la renta y por tanto un valor de la elasticidad renta menor que en el caso anterior (i.e. un bien de lujo con menor elasticidad renta o un bien de primera

<sup>50</sup> Esta misma clasificación propuesta por Esomar (The European Society for Opinión and Marketing Research) se emplea en el capítulo 3 y se detalla en un anexo de dicho capítulo.

necesidad). Esta diferente sensibilidad dada una disminución de la renta justificaría la disminución del peso porcentual de las rentas bajas al haber disminuido en mayor medida su demanda turística respecto a las rentas altas que por tanto a pesar de su disminución (o no<sup>51</sup>) en términos absolutos incrementan su aportación porcentual.

Sin embargo, se observa en todas las anualidades una disminución de las clases inferiores, a este efecto puede ayudar el cambio tendencial en la composición de la oferta de alojamiento de les Terres de l'Ebre, con un incremento de plazas en hoteles y establecimientos de turismo rural y una disminución de las plazas de camping. La distribución de las clases como apunta el mismo informe no se realiza de forma uniforme entre los hoteles<sup>52</sup>, los campings y el turismo rural. En la medida que la creación establecimientos hoteleros de mayor calidad incrementen su aportación en el territorio, el porcentaje de clases medias-altas y altas se ira incrementando.

## B) Características del viaje

### B1) Motivación del viaje

Resulta imposible realizar una comparación de todas las anualidades al haber modificado el formato de la pregunta la anualidad del 2009. Se ha pasado de una respuesta con opciones cerradas y una opción de otros a una respuesta de opción abierta. Los resultados obtenidos entre el 2005 y el 2008 determinaban como principal razón de la visita la playa y en segundo lugar la naturaleza. Por el contrario en la respuesta múltiple del 2009 aparece como primera razón el conocimiento de la zona (la cultura), seguido de otro tipo de razones como el atractivo de la zona, vacaciones o descansar. En la anualidad del 2009 aparecen como motivo específico el Delta de l'Ebre con un 3,7%<sup>53</sup> y la visita a fiestas organizadas por municipios con un nada despreciable 1,1% de las pernoctaciones para asistir a la *Festa del Renaixement* de Tortosa.

---

<sup>51</sup> El destino Terres de l'Ebre puede particularmente considerarse un bien inferior para las rentas altas, por lo que se incrementaría su demanda.

<sup>52</sup> 43,3% de clase media alta el año 2009.

<sup>53</sup> Hay otras respuestas directamente asociadas a los espacios naturales como naturaleza y montaña con un 4,7%



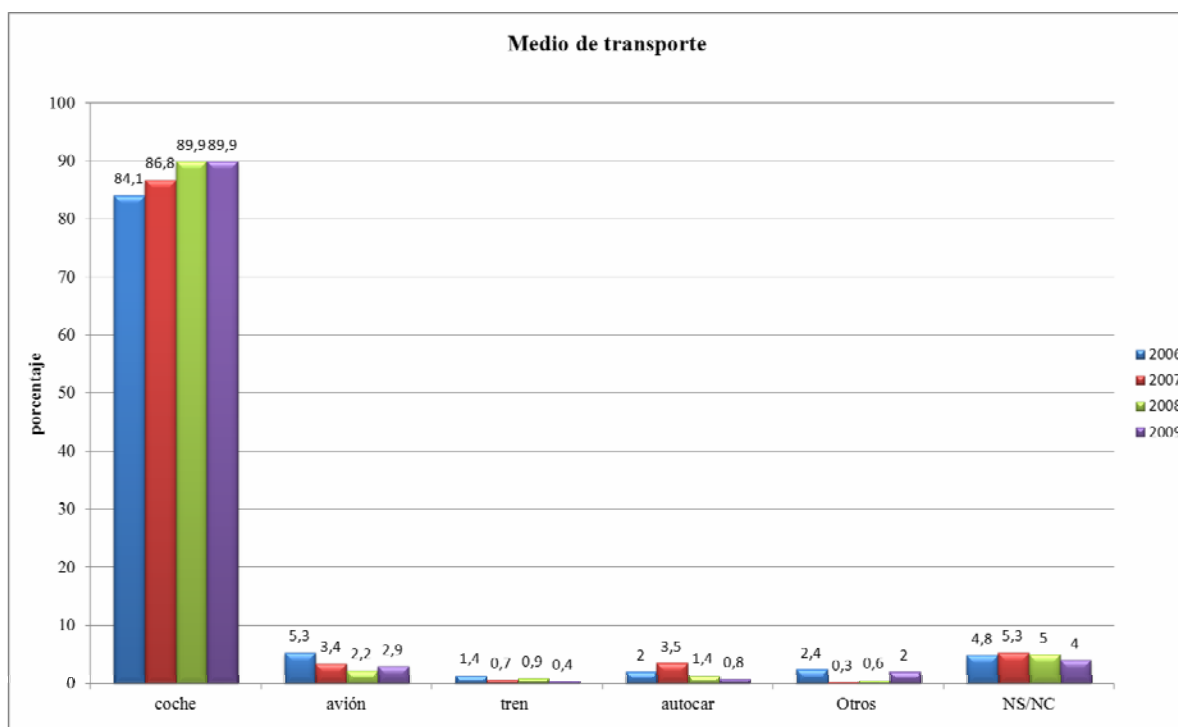
## B2) Medio de transporte

La mayoría de los turistas que acceden a las Terres de l'Ebre lo hacen en su coche particular como medio de transporte de mayor distancia entre el origen y el destino. El porcentaje oscila entre el 84,1% del 2006 y el 89,9 % del 2008 y 2009.

El resto de los medios de transporte aportan porcentajes residuales: El autocar un rango entre el 3,5 y el 0,8%, el avión (agregando todas las opciones de la encuesta según líneas y destinos) entre un 5,7 i un 3,1% y el tren entre un 0,4 i un 1,4%.

Dos características parecen relacionarse con esta opción mayoritaria por un lado el turismo de proximidad característico del territorio y por otro la ausencia de infraestructuras receptoras de otros medios de transporte.

**Gráfico 2.5: Medio de de trasporte de acceso principal a les Terres de l'Ebre**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informes de caracterización de la demanda turística a les Terres de l'Ebre.*

El incremento de turistas extranjeros incrementará el porcentaje de turistas procedentes en avión o autocar. A pesar de la creación del aeropuerto de Reus sigue siendo escasa su

influencia en turistas a las Terres de l'Ebre incluso tiende a disminuir su peso en el total de turistas que utilizan este medio de transporte.

Tampoco la apertura de la línea del AVE Madrid-Barcelona sin paradas en las Terres de l'Ebre<sup>54</sup> ha supuesto un incremento de este medio de transporte.

### B3) Grupo de viaje

La respuesta a dicha pregunta presenta una única opción de respuesta, si el grupo presenta dos opciones se prioriza la familia con hijos (siempre el de menor edad) a la familia sin ellos, y la familia al grupo de amigos. Este criterio de asignación es relevante al comparar con otras destinos pero resulta homogéneo entre las anualidades y marca la tipología del grupo que visita las Terres de l'Ebre.

El turismo tiene un marcado componente familiar y especialmente de familias con hijos, siendo las familiares sin hijos el segundo colectivo en importancia, en tercer lugar encontramos los grupos de amigos. Los perfiles de turismo de negocio, escuelas, viajes de la tercera edad, así como los que viajan solos constituyen porcentajes muy reducidos. La forma de medir incrementa el sesgo de la distribución hacia al perfil familiar y con hijos, mas del 50 % de los grupos incluyen alguna familia con hijos.

No se observa ninguna modificación apreciable en la tipología del grupo, si no más bien una constancia en el predominio del turismo familiar con hijos y sin hijos en segunda instancia, tal y como muestra en la tabla 2.36.

**Tabla 2.36: Tipologías agrupadas del grupo de viaje**

Año	GRUPOS DE VIAJE							
	Familia con hijos	Familia sin hijos	Amigos	Grupo senior	Escuelas	Empresas	Solo	Otros
2006	53,4	23,6	13,9	0,3	0,1	2,5	6,6	0,1
2007	64,9	17,2	13,1	1,5	0,4	1,1	1,6	0,2
2008	60,4	21,9	11,1	0,5	0,5	2,4	3,2	0
2009	55,4	29,4	5,5	0,7	0,1	0,8	6,7	0,4

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informe de caracterización de la demanda turística de las Terres de l'Ebre.*

<sup>54</sup> Las paradas más próximas son las de Lleida y Tarragona.

La tipología del turismo asociado a las Terres de l'Ebre con un turismo de costa y un turismo de interior recogidos en la muestra marca dos tipologías muy claras en el perfil, mientras que las familias con hijos son más importantes en el turismo costero (ascienden al 64% el 2009) especialmente los de niños menores de 5 años, en el turismo de interior ganan importancia las familias sin hijos (un 37,8% el 2009) especialmente las jóvenes de menos de 35 años y los turistas que viajan solos (un 15,8%).

#### B4) Tiempo de decisión del viaje

Las nuevas tecnologías han supuesto una dualidad en los plazos de decisión del viaje por un lado los que planifican con mucha antelación garantizando descuentos importantes y por otro lado los que buscan ofertas de última hora. Esta última tendencia parece ganar cuota de mercado por lo que los plazos de antelación se van reduciendo en su promedio. Ambas decisiones se han trasladado a los procesos de intermediación más clásicos de AAVV y tour operadores. Las Terres de l'Ebre se han visto afectadas, si se observa la tabla 2.37 excepción del año 2007 los periodos de antelación se han ido reduciendo en los hoteles y en los campings. Es especialmente relevante la reducción del año 2009 donde el promedio global de la antelación en la reserva es de escasamente 31 días.<sup>55</sup>. Así el turista promedio reserva un mes antes de realizar sus vacaciones, el dato del 2008 ascendía a 46,5 es decir un 50% más de antelación. La crisis económica y la sensación de exceso de oferta del sector turístico han podido reducir esta media de tiempo de antelación el 2009, si bien la tendencia parece ir en esta línea. Se observa también la diferencia en el comportamiento según la tipología de establecimientos entre los cámpings con grandes periodos de antelación en comparación con los hoteles donde las reservas se realizan en mayor medida en los últimos días.

**Tabla 2.37: Tiempo de antelación de la reserva expresado en días**

	Media 06	Media 07	Media 08	Media09
<b>Hotel</b>	41,9	45,72	40	27,5
<b>Camping</b>	97,4	157,2	77,7	40,6

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informe de caracterización de la demanda turística de les Terres de l'Ebre.*

<sup>55</sup> Se ha de tener en cuenta que se está caracterizando el turista de temporada estival, es decir de temporada alta y sus vacaciones principales que tienden a ser las más planificadas.

## C) Relación con el destino

### C1) Fidelidad al destino

Con este indicador se pretende analizar si los turistas vienen por primera vez o han venido en ocasiones anteriores

Los datos se presentan desglosados para las anualidades del 2006, 2007 y 2008 según tipología de alojamientos y agrupados para las anualidades del 2008 y el 2009.

A nivel general se observa que un porcentaje importante superior el 50% visitan el territorio por primera vez.

Si se analiza dicha fidelidad en función del origen<sup>56</sup>, como es habitual los turistas de mayor distancia son los que presentan el mayor porcentaje de primeras visitas (un 63,1 % de los extranjeros con orígenes más consolidados) y acrecentado en las nuevas destinaciones (alcanzan el 74,5% de primeras visitas). Los que presentan mayor grado de repetición son los catalanes por su proximidad (47,3% de primeras vistas), los aragoneses (54%) y los valencianos (56,3%).<sup>57</sup>

**Tabla 2.38: Porcentaje de visitantes que visitan por primera vez**

	2006	2007	2008
<b>Hoteles</b>	59,4	72,1	66,9
<b>Campings</b>	43,7	36,8	35,1
<b>ETR</b>	38,1	55,6	49,4
<b>GLOBAL</b>	<b>55,5</b>	<b>63,4</b>	<b>58,4</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informe de caracterización de la demanda turística de les Terres de l'Ebre y los datos del observatorio de turismo de Cataluña.*

Se da una mayor fidelidad en los turistas que se alojan en camping al presentar siempre el porcentaje menor de primeras visitas.

<sup>56</sup> Datos extraídos del informe del 2009.

<sup>57</sup> Hay comunidades autónomas con un número muy escaso de visitantes encuestados lo que invalida la significación estadística del valor.

Se observa un porcentaje muy elevado de primeras visitas el año 2007 para todos los alojamientos<sup>58</sup>.

El turismo de las Terres de l'Ebre siempre se ha considerado de proximidad tal y como ya se analizaba en el apartado relativo al origen de los turistas, en la medida que la distancia del turista aumente se puede prever una disminución del grado de repetición

## C2) Actividades realizadas

Una característica muy importante del viaje son las actividades que realiza en su estancia en el territorio y que vienen determinadas por los recursos y productos turísticos existentes. La respuesta presenta una respuesta múltiple, al no disponer de la priorización simplemente se destaca el porcentaje de visitantes que realiza cada actividad. Al tratarse de turistas estivales determinadas actividades incrementan su presencia en detrimento de otras. Así destacan en primer lugar en todas las anualidades las actividades de relax y descanso (entre un 88 y un 65%) junto con las de playa (entre un 75 y un 61%) destinadas a un turismo más estacional y de masas que se podría identificar con el sector de sol y playa. No son despreciables los porcentajes que incluyen entre sus actividades la visitas a espacios culturales y naturales<sup>59</sup> (entre un 67 y un 42%) identificado con el turismo cultural y el de naturaleza de acorde con los recursos del territorio, el de deporte y actividades físicas (entre un 43 y un 19%) asociado al turismo activo y deportivo y finalmente el turismo de espectáculos (entre un 26 y un 6%) por la extensión de acontecimientos de dicha tipología en el territorio.

Así pues en las actividades realizadas por los visitantes vuelven a ponerse de manifiesto las potencialidades de las nuevas formas de turismo que posee el territorio por sus recursos naturales y culturales sin olvidar la presencia del turismo más tradicional vinculado al litoral marítimo y a la tranquilidad que aún presenta el territorio como lugar de descanso estival.

---

<sup>58</sup> En el estudio realizado en el capítulo 3 se reencuentran características peculiares de los visitantes del 2007.

<sup>59</sup> Si se particulariza en lugares visitados los tres primeros para el 2009segun los datos del informe son en primer lugar el Parc Natural del Delta de l'Ebre (66,4%) con mucho el más visitado, en segundo lugar Tortosa (23,6%) y en tercer lugar el Parc Natural dels Ports (22,7%) le siguen las poblaciones turísticas mas importantes y Tarragona y Barcelona (sobre todo para los extranjeros).

### C3) Gasto en el destino.

El propio estudio de demanda en la definición de la variable muestra las dificultades de su medición y reflexiona sobre el carácter orientativo de la medida observada. El dato del gasto se refiere al dinero de bolsillo que el turista estival gasta en el destino (por tanto no incluye el transporte ni el alojamiento).

Dos pueden ser las variables que incrementen el gasto en destino por un lado el gasto diario promedio (vinculado al nivel de renta del turista y los recursos del destino) y por otro a la duración de la estancia del turista. Ya se ha analizado que la estancia promedio del turista a les Terres de l'Ebre es menor que la de Catalunya por lo que se puede mejorar el impacto recibido por el territorio con el incremento de los días de estancia. Los datos de estancia promedio aquí explicitados en la tabla 2.39 son muy superiores a los anteriormente analizados en la tabla 2.30, al tratarse exclusivamente de los turistas estivales con estancias principales de mayor duración.

El nivel del turista era medio alto por lo que es de esperar que el gasto diario en restauración y actividades de ocio y recreación sea elevado.

**Tabla 2.39: Gasto promedio y estancia promedio**

Año	Gasto promedio	Estancia promedio *
2006	235	7,5
2007	206	8
2008	165	7,1

(\*) **media de las estancias inferiores a 30 días.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informe de caracterización de la demanda turística de les Terres de l'Ebre.*

La evolución del gasto de los turistas estivales indica entre los años 2006 y 2008 una disminución del gasto total producida en el 2007 por un descenso del gasto diario y en el 2008 por un descenso de la estancia promedio. Los datos del 2009<sup>60</sup> muestran una recuperación del gasto en destino a un nivel similar al del 2006, esta variable esta en consonancia con el incremento de la clase social observado en la anualidad del 2009 por la correlación positiva entre ambas variables. Es destacable que todavía un 53,5% de los encuestados realizan un gasto inferior a los 200€

<sup>60</sup> Un mayor porcentaje para cada nivel de gasto excepto el tramo de menor valor respecto al 2008.

**Tabla 2.40: Rangos de gasto 2008 y 2009**

Gasto (€)	2008 (%)	2009(%)
< 200	64	53,5
200-300	15,5	20,3
301-500	6,4	13,8
501-900	1,2	3,7
901-1000	0,2	1,8
1000-2000	0,8	1,5
>2000	0,2	0,3
NS/NC	11,7	5,3

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de los informe de caracterización de la demanda turística de les Terres de l'Ebre.*

#### D) Valoración de aspectos del destino

La encuesta del perfil de demanda analiza aspectos intangibles en la valoración. En los datos recogidos se muestran 15 aspectos, se observa que los valores obtenidos para los aspectos no presentan dispersiones elevadas, podría pues concluirse que el destino está bastante equilibrado. Uno de los menores valores detecta una de las debilidades del territorio como es la falta de una red pública de transporte. Otro factor con valoraciones bajas es el de entretenimiento y vida nocturna, el destino emergente no presenta muchos productos elaborados de los que el turista identifica como entretenimiento y la vida nocturna no es un objetivo del destino.

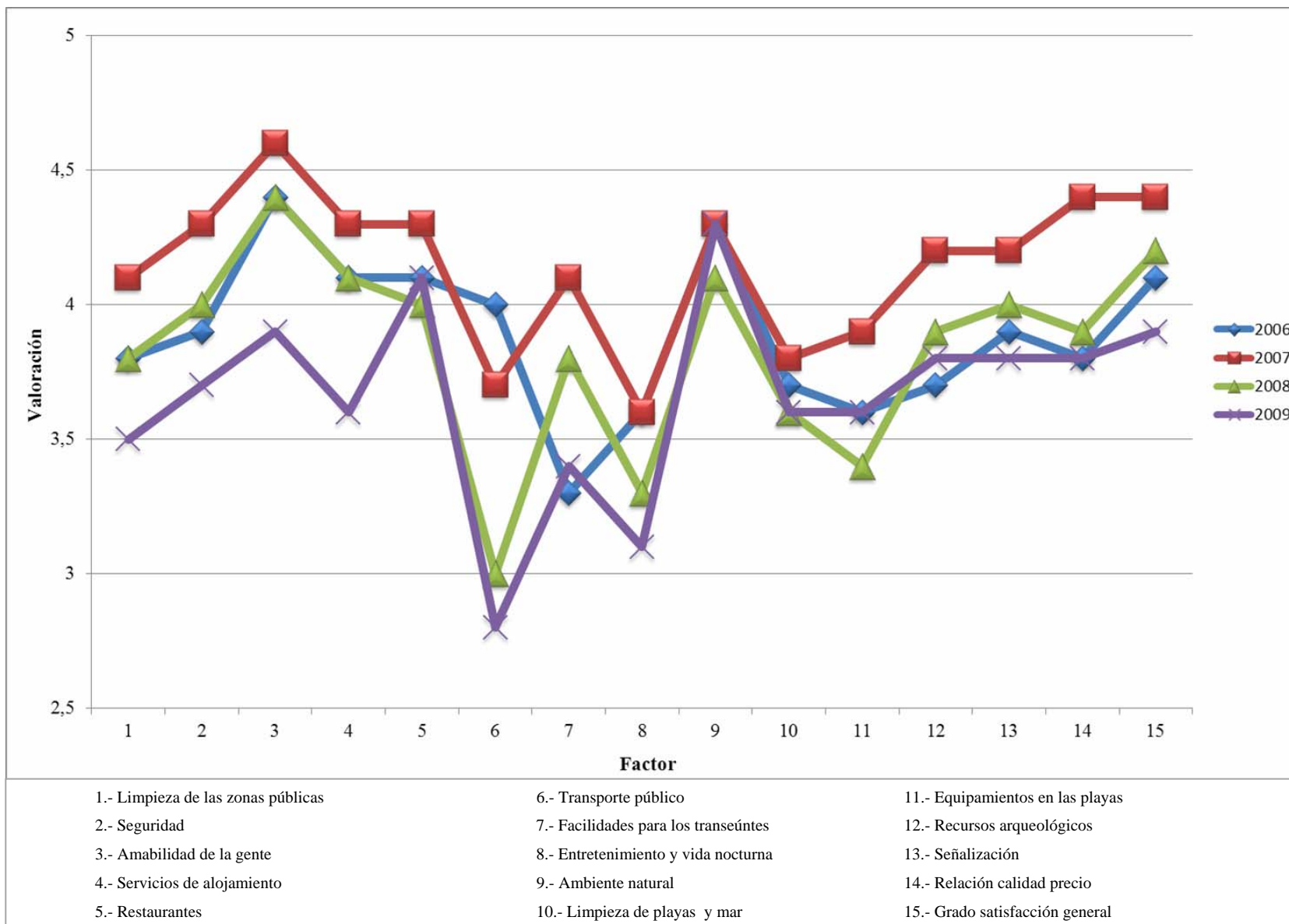
Los aspectos más valorados son el ambiente natural y la amabilidad de la gente, esta última con un valor muy inferior la última anualidad.

En el análisis de tendencia, los valores referidos a la última anualidad del 2009 son menores en la mayoría de los indicadores<sup>61</sup> al del resto de las anualidades lo que debería considerarse en caso de consolidarse en las futuras anualidades.

#### **Gráfico 2.6: Valoraciones de las características del destino**

---

<sup>61</sup> La excepción la supone el ambiente natural como un elemento con la máxima valoración anual.





Si con los datos analizados se intenta identificar el perfil tipo del turista de les Terres de l'Ebre<sup>62</sup> con el valor más significativo de cada variable se obtendría (datos del 2009):

- Edad entre 35 y 45 años
- Turista de proximidad catalán
- Clase social media alta
- Su motivación principal de la visita es la playa
- Turismo familiar de familias con hijos
- Reserva con una antelación de un mes
- La mitad repiten destinación
- Gasta 200 € en el destino en una semana de estancia
- Valora en el destino el ambiente natural y la amabilidad de la gente.

Por otra parte las líneas generales esbozadas de la evolución del turista tipo de las Terres de l'Ebre son:

- Un incremento de la distancia entre el origen y el destino. La incorporación de los destinos emergentes frente a los tradicionales. El turismo de proximidad sigue siendo el mayoritario.
- Un incremento del nivel de renta de los visitantes a las Terres de l'Ebre
- Una cierta tendencia (mostrada especialmente en el cambio de orientación de la pregunta el 2009) en la motivación de la visita más vinculada a los recursos propios del territorio.
- La persistencia sino el incremento del uso del coche como medio de acceso prácticamente único a pesar de la aparición de otros medios de transporte.
- La disminución del tiempo de decisión del viaje.
- La preocupante disminución de la valoración de las características del destino el 2009. Sólo se mantiene al nivel máximo el ambiente natural. Esta tendencia se deberá contrastar en posteriores anualidades para en caso de mantenerse realizar las políticas adecuadas que retornen el grado de satisfacción a los niveles muy aceptables del resto de las anualidades analizadas.

---

<sup>62</sup> Obtenida de la agregación de las diferentes tipologías con sus pesos respectivos. Una análisis factorial podría distinguir dichos perfiles tal y como se ha detectado en muchas características.

## 2.5. Política turística.

Las Terres de l'Ebre son la primera marca turística de Cataluña que elaboro su plan estratégico. Dos fueron las premisas que condicionaron su elaboración. Por un lado el “Pla territorial de les Terres de l'Ebre” y por otro el “Pla estratègic de Turisme de Catalunya (2005-2010)”. La adaptación a estos supuestos de las características propias del territorio condicionó la elaboración del “Pla estratègic de turisme Terres de l'Ebre” y un plan de dinamización turística asociado para el desarrollo de las propuestas estratégicas en un periodo plurianual de 4 anualidades. Sin ánimos de ser exhaustivos en este apartado partiendo de las propuestas abstractas del plan estratégico a las líneas de actuación concretas del plan de dinamización se procede a su valoración para finalizar con unas consideraciones sobre las adaptaciones futuras.

La gran dificultad de diseñar un plan estratégico para las Terres de l'Ebre la constituye su heterogeneidad, que ya se ha puesto de manifiesto en los indicadores socioeconómicos y que también se presenta en sus recursos turísticos. Esta falta de homogeneidad se debe valorar como una oportunidad del territorio en el momento en que afloran como productos la riqueza de la totalidad y diversidad de sus recursos turísticos. Resulta complicado ante dicha diversidad encontrar ejes estratégicos que den respuesta al desarrollo turístico del territorio. En el plan se identifican cuatro dimensiones que se resumen en el cuadro 2.1.

**Cuadro 2.1: Dimensiones estratégicas**

Institucional	Territorial	Conceptual	Posicionamiento turístico
Municipios	Rio	Síntesis	Naturaleza
Consejos Comarcales	Litoral	Diversidad	Cultura
Consorcio	Interior	Sostenibilidad	Infraestructuras
Diputación	Montaña	Identidad	Calidad
Generalitat			
Estado			

*Fuente: Plan estratégico de turismo de les Terres de l'Ebre.*

En la dimensión institucional todas las administraciones presentan competencias turísticas podemos destacar los siguientes organismos:

- a) Servicios territoriales de la Generalitat de Catalunya del Departament d'Innovació i Empresa (actualmente d' Empresa i Ocupació)
- b) Consorcio para la ejecución del plan de dinamización turística de les Terres de l'Ebre
- c) Patronato de turismo de la Diputación de Tarragona con una subsede a Tortosa para la gestión de la marca turística.
- d) IDECE para la gestión de la navegabilidad de l'Ebre
- e) Consells Comarcals y municipios con patronatos de turismo propios.

Esta pluralidad de organismos no siempre actúan de forma coordinada y falta un referente que los aglutine. Parece que el indicado debería ser el organismo delegado de la Generalitat por su mayor rango territorial. Sin embargo los diferentes ámbitos competenciales (y los diferentes colores políticos) de cada administración no han ayudado a actuar de forma conjunta.<sup>63</sup>

En la dimensión territorial los cuatro elementos referenciados son los que han determinado el desarrollo de las cuatro comarcas, concretados en el mar, el Ebro, su delta y la montaña (con la sierra del Montsià y el macizo del Port). Todos ellos determinan su diversidad y actúan como los generadores de su potencialidad turística.

En el marco conceptual, desde el punto de vista más abstracto, los elementos determinantes del desarrollo turístico son

- a) Por un lado la dualidad entre la síntesis territorial y la diversidad, la personalidad diferenciada del conjunto del territorio con todos sus matices la convierten en un marca turística atractiva
- b) Los valores identitarios tan presentes en el conjunto de manifestaciones patrimoniales culturales y también naturales todas ellas bajo el prisma de la sostenibilidad con la preservación para generaciones futuras de los recursos del territorio.

---

<sup>63</sup> Un ejemplo concreto de la dualidad de las competencias ya se refirió en los estudios de la demanda turística.

Finalmente en el posicionamiento turístico de nuevo la naturaleza y la cultura se vertebran como los ejes de las posibilidades. Las nuevas infraestructuras del sector y de las vías de comunicación pueden ayudar a la consolidación de un destino con el distintivo de calidad en su sentido más amplio (una experiencia turística de calidad).

Dichos ejes se estructuran en el plan en 10 objetivos estratégicos que tal y como expone textualmente el plan son:

“

1. Generar un modelo turístico propio para las Tierras del Ebro, a través de una planificación turística a medio y largo plazo, que ordene e integre el desarrollo turístico de acuerdo con las capacidades, las potencialidades y la planificación del territorio, a través de actuaciones concretas en todo el territorio, y consolidando el turismo como una de las principales actividades económicas de la región, aunque permitiendo la reconversión de parte de otros sectores de actividad económica de las Terres de l'Ebre.
2. Desarrollar la actividad turística bajo cuatro pilares fundamentales
  - a. Sostenibilidad de la actividad turística, bajo todos sus componentes
  - b. Territorio, paisaje y naturaleza
  - c. Historia, cultura y gente: identidad
  - d. Oferta de alto valor añadido y de calidad en todas las vertientes de la actividad turística, favoreciendo la calidad con la cantidad de turistas
3. Fomentar la creación de productos turísticos a través del desarrollo de los recursos turísticos latentes mediante la potenciación del territorio, el paisaje y la naturaleza, los recursos patrimoniales, monumentales e históricos, los productos autóctonos y la gastronomía, desarrollando un turismo que permita la generación de una oferta integral:
  - a. Del territorio, a través del incremento de la movilidad
  - b. Del tipo de oferta y de actividades:  
Muchas cosas cercanas a la variedad de la experiencia a disfrutar identificando, conceptualizando y poniendo en valor turístico los elementos de identidad propios

de las Tierras del Ebro, y potenciando la mejora y el aumento de la calidad y la diversificación de la oferta turística de las Terres de l'Ebre.

4. Consolidar la marca Terres de l'Ebre como una marca turística territorial reconocida, valorada y claramente diferenciada, con una imagen de destino diversa, sostenible y respetuosa con el medio, y referente de calidad, dotándola de una estructura de gestión y promoción propia.

5. Facilitar y fomentar el desarrollo en las Tierras del Ebro de infraestructuras turísticas que permitan el desarrollo de la actividad turística.

6. Potenciar la preparación y la profesionalidad de los recursos humanos en todos los niveles de prestación, tanto de las administraciones como de las empresas relacionadas con el sector turístico.

7. Incorporar la innovación y la tecnología a las empresas ya las administraciones turísticas.

8. Fomentar la incorporación de criterios de preservación del paisaje a los proyectos turísticos y potenciar los criterios de sostenibilidad en el desarrollo de la actividad y los proyectos turísticos.

9. Potenciar la creación de empresas y de actividades relacionadas con el turismo

- a. Desarrollar capacidad de alojamiento
- b. Puesta en marcha de agentes receptivos
- c. Creación de empresas de actividades y aventura
- d. Formación de gestores de experiencias turísticas
- e. Reconversión de parte del sector primario con actividades como la pesca cultural, agricultura cultural, etc.

10. Involucrar a la población local en el hecho turístico

- a. A nivel de generación de actividad económica, de negocio
- b. A nivel de sentimiento de identificación con el hecho turístico

- c. A nivel de aceptación del hecho turístico como positivo para la sociedad en su conjunto.”

El plan de acción se vertebró en 10 líneas estratégicas de cuyo desarrollo se encargó el Pla de dinamització turística<sup>64</sup>. Los planes de dinamización turística resultan adecuados en las destinaciones que se encuentran en fase de desarrollo turístico (como era las Terres de l'Ebre el 2006) y su finalidad es acelerar el crecimiento (el desarrollo del sector en oferta y aportación al PIB ya ha sido contrastado) y asegurar su sostenibilidad (este valor parece muy adecuado en la tipología de turismo del territorio analizado).

El “Pla de dinamització turística de les Terres de l'Ebre” tiene tres ejes principales de actuación:

1.- Creación de nuevos productos turísticos:

- A) Vía Verde
- B) Camí de Sirga
- C) Ilercavonia (tierra de iberos)
- D) Rutas monumentales
- E) Ruta de la Paz
- F) Del Delta a los Ports
- G) Costa del Ebro

2.- Acciones formativas para los agentes socioeconómicos

3.- Información promoción y comercialización de las actuaciones

Las actuaciones concretas en cada una de las actuaciones se encuentran detalladas en el plan que tuvo un presupuesto total (contabilizando los gastos de gestión) de unos 4 millones de euros para las 4 anualidades. El cuadro 2.2 sintetiza el conjunto de actuaciones concretas realizadas para cada línea de actuación.

---

<sup>64</sup> Se participó activamente en el desarrollo del plan de dinamización turística en las fases de diseño de las acciones a realizar. Finalmente se optó por un modelo de actuación directa con la toma de decisiones del propio consorcio a l margen de las comisiones de cada línea estratégica.

**Cuadro 2.2 Actuaciones del plan de dinamización turística.**

LINEA DE ACTUACIÓN	1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	4ª ANUALIDAD
<b>Via verde</b>	<p>1.- Redacción del proyecto ejecutivo de adecuación para la puesta en servicio turístico de la estación de Benifallet.</p> <p>2.- Redacción del proyecto ejecutivo de adecuación para la puesta en servicio turístico de la estación de Aldover.</p>	<p>1.- Puesta en servicio turístico de la estación de Benifallet.</p>	<p>1.- Puesta en servicio turístico de la estación de Benifallet (continuación).</p> <p>2.- Puesta en servicio turístico de la estación de Aldover.</p> <p>3.- Mejora de la accesibilidad de la Via Verda en el tramo de la Terra Alta.</p>	
<b>Cami de Sirga</b>	<p>1.- Puesta en servicio del área de acampada de la Poble de Massaluca.</p>	<p>1.- Puesta en servicio del área de acampada de la Poble de Massaluca (continuación).</p> <p>2.- Museización de la sala <i>L'Ebre, camí d'aigua</i> del Museu del Montsià.</p> <p>3.- Redacción del proyecto ejecutivo de equipamiento para usos turísticos y museización del Mas de la Pitoia a la Reserva Natural de Sebes (Flix).</p>	<p>1.- Museización de la sala <i>L'Ebre, camí d'aigua</i> del Museu del Montsià (continuación).</p> <p>2.- Reforma y equipamiento para usos turísticos y museización del Mas de la Pitoia a la Reserva Natural de Sebes.</p>	
<b>Ilercavonia</b>		<p>1.- Señalización del acceso y edición de trípticos del Centro de interpretación del arte rupestre "Abrics de l'Ermita".</p> <p>2.- Museización del Centro de interpretación de los iberos - Casa O'Connor.</p> <p>3.- Redacción del proyecto ejecutivo de equipamiento del punto de información y museización del Centro de interpretación del poblado ibérico del Castellet de Banyotes.</p>	<p>1.- Construcción y equipamiento del Centro de interpretación del poblado ibérico del Castellet de Banyotes.</p>	

		4.- Itinerario de visita al poblado ibérico del Castellet de Banyoles.		
<b>Rutas monumentales</b>	1.- Señalización museográfica exterior de los 52 municipios.	1. Recuperación de la torre fusilera del castillol de Móra d'Ebre y señalización interpretativa de las Guerras Carlinas 2.- Centro de interpretación del Renaixement. 3.- Equipamiento y adaptación para la visita de la Torre de l'Aldea. 4.- Equipamiento del Centro para el fomento de la cultura del vino i del aceite. 5.- Señalización museográfica exterior de los 52 municipios (continuación). 6.- Redacción del proyecto ejecutivo de museización del Centro de interpretación del Ferrocarril.	1.- Equipamiento del Centro para el fomento de la cultura del vino i del aceite en Gandesa (continuación). 2.- Centro de interpretación del Renaixement en Tortosa (continuación). 3.- Arreglo, señalización y dotación de servicios del sendero de l'Ermita de la Pietat (bianual). 4.- Equipamiento del centro de interpretación de la artesanía de la palma (bianual).	1. Arreglo, señalización y dotación de servicios del sendero de l'Ermita de la Pietat (bianual). 2.- Equipamiento del centro de interpretación de la artesanía de la palma (bianual). 3.- Centro de interpretación del ferrocarril en Móra la Nova. 4.- Equipamiento turístico de la Cooperativa Agrícola del Pinell de Brai. 5.- Puesta en valor turístico del claustro del convento de Sant Salvador d'Horta de Sant Joan. 6.- Puesta en uso turístico del recinto de la ermita de l'Aldea.
<b>Batalla del Ebro/ Camino de la Paz</b>	1.- Centro de interpretación de la Batalla del Ebro.		1.- Señalización del campo de aviación de la Sénia.	Equipamiento turístico del campo de aviación de la Sénia.
<b>Del Delta a los Ports</b>	1.- Carta Europea de Turismo Sostenible para el Parc Natural del Delta de l'Ebre – Diagnòsis.	1.- Carta Europea de Turismo Sostenible para el Parc Natural del Delta de l'Ebre - Plan de acci3n. 2.- Redacci3n del proyecto ejecutivo de la red de senderos de uso turístico para la Serra del Montsià.	1.- Carta Europea de Turismo Sostenible para el Parc Natural dels Ports 2.- Red de senderos de uso turístico para la Serra del Montsià 3.- Dotaci3n del Centro de interpretaci3n de las barracas a Sant Jaume d'Enveja con una barraca tradicional (bianual)	1.- Dotaci3n del Centro de interpretaci3n de las barracas a Sant Jaume d'Enveja con una barraca tradicional (bianual).



<b>Costa del Ebro</b>		1.- Ruta turística por el término municipal de l'Ametlla de Mar.		1.- Ruta turística por el término municipal de l'Ametlla de Mar.
<b>Formación</b>		1.- Implantación del Modelo de Aproximación a la Calidad Turística (MACT).	1.- Implantación del Modelo de Aproximación a la Calidad Turística (MACT).	
<b>Información, promoción y comercialización de los activos turísticos</b>				1.- Señalización turística urbana de los pueblos de la Ribera d'Ebre.
<i>Fuente: elaboración propia a partir de las actuaciones del " Pla de dinamització turística de les Terres de l'Ebre "</i>				

De la descripción de las actuaciones concretas de la primera línea de actuación del plan relativa a los productos pueden identificarse algunas pautas comunes:

1.- La creación o mejora de centros de interpretación del territorio. En el apartado relativo a la oferta turística ya se había destacado la gran presencia de los mismos. El plan de dinamización apostó por la consolidación de este activo como recurso propio del territorio. Los centros de interpretación están vinculados a las actividades tradicionales artesanas y de los cultivos agrícolas o a momentos históricos relevantes en el territorio que los acoge.

2.- El apoyo a los productos de nueva creación con la mejora o creación de infraestructuras, algunas de ellas tipificadas también como centros de interpretación como es el caso del relativo a la Batalla del Ebre. Además destacarían los relativos a la Vía Verde un producto ya existente con la mejora de las estaciones de la ruta y la adecuación de los espacios iberos con la creación y mejora de sus equipamientos<sup>65</sup>

3.-El reconocimiento de la singularidad paisajística del territorio con la trilogía mar, río (como eje vertebrador) y montaña no podía dejar de estar presente. Por una parte el bosque de ribera del río con la potenciación de sus espacios naturales en el “camí de sirga”, por otra la costa con una línea específica (no muy desarrollada en el plan) y finalmente un producto tendiente a reforzar la presencia de los dos parques naturales del territorio y de otros espacios protegidos como la sierra del Montsià.

Todas estas actuaciones se encuentran en la línea de creación de nuevos productos. Las otras dos líneas de actuación no han tenido el mismo nivel de desarrollo, al menos en el número de actuaciones.

La segunda línea relativa a la formación solo se muestra en el plan de actuaciones con la instalación de sistemas de calidad en las empresas. El resto de actuaciones han detectado a través de estudios las necesidades formativas del personal del sector.

---

<sup>65</sup> Recordar que algunos de dichos espacios forman parte del patrimonio de la Humanidad de la UNESCO y su estado de conservación no era (es todavía en algún caso) el propio de dicho reconocimiento,

La tercera de las líneas de actuación era la promoción y comercialización de los activos turísticos y vuelve a no estar especialmente representada en las actuaciones del Plan. Sólo se realiza la señalización de los activos turísticos de la Ribera d'Ebre. La función de comercialización y promoción la realiza a nivel global el Patronato de turismo de la Diputación de Tarragona. En estos últimos años desde su descentralización con una sede a les Terres de l'Ebre se ha potenciado su presencia en ferias y los productos típicos del territorio. La diputación era uno de los agentes participantes del Plan y hubiera debido estar representada esta línea de actuación en mayor medida para la transformación de los recursos existentes en verdaderos productos turísticos.

El plan actualmente se encarga de la gestión de un activo turístico del territorio como es el "llaut"<sup>66</sup>, que realiza travesías por las zonas navegables del tramo final del Ebro.

Sería recomendable, tal y como muestran los datos aquí presentados de la evolución del sector turístico y de la economía ebreña en su totalidad, retomar las propuestas realizadas por el plan estratégico de turismo de les Terres de l'Ebre y de las actuaciones realizadas por el plan de dinamización para ver su grado de cumplimiento y los efectos producidos. Una vez analizadas, realizar la oportuna actualización del plan estratégico en la línea de la también necesaria revisión para el conjunto de Catalunya una vez finalizado su periodo de vigencia el 2010.

Dos de los activos referenciales del territorio son: El *Parc Natural del Delta* y la *Festa del Renaixement*, Ambos han tenido actuaciones concretas en el plan de dinamización: El *Parc Natural del Delta de l'Ebre* la concesión de la Carta Europea de Turismo Sostenible, la *Festa del Renaixement* la creación del centro de interpretación del Renacimiento en Tortosa. Ejemplifican productos vinculados con dos tipologías con significación en el territorio, el turismo rural y el turismo cultural.

El turismo rural ha experimentado en España un crecimiento espectacular en los últimos tiempos, así según los datos de Barke (2004) la oferta de plazas ha pasado de 14.913 en el 1996 a las 52.848 en el 2003 con un crecimiento del 254%. Cataluña con una oferta inicial más consolidada de casi 3000 plazas ha crecido un 107,9% hasta llegar según el mismo estudio a las 6221 plazas el 2003. La evolución reciente del

---

<sup>66</sup> Barco tradicional de navegación por el Ebro que se encargaba del transporte de mercancías especialmente la madera.

sector continúa manteniendo una gran vitalidad con un crecimiento medio anual acumulado del 11,86 para el período 2006-2010, hasta llegar a las 15.859 plazas<sup>67</sup>. El hecho de tener una oferta de establecimientos tipificada para dicha tipología de turismo ha generado estudios territoriales de la evolución creciente de la oferta en múltiples territorios de la península<sup>68</sup>. Este crecimiento se debe a la ampliación de las motivaciones desde el tradicional turismo rural con visitas a familiares y como una dicotomía con el mundo urbano, a un nuevo turismo rural con la inclusión de nuevos perfiles con incentivos concretos, como entre otros el senderismo, el paisajismo y los deportes de aventura. Yagüe (2002) en su análisis del turismo rural en España contrasta econométricamente estas nuevas motivaciones en lo que califica del “moderno turista rural” preocupado por la calidad del medio ambiente y con una búsqueda de lo auténtico.

El turismo cultural según el informe de la OMT (1993) supone un 37% de los viajes internacionales y con un crecimiento previsto del 15% por el cambio hacia viajes más cortos y visitas más centradas en turismo urbano y cultural. Como destaca en su tesis doctoral Esteban (2007), la motivación principal del turismo cultural basada en el patrimonio (aspecto tangible) se complementa cada vez más con el estilo de vida y las industrias creativas (aspectos intangibles) con una búsqueda vivencial del ambiente de la ciudad.<sup>69</sup>

Así ambas modalidades han experimentado un gran crecimiento y presentan nuevas posibilidades por la ampliación de los perfiles de turista que se engloban en dichas categorías. El *Parc Natural del Delta de l'Ebre* Y la *Festa del Renaixement* se inscriben plenamente en estas nuevas concepciones más amplias del turista rural y cultural respectivamente. Los dos capítulos posteriores miden con técnicas económicas el valor turístico de dichos bienes, mostrando su magnitud y sus potencialidades de crecimiento. Son dos ejemplos de buenas prácticas a seguir por otros recursos potenciales del territorio.

---

<sup>67</sup> Los datos de ambas series no tienen por que ser homogéneos al desconocer la fuente empleada por Blake.

<sup>68</sup> Entre otros Besteiro (2006) para Galicia, o Millán (2004) para Murcia.

<sup>69</sup> Se incluyen entre las motivaciones detalladas las formas de explotación folklóricas de falsa autenticidad de una economía local.

## **2.6. Conclusiones**

Las Terres de l'Ebre se han considerado en el contexto del turismo de Catalunya una destinación emergente y con grandes potencialidades por la dotación inicial de recursos naturales y culturales. Del análisis de las componentes del sector realizado en el presente capítulo se extraen las siguientes conclusiones:

1.- La aportación del PIB específico del sector turístico en las Terres de l'Ebre en los últimos años ha crecido hasta alcanzar el 8,5% del PIB el 2008. Este valor se sitúa aún por debajo del promedio catalán que para la misma anualidad es del 10,9%. Se observa una gran diferencia en las aportaciones de cada comarca si bien en todas ellas la aportación ha crecido y en todas continua por debajo de la media catalana.

2.- El sector turístico en las Terres de l'Ebre en el período 2005-2008 ha crecido un 14,2%, más de 3 puntos por encima de la media catalana. El conjunto de la economía ha crecido en las Terres de l'Ebre un 4,5% a un ritmo inferior en 3,6 puntos al conjunto de Catalunya. Se concluye que el sector turístico en el territorio se ha comportado como un sector muy dinámico y ha participado de forma notable en el crecimiento de la economía ebreña, sin su aportación éste aún hubiera sido mucho menor.

3.- El crecimiento se da en todos los sectores que participan en la construcción del PIB turístico específico. Los crecimientos más importantes se dan en oferta complementaria e intermediación como corresponde a un sector poco maduro y en expansión.

4.- La oferta de los establecimientos de alojamiento de las Terres de l'Ebre se caracteriza por su pequeña dimensión y una distribución territorial desigual de las tipologías de establecimiento. Con concentración de los hoteles (con la excepción de Tortosa) y cámpings en la franja litoral y una distribución más uniforme de los establecimientos de turismo rural en las 4 comarcas.

5.- Una evolución dispar en el período más reciente para cada tipo de oferta. Un crecimiento muy importante de las plazas hoteleras y superior al de Catalunya, un crecimiento también muy significativo de las plazas de turismo rural pero en este caso

por debajo del gran crecimiento registrado en Catalunya y una disminución del número de plazas de acampada. Esta evolución tiende a hacer converger la estructura de la oferta de las TE con el promedio catalán al tener un escaso número de plazas hoteleras (1,7% del total de Catalunya) y el elevado número de plazas de turismo rural (5,5% de las plazas de Catalunya).

6.-El extenso y variado inventario de recursos y productos turísticos de las Terres de l'Ebre permite la captación de casi la totalidad de perfiles de turista desde el más abundante de sol y playa a nuevas tipologías como entre otras el turista rural, cultural, gastronómico y enológico. Una de las opciones estratégicas es el diseño de nuevos productos turísticos, estos deberían ir siempre acompañados de sus correspondientes planes de viabilidad o de iniciativa privada. En la actualidad se han primado los criterios de relación con la identidad del territorio para la creación de productos sin que ello genere verdaderos productos turísticos que atraigan a potenciales turistas.

7.- La demanda turística en el período 2005-2010 ha contemplado la evolución oscilante propia de la crisis y continua presentando unos niveles de ocupación para todos los establecimientos y períodos muy inferiores a los del promedio catalán.

8.- Una estacionalidad de la demanda turística muy marcada y en especial en los cámpings y establecimientos de turismo rural, ambos con una presencia significativa en la oferta del territorio.

9.- El perfil del demandante estival es un turista de proximidad, de edad media, que viaja en familia con hijos, de clase media-alta, con un nivel reducido de gasto, cada vez reserva con menos antelación y valora satisfactoriamente el destino.

10.- De la serie histórica del perfil del demandante se han observado ligeras evoluciones en la caracterización del turista, así como su heterogeneidad al estar compuesto de perfiles muy diferenciados acorde con la diversidad del territorio.

11.-Las actuaciones realizadas por la administración (parciales al no incluir la iniciativa privada) en el marco del “Pla de dinamització turística” han optado entre sus líneas de actuación por la creación de nuevos productos turísticos, en concreto la consolidación

de productos ya existentes o el desarrollo de productos en su fase inicial, vinculados a los valores identitarios, culturales y paisajísticos del territorio. Los productos generados requieren el coste derivado de su mantenimiento o explotación sin la generación de ingresos que lo equilibren. Al haber sido creados con gestión pública los gastos recaen sobre el presupuesto de las administraciones competentes con los problemas derivados de su escaso margen financiero.

12.- No se han aprovechado los recursos derivados del plan para potenciar en igual medida las otras dos líneas de actuación (formación y comercialización). Estas comportan estrategias a más largo plazo por un lado la formación del personal dedicado al sector con grandes deficiencias y por otro el conocimiento de una marca turística muy joven y poco conocida que debe captar nuevos turistas.

El capítulo pretende una síntesis de la situación y evolución reciente del sector turístico, su estudio descriptivo ha generado inquietudes que sugieren un estudio posterior con técnicas más académicas.

El análisis descriptivo de la demanda turística ha puesto de manifiesto la presencia de diferentes perfiles de turista en les Terres de l'Ebre y la evolución de determinadas características. A los efectos de profundizar en dichos análisis se han adquirido los datos individuales microeconómicos de las dos anualidades extremas de los estudios de demanda turística realizados por el “Observatori de turisme de la Costa Daurada” por encargo del patronato de Turismo de Tarragona<sup>70</sup> con su subse de les Terres de l'Ebre. La disponibilidad de dichos datos permitirá profundizar el análisis con estudios posteriores:

- Un análisis factorial de los turistas estivales para determinar los turistas tipo que visitan les Terres de l'Ebre en verano, determinar los clusters y las diferencias entre cada tipología.
- Un análisis de ecuaciones estructurales para determinar la evolución del perfil del turista y la significación del cambio producido en un lustro de desarrollo turístico en el territorio.

---

<sup>70</sup> Agradecer al organismo la disponibilidad de los datos para la realización de dichos estudios

No deja de ser sorprendente la falta endémica de información estadística en el sector turístico. Para la realización de investigaciones académicas o de transferencia resulta imprescindible la disponibilidad de datos microeconómicos. En las Terres de l'Ebre, estos presentan aún un carácter muy parcial (se trata de datos de demanda y de la temporada de verano) por tanto es de esperar que en posteriores anualidades la consolidación de la antena del Observatorio de Turismo de Catalunya incremente sus actuaciones en el territorio con una recogida de datos a toda la anualidad (permitiría recoger una mayor diversidad en los perfiles) y el análisis de otros aspectos de la información turística. Sin datos se dificulta la toma de decisiones de política económica, la disponibilidad de estos generaría la aparición de nuevos estudios que incrementarían el conocimiento del sector turístico del territorio.

**La evolución reciente de la actividad turística analizada en este capítulo muestra el importante desarrollo del turismo en las Terres de l'Ebre en términos absolutos y comparativos respecto a Catalunya.**

## **2.7. Bibliografía**

Barke, M. (2004). Rural Tourism in Spain. *International Journal of Tourism Research*. Vol.6, 137-149.

Bel, G. (coordinador) (2008). *Economia de les Terres de l'Ebre. Anàlisi de l'estructura i dinàmica econòmica i de la especialització industrial*. Generalitat de Catalunya, Dep. d'Innovació Universitats i Empresa.

Besteiro, B. (2006). El turismo rural en Galicia. Análisi de su evolución en la última década. *Cuadernos de Turismo*. nº 17, 25-49.

Cals, J. (2003). Revisión de un turismo Mediterráneo. *Annals of tourism Research en español*. Vol. 5 (2), 390-415.



Càtedra d'Economia Local i Regional *Informe d'Economia local i regional de les Terres de l'Ebre 2010*. Diputació de Tarragona , Ajuntament de Tortosa.

Consorci per a l'execució del Pla de dinamització Turística de les Terres de l'Ebre.

[www.pladeturisme.cat](http://www.pladeturisme.cat) (Última consulta marzo 2011).

Duro, J. A. y Rodríguez, D. (2009). La capacidad para generar empleo del turismo en España y sus regiones : un análisis comparativo sectorial para el periodo 1995-2006. *Revista de Análisis turístico* . n<sup>a</sup>4, 44-56. ,

Duro, J. A., Rodríguez, D., Sarda, J. y Farré , F. X. (2010). *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques. 2005-2008*. Generalitat de Catalunya, Dep. d'Innovació Universitats i Empresa, Observatori de Turisme de Catalunya.

Duro, J. A., Sarda, J., Farré , X. y Abadía , J.(2009). *Estimació del PIB turístic de les Terres de l'Ebre per al període 2003-2007*. Generalitat de Catalunya, Dep. d'Innovació Universitats i Empresa, Observatori de Turisme de Catalunya.

Espinet , J.M. (1999). *Anàlisi dels preus al sector hotelier de la Costa Brava Sud*. Tesis Doctoral. Universidad de Girona.

Esteban, J. (2007). *La demanda de turismo cultural y su vinculación con el ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia*. Tesis Doctoral. Dep. de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales . Universidad Complutense de Madrid.

Fundació Estudis Turístics – Observatori Costa Daurada. *Característiques de la demanda turística allotjada en hotels, càmpings i ETR Terres de l'Ebre. Juliol-agost-setembre 2006*. Diputació de Tarragona: Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Terres de l'Ebre.

Fundació Estudis Turístics – Observatori Costa Daurada. *Característiques de la demanda turística allotjada en hotels, càmpings i ETR Terres de l'Ebre. Juliol-agost-*

setembre 2007. Diputació de Tarragona: Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Terres de l'Ebre

Fundació Estudis Turístics – Observatori Costa Daurada. *Característiques de la demanda turística allotjada en hotels, càmpings i ETR Terres de l'Ebre. Juliol-agost-setembre 2008*. Diputació de Tarragona: Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Terres de l'Ebre.

Fundació Estudis Turístics – Observatori Costa Daurada. *Característiques de la demanda turística allotjada en hotels, càmpings i ETR Terres de l'Ebre. Juliol-agost-setembre 2009*. Diputació de Tarragona: Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Terres de l'Ebre

Millan ,M. (2004). Turismo en la Región de Murcia: evolución de la Oferta turística de interior y su distribución espacial. *Cuadernos de Turismo*. nº 13, 51-72.

Nuría,G. (Coordinació) (2010). *Pla d'Acció cultural a les Terres de l'Ebre . 2010-2020*. Generalitat de Catalunya, Dep. de Cultura i Mitjans de comunicació.

Observatori de Turisme de Catalunya .  
[http://www.gencat.cat/diue/ambits/turisme/observatori\\_turisme/estadistiques/xifres/index.html](http://www.gencat.cat/diue/ambits/turisme/observatori_turisme/estadistiques/xifres/index.html). (Última consulta mayo2011).

Universitat Rovira i Virgili, Universita de Girona (2006). *Clusters turístics de Catalunya*. Generalitat de Catalunya, Dep. d'Innovació Universitats i Empresa, Observatori de Turisme de Catalunya.

WTO- OMT. (1993) *Recomendations and tourism Stadistics*. Madrid: WTO.

Yagüe, R.M. (2002). Rural Tourism in Spain . *Annals of tourism Research*. Vol. 29 (4), 1101-1110.



### **3.-Valoración de un espacio natural: aplicación del método del coste de viaje al *Parc Natural del Delta de l'Ebre*.**

Los métodos de observación indirecta simulan, en cierta forma, el trabajo de un detective que trata de componer las pistas que van dejando los individuos acerca de las valoraciones de los servicios ambientales a medida que responden a los precios y otras señales económicas en sus elecciones reales.

**A. Freeman**



### **3. 1. Introducción.**

El objetivo principal de este capítulo de la tesis es estimar por primera vez el valor de un espacio natural de las Terres de l'Ebre, sin duda el más destacado: *El Parc Natural del Delta de l'Ebre*. Se procederá a estimar el valor por el método del coste de viaje en sus dos modalidades principales, la zonal y la individual. Para su determinación se utilizarán los datos existentes en dos bases de datos: la primera poblacional recogida por el propio centro de visitantes del Parque y la segunda muestral elaborada por el observatorio turístico de la Costa Daurada. Los aspectos más relevantes del trabajo serán en el tratamiento metodológico de ambas modalidades la disponibilidad de datos de varias anualidades, lo que permitirá analizar algunos cambios en el valor del espacio en una serie temporal, aspecto escasamente tratado en la literatura<sup>1</sup>. El origen de la segunda serie de datos con una motivación de caracterización de la demanda analizará adicionalmente el comportamiento de dos tipologías de visitantes y simultáneamente el cambio producido en el perfil del visitante al espacio natural. Se relacionarán de forma tentativa las variaciones en los valores obtenidos para el espacio con las políticas que pueden afectar a la demanda del uso recreativo del espacio natural.

El capítulo de la tesis se estructura en seis apartados, en este primer apartado introductorio se justifica la importancia de los espacios naturales como generadores de un demanda turística y las dificultades, por sus características intrínsecas, de asignarles un precio de mercado.

En el segundo apartado se describen los diferentes valores que presenta un espacio natural. En el tercero se explican sucintamente las diferentes metodologías empleadas para estimar dichos valores, se analizan las ventajas e inconvenientes respecto al método empleado en la valoración del espacio natural analizado.

El cuarto apartado realiza una revisión metodológica del método de coste de viaje en sus dos modalidades la zonal y la individual especificando algunas consideraciones que serán contrastadas en la aplicación práctica.

---

<sup>1</sup>El estudio de varias anualidades comporta los costes de encuestación de dichos periodos.

El quinto apartado constituye la aportación de este capítulo de la tesis donde se realiza una estimación del valor de uso recreativo del *Parc Natural del Delta de l'Ebre* por el Método del Coste de Viaje con el uso de dos bases de datos secundarias. Dada la novedad en el territorio considerado, el conjunto de resultados de la estimación del valor del *Parc Natural del Delta de l'Ebre* constituyen una aportación práctica. A continuación se destacan las aportaciones singulares del trabajo. En una primera aplicación se realiza la medición del valor por el método Zonal de una serie de anualidades, a partir de la cross section se estudia la tendencia en el valor observado. Dada la singularidad del valor obtenido para la anualidad del 2005, se contrasta su evolución con la de espacios similares y se aporta un procedimiento para estimar el cambio debido a una modificación en el comportamiento de los visitantes al espacio. En la segunda aplicación, por el método individual, se realiza una revisión de los resultados obtenidos comparando las asignaciones de diferentes valores al término de coste de viaje para ver su aportación y su dispersión en el valor obtenido de la valoración, se destaca el estudio de la aportación del término del coste de tiempo. Se analizan las distribuciones más empleadas en los métodos de datos de recuento resaltando la sobre dispersión de la variable dependiente y se estudia la aportación de las variables socioeconómicas. Al disponer de datos de dos anualidades se estudia el cambio del perfil del visitante que accede al espacio según el motivo de la visita y se distinguen dos tipologías para analizar si presentan diferentes comportamientos en el contraste entre la relación de las características del espacio y el número de visitas al mismo. Finalmente se compararan, en forma tentativa debido a las limitaciones, los resultados cuantitativos del espacio por ambas modalidades, la zonal y la individual.

En el sexto apartado se concluye con la síntesis de las aportaciones y las posibles líneas futuras de ampliación de la investigación.

### **3.1.1. Delimitación del objeto de estudio**

La creciente preocupación por temas relacionados con la conservación del medio ambiente y la sostenibilidad han hecho desarrollar dos ramas de la economía relacionadas con estos aspectos: La economía ambiental que pretende establecer las

bases teóricas para la optimización del uso del medio ambiente y de los recursos ambientales en el marco de los instrumentos de mercado<sup>2</sup> y la economía ecológica que considera la economía como un subsistema de la ecosfera y por tanto debe someterse a las restricciones biofísicas que imponen los ecosistemas<sup>3</sup>. Este trabajo se adscribe dentro de la economía del medio ambiente y su relación con la actividad turística.

La existencia de espacios naturales que se encuentran amenazados por las opciones alternativas a su conservación, como puede ser el desarrollo urbanístico, ha supuesto el análisis coste beneficio de esta situación por parte de los economistas. La reciente y creciente demanda turística de dichos espacios naturales ha incorporado la necesidad de estimar el valor asociado específicamente a dicho uso como una de las componentes determinantes del análisis. Siguiendo a Loomis (1995) cuatro son las elecciones que realiza nuestro potencial visitante:

- 1.- Participar en la actividad recreativa o no hacerlo
- 2.- Decisión de que lugar visitará
- 3.- Frecuencia de las visitas a un sitio determinado
- 4.- Duración de las vistas.

El desarrollo de técnicas estadísticas apropiadas ha permitido dar respuesta a estas preguntas y orientar el verdadero valor del uso recreativo de un espacio para compararlo a los usos alternativos que atentan a su preservación.

Los espacios naturales presentan en mayor o menor medida las características de bienes públicos, esto es, la no exclusión y la no rivalidad. La no exclusión se concreta en el libre acceso al espacio natural, no hay ninguna restricción al mismo (no hay precio de entrada). La no rivalidad es la no competencia de uso entre los usuarios del espacio, si un nuevo individuo accede, al hacerlo el resto de los usuarios no experimentan ninguna disminución de la satisfacción. Si se cumplen totalmente ambas características el espacio se clasificaría como un bien público puro. Los espacios naturales no siempre verifican estas dos características, se puede hacer pagar una entrada<sup>4</sup> y el libre acceso puede incluso provocar un efecto saturación y no cumplirse la no rivalidad entre

---

<sup>2</sup> Según Azqueta D. (1999)

<sup>3</sup> Según Constanza, R. (1991)

<sup>4</sup> Aunque sea un montante pequeño en comparación al total del gasto destinado para acceder al espacio, supone una barrera de entrada y la no verificación de la no exclusión



los usuarios<sup>5</sup>. La inexistencia de mercado, o su imperfección, propia de los bienes públicos conduce a que no se pueda asignar el precio como valor del espacio. Así se hace necesario estimar el valor de estos espacios en base a distintos mecanismos que, en primer lugar permitan conocer el potencial económico del recurso y en segundo lugar faciliten su comparación con el coste de oportunidad asociado a sus usos alternativos (agrícola, inmobiliario). Para una o ambas utilidades resulta muy interesante tener algún método que permita dar una idea de dicho valor, realizar una estimación del mismo.

### **3.1.2. Demanda turística de los espacios naturales protegidos.**

En las últimas décadas se ha puesto de manifiesto la creciente degradación del medio ambiente. Con el fin de proteger determinadas zonas geográficas de dicha degradación aparecieron los espacios naturales protegidos<sup>6</sup>. Los espacios naturales son activos que la sociedad desea conservar por la utilidad que proporcionan al conjunto de la sociedad. Los espacios naturales cumplen múltiples funciones que afectan al bienestar de las personas, entre ellas las de carácter recreativo y las medioambientales. A menudo tal y como destaca Del Saz (1997) los pobladores de las zonas que ocupa el espacio protegido ven este como una amenaza a sus usos agrícolas alternativos. Sin embargo la gestión oportuna de los espacios puede no solo contribuir a la protección del medio ambiente, sino también aportar un efecto dinamizador del entorno económico que incrementa las rentas de los habitantes del espacio por el desarrollo de actividades terciarias relacionadas con el tiempo libre. Esta importancia creciente de las funciones recreativas de los espacios naturales será el centro del análisis.

Paralelamente a su degradación han ido aumentando el número de espacios naturales protegidos hasta llegar en España a más de 600 espacios que representan el 6% de la superficie total del país.

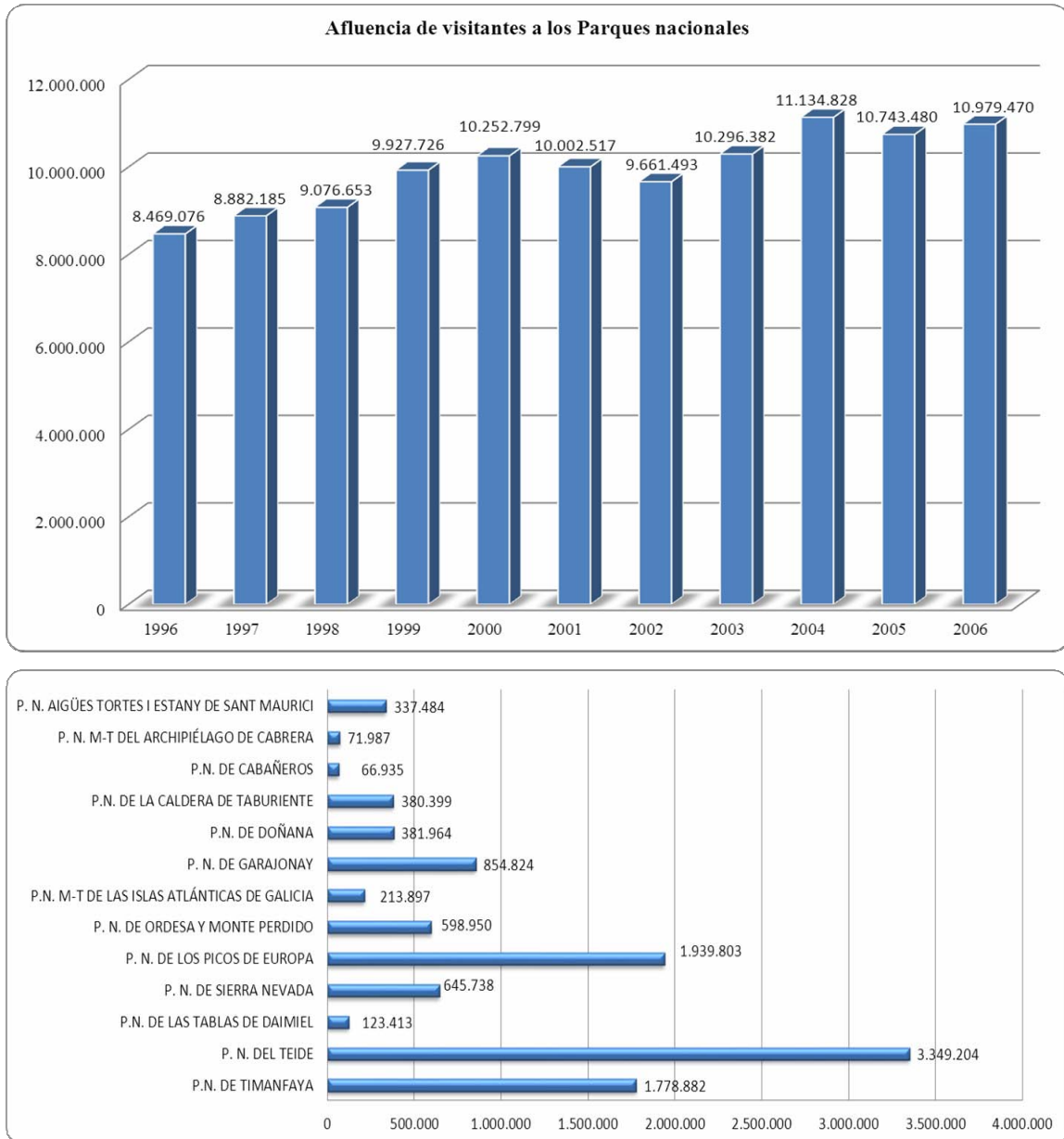
---

<sup>5</sup> La capacidad de carga de un espacio supone un límite superior al número de visitantes que acceden al mismo sin afectar a sus ecosistemas. Los espacios pueden regular legalmente el volumen máximo de visitantes que acceden en un periodo de tiempo, lo que supone la no verificación de la no rivalidad.

<sup>6</sup> El origen histórico de los espacios naturales protegidos es la creación en 1862 del Yellowstone National Park

En España se recogen diferentes figuras de protección, sin un gran nivel de homogeneidad entre las CCAA, agrupadas en dos subgrupos: por una lado los Parques Naturales donde se compatibiliza el uso público del espacio y por otro las Reservas Naturales sin asentamientos humanos en su interior (Tolon, A y Lastra X (2008))

**Gráfico 3.1: Afluencia de visitantes a los Parques nacionales**



Fuente: Elaboración propia a partir de la Memoria de la Red de Parques Nacionales 2006

A efectos de determinar la dimensión de la componente recreativa de los espacios naturales protegidos españoles se dispone del flujo de visitantes totales a los Parques Nacionales Españoles: la evolución temporal de los datos entre el 1996 y el 2006

muestra un gran crecimiento de la afluencia a los parques nacionales que han pasado de recibir 8,5 millones del 1996 a los 11 millones del 2006. Si se compara con los escasos 5,7 millones de visitantes del 1991 en 15 años el número de visitantes casi se ha duplicado. Se observa un cierto estancamiento en la afluencia en los últimos años desde el 2003 alrededor de los 11 millones con un máximo de 11,1 en el 2004.

Este crecimiento de la componente recreativa pone de manifiesto la potencialidad turística del recurso. La importancia de esta última debe ser valorada en los territorios que los acogen, como recurso potencial y primario si es el motivo de la visita

En la segunda de las partes del gráfico 2.1 se muestra la afluencia a cada uno de los Parques Nacionales y llama la atención la gran dispersión del número de visitantes a figuras todas ella con la misma protección. El valor máximo lo tiene el Parque Nacional del Teide con 3,3 millones (situado en una destinación turística donde el monte supone uno de los recursos principales) y el mínimo el Parque Nacional de Cabañeros con unos escasos 66.000 visitantes.

La situación se reproduce en Cataluña, donde el PEIN (Pla d'espais d'interès natural de Catalunya) recoge el conjunto de figuras según diferentes niveles de protección. Los espacios naturales de protección especial (mayor protección) son: Parques Nacionales, Parques Naturales, Parajes Naturales de Interés Nacional y Reservas Naturales. La superficie total protegida en Cataluña es de 960.101 ha y asciende al 30% de la superficie del país incluyendo 165 espacios. La frecuentación a dichos espacios también presenta grandes oscilaciones situándose el *Parc Natural del Delta de l'Ebre* en una situación intermedia de alrededor 150 mil asistentes anuales<sup>7</sup>.

La valoración de los espacios naturales tiene sus primeros trabajos en los años 60 y en España es todavía un fenómeno relativamente reciente, Azqueta (1999) recoge una relación de los primeros trabajos realizados. El rico patrimonio natural del que dispone España hace que todavía resten muchos espacios por tener una primera valoración. El único Parque Nacional catalán el de d'Aiguestortes i Estany de Sant Maurici fue objeto

---

<sup>7</sup> Los mecanismos de recogida de información son muy diversos en cada espacio y las características de los espacios, abiertos y con múltiples entradas y salidas ponen en entredicho los datos obtenidos.

de estimación de su valor recreativo en lo que constituyó el núcleo de una tesis doctoral (Farré, M. (1998))

La figura del Parque Natural en Cataluña cumplió el 2008 el 25 aniversario de su creación. Tres son los parques que lo celebraron, entre ellos el *Parc Natural del Delta de l'Ebre* (a partir de ahora PNDE), con motivo de esta fecha tan señalada y con los datos existentes se procede a realizar una estimación del valor económico del uso recreativo del PNDE.

El trabajo realiza esta valoración de un Parque Natural de Catalunya el PNDE por el método del Coste de Viaje y supone la primera valoración a un espacio de las Terres de l'Ebre. Los datos existentes del número de visitantes<sup>8</sup> justifican la valoración económica del uso recreativo del PNDE como recurso turístico del territorio Terres de l'Ebre.

El objeto de estudio no es ajeno a las consideraciones en términos de políticas de gestión del espacio natural que se pueden extraer con los datos obtenidos para la valoración del espacio. La información obtenida debe ser tomada como fundamento para las decisiones políticas que afectan al medio ambiente en el marco de un análisis coste beneficio.

### **3.2. Valores de los espacios naturales.**

Un espacio natural tiene un conjunto de valores no excluyentes entre si y que adicionados determinan su valor económico total. Se procederá a distinguir el conjunto de componentes que determinan el valor económico total siguiendo la clasificación recogida en Pearce y Turner (1995).<sup>9</sup>

Una primera clasificación distingue entre los valores de uso (VU), que vienen determinados por el consumo o la producción de bienes empleados por el hombre, y los

---

<sup>8</sup> También otros indicadores como la valoración del recurso en el Pla Estratègic de Turisme de les Terres de l'Ebre.

<sup>9</sup> Se ejemplificarán los diferentes valores al espacio natural objeto de análisis.

valores de no uso (VNU) o valores pasivos asociados a la pérdida de una componente del espacio<sup>10</sup>.

Entre los valores de uso se pueden distinguir tres tipos:

- Valor de uso directo (VUD): Incluye dos componentes. Primero el valor de los recursos (bienes y servicios) que se comercializan en el mercado y por tanto tienen como asignación de su valor el precio de mercado. En el PNDE se pueden destacar la producción del arroz o el Birdwatching (observación de aves). Segundo, el valor asociado a los usos recreativos del parque sin que esto suponga ningún consumo directo de productos. Las personas que visitan el espacio le asignan un valor por su disfrute. La variable determinante de dicho valor serán los visitantes al espacio y el valor asignado vendrá cuantificado por el excedente del consumidor. En el caso del PNDE se tendrán los visitantes al espacio natural como indicador para determinar el valor.
- Valor de uso indirecto (VUI): este valor se asocia a las funciones reguladoras de los ecosistemas y que se pueden considerar un requisito para mantener y proteger la actividad económica de los bienes y servicios finales. Este valor no forma parte del mercado pero está íntimamente ligado a las actividades de producción y consumo. Así en el caso del ecosistema del PNDE favorece por su existencia la aportación de nutrientes para los cultivos que se desarrollan en el interior del espacio.
- Valor de opción (VO): Se refiere al bienestar que experimentan las personas por el hecho de conservar la oportunidad de utilizar los bienes y servicios del espacio natural en el futuro. Incorpora una componente de incertidumbre en la medida del valor del espacio. Fue propuesto por Weisbrod en 1964 como la cantidad de dinero que estaría dispuesto a dar un potencial consumidor para poder disfrutar del espacio en el futuro. El valor de cuasi-opción fue incorporado por Arrow y Fisher en 1974 cuando un proyecto de desarrollo

---

<sup>10</sup> La separación entre unos y otros presenta puntos de intersección como son los usos indirectos o los valores de opción que pueden considerarse como valores de no uso o a la inversa el valor de existencia (en algún caso) puede ser considerado un uso indirecto.

presenta un carácter irreversible y por tanto no se podría disfrutar del bien en el futuro por la pérdida de alguna característica del mismo. En este sentido la aplicación del Plan Hidrológico Nacional hubiese podido suponer la pérdida de dicho valor de cuasi opción por los daños irreparables que causaría al ecosistema del delta. Mitchell y Carlson (1989) cuestionan que este valor sea un valor adicional sino únicamente un factor de corrección de la incertidumbre.

Y entre los valores de no uso (VNU) también se pueden distinguir tres tipos:

- Valor de legado (VL): es el valor asociado a traspasar los beneficios del recurso a las generaciones futuras.
- Valor de existencia (VE): Es el valor atribuido a un espacio natural simplemente por el hecho que existe (Krutilla 1967) aunque no se piense hacer un uso ni directo ni indirecto. Este valor queda claramente reflejado cuando se trata de la preservación de espacios singulares, de especies animales o vegetales únicas. Todas estas características se encuentran en el espacio PNDE y serán brevemente descritas posteriormente, en muchos casos son las generadoras del valor de uso del mismo. Con el desarrollo de los medios audiovisuales aunque no se piense o no se pueda visitar un determinado espacio se puede obtener un placer de su existencia por la visión de las imágenes del mismo. En este sentido también se han realizado documentales del PNDE que añadirían este valor al espacio, una de las fuentes de ingreso del parque es la cesión del espacio para el rodaje de videos publicitarios.
- Valor de altruismo (VA): el valor que asignan determinadas personas por saber que otras disfrutaran del bien aunque ellas no lo hagan.

Con el objeto de medir el Valor Económico Total (VET) se deberían sumar todas las componentes

$$VET = VU + VNU = VUD + VUI + VO + VL + VE + VA \quad 3.1$$

La medida de cada uno de estos valores no presenta el mismo grado de dificultad. Si se conoce el mercado donde se intercambia el bien o servicio como es el caso de una parte de los valores de uso directo, el precio es el mejor indicador del valor. En el caso que nos ocupa la existencia de un mercado es una excepción y por tanto se deberán utilizar técnicas para medir las diferentes componentes del valor total. En todo caso serán más sencillos de evaluar los valores de uso. En particular, se han diseñado un conjunto de técnicas en orden a estimar los valores de los bienes no mercado. Se procede a clasificar dichos métodos y a exponer sus características y utilidades fundamentales.

### **3.3. Métodos de valoración.**

La tipología de valores que presentan los espacios naturales y la dificultad de medirlos han propiciado en las últimas décadas el diseño por parte de los economistas de un conjunto de técnicas par estimar dichos valores. De todos ellos en el objeto de estudio la preocupación recae fundamentalmente en la estimación del valor recreativo de un espacio natural.

La clasificación más habitual de los métodos de valoración es la que distingue entre los denominados métodos de preferencias declaradas o métodos directos y los denominados de preferencias reveladas o métodos de valoración indirecta.

Los métodos de preferencias declaradas consisten en construir o simular un mercado del bien que no lo tiene. Ente estos podemos destacar el método de valoración contingente (destacan los trabajos de Mitchell y Carson (1989), Batteman y Willis (2002)) u otros métodos más recientes como los modelos de elección o el de análisis conjunta.

En el caso de los métodos de preferencias reveladas se estima el valor del bien, no por la creación de un mercado, sino por su comportamiento en otro mercado que esta relacionado con el bien en cuestión. Dos son las técnicas más empleadas, por un lado la de los Precios hedónicos (primeros trabajos de Rosen (1974)), y la del coste de viaje (primeros trabajos de Hotelling (1947), Clawson -Knetsch (1966)).

Cada método presenta un conjunto de singularidades que lo hacen más o menos apropiado para la determinación de diferentes tipos de valor y la valoración de

determinados bienes. Se destacan a continuación los métodos más empleados para la valoración del uso recreativo de un espacio natural y las diferencias entre el método del coste viaje (que será por disponibilidad de los datos el finalmente empleado) con las metodologías alternativas.

### **3.3.1. Método del coste del viaje.**

El método del coste de viaje (MCV) es sin duda uno de los métodos, juntamente con el de valoración contingente, más empleado para la valoración del uso recreativo de los espacios naturales. Presenta la limitación inherente a su nombre de precisar un desplazamiento para poder realizar la valoración.

A la explicación detallada de su procedimiento se procederá en el posterior apartado, respecto a su clasificación se trata de un método de preferencias reveladas al utilizar un mercado real para estimar el valor del espacio natural. El valor obtenido por el método sólo incluye el valor de uso directo.

### **3.3.2. Método de los precios hedónicos.**

Este método de preferencias reveladas se basa en determinar en qué medida un activo ambiental sin precio en el mercado, influye en el precio de otros bienes que si tienen mercado.

El punto de partida es suponer que los bienes tienen un conjunto de características, (atributos en la denominación de Lancaster) que no se pueden comprar ni vender en el mercado por separado, el precio puede ser considerado como la suma de los precios que se paga por cada una de las características. Así se podrá expresar el precio como:

$$P = f(\bar{X}, Z) = f(x_1, x_2, \dots, x_i, z)$$

3.2

En donde P es el precio del bien, el vector X es el conjunto de características del bien y Z es la variable ambiental a estudiar. La determinación de la variable representativa del medio ambiente será el primer paso del estudio como indica Freeman (1993).



El precio implícito de cada variable vendrá dado por la derivada parcial del precio respecto a la variable en cuestión. Para calcular el debido a la variable ambiental se obtendrá:

$$\frac{\partial P}{\partial Z} = \frac{\partial U / \partial Z}{\partial U / \partial y}$$

3.3

Donde “y” es la variable compuesta de los otros bienes.

Así si se tienen dos bienes de las mismas características X y que difieren en la variable Z, se podría determinar qué parte del precio del bien se debe a la variable hedónica (de ahí su nombre) la que no tiene mercado. Calculando la derivada parcial respecto a la variable z se tendría el valor marginal de una unidad más del activo ambiental y se podría obtener una estimación del valor del bien.

Los problemas de esta metodología pueden ser debidos a las limitaciones de las variables disponibles, la presencia de multicolinealidad entre las mismas y especialmente su limitado campo de aplicación. Los trabajos más destacados han tratado el mercado de la vivienda o el mercado laboral, por el contrario presenta problemas para su aplicación a los usos recreativos de un espacio natural sin mercado como apunta Bockstael y otros (1991). En algunas aplicaciones no presenta resultados muy satisfactorios como en González (2000) o en una aplicación a múltiples espacios según el método del coste de viaje hedónico en Riera, A. (2000<sup>b</sup>).

Por el propio procedimiento ya se observa que de total de valores comentados, por este método sólo se recoge el valor de uso directo del servicio.

### **3.3.3- Método de valoración contingente**

El método de valoración contingente (MVC) pretende valorar el bien estudiado a partir de una pregunta directa sobre el precio que se asignaría a dicho bien o característica. Existen dos modalidades fundamentales del método que son.

- la disposición a pagar, cuanto se pagaría por disponer de dicho bien (DAP)
- la compensación exigida o el derecho a cobrar (DAC) que representa la compensación que uno aceptaría para no disponer del bien.

Como puede observarse ambas valoraciones son diferentes. El fundamento del valor reside en la teoría de la utilidad del consumidor así sí se representan ambas situaciones<sup>11</sup> resulta:

$$DAC = \int_0^1 \frac{\partial C(P, z, U^0)}{\partial z} dz \quad 3.4$$

$$DAP = \int_0^1 \frac{\partial C(P, z, U^1)}{\partial z} dz \quad 3.5$$

Donde  $z$  representa el bien natural siendo 0 es su valor inicial y 1 el valor final si se modifican su características,  $P$  el resto de precios de los bienes de mercado que no se modifican y  $U$  el nivel de utilidad,  $U^0$  el asociado al valor  $z^0$  del bien ambiental y  $U^1$  a  $z^1$ . Como se puede ver ambas integraciones representan situaciones con igual utilidad y por tanto dichos excedentes se encuentran en las curvas de demanda compensada o hicksianas.

La diferencia entre los valores de los excedentes calculados por las variaciones compensadas y las curvas de demanda ordinarias son (Bockstael y otros (1991)):

- La variación compensada

$$VC = \frac{1}{\beta_2} \ln \left( 1 + \frac{\lambda \beta_2}{\beta_1} \right) \quad 3.6$$

- La variación equivalente

$$VE = -\frac{1}{\beta_2} \ln \left( 1 - \frac{\lambda \beta_2}{\beta_1} \right) \quad 3.7$$

---

<sup>11</sup> Siguiendo la formulación propuesta en Mendes y Proença (2005)

Donde  $\beta_1$  es el parámetro que acompaña al coste del viaje y  $\beta_2$  el parámetro que acompaña al ingreso de la misma función. Una consideración al cálculo es si la variación de la cantidad debido a las variaciones de la renta no es elevada los valores serán muy similares<sup>12</sup>.

La versatilidad del método para medir diferentes tipos de valores es una de las grandes ventajas de la técnica al recoger los valores de uso, los valores de no uso, los valores de opción y que permite incluso medir valores futuros de bienes no existentes.

Al comparar los resultados obtenidos por el MCV y el MVC la medida obtenida por la valoración contingente debería ser superior al adicionar a los valores de uso medidos por el método del coste de viaje los valores de no uso en concreto el valor de opción de un uso futuro. Sin embargo la práctica demuestra que los valores obtenidos por la técnica de MVC son menores que los obtenidos por el método del coste de viaje. Hay múltiples estudios que recogen valoraciones por ambas metodologías y contrastan esta afirmación. Podemos destacar el meta-análisis de Carson y otros. (1996) donde se recogen comparaciones de 83 estudios, a nivel español García Lafuente y Colina (2004) recogen los estudios nacionales donde se compararan ambas metodologías llegando a la misma conclusión en la ordenación de valores con un mayor valor del espacio por el método del Coste de viaje<sup>13</sup>. El debate sobre esta ordenación continua abierto Rolfe y Dyack (2010) realizan una actualización de los estudios donde aparece alguna excepción a dicha ordenación, al generar mayor valor el MVC. La argumentación utilizada para justificar esta ordenación radica en las diferencias y deficiencias metodológicas de ambas técnicas. Por un lado las del coste de viaje en la construcción de su termino de coste, el tratamiento dado a los múltiples espacios y a los múltiples propósitos (se analizaran detalladamente en el próximo apartado) que modifican sustancialmente el valor estimado en contraposición a los recogidos en el MVC al ser preguntados por un espacio concreto.

El MVC tampoco está exento de dificultades metodológicas, como son las debidas a la creación del mercado ficticio y las del diseño de la encuesta que suponen un conjunto de

---

<sup>12</sup> tal y como contrastan en un ejemplo Chakraborty y Keith (2000) para los ciclistas de la montaña en Utah.

<sup>13</sup> La relación de valores es de un 2,64 en el metaanálisis citado.

comportamientos estratégicos que condicionan el valor obtenido para la estimación. Una revisión de dichos comportamientos se encuentra en Hanley y Spash (1998).

De los métodos aquí presentados, la disponibilidad de los datos condiciona la elección del método de valoración. El método de los precios hedónicos ya se han comentado sus limitaciones a la aplicación para la valoración de los espacios naturales y el método de valoración contingente requiere del diseño de una encuesta que no se ha realizado para este apartado de la tesis. Se dispone de dos bases de datos de los visitantes al PNDE en los que se detalla su lugar de procedencia, así se estimará su valor por el método del coste de viaje. En el próximo apartado se detallan los aspectos metodológicos y las modalidades de dicha técnica.

### **3.4. El método del coste de viaje para valorar bienes medioambientales /naturales**

El método el coste de viaje requiere de forma imprescindible que se produzca un desplazamiento al lugar a visitar, peculiaridad que ha restringido históricamente su uso a espacios que requieren un viaje para acceder a ellos. Clawson -Knetsch fueron los primeros en aplicar formalmente el método en 1966 para valorar el uso recreativo de un espacio natural. En el ámbito nacional, Del Saz (1997) reproduce una síntesis de trabajos realizados. En el ámbito internacional Stoeckl y otros (2006) constituyen un survey interesante. Últimamente, se recogen, por ejemplo, trabajos que indagan en el cambio del valor debido a variaciones en los atributos de calidad o cantidad del espacio (Riera 2004) lo cual apunta hacia una mezcla entre método coste de viaje y de precios hedónicos, e incluso, se aborda la posible existencia de un sesgo estratégico en este método (Farreras 2008).

#### **3.4.1. Fundamentos microeconómicos**

El método del Coste del viaje se fundamenta económicamente en el principio de complementariedad débil (Mäler 1974). Se supone que existe complementariedad débil entre el espacio natural que se pretende valorar y los gastos que realiza el visitante para

poder disfrutar del uso recreativo del espacio. La función de demanda del bien X que tiene un precio de mercado se puede formular como:

$$X^d = f(P_x, P, Z, Y) \quad 3.8$$

Donde  $P_x$  es el precio de mercado del bien X,  $P$  el vector de precios del resto de los bienes,  $Z$  la cantidad del bien ambiental e  $Y$  la renta del individuo.

Al no conocer exactamente la relación entre el gasto efectuado en el bien X y la cantidad del bien ambiental  $Z$  se requieren las condiciones adicionales de complementariedad débil. Así se afirma que un bien ambiental tiene una complementariedad débil con un bien privado si su utilidad marginal toma un valor cero cuando deja de consumirse el bien privado. Se puede descomponer esta propiedad en dos condiciones:

- 1) Existe un precio de exclusión del bien X.  $P^*$  tal que:

$$X^d = f(P_x^*, P, Z, Y) = 0 \quad 3.9$$

- 2) Dada la función de gasto correspondiente a este precio de exclusión

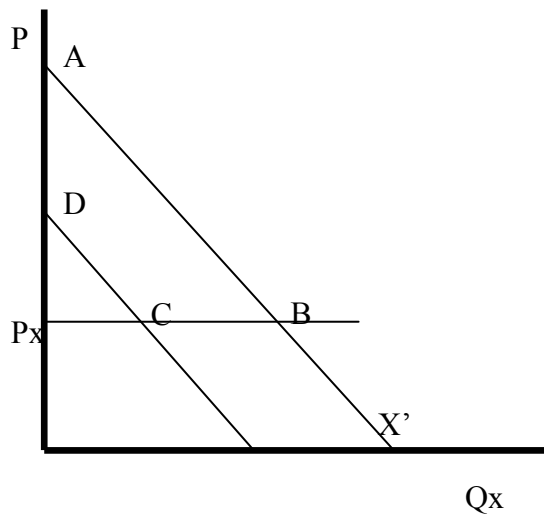
$$E = g(P_x, P, Z, U^o) = 0 \quad 3.10$$

Se verificara que  $\frac{\partial E}{\partial Z} = 0$ , cuando la cantidad del bien privado es 0 los cambios en la dotación el bien ambiental no producen cambios en la función de utilidad del individuo.

Las condiciones de la complementariedad débil permiten estimar el precio implícito del bien ambiental sin calcular las funciones de utilidad y gasto subyacentes.

Se representa la función de demanda del bien privado X como una función de su precio y la cantidad del bien ambiental Z. Al tratarse de bienes complementarios si aumenta la cantidad de Z la demanda del bien X se desplazará hacia la derecha, el beneficio del consumidor debido a esta mejora podrá estimarse por la variación del excedente del consumidor (área ABCD del gráfico3.2).

**Gráfico 3.2: Función de demanda y coste del desplazamiento por zonas**



*Fuente: Elaboración propia*

El método del coste de viaje construye una función de demanda del bien privado y a continuación se calcula el excedente del consumidor (visitante) al espacio natural obtenido por su visita, este excedente sirve de estimación al valor del uso recreativo del espacio.

Existen dos metodologías para obtener el valor según el método del coste de viaje, la variante zonal y la individual.

### **3.4.2 El Método Zonal**

En esta versión del método, la función de demanda que se estima recoge la relación existente entre el precio (coste del viaje) y la cantidad demandada, identificada ésta con el número de visitas para unas zonas previamente definidas.

La idea original del método del Coste del viaje (Hotelling 1947) surgió como respuesta a una petición del servicio de parques de los Estados Unidos para valorar los espacios que gestionaba. Hotelling proponía definir círculos concéntricos a los límites del parque y con incrementos del radio constantes. De esta forma el coste del desplazamiento de cada zona considerada también tenía un incremento constante. Si se supone propensión a visitar el parque igual en todas las zonas según el coste de llegada, se podrá ir

calculando la cantidad demanda (número de vistas) que ira disminuyendo según va aumentando el coste y, por tanto, ir construyendo la función de demanda. Con posterioridad, la limitación de suponer zonas equidistantes se ha simplificado y ha permitido el uso de esta variante en múltiples ocasiones<sup>14</sup> cuando los datos disponibles se encuentran identificados por zonas de procedencia.<sup>15</sup>

Así la variante zonal del método del coste del viaje siempre comporta el tratamiento de datos agregados de los visitantes lo que le ha valido críticas econométricas al tener estimadores más ineficientes y mayor multicolinealidad que la variante individual.

El tratamiento agregado viene determinado por la definición de las zonas de procedencia que agrupa los datos. Una vez definidas las zonas se deben calcular los costes de viaje desde cada una de ellas al espacio natural considerado. El método zonal dadas estas limitaciones esta indicado casi exclusivamente para tratar valoraciones donde consideremos un único espacio de destino.<sup>16</sup>

En la modelización que se utilizará en la aplicación práctica la variable dependiente es el número de visitas al espacio natural desde la zona  $i$  ponderado por la población de la zona  $i$ . Así, si se denomina  $N_i$  a la población de la zona, y  $V_i$  al número de visitas desde esta zona, la variable dependiente será  $V_i / N_i$ , que indica el número de visitas por cápita calculadas en un periodo de tiempo, normalmente un año.

La variable independiente fundamental será siempre el coste del viaje entre la zona  $i$  y el espacio visitado ( $C_i$ ), debiéndose calcular un coste medio para cada zona considerada. Los términos incluidos en el cálculo de dicho coste así como sus hipótesis se comentaran en la aplicación práctica estudiada. Adicionalmente, si se conocen, se pueden incluir en el modelo variables socioeconómicas explicativas de cada zona considerada como el nivel de renta, o la percepción de las características de calidad del espacio estudiado.

---

<sup>14</sup> Trabajos recientes de esta modalidad en el sector turístico son entre otros los de : Chen y otros (2004) para la isla de Xiamen, Chavez –Comparan y Fisher (2001) para las zonas pesqueras de Méjico, Xue y otros (2000) para la reserva de la biosfera de la montaña de Changbai y, Herath y Kennedy (2004) para el parque nacional de la montaña de Buffalo

<sup>15</sup> Podemos encontrar una ejemplificación de las diferencias metodológicas entre las zonas con equidistancia y sin en Riera, Garcia, Kriström y Brännlund ( 2005)

<sup>16</sup> Stoeckl y Mules (2006) aplican esta modalidad a múltiples espacios con el uso de una variable dummy para cada espacio. Fleming y Cook (2008) aplican la modalidad zonal para visitantes multiobjetivo.

La formulación general del modelo resultará la siguiente:

$$\frac{V_i}{N_i} = f(C_i, g_i, e_i) \quad 3.11$$

donde  $g_i$  representa las variables socioeconómicas y  $e_i$  es el término de error aleatorio.

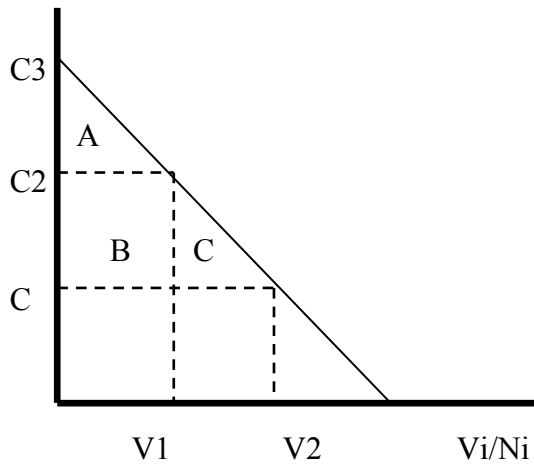
Con objeto de simplificar al máximo la exposición teórica del modelo se suponen tres zonas de origen de los visitantes al espacio natural. El parque recibe visitantes únicamente de las Zonas 1 y 2, la zona 1 será la más próxima al espacio y la zona 2 estará más alejada que la 1. Se considera, por su gran distancia, que la zona 3 ya no genera visitantes al espacio. Los costes de viaje serán  $C_1$  y  $C_2$  para las dos primeras zonas y se asigna un coste  $C_3$  a la tercera zona. Este valor  $C_3$  determina que no habrá ningún visitante dispuesto a pagar  $C_3$  por visitar el espacio, Este límite supone que la estimación realizada de la función de demanda es menor a la real, ya que siempre habrá visitantes al espacio de zonas más alejadas de las consideradas.

En el gráfico 3 se representa en el eje de abscisas la variable  $V_i / N_i$ , que en el modelo teórico analizado tendrá dos valores para las zonas 1 y 2. Si la preferencia por el lugar es homogénea para cada zona, es de esperar una mayor proporción de visitas por habitante en la zona 1, la más cercana y una proporción menor en la zona 2, la más alejada. El corte con el eje de ordenadas se producirá en el coste  $C_3$  de la zona 3, para el que ya no se suponen visitantes. De esta forma, la función de demanda cumplirá la ley de la demanda y tendrá, por tanto, pendiente decreciente (elasticidad-precio negativa).

La valoración del bien se identificará con el excedente del consumidor. El excedente de un consumidor de la zona 1 se obtendrá calculando el área entre la función de demanda y su coste  $C_1$ , que en el gráfico 3 coincide con la suma de las áreas A +B+C. Siguiendo el mismo procedimiento para el consumidor de la zona 2 su excedente se obtendrá por la diferencia entre lo que estaría dispuesto a pagar por acceder al parque y su coste real  $C_2$ , que en nuestro gráfico 3 viene representado por el área A.



**Gráfico 3.3: Cálculo Excedentes Agregados del Consumidor**



*Fuente: Elaboración propia*

Por tanto se puede proceder de forma iterativa iniciando el cálculo en la zona más alejada que genera visitantes e ir añadiendo nuevas áreas al valor del excedente para cada zona más próxima debido al menor coste del viaje para llegar al destino. En el caso expuesto para obtener el excedente de un consumidor de la zona 1 se sumarían las áreas B y C al excedente de la zona 2 que era A. Como queda claro, el proceso puede ampliarse a un mayor número de zonas.

Para obtener el excedente del conjunto de una zona se deberá multiplicar el valor obtenido de un individuo por la población de la zona. El excedente total, obtenido por la suma de los excedentes de las zonas consideradas, será finalmente la estimación del valor de uso recreativo del espacio natural. Así, la valoración del espacio no es el coste del viaje sino justamente el excedente del conjunto de visitantes una vez descontados los costes de los viajes.

Se dispone, pues, de un conjunto de puntos de la función de demanda con objeto de calcular las áreas se puede proceder a una estimación de la forma de dicha función, una buena aproximación acostumbra a ser la aproximación lineal. Una modelización de

ajuste por forma lineal o semilogarítmica se comentará en el apartado de la modalidad individual siendo válidos los resultados allí obtenidos para el cálculo del excedente.

### 3.4.3. Método individual

En esta versión del método no se requiere la construcción de una función de viajes para realizar la estimación de la función de la demanda, sino que esta se obtiene a partir de la relación entre el número de visitas que realiza un individuo al espacio natural en un periodo de tiempo y los costes que tiene para acceder. Esta modalidad fue desarrollada posteriormente a la variante zonal y presenta mayores dificultades de análisis y una recopilación de datos mas detallada<sup>17</sup>, actualmente es la más empleada al ofrecer más y mejores resultados.<sup>18</sup>

La teoría de la elección del consumidor se fundamenta en la maximización de la función de utilidad de los individuos. Se supone para el individuo el consumo de una cesta de bienes, en ella se diferencian el resto de los bienes del número de visitas que el individuo realiza al espacio natural. Se podrá definir de esta manera el problema típico de optimización del consumo como:

$$\begin{aligned} &MaxU(V,X) \\ &SSa : Y = cV + pX \\ &Y = Y_0 + wt_w \\ &T = t_w + Vt_v \end{aligned} \tag{3.12}$$

Donde U es la función de utilidad, dependiente de V el número de viajes y X el resto de bienes con un precio dado p. La renta Y tiene un componente exógeno (Yo) y la renta salarial fruto de la tasa salarial w y el tiempo dedicado al trabajo t<sub>w</sub>. El tiempo (T) se compone del dedicado a trabajar y el destinado a las visitas. Este último se obtiene multiplicando el número de visitas V por el tiempo de cada una de ellas t<sub>v</sub>. Se adjunta la restricción presupuestaria donde la renta se destina de nuevo a dos usos

---

<sup>17</sup> Estas restricciones hacen que continuen presentándose trabajos con la modalidad zonal cuando no se dispone de los datos individuales.

<sup>18</sup> Sin ánimos de ser exhaustivos aplicaciones recientes al sector turístico en los trabajos de: Moran y otros (2006) para los ciclistas de montaña en Escocia, Wang y otros (2009) para el parque de Xinghai,, Bhat (2003) para la reserva marina Keys de Florida, Shresta y otros (2002) para el pantanal brasileño, y Loomis y Keshe (2009) para las montañas del Colorado..

alternativos, el primero el consumo del resto de los bienes indicados y el segundo el gasto asignado a las visitas (donde el coeficiente  $c$  representa el coste de cada visita). El método se realiza en dos fases, en una primera se estima una función de demanda del número de viajes a un espacio o un conjunto de espacios:

$$V = f(Y^*, C^*) \quad 3.13$$

Donde  $Y^*$  es la renta máxima i  $C^*$  el coste máximo:

$$C^* = \omega t_v + c \quad 3.14$$

$$Y^* = Y_0 + \omega T \quad 3.15$$

La especificación de la función de demanda permite incluir un conjunto de términos que recogen las características socioeconómicas del individuo, a modo de variables de control. De esta manera se podrá pues escribir la función de demanda genérica de la siguiente forma:

$$V = f(Y^*, C^*, g_i) \quad 3.16$$

Donde  $g_i$  es el vector que recoge las características del individuo. Los resultados de la regresión mostrarán la función de demanda del visitante medio.

En una segunda fase se procede a calcular a partir de la función de demanda, el excedente del consumidor, asociado al espacio o la modificación de las características de éste. Para calcular el excedente marshalliano se procede a la integración de la función de demanda ordinaria.

$$EC = \int_{c^*}^{c^o} f(Y^*, C^*, g_i) dc \quad 3.17$$

El intervalo de integración va entre el valor del coste de viaje y el de exclusión, esto es aquel que hace que la demanda de vistas sea nula.

Con objeto de conseguir alguno de los objetivos anteriores, es decir, la estimación de la función de demanda, el valor del uso recreativo de un espacio, o la modificación del

valor por alguna variación es necesario establecer algunos supuestos a la función de utilidad y a la distribución estadística de la variable dependiente. Las primeras modelizaciones suponían una distribución normal de la variable número de visitas y estimaciones por el método de mínimos cuadrados generalizados. Las características de la variable número de visitas, discreta (solo tiene valores enteros) truncada, concentrada en la mayor parte de los casos en el menor valor de las serie (1 si sólo se contempla la participación y 0 si se contempla la no participación) y con un valor máximo en lugar del intervalo - infinito a + infinito desaconsejan la metodología tradicional y han supuesto la aplicación de los modelos de datos de recuento (Count Data Models) para la estimación de los parámetros de nuestra regresión múltiple por el método de máxima verosimilitud. Una aproximación econométrica a dichas distribuciones la encontramos en Cameron y Trivedi (1986).

La regresión de Poisson constituye la más básica y supone que la probabilidad de que un individuo realice  $n$  viajes en un periodo de tiempo viene dada por:

$$\Pr(n) = \frac{e^{-\lambda} \lambda^n}{n!} \quad 3.18$$

Donde el parámetro  $\lambda$  : es el valor esperado del número de viajes para un período, y para la distribución de Poisson este mismo valor es el de la varianza de la distribución.<sup>19</sup>

Es bastante común que los datos presenten un exceso de dispersión con respecto a la hipótesis impuesta en la distribución de Poisson. Para corregir la diferencia entre la media y la varianza se ha procedido en la literatura a ajustar el modelo mediante una distribución binomial negativa, en el que la distribución es en su forma más general (Greene (2008)):

$$\Pr(n) = \frac{\Gamma(\theta \lambda_i^{2-P} + n) s_i^{\theta \lambda_i^{2-P}} (1 - s_i)^n}{\Gamma(n + 1) \Gamma(\theta \lambda_i^{2-P})} \quad 3.19$$

---

<sup>19</sup> Los fenómenos Poissonianos se consideran independientes y estables. Es decir todos los individuos tienen la misma distribución de probabilidades de realizar el mismo número de viajes. Esta condición no se dará si existen clusters de visitantes que presentan diferentes comportamientos. Estos supuestos se relajan en el caso binomial.

con:

$$n=0,1,2,\dots$$
$$s_i = \frac{\lambda_i}{\lambda_i + \theta \lambda_i^{2-P}}$$

Las dos formas más empleadas son  $P=1$  se trata de la especificación BNI y  $P=2$  de la BNII. Donde la media continúa siendo  $\lambda$ : y la varianza presentará el valor

$$Var(n) = \lambda + \alpha \lambda^i \tag{3.20}$$

Al suponer  $\lambda > 0$  la varianza excede de la media, con exponente 1 en la BNI para el factor que recoge la sobre dispersión y 2 para la BNII. En la comparación reciente de ambas modelizaciones en Greene (2008) se exponen test para la determinación de la elección entre una y otra sin llegar a resultados concluyentes.

Otros dos problemas que han motivado modelizaciones alternativas son el truncamiento y la endogeneización de la distribución. El truncamiento al presentar la variable un número finito de valores a partir del uno y la endogeneización de la muestra, al ser más probable la encuesta a los visitantes con mayor frecuentación de visita. Se pueden consultar soluciones econométricas a dichas singularidades en Haab y Mc Connell (2003).

Las aplicaciones originarias de los Count Data Models se encuentran en el mundo de la salud (número de vistas al médico), empresa (número de patentes) y organización industrial (número de empresas en el mercado). Las características de la variable dependiente del análisis (el número de visitas al espacio) es justificada en una primera fundamentación teórica a dos modelizaciones del método del coste de viaje por Hellerstein y Mendelson (1993).

La utilización de las diferentes distribuciones y modelizaciones en el ámbito turístico se encuentran reflejadas en la literatura. La tabla 3.1. muestra la aplicación a distintos ejemplos de los modelos citados.

**Tabla 3.1: Distribuciones estadísticas utilizadas en la estimación del uso recreativo por el MCV**

Artículo	MCO	P	TP	BNI	BNI	TBNI	TBNII
<b>Chakraborty y Keith (2000)</b>		x	x	x		x	
<b>Fix y otros (2000)</b>		x					
<b>Gonzalez (2000)</b>		x					
<b>Loomis y otros (2000)</b>					x		
<b>Chavez-Comparan y Ficher (2001)</b>	x						
<b>Bhat (2002)</b>		x					
<b>Shresta y otros (2002)</b>	x		x			x	
<b>Whitten y Bennett (2002)</b>	x						
<b>Farré, M. (2003)</b>		x					
<b>García de la Fuente y Colina (2004)</b>			x				
<b>Moran y otros (2006)</b>		x	x	x		x	
<b>Mayor y otros (2007)</b>		x		x			
<b>Shrestha y otros (2007)</b>		x		x			
<b>Loomis y Keske (2009)</b>		x					
<b>Wang y otros (2009)</b>	x		x			x	
<b>Rolfe y Dyack (2010)</b>						x	

Fuente: Elaboración propia

Se observa que continúan utilizándose el conjunto de modelizaciones previamente citadas y con gran profusión la distribución de Poisson a pesar de sus limitaciones.

El procedimiento consiste una vez elegida la función de distribución, proceder a una regresión según una de las especificaciones. Una segunda fase, una vez obtenidos los parámetros de la regresión es construir una función de demanda entre el precio de acceder (coste del viaje) y el número de viajes. La tercera etapa consiste en encontrar el excedente del consumidor por la integración de la función de la demanda.

Haciendo uso de este proceso y con las dos especificaciones del modelo de la regresión más utilizadas se obtiene el valor del excedente<sup>20</sup>.

1.- Modelo lineal: Es el modelo más sencillo relaciona de forma lineal el número de viajes con el coste y el resto de características

$$\lambda = \alpha_0 + \alpha_1 C + \alpha_2 Y + \sum_i \beta_i g_i \quad 3.21$$

La estimación del excedente del consumidor, resulta (Haab y MC Connell 2003):

$$EC = \frac{\lambda^2}{2\alpha_1} \quad 3.22$$

Donde  $\lambda$  es la media de desplazamientos y  $\alpha_1$  el coeficiente estimado para el término del coste del viaje.

2.-Semilogarítmico: Es la más empleada en la literatura (al obtener mejores resultados) en esta expresión la relación entre el número de viajes y el resto de variables se expresa como:

$$\ln \lambda = \alpha_0 + \alpha_1 C + \sum_i \beta_i g_i \quad 3.23$$

En este caso el valor esperado del excedente del consumidor resulta (Hellerstein y Mendelshon, 1993)

---

<sup>20</sup> Labandeira (2006) recoge los valores del excedente del consumidor para un conjunto de modelizaciones de la función de demanda .

$$EC = \frac{\lambda}{\alpha_1} \quad 3.24$$

Donde  $\lambda$  es el valor esperado del número de visitas y  $\alpha_1$  el parámetro de la variable coste en el modelo estimado.

#### **3.4.4.- Limitaciones de la metodología**

El método del coste del viaje tiene un conjunto de problemas inherentes a su formulación. Se describirán a continuación los más relevantes a los efectos del análisis práctico posterior.

El primero es que por la propia construcción del método se consideran las personas que visitan el espacio natural, por lo tanto de todas las componentes del valor total sólo recoge el valor de uso directo

Un segundo grupo de problemáticas se refieren a la inclusión de los términos en el coste del viaje. Tal y como recoge Azqueta (1999) hay costes ineludibles y discrecionales, el criterio conservador debe guiar la inclusión de los costes para no sobrevalorar la medida. Respecto a los costes ineludibles son los derivados directamente del desplazamiento: la gasolina, la depreciación y mantenimiento del vehículo, los peajes y la entrada al recinto en su caso. La elección del lugar de origen supone una variable determinante en el cálculo del coste del desplazamiento<sup>21</sup>. Del conjunto de costes ineludibles la formulación más habitual considera exclusivamente el coste de combustible. Respecto a los costes discrecionales los debidos a la manutención o el alojamiento sólo se añaden cuando aportan satisfacción, en muchos casos no se consideran.

Una distinción alternativa de los costes es la recogida en Fix, Loomis y Eichhor (2000) donde distinguen entre los costes exógenos, los mínimos necesarios para el viaje y los costes endógenos que son los que exceden a este mínimo. Se calcula en un ejemplo la

---

<sup>21</sup> En el caso de la modalidad zonal la elección de las zonas resulta arbitraria e imputa igual coste para todos los individuos de la zona (datos agregados).



sobrevaloración del excedente por la consideración exclusiva de los costes exógenos y se concluye en el ejemplo considerado de ciclistas de montaña, que la pérdida de excedente debida a la inclusión de los costes endógenos no resulta significativa.<sup>22</sup>

De entre los términos del total del coste de viaje la valoración del tiempo resulta uno de los aspectos más estudiados. La valoración que debería asignarse sería su coste de oportunidad, si se puede estar trabajando: el valor sería el salario. A la distinción y restricción del total del tiempo entre los periodos de descanso y los periodos de trabajo, parece que los períodos de vacaciones no son sustitutivos perfectos de los períodos de trabajo. Por lo tanto los estudios se decantan empíricamente por asignar una proporción de la renta salarial que se obtendría en el periodo de viaje, el primer trabajo que recoge esta fracción es del de Cesario (1976) que asignaba un 30% de la renta salarial y a partir de el mismo se han imputado diversos valores que oscilan entre el no considerar el coste del tiempo y el total de la renta salarial.

McKean, Johnson y Walsh (1995) analizan si se debe asignar diferentes proporciones de la renta salarial al tiempo asignado al viaje según la duración del mismo o la clase social obteniendo relaciones oscilantes en el modelo empleado.

Normalmente tampoco se considera el tiempo de la visita al espacio al considerarse más un beneficio que un coste. Douglas y Jonson (2004) sin embargo constatan, que si la calidad ambiental del lugar aumenta también lo hará el tiempo de estancia en el lugar y disminuirá el de estancia al resto de los lugares.

El debate sobre la forma de incluir este término continua abierto como destacan Hynes, Hanley y O'Donoghue (2009) en su reciente artículo donde añaden a las clásicas versiones de no incorporar el coste del tiempo o el incluirlo en función del salario bruto una tercera versión en función de datos procedentes de fuentes secundarias sobre los niveles salariales (más fiables que las respuestas de los encuestados) concluyendo que los tres escenarios dan resultados significativamente diferentes al cálculo del coste del viaje.

---

<sup>22</sup> La diferencia en el excedente puede incrementarse en actividades con gran coste en destino como el ski.

Un tercer apartado de problemas son los metodológicos en el diseño del método. Existen cuatro posibles alternativas según si nuestro método analiza la visita a uno o a varios lugares y si el espacio natural es el único motivo o hay múltiples motivos de la visita. Esta diversidad adiciona el problema de los visitantes multipropósito y los multidesfino. En el caso de los visitantes multidesfino<sup>23</sup> se pueden encontrar modelos de participación donde solo se contabilizan los visitantes a la zona o con modelos donde se contempla el total de los destinos y por tanto puede considerarse la no participación en alguno de los espacios.

El tratamiento de los visitantes multipropósito o multidesfino requiere en primer lugar una clasificación de los mismos. Una opción de valoración es la inclusión en el cálculo del valor de aquellos visitantes con un único objetivo (u objetivo principal) la visita al espacio para su uso recreativo. Así García de la Fuente y Colina (2004) clasifican en 5 tipologías los visitantes al espacio natural y analizan las características de cada uno de los grupos para incluir de forma corregida los costes de los visitantes multipropósito. Loomis, Yourizane y Larson (2000) analizan con una variable dummy la inclusión o exclusión de los visitantes multipropósito y de los visitantes accidentales, el tratamiento muestra el mayor valor del excedente de los viajes de las categorías multipropósito y accidentales que los que tienen como único objetivo la vista del espacio, a partir del modelo de Parson y Wilson se puede asignar la parte del viaje que es debida al espacio considerado, en el mismo trabajo si no se distingue entre los visitantes, la inclusión progresiva partiendo de los de único objetivo, incrementa el excedente del consumidor si bien en rangos que no son significativos de forma estadística. La exclusión de los visitantes multidesfino supone una minusvaloración del espacio la metodología propuesta permite asignar una parte del valor de este tipo de visitantes.

Los resultados parecen indicar que en caso de no disponer de una distinción de la tipología de los visitantes se puede proceder a incluir a la totalidad, se estará desviando el excedente hacia valores superiores pero de forma no significativa estadísticamente.

Al estudiar múltiples espacios con la participación en algunos de ellos, los destinos substitutivos siempre existen si bien pueden ser ignorados si la motivación principal es

---

<sup>23</sup> A pesar de algún intento, la modalidad zonal encuentra restringido su campo de aplicación a los destinos únicos.

el espacio y solo se presenta un modelo de participación. Riera (2000b) ejemplifica un modelo logit multinomial de participación no participación a un conjunto de espacios naturales protegidos de las isla de Mallorca para estimar el valor de cada uno de ellos.

Todos estos problemas son tal y como indica Randall (1994) un problema común intentar valorar de forma objetiva el coste del viaje de un individuo cuando éste es subjetivo y sólo el individuo lo puede valorar. A pesar de todas las limitaciones inherentes al método, éste consigue su objetivo: una estimación del valor del espacio considerado. Las discrepancias entre los resultados obtenidos permiten fijar un rango de valores.

### **3.5. Aplicación práctica del método del coste de viaje al *Parc Natural del Delta de l'Ebre*.**

#### **3.5.1. Descripción del espacio**

El *Parc Natural del Delta de l'Ebre* tiene 8455 hectáreas terrestres y 564 ha marinas, lo que la convierte en la zona húmeda más grande de Cataluña y la segunda de España, después del Parque Nacional de Doñana. El PNDE tiene una distribución geográfica muy singular, al presentar muchas zonas aisladas unas de otras (mapa 3.1) con la presencia de múltiples hábitats y un altura siempre inferior a los 5 metros sobre el nivel del mar.

Otra de las características del Delta del Ebro es la no siempre fácil armonía entre el espacio natural, la población residente y el uso productivo del terreno. En el interior del PNDE viven más de 15.000 personas, que ascienden a 50.000 si se suma la población de los municipios con terrenos en el PNDE. La actividad fundamental del delta continúa siendo la explotación del sector agrícola con el monocultivo del arroz así como la caza y la pesca con la aportación reciente del turismo. Estos dos impactos, el de la acción humana y el de la actividad económica productiva se deben compaginar con el rico patrimonio botánico y zoológico del delta: 600 especies de plantas (22 amenazadas), 22 de mamíferos (4 amenazados), 14 de reptiles (7 amenazados), 7 anfibios (2 amenazados) 53 de peces (9 amenazados) y especialmente 330 de aves (54

amenazadas). Dada esta concentración de aves (más del 60% de las existentes en Europa) el PNDE forma parte del ZEPA (zonas de especial protección para las aves) y del reconocimiento en la lista internacional de zonas húmedas Ramsar.

Mapa 3.1: Parc Natural del delta de l'Ebre

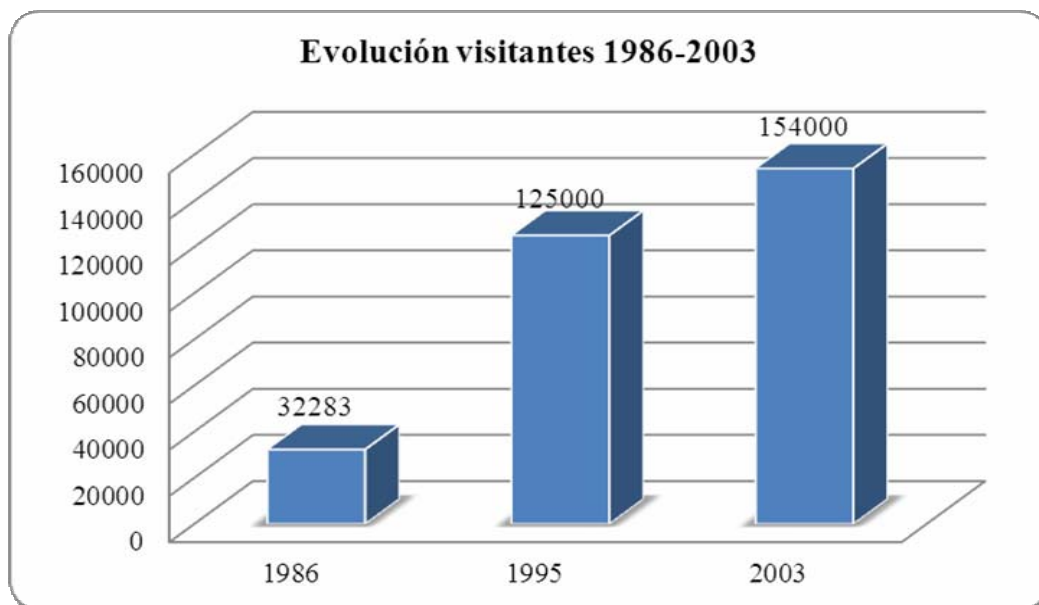


Fuente: PNDE

En los planes especiales de protección del medio ambiente y paisaje de Cataluña por esta complejidad de agentes e intereses que actúan interrelacionados en el parque, la junta rectora del espacio ha diseñado un plan de gestión donde se recogen las líneas de actuación. En ellas se pone de manifiesto una doble vía en las acciones, por un lado las tendientes a la conservación del espacio y por otro las que apuestan por el desarrollo económico de la población de la zona con especial incidencia al uso público del espacio.

Como se ha indicado la gestión del PNDE debe compatibilizar estos usos en un escenario de potenciación, por parte del propio PNDE, de su uso como recurso turístico. La evolución del número de visitantes ha experimentado, como resultado, un crecimiento espectacular en el periodo de existencia del PNDE, especialmente en su fase inicial (gráfico 3.4). Múltiples han sido las acciones discrecionales adoptadas por la gestión del PNDE para consolidar el recurso como un atractivo turístico de primer orden. Se pueden destacar la creación de los espacios de atención al visitante que servirán para la realización del trabajo, así como lugares de especial atracción como la “Casa de Fusta” o el “Ecomuseo”, el diseño de itinerarios en bicicleta potenciando el cicloturismo o los puestos de observación de aves captando otro segmento del mercado turístico el Birdwatching, siendo en este último sector un referente a nivel europeo.

**Gráfico 3.4: Evolución de los visitantes al PNDE**



*Fuente: Elaboración propia según datos del PNDE*

La apuesta decidida del PNDE para potenciar su uso recreativo se ha plasmado en la concesión, en septiembre del 2007, de la Carta Europea de Turismo sostenible, lo que supone un reconocimiento a la calidad de desarrollar turismo de forma sostenible en la zona protegida.

Dada la importancia del parque, pues, como atributo turístico clave del territorio y su desarrollo y con motivo de la celebración en el 2008 de su 25 aniversario como figura protegida, parece oportuno realizar una estimación de su valor de uso recreativo. El conocimiento del valor de uso del PNDE debe servir para comparar con usos alternativos del mismo, para justificar los recursos destinados en la gestión del espacio y como indicador para valorar posibles ampliaciones de la zona protegida en los espacios limítrofes al actual espacio natural. Se procede a continuación a estimar el valor de uso recreativo del PNDE por las dos modalidades más habituales del MCV: la zonal y la individual.

### 3.5.2. Valoración según el método Zonal

#### 3.5.2.1. Datos

Se procede a estimar el valor del PNDE por la variante zonal, para lo cual se utilizan los datos recogidos directamente por el PNDE. Es de destacar la recogida de datos desde principios de los 90 y almacenados de forma informática desde el 2003. El PNDE tiene distribuidos un conjunto de centros de atención al visitante por el Parque en los que realiza la recogida de datos.

**Tabla 3.2: Listado de los Centros de Atención del PNDE**

CENTROS DE ATENCIÓN
Deltebre
Casa de Fusta
Sant Jaume
Amposta
Sant Carles
Ampolla
Camarles

*Fuente: Elaboración propia*

El nivel de desagregación de la procedencia de los visitantes es el de Comunidad Autónoma a nivel español, excepto para la provincia de Tarragona, y a nivel internacional por países. Se analizarán los datos de los años impares del 1999 al 2007, para los que existen un alto grado de homogeneidad en los centros de recogida y sus periodos de apertura.

A continuación se realiza el ejercicio de estimación del valor del parque<sup>24</sup>. En primer lugar, se establecen las zonas de procedencia. En este sentido, el nivel de desagregación de los datos sugiere agrupar a los visitantes en las 7 zonas que se especifican en la tabla 3.3.

**Tabla 3.3: Zonas de procedencia establecidas para el análisis CV zonal**

Zonas origen	Composición de la Zona	Población 2007
Zona 1	Delta	146.424
Zona 2	Tarragona	611.371
Zona 3	Resto de Cataluña/ Valencia/, Aragón	12.634.397
Zona 4	Rioja/ Navarra/ Madrid/ Castilla la Mancha/ Murcia	8.973.837
Zona 5	Castilla León / Cantabria / País Vasco/ Andalucía	8.632.285
Zona 6	Asturias/ Galicia / Francia	67.561.321
Zona 7	Resto del mundo	

*Fuente: Elaboración propia*

La aproximación zonal llevada a cabo implicaría dos tipos de subestimaciones del valor real del PNDE. En primer lugar, dado que se obliga a la zona 7 a reflejar una demanda igual a 0 se produce una subestimación del excedente del consumidor al obligar a la curva de demanda estimada a cruzar el eje de ordenadas en un valor inferior al real<sup>25</sup>; en segundo lugar, una segunda fuente de subestimación del valor viene dada por la propia conformación del PNDE como parque abierto. Así, pueden existir visitantes que no

---

<sup>24</sup> Una síntesis de los resultados obtenidos por la metodología zonal se han publicado en " Farré, X. y Duro, J.A. (2010). Estimación del valor económico del uso recreativo del parque natural del delta del Ebro a través del coste de viaje zonal. *Cuadernos de turismo* nº26 ,111.-128.

<sup>25</sup> El número de visitantes procedentes la zona 7 registrados suponen entre un 10 y un 15 % del número total de visitantes del PNDE.

hayan pasado por ningún centro de atención y que, por tanto, no estén registrados como tales.

Las poblaciones de las zonas de referencia han sido calculadas utilizando los datos de población de las fuentes estadísticas (INE y IDESCAT) para cada una de las anualidades tratadas. En la tabla 3.3 se muestran las poblaciones del año 2007.

### 3.5.2.2. Estructura del término del coste

Tal y como se discutió en el apartado metodológico, la inclusión de diversos elementos de coste en el cálculo del coste de viaje supone la principal ambigüedad del método. En la mayoría de los casos, la construcción de dicha variable incluye tres términos: el coste del desplazamiento, el coste del tiempo y el coste en el destino. Así se construye el coste del viaje total (**CV**) como la adición de los tres sumandos:

$$CV = CD + CT + CA \quad 3.25$$

El desconocimiento real de muchos de los datos (por la limitación de la fuente) lleva a realizar hipótesis conservadoras para el cálculo de las diferentes componentes. Se analizan a continuación cada una de las componentes:

- Coste del desplazamiento (**CD**): Este componente es el característico del método y se incorpora en todos los estudios. Como siempre, la cuantificación presenta algunas matizaciones. Las zonas consideradas justificarían la suposición de que todos los visitantes acceden al PNDE por vía terrestre y por medio de automóvil<sup>26</sup>. Se supone un nivel de ocupación de una persona por vehículo, con lo que se compensa la subestimación de no considerar el desgaste del automóvil ni los peajes soportados en las autopistas de aproximación al PNDE por la mayoría de los visitantes. En concreto, se considera el promedio de Km. de la Zona de origen al PNDE, un viaje de ida y vuelta y un consumo de 8 l/100km. La actualización de los precios la realizamos tomando los datos obtenidos de los *informes anuales de precios del Ministerio de Industria Turismo y Comercio*.

---

<sup>26</sup> Un estudio de la demanda de parque justificaría esta hipótesis (*Informe final Delta de l'Ebre. Els visitants del Parc Natural: Caracterització, tipus i relació amb el medi natural. 2008*)



- Coste del tiempo (CT): la consideración de este término ha supuesto un elemento de debate tal y como ha quedado recogido en el apartado metodológico. El tiempo total podría contener dos rúbricas de interés: el tiempo de viaje y el tiempo de estancia en el espacio natural. No se considera, siguiendo a la literatura, el tiempo de estancia en el PNDE al considerarse en muchos casos más un beneficio que un coste (en nuestro caso, además, se desconoce la duración real de la estancia). Mayor divergencia suscita la modelización concreta del coste del tiempo asociado al viaje. Se toma como coste medio 0,3 veces el salario mínimo interprofesional de cada una de las anualidades estudiadas<sup>27</sup>, una posición conservadora. El tiempo destinado al desplazamiento en horas se obtiene de la división del número de Km. del viaje de ida y vuelta entre 90km/h de velocidad promedio. El calculo resulta :

$$CT = \frac{km \cdot 2 \cdot 0.3 \cdot \omega}{90 \cdot 160} \quad 3.26$$

Su cálculo resulta el factor más controvertido, si bien con las hipótesis realizadas su efecto sobre el coste total resulta muy pequeño.

- Coste en el destino (CA): Aquí se recogen los gastos realizados en consumo restauración y alojamiento en el PNDE y sus proximidades. El nivel de agregación y el desconocimiento nos hace ser nuevamente muy conservadores. Se supondrá, por proximidad, que los visitantes de las zonas 1 y 2 no pernoctan. Para el resto de colectivos se supondrá una única pernoctación y un día de estancia. Se asignan los gastos medios de cada uno de estos conceptos obtenidos por el estudio de la Demanda de les Terres de l'Ebre llevado a cabo por la Diputación de Tarragona en 2006 actualizados según el IPC de cada año

Los resultados obtenidos están, pues, contingentados a los datos e hipótesis utilizadas.

### 3.5.2.3. Resultados obtenidos

A continuación se muestran los resultados obtenidos relativos al excedente del consumidor para los años 1999, 2001, 2003, 2005 y 2007, tanto agregados como los estimados para cada zona de procedencia.

---

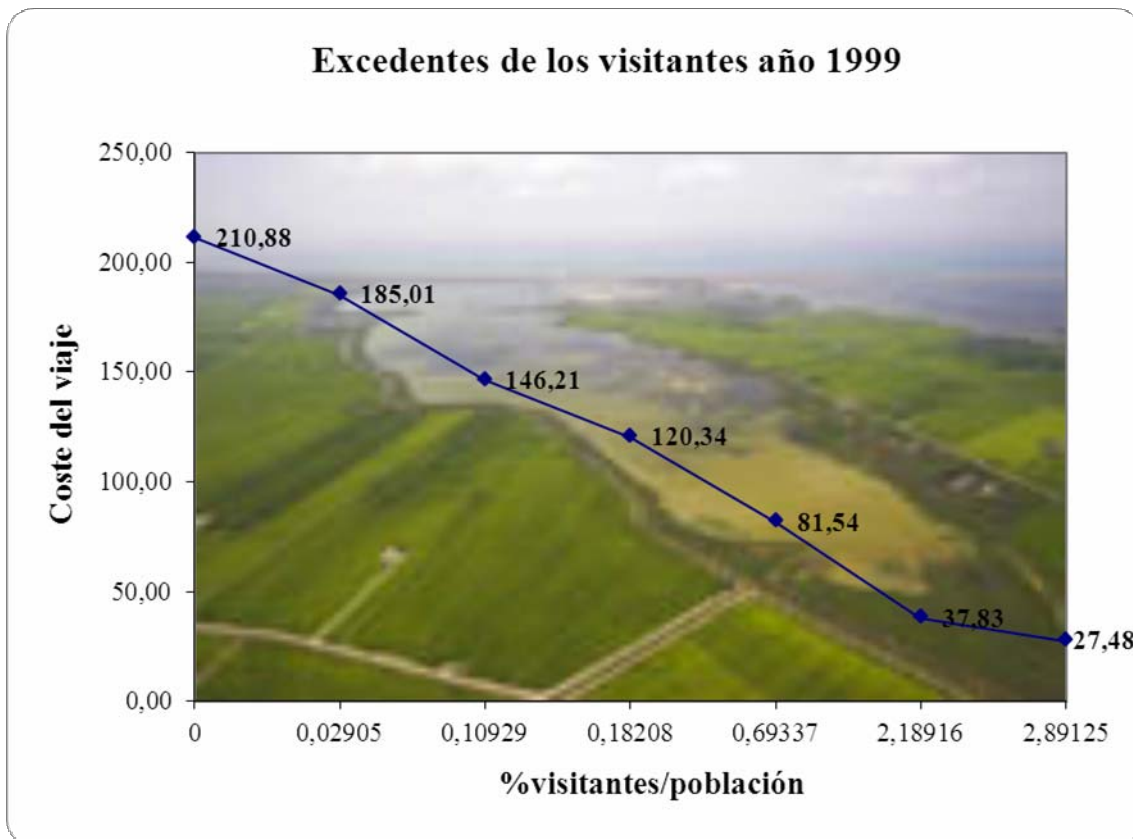
<sup>27</sup> Se desconoce el salario de cada uno de los individuos. Se debería tomar un salario para cada zona al tratar los datos agrupados por zonas.

**Tabla 3.4: Estimación Valor Económico atribuido al PNDE según CV zonal, año 1999**

Zonas de origen	CV	Visitantes	%visitantes/ Población	Excedente zona
Zona 1	27,5	3.512	2,89	128.556
Zona 2	37,8	10.224	2,19	405.441
Zona 3	81,5	75.386	0,69	2.589.157
Zona 4	120,3	13.974	0,18	524.076
Zona 5	146,2	7.984	0,11	223.523
Zona 6	185,0	18.342	0,03	237.248
Zona 7	210,9	0	0	0
<b>Total</b>		<b>129.422</b>		<b>4.108.000</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 3.5: Excedentes de los visitantes año 1999**



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 3.5: Estimación Valor Económico atribuido al PNDE según CV zonal, año 2001**

Zonas de origen	CV	Visitantes	%visitantes/ población	Excedente zona
Zona 1	29,5	3.636	2,92	155.521
Zona 2	41,2	11.593	2,38	487.486
Zona 3	88,8	76.453	0,69	3.032.435
Zona 4	132,9	12.491	0,16	684.893
Zona 5	162,3	10.646	0,14	310.061
Zona 6	206,4	17.528	0,03	257.697
Zona 7	235,8	0	0	0
<b>Total</b>		<b>132.347</b>		<b>4.928.093</b>

Fuente: *Elaboración propia*

**Gráfico 3.6: Excedentes de los visitantes año 2001**



Fuente: *Elaboración propia*

**Tabla 3.6: Estimación Valor Económico atribuido al PNDE según CV zonal, año 2003**

Zonas de origen	CV	Visitantes	%visitantes/ población	Excedente zona
Zona 1	31,4	4.230	3,23	158.993
Zona 2	43,3	12.526	2,39	510.523
Zona 3	93,4	68.232	0,58	2.723.829
Zona 4	138,2	10.137	0,12	625.924
Zona 5	168,1	8.850	0,12	297.239
Zona 6	213,0	22.233	0,03	332.409
Zona 7	242,9	0	0	0
<b>Total</b>		<b>126.208</b>		<b>4.648.917</b>

Fuente: *Elaboración propia*

**Gráfico 3.7: Excedentes de los visitantes año 2003**



Fuente: *Elaboración propia*

**Tabla 3.7: Estimación Valor Económico atribuido al PNDE según CV zonal, año 2005**

Zonas de origen	CV	Visitantes	%visitantes/ población	Excedente zona
Zona 1	33,7	3.592	2,58	192.001
Zona 2	47,8	12.137	2,15	627.790
Zona 3	102,6	83.289	0,68	4.096.008
Zona 4	155,2	15.195	0,17	962.204
Zona 5	190,3	11.290	0,14	426.107
Zona 6	242,9	24.231	0,04	424.757
Zona 7	277,9	0	0	0
<b>Total</b>		<b>149.734</b>		<b>6.728.868</b>

Fuente: *Elaboración propia*

**Gráfico 3.8: Excedentes de los visitantes año 2005**



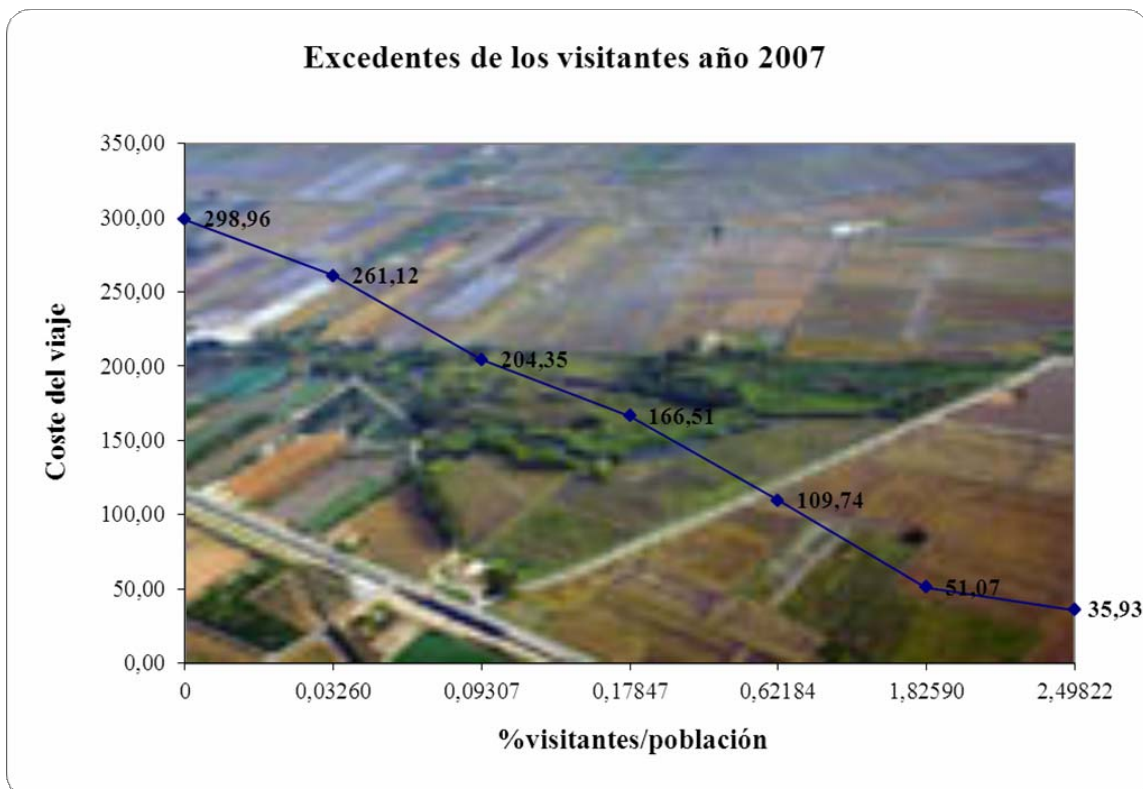
Fuente: *Elaboración propia*

**Tabla 3.8: Estimación Valor Económico atribuido al PNDE según CV zonal, año 2007**

Zonas de origen	CV	Visitantes	%visitantes/ población	Excedente zona
Zona 1	35,9	3.658	2,50	185.070
Zona 2	51,1	11.163	1,83	634.864
Zona 3	109,7	78.566	0,62	4.047.616
Zona 4	166,5	16.016	0,18	836.514
Zona 5	204,4	8.034	0,09	361.148
Zona 6	261,1	22.026	0,03	416.765
Zona 7	299,0	0	0	0
<b>Total</b>		<b>139.463</b>		<b>6.481.977</b>

Fuente: *Elaboración propia*

**Gráfico 3.9: Excedentes de los visitantes año 2007**

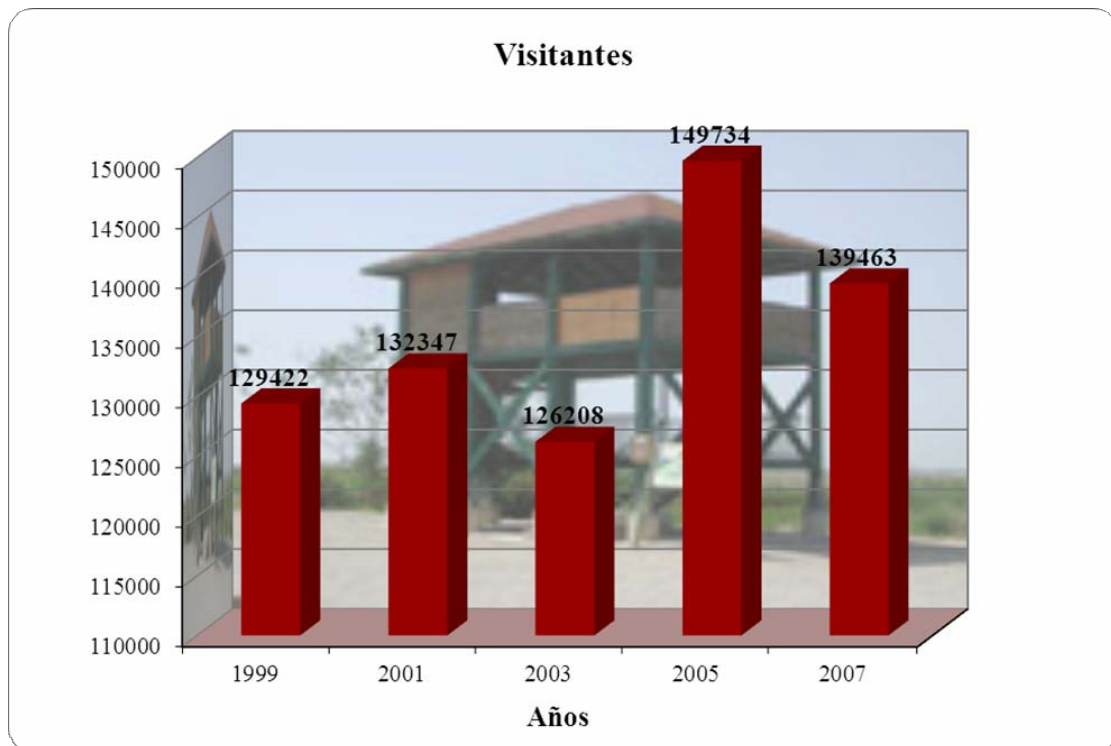


Fuente: *Elaboración propia*

Una aportación del trabajo la supone la serie temporal (cross section) de los datos que permite analizar la evolución de una magnitud como la valoración de un espacio por el método del coste de viaje. Cada anualidad se trata de forma independiente si bien la uniformidad de la información y de los supuestos de valoración permite establecer valoraciones sobre la evolución de las magnitudes.

Es de agradecer el trabajo realizado en los centros de recogida de datos del parque. Si se mira en primer lugar la serie referida al número de visitantes a los centros de atención del parque en el horizonte estudiado presenta unos primeros valores oscilantes para obtener los dos valores más elevados los dos últimos años analizados. El máximo se presenta la anualidad del 2005 con casi 150mil visitantes<sup>28</sup>.

**Gráfico 3.10: Visitantes**



*Fuente: Elaboración propia*

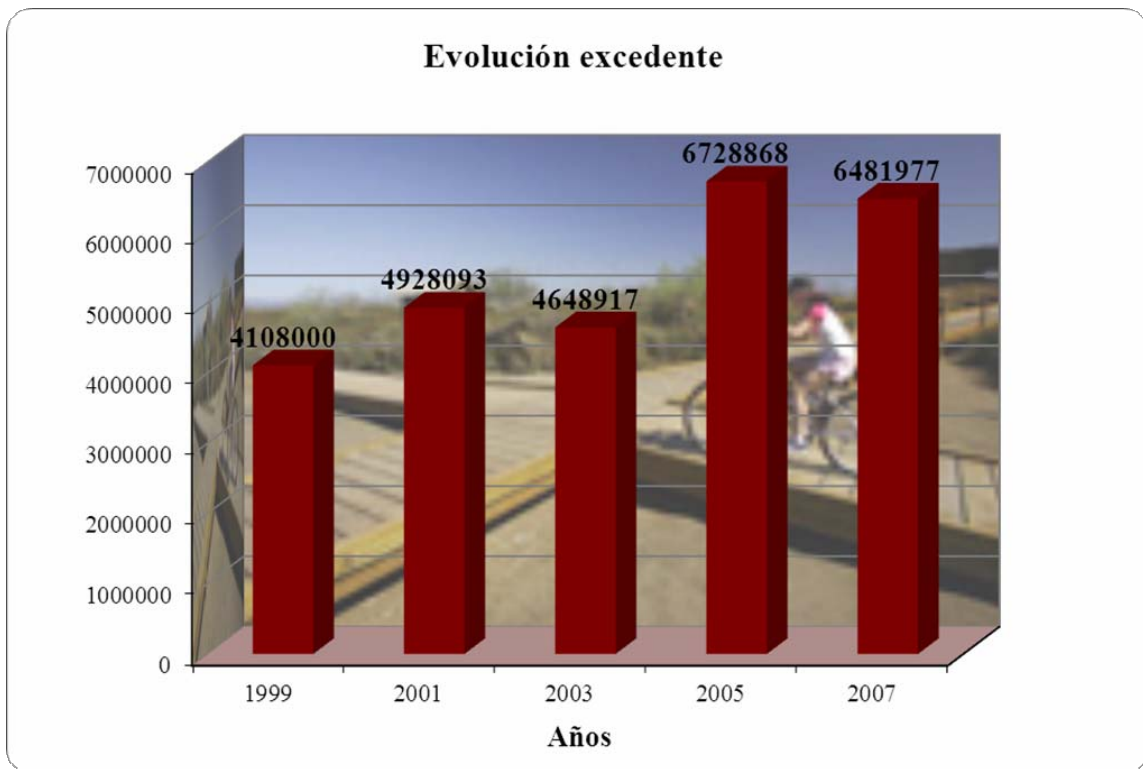
---

<sup>28</sup> Solo se han contabilizado los asistentes de las 6 zonas que generan excedente los que supone un valor menor para los valores de la serie si bien todos los datos se ven afectados de forma similar.



Si se observa la evolución del excedente total, que se identifica con el valor del uso recreativo, ha pasado de los 4,1 millones de € del 1999 a los casi 6,5 millones de € del 2007. Así pues, entre 1999 y el 2007 el valor recreativo total estimado para el PNDE se habría incrementado un 57.8%, y esto a pesar del incremento en el precio del combustible. En efecto, este incremento debería haber supuesto un desplazamiento hacia la izquierda de la función de demanda considerada, con una disminución en el nº de visitantes. Sin embargo, este supuesto no se ha producido. Se consolida pues el valor del uso recreativo del espacio natural, un elemento importante pueden ser las políticas de gestión de los organismos del PNDE para potenciar dicho uso. El máximo de la serie, sin embargo, se alcanzó en el 2005 como ocurría con el número de visitantes.

**Gráfico 3.11: Evolución excedente**



*Fuente: Elaboración propia*



### **3.5.2.4. Previsión de evolución a partir del 2003. Análisis de la estimación del valor para la anualidad del 2005**

Parece necesario detenerse en los valores estimados para el año 2005, donde se observa un número de visitantes muy elevado y con el mayor excedente del período considerado. Se cuestiona si este resultado presenta alguna singularidad y por sus causas. Si se compara, por ejemplo, la evolución del número de visitantes del PNDE con el número de visitantes totales de los Parques Nacionales Españoles se observa, en este caso, un crecimiento más constante. Si se analiza la totalidad del período, los Parques nacionales habrían tenido un incremento del 3.5 % en el número de visitantes mientras que el PNDE, a pesar del retroceso inicial, consolida un incremento final del 7,8%.

Nótese que en el año 2005 se produce la derogación del plan hidrológico nacional y, por tanto, el espacio natural PNDE registra un aumento de su presencia en los medios de comunicación, lo que supone un mayor conocimiento del espacio. En términos de la demanda, este incremento en el conocimiento podría haberse materializado en un desplazamiento de la función de demanda hacia la derecha, con el consiguiente incremento en el excedente total y en el valor estimado del parque. La evolución en los años anteriores al 2005, con plena vigencia del Plan hidrológico nacional, no hacía prever un incremento del número de visitantes de la magnitud que finalmente se produjo.

Con el objeto de explorar, de manera tentativa, el efecto de este punto en el valor estimado para el PNDE se van a construir dos escenarios hipotéticos comparativos. En primer lugar, se van a recalcular el número de visitantes bajo el supuesto de que éstos hubiesen crecido al mismo ritmo que los visitantes totales a parques nacionales en España, manteniendo la distribución de cada zona en base a la del año 2005. Se supondrá pues un crecimiento como el del resto de los espacios naturales entre el 2003 y el 2005 para el número de visitantes pero que el perfil de los visitantes no se ha visto afectado por la derogación del Plan hidrológico nacional. El cálculo del nuevo excedente se refleja la tabla 7 y por tanto en este primer escenario hipotético se

observaría un plus en el valor que podría situarse en los 830.000<sup>29</sup> euros que no se justificaría por la evolución prevista.

**Tabla 3.9: Estimación Valor Económico atribuido al PNDE según CV zonal, año 2005, escenario hipotético 1**

Zonas de origen	CV	Visitantes	%visitantes/ población	Excedente zona
Zona 1	33,7	3149	2,26	372.341
Zona 2	47,8	10.639	1,88	373.524
Zona 3	102,6	73.011	0,60	843.465
Zona 4	155,2	13.320	0,15	3.590.547
Zona 5	190,3	9.897	0,13	550.319
Zona 6	242,9	21.241	0,03	168.307
Zona 7	277,9	0		0
<b>Total</b>		<b>131.256</b>		<b>5.898.503</b>

*Fuente: Elaboración propia*

En segundo lugar, se va a suponer que el impacto no afectó por igual a los visitantes de las diversas zonas y, por tanto, se va proyectar la distribución del 2003. Ahora se mantiene el crecimiento global de los espacios naturales y el porcentaje asignado a cada zona de origen de visita en el año 2003, si se ha modificado este origen se reflejará en una diferencia en el excedente calculado de mayor o menor cuantía que en el caso del primer escenario. Bajo el segundo escenario el incremento alcanzaría los 1.065.621<sup>30</sup> euros, por lo que supone un incremento mayor que en el primer escenario. Parece lógico que el número de visitantes se incremente en mayor medida en las zonas más alejadas, que conocen menos el espacio y afecte menos a las más próximas que ya tienen un alto nivel de conocimiento. Este supuesto se produce especialmente en la zona 3 que es la que recoge el mayor impacto del crecimiento. También se produce en el resto de las zonas más alejadas. Esta nueva distribución de visitantes de mayor distancia hace incrementar más el excedente y provoca una diferencia mayor, está

---

<sup>29</sup> Obtenido por la diferencia entre el excedente del año 2005 y el obtenido por esta estimación

<sup>30</sup> Obtenido de nuevo por la diferencia entre el excedente del año 2005 y esta segunda estimación.

aportación adicional de cambio en las aportaciones de las zonas de influencia supondría unos 230.000€ adicionales.

**Tabla 3.10: Estimación Valor Económico atribuido al PNDE según CV zonal, año 2005, escenario hipotético 2**

Zonas de origen	CV	Visitantes	%visitantes/ población	Excedente zona
Zona 1	33,7	4.399	3,16	405.323
Zona 2	47,8	13.027	2,30	365.344
Zona 3	102,6	70.961	0,58	772.115
Zona 4	155,2	10.542	0,12	3.334.571
Zona 5	190,3	9.204	0,12	601.432
Zona 6	242,9	23.122	0,04	184.463
Zona 7	277,9	0		
<b>Total</b>		<b>131.256</b>		<b>5.663.247</b>

*Fuente: Elaboración propia*

En términos generales del incremento total del excedente entre el 2003 y el 2005 (unos 2,1 millones de €) aproximadamente la mitad se ve explicada por la evolución de la demanda mientras que la otra mitad no tiene una justificación clara por lo que alguna causa debió justificar este incremento especial. El trabajo sugiere la identificación de un hecho singular para el territorio el expuesto como la derogación del Plan hidrológico nacional.

El año 2007 el número de visitantes vuelve a disminuir e incluso en mayor proporción que para el conjunto de parques nacionales, sin embargo parece persistir un cierto efecto de la moda en el total del período considerado. El método individual que se estudiará a continuación servirá para comparar los perfiles de los visitantes del 2005 y del 2007.

### **3.5.3. Aplicación práctica del método del coste de viaje individual.**

#### **3.5.3.1. Introducción y datos**

El observatorio turístico de la Costa Dorada realizó entre los años 2004 y 2007 por encargo del PNDE un estudio de caracterización del perfil del visitante del parque<sup>31</sup>. Este estudio permite tener datos individuales de los visitantes al PNDE y realizar una estimación del valor del espacio por el método del coste de viaje individual. Los datos recogidos no han sido generados específicamente para el estudio lo que supondrá en las modelizaciones una adaptación de algunas variables y un conjunto de hipótesis que deberán ser tenidas en cuenta en los resultados obtenidos.

La encuestación se realizó en numerosos puntos del parque<sup>32</sup>, a los efectos de calcular los costes de desplazamiento desde el origen a cada uno de dichos puntos las diferencias entre ellos resultan inapreciables. Se considera pues el conjunto del PNDE como un único espacio. La encuesta se realiza entre los visitantes al parque por lo tanto el modelo será un modelo de participación y la variable dependiente, el número de visitas, tendrá valores enteros positivos ( $N > 0$ ).

In strictu sensu se deberían distinguir los visitantes multipropósito de los que visitan el parque como único objetivo del desplazamiento, no se dispone de dicha distinción. El PNDE presenta muchos recursos y atractivos para realizar la visita, la pregunta P7 de la encuesta recoge la razón principal para visitar el PNDE con un amplio espectro de respuestas. La no existencia de sustitutivos cercanos en un amplio radio de acción incrementa al porcentaje de los viajes que tienen al PNDE como su razón principal. Se supondrá para la valoración que no existen visitantes multipropósito y por tanto la totalidad del gasto del desplazamiento queda imputado a la visita al PNDE.

El periodo de recogida de datos fue durante la Semana Santa y el verano de los años estudiados, con una recogida de 4317 datos individuales para el conjunto de los cuatro

---

<sup>31</sup> La encuesta se adjunta en el anexo 3.8.1. del presente capítulo, las referencias a las preguntas se identifican con las de la encuesta.

<sup>32</sup> Pueden afectar a la valoración del espacio, por las características del punto y por ser este el último visitado y por tanto el más presente en la memoria.

años. El análisis se detendrá en dos anualidades de las comprendidas en el período de estudio, la del 2005 y la del 2007<sup>33</sup> que tienen 1386 y 631<sup>34</sup> observaciones respectivamente. Del conjunto de encuestas se han eliminado las que suponen una gran distancia al PNDE<sup>35</sup> y las que con origen en España requieren por su elevado coste un medio de acceso aéreo o marítimo para acceder al PNDE.<sup>36</sup> Con esta reducción el tamaño muestral es de 1248 encuestas para el 2005 y 596 para el 2007. Una diferencia en la muestra (respecto a los datos de la variante zonal) la supone el hecho que los encuestados no han pasado por un centro de atención sino que simplemente visitan uno de los espacios recreativos del PNDE donde contestan a la encuesta.

La encuesta recogía en su pregunta P12 como una de las variables la frecuencia de visitas al PNDE. Esta variable presenta la ventaja de ser una variable *ex post* ya que el encuestado responde en función de lo que ha hecho y no una variable subjetiva *ex ante* sobre el número de visitas que tiene pensado realizar. La formulación de la pregunta supone un comportamiento estratégico del tipo error de memoria ya que se pregunta sobre el número de de visitas en un período determinado. Para intentar compensar esta falta de memoria la respuesta estaba estratificada. Dada la estructura en intervalos de la respuesta se asignó un valor intermedio para cada intervalo. Esta consideración añade otra característica a la variable dependiente que siempre es discreta y truncada en este caso sólo presentara unos cuantos valores. Una situación similar es tratada en Shrestha y otros (2007) sin generar dificultades adicionales a las estimaciones. En el gráfico se representa la distribución de visitas del año 2007 donde puede observarse que tal y como es de esperar un parte muy importante de los visitantes sólo realizan una visita anual. Es significativo que un conjunto reducido realicen más de una visita por semana.

---

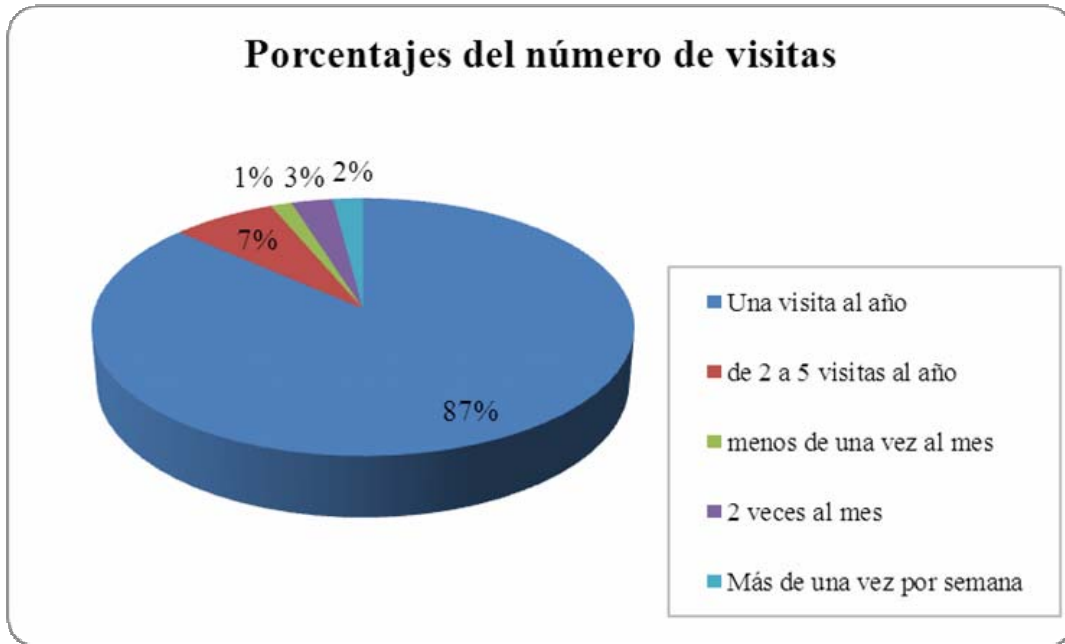
<sup>33</sup> Estas anualidades fueron las analizadas en el metodo zonal dentro de estas 4 anualidades.

<sup>34</sup> Se desconoce la causa de la reducción en el número de observaciones del 2007. El período de recogida de la muestra fue el mismo que para la anualidad del 2005.

<sup>35</sup> Los vistantes extranjeros excepto los franceses.

<sup>36</sup> Esta supresión, nos supone que los orígenes de los visitantes serán coincidentes con los del método zonal a efectos de comparación de los resultados.

**Gráfico 3.12: Porcentajes del número de visitas**



*Fuente: Elaboración propia*

La encuesta recoge los medios de TRANSPORTE de acceso al PNDE (P13 de la encuesta), destacando el uso prácticamente exclusivo del vehículo privado (del total de visitantes un 92% utilizan este medio). Esta mayoría y la eliminación de los accesos no terrestres españoles justifican que en el cálculo del coste de desplazamiento se utilice el coste del automóvil con carácter exclusivo.

Se procede a continuación, con ayuda de los datos recogidos a realizar un conjunto de análisis sobre elementos de discusión referidos en la literatura

En todos los casos se ha utilizado la modelización semilogarítmica de la variable dependiente al ser para la que se han obtenido mejores resultados<sup>37</sup>. Dicha modelización se expresa como:

$$\ln V = \alpha + \beta_0 c + \sum_i \beta_i g_i \quad 3.27$$

<sup>37</sup> Se contrasto la bondad del ajuste con la modelización lineal.

Presenta la ventaja adicional de la interpretación de las constantes en términos de la elasticidad. Así la elasticidad de una de las variables se expresaría como el valor del parámetro ponderado por el valor de la variable socioeconómica.

$$\varepsilon(g_i) = \frac{\frac{\partial V}{V}}{\frac{\partial g_i}{g_i}} = \frac{\beta_i}{g_i} \quad 3.28$$

El modelo incluye, como se destaca al final de los cálculos, un conjunto de variables socioeconómicas ( $g_i$ ). Se procede a ejemplificar cada apartado con aquel elemento que se pretende destacar en la discusión sin analizar el significado y signo de las variables socioeconómicas y éstas se analizan en el apartado destinado al modelo general.

En el estudio se distinguen tres tipos de análisis metodológicos tradicionales: los que hacen referencia a la estructura del término de coste, los que analizan la elección de la distribución estadística y los que incluyen las variables socioeconómicas de influencia en el modelo. Adicionalmente, por la disponibilidad de los datos, se analizan dos anualidades y se comparan sus resultados sugiriendo alguna modificación en el perfil y motivación del visitante. Se concretan finalmente 5 análisis que se identifican con los subapartados siguientes.

### **3.5.3.2. Análisis de los efectos de las hipótesis en los términos del coste**

Una de las mayores críticas del método radica en la dispersión de los valores obtenidos en la estimación según las hipótesis del término del coste. Se propone a continuación calcular el término de coste con unas hipótesis muy conservadoras en los parámetros asociados a los valores y modificar las hipótesis discrecionales. Así se pondrá de manifiesto, en primer lugar la supuesta dispersión según las modificaciones de los valores y en segundo lugar la importancia relativa de cada uno de los factores que intervienen en el cálculo.

### *Construcción del término de coste.*

El término del coste de viaje se construye a partir de dos elementos, el de coste del medio de transporte y el coste del tiempo empleado en el viaje.

$$\text{Coste del viaje} = \text{Coste del combustible} + \text{Coste del tiempo} \quad 3.29$$

### **Coste del medio de transporte**

De los datos recogidos en la encuesta se conoce el origen provincial de los viajeros y su medio de transporte. El medio de transporte influye en esta componente del coste como analizan Loomis J. y Keske C. (2009)<sup>38</sup>. Ya se comentó el uso prácticamente exclusivo del vehículo privado para acceder al PNDE por lo que este será el tipo de transporte analizado a la hora de calcular dicho coste<sup>39</sup>.

Los costes realizados incluyen los peajes pagados para acceder a la zona, la amortización del vehículo y el coste del combustible. No se consideran las dos primeras componentes lo que supone una subestimación importante del coste de transporte.

Sólo se adicionarán pues los costes ineludibles al viaje que son los del combustible. Estos se obtendrán por el gasto debido al número de Km. calculado entre el origen de cada provincia y el destino<sup>40</sup>, multiplicados por 2 para considerar el viaje de ida y vuelta, por el precio del combustible en el año considerado (1,048€/l para el 2007) y por el consumo promedio por cada 100km (que se ha considerado 8 litros).

Una suposición importante es el número de viajeros promedio en cada vehículo para ello se han supuesto tres niveles de ocupación del vehículo: 1, 2 o 3 pasajeros lo que permite imputar un coste de combustible a cada pasajero de la siguiente forma:

---

<sup>38</sup> Distinguen los costes de acceso para bicicleta, tren o automóvil. Obteniendo excedentes muy diferentes según el medio de transporte utilizado en el viaje.

<sup>39</sup> Se han eliminado explícitamente los que obligatoriamente deben utilizar una vía aérea o marítima para acceder al PNDE.

<sup>40</sup> Los datos fueron consultados en el 2008 a efectos de distancia y tiempo entre los dos destinos, en el buscador Google maps



$$\text{Coste combustible} = \frac{n^{\circ}\text{Km} \cdot 2 \cdot 1,048 \cdot 8}{100} \quad 3.30$$

$$\text{Coste combustible } 2 = \frac{\text{Coste combustible}}{2}$$

$$\text{Coste combustible } 3 = \frac{\text{Coste combustible}}{3}$$

### **Coste del tiempo**

El segundo de los factores considerados es el coste del tiempo. Se aprovecha el dato proporcionado por la búsqueda<sup>41</sup> para realizar la estimación del tiempo de viaje entre el origen y el destino.

Para proceder al cálculo del valor del tiempo se multiplica por dos el tiempo del desplazamiento al suponer un viaje de ida y vuelta y por el salario que recibiría en el intervalo horario de medida. La determinación del salario de una hora se obtendría de dividir el salario mensual por 160 horas (una dedicación completa).

Los ingresos mensuales del encuestado se pueden obtener si aparece el ítem en la encuesta. No es el caso de la realizada, solo se construye la clase social de forma indirecta a partir de los estudios y profesión del encuestado. Las correcciones al salario por dicha información no produjeron modificaciones sustanciales y por tanto se eliminaron. Se optó por incorporar la variable clase social en la modelización y ya se comentará posteriormente su escasa significación. El principio conservador que guiaba en el análisis supone la inclusión de un salario mínimo interprofesional para el cálculo del coste del tiempo.

Así nuestra formulación resultará

$$\text{Coste del tiempo} = \frac{\text{Tiempo} \cdot \omega}{160} \quad 3.31$$

Donde “tiempo” es la duración total del viaje de ida y vuelta y  $\omega$  es el salario mínimo interprofesional.

---

<sup>41</sup> En el mismo buscador Google maps

Esta suposición supondría un coste de oportunidad del viaje del 100% del trabajo, la literatura<sup>42</sup> asigna una proporción de dicho coste. Así se supondrá para analizar su efecto tres posibilidades, una afectación del 25% del salario, del 50% y del 100%, que recogen la no plena sustitución entre el tiempo de trabajo y el tiempo de ocio

Obteniendo pues también tres valores posibles al termino del coste del tiempo.

$$\text{Coste del tiempo } 100 = \frac{\text{tiempo} \cdot \omega}{160}$$

$$\text{Coste del tiempo } 50 = \frac{\text{tiempo} \cdot \omega}{2 \cdot 160}$$

$$\text{Coste del tiempo } 25 = \frac{\text{tiempo} \cdot \omega}{4 \cdot 160}$$

3.32

No se recogen los otros dos términos considerados en la literatura, el término de tiempo de estancia al considerar un tiempo de disfrute y por tanto no un coste y los costes en el destino. Se dispone del periodo de estancia de los visitantes en el destino por lo que se podría imputar con alguna estimación el promedio de gastos de manutención y alojamiento. La muestra estaría sesgada al considerar sólo turistas estivales con periodos de permanencia más elevados. Por otra parte los visitantes a segundas residencias son muy importantes con lo que su gasto en estos conceptos no resulta diferencial. La no disponibilidad de mejores datos nos hace optar por la hipótesis conservadora de no considerarlos.

### *Resultados*

Se han analizado dos términos de coste para la construcción del coste de viaje: el coste del transporte concretado en el coste del combustible y el coste del tiempo con la consideración exclusiva del tiempo de viaje. Al proponerse tres posibles cuantificaciones a cada término aparecen nueve modelizaciones posibles según el número de ocupantes del vehículo y las ponderaciones del coste de oportunidad del tiempo de viaje.

---

<sup>42</sup> Como ya se ha discutido en el apartado metodológico

Se ha utilizado en este primer modelo la distribución de Poisson<sup>43</sup> que suponen menos restricciones para su aplicación. Se pretende analizar la influencia relativa de cada hipótesis en el cálculo del excedente.

Los resultados obtenidos para el 2007 se muestran en la tabla 3.11 para los nueve modelos. Donde en el modelo 1, 2 y 3 representan el número de ocupantes y 25, 50,100 la proporción del salario considerada para el coste del tiempo. Los excedentes del consumidor han sido calculados en todos los casos por la expresión  $\frac{\lambda}{\alpha_1}$ .

**Tabla 3.11: Estimaciones del excedente del consumidor para modelizaciones del término de coste**

COSTE	PARÁMETRO	POISSON
Modelo	$\alpha_1$	Excedent del consumidor (€)
1/100	0,01253	222,27
1/50	0,01364	204,18
1/25	0,01428	195,03
2/100	0,02152	129,41
2/50	0,02505	111,17
2/25	0,02729	102,05
3/100	0,02830	98,41
3/50	0,03473	80,19
3/25	0,03918	71,08

*Fuente: Elaboración propia*

La primera confirmación observada es la fuerte dependencia del valor del excedente según las hipótesis realizadas. Los valores se ordenan de forma lógica a mayor coste del viaje tenemos un mayor excedente del consumidor<sup>44</sup>, es decir el parámetro  $\alpha_1$  disminuye al aumentar el término de coste del viaje. Los valores obtenidos para el excedente del consumidor están referenciados a las hipótesis de ponderación (e inclusión) de los términos del coste. Se triplica la estimación del excedente entre los dos valores extremos del coste de viaje. Entre una ocupación de un pasajero por vehículo y la

<sup>43</sup> Los resultados tienen el mismo sentido en el resto de las distribuciones estudiadas posteriormente

<sup>44</sup> Se valora el excedente y no siempre debe estar en consonancia con el valor del coste.

asignación del coste del tiempo total con un excedente de 222 € y la ocupación de tres pasajeros y el 25% del valor del tiempo con un excedente de 71 €. Esta dispersión sugiere ser cautos en la contabilización de los costes y rigurosos en la justificación de su asignación.

En segundo lugar se observa que las dispersiones producidas por los dos términos (coste del combustible y coste del tiempo) no son iguales. Es muy superior la oscilación en los resultados según la hipótesis del número de ocupantes del vehículo que la del valor del tiempo. El rango para los valores extremos de cada asignación del coste del tiempo (la del 100% y la del 25%) según cada número de ocupantes resultan de 1,14 para un ocupante, 1,26 para dos y 1,38 para tres. Así incluso en el caso donde la aportación del coste del medio de transporte es menor (3 ocupantes) la desviación producida por la hipótesis del valor asignado al tiempo entre las dos opciones extremas apenas supone un 38% con un valor máximo para el 100% de la imputación del tiempo de 98€ y el mínimo para el 25% de la imputación de 71€. La oscilación del valor según el número de ocupantes del vehículo entre la mínima ocupación (1 ocupante) y la máxima supuesta (3 ocupantes) resultan unos rangos de 2,25 para el 100% del coste del tiempo, 2,54 para el 50% de dicho coste y 2,74% para el caso del 25%. En este último caso donde el valor asignado al coste del tiempo es el mínimo los valores presentan la máxima oscilación entre un excedente de 195€ para la ocupación de un pasajero y uno de 71€ para la ocupación de 3 pasajeros. Este resultado no está en línea con el gran debate sobre el modo y cuantía de inclusión del tiempo de viaje (que sin dejar de ser importante) tiene un efecto menor sobre el valor del excedente que el de otros valores del termino de coste.<sup>45</sup>

Si se comparan los intervalos de confianza del parámetro  $\alpha_1$  según las modelizaciones del mismo número de ocupantes y las diferencias aportadas por la hipótesis de tiempo se tienen los tres grupos de valores marcados en la tabla 3.12.

---

<sup>45</sup> Ambos términos han sido tratados con hipótesis conservadoras en el análisis sin intentar potenciar uno u otro.

**Tabla 3.12: Intervalos de confianza del valor del parámetro del coste de viaje**

COSTE	PARÁMETRO	INTERVALO DE CONFIANZA 95% DE WALD	
		Máximo	Mínimo
Modelo	$\alpha_1$		
1/100	0,01253	0,01387	0,01118
1/50	0,01364	0,0151	0,01277
1/25	0,01428	0,01517	0,01274
2/100	0,02152	0,02383	0,01922
2/50	0,025052	0,02774	0,02236
2/25	0,02729	0,03022	0,02436
3/100	0,0283	0,03132	0,02528
3/50	0,03473	0,03845	0,03101
3/25	0,03918	0,04339	0,03498

*Fuente: Elaboración propia*

Si se consideran los valores de la primera terna referida a 1 ocupante, los valores de las diferentes modelizaciones para el coste del tiempo no son significativamente diferentes en un intervalo de confianza del 95%<sup>46</sup>. Tampoco lo son en los intervalos de confianza en el caso de los 2 ocupantes. Sólo cuando el peso de tiempo es superior sobre el total, al suponer 3 ocupantes por vehículo obtenemos resultados significativamente diferentes entre las hipótesis extremas de la asignación del 25% de coste del tiempo y el valor del coste del tiempo de 100%.

Este resultado parece indicar que no resulta relevante en exceso la discusión sobre la asignación entre un 0,2 o un 0,3 del coste del tiempo de desplazamiento al dar resultados estadísticamente iguales en cualquiera de los escenarios propuestos para el ejemplo.

Si parece por el contrario relevante considerar el grado de ocupación del vehículo como una variable a tener en cuenta en la estimación del coste: A pesar de la sencillez de dicha variable no siempre es solicitada en la encuesta y por tanto se debe optar por una asignación conservadora

<sup>46</sup> Según el criterio de Wald

### 3.5.3.3. Comparación entre las distribuciones estadísticas

A continuación se procede a comparar las distribuciones estadísticas más empleadas, la de Poisson y la Binomial Negativa. La incorporación de las distribuciones binomiales se justifica por la diferencia entre los valores estimados de la media y la varianza de la variable dependiente que son supuestas iguales en el modelo de Poisson. A pesar de esta restricción aún son numerosos los trabajos (singularmente en las aplicaciones turísticas) que realizan la estimación exclusivamente con el modelo de Poisson. En el caso tratado la presencia de individuos con múltiples visitas al PNDE parece indicar un incremento de la varianza. Esta relación se puede estimar intuitivamente según el diagnóstico de Lindsey<sup>47</sup> por el cociente de la varianza y la media de la variable dependiente. A la vista del resultado podremos distinguir:

$$\frac{Var N}{EspN} > 1 : \text{Sobre dispersión}$$

$$\frac{Var N}{EspN} = 1 : \text{Equidispersión}$$

$$\frac{Var N}{EspN} < 1 : \text{Infra dispersión} \quad 3.33$$

En el caso estudiado el resultado obtenido para el cociente resulta.

$$\frac{Var N}{EspN} = \frac{7,51}{2,78} = 2,7 \quad 3.34$$

Tal y como se intuía existe una sobre dispersión. En este sentido Cameron y Trivedi (1998, p. 77) indican: “si la varianza muestral es más de dos veces la media muestral, entonces posiblemente los datos presenten sobre dispersión después de la inclusión de los regresores”.

A la vista del valor se propone incorporar la estimación de la distribución Binomial. Se contrastan a continuación tres modelos el de Poisson el BNI y el BNII., Se incorpora

---

<sup>47</sup> Jaume Vives , tesis sobre la sobredispersión en los modelos de datos de recuento.

como novedad muy poco presente en la literatura la BNII que da una mayor importancia a la desviación típica que en los estudios tradicionales. Se muestran los resultados de las tres distribuciones para el término del coste en los modelos de uno dos y tres ocupantes y el coste del tiempo  $\frac{1}{4}$ .<sup>48</sup>

En la tabla 3.13 se muestran los resultados para el excedente del consumidor y el excedente total<sup>49</sup>. Se pueden destacar los siguientes resultados:

1.- Las tres distribuciones comportan resultados muy divergentes según las hipótesis consideradas para el número de ocupantes del vehículo. Así esta variable continua siendo relevante en las tres distribuciones estudiadas y se deberá decidir que nivel de ocupación se considera. La no disponibilidad de dicho dato nos hace ser conservadores y estimar a partir de ahora en las siguientes aplicaciones el caso de 3 ocupantes por vehículo.<sup>50</sup>

2.- Los valores de la distribución de Poisson para el cálculo del excedente son notablemente inferiores a los de las distribuciones binomiales. Se incrementa la diferencia para los valores en las hipótesis más conservadoras de los costes transporte<sup>51</sup>. Esta elevada dispersión y su ordenación en los resultados obtenidos son consistentes con la literatura en los casos en que se contrastan los dos modelos<sup>52</sup>.

3.- Los resultados de las dos BN son muy similares en el valor obtenido para los excedentes, siendo un poco superiores en la BNII.<sup>53</sup>

---

<sup>48</sup> Se procede de esta forma para contrastar que la dispersión en los resultados se mantiene en las tres distribuciones según el grado de ocupación. Se estiman en el caso más conservador del coste del tiempo y más próximo a los valores de la literatura.

<sup>49</sup> Para el cálculo del excedente total se supone como el número de visitantes al PNDE el total registrado en las visitas a los centros de atención, al ser el único registro fiable disponible. Este es el valor que se utilizaba en la modalidad zonal.

<sup>50</sup> La tipología del visitante de carácter familiar nos induce a esta hipótesis conservadora. En la literatura se pueden encontrar valores aún superiores como el de González(2000) que supone 3,5 ocupantes por vehículo.

<sup>51</sup> La diferencia oscila entre un rango de la BNII respecto a la Poisson de 1,40 % para el caso de 1 ocupante y 1,38 para el caso de tres ocupantes.

<sup>52</sup> Por ejemplo en Moran y otros (2006) con una diferencia similar entre los valores, en Wang y otros (2009) manteniendo la ordenación el resultado es muy similar al no presentarse sobredispersión. A nivel nacional para un espacio de características similares como es la Albufera valenciana Saz y Perez (1999) obtiene una dispersión de entre el 50% y el 46% al ir disminuyendo el coste del combustible, en la línea y en el orden de magnitud de los resultados obtenidos.

<sup>53</sup> Los resultados tienen rangos muy similares y no resultan significativa su diferencia en comparación al resto de hipótesis incluidas en el modelo.

4.- La consideración fundamental es decidir la elección del modelo que presente mejores propiedades y por tanto ajuste en mayor medida la estimación del valor. Esta elección es especialmente relevante en el caso de la selección entre la distribución de Poisson y la de las BN por la divergencia en los resultados obtenidos. Como indicadores de la bondad del ajuste se analizan los dos proporcionados por el paquete estadístico<sup>54</sup>:

A)  $X^2$  dividida por los grados de libertad que supone un indicador genérico de evaluación de la sobre dispersión

B) el logaritmo de máxima verosimilitud propio de los modelos anidados y que resulta el indicador más empleado. A pesar de no existir un indicador consistente de la bondad del modelo, este permite comparar de forma uniforme el conjunto de los modelos.

Ambos indicadores suponen un mejor ajuste si presentan menor valor.

Se recogen los resultados de ambos indicadores en la tabla para el ajuste de 3 ocupantes.<sup>55</sup> Los resultados obtenidos para ambos estimadores indican la mejor modelización de las distribuciones binomiales comparadas con la distribución de Poisson. No queda excesivamente clara, con dichos estimadores, la priorización entre las dos BN al presentar resultados similares en el valor del logaritmo de máxima verosimilitud. En el caso de la  $\chi^2$  la BNII obtiene un mejor resultado.

5.-En el caso estudiado por la presencia de una “over\_dispersión“ muy marcada se incorporó la BNII. Si bien los resultados de la estimación del excedente no son significativamente diferentes se procede a contrastar por el multiplicador de Lagrange el grado de significación de la hipótesis que incorpora el valor 1 o 2 al término de dispersión sobre la media en el cálculo de la varianza. Se indica el resultado de dicho contraste para ambas distribuciones en la tabla. El parámetro de la BNII es significativo al 1% mientras que el de la BNI no resulta significativo al 10%. Este resultado parece indicarnos que la sobre dispersión que se presenta se encuentra más y mejor recogida en el caso de la BNII.

En la mayoría de los estudios de valoración de espacios naturales la distribución binomial estudiada és la BNI<sup>56</sup>. El resultado obtenido sugiere que debería incluirse algún estudio sobre la sobre dispersión y el análisis de distribuciones como la BNII que

---

<sup>54</sup> Se utilizó el paquete SPSS con el que se suministraron los datos .

<sup>55</sup> El resultado es prácticamente idéntico para las otras dos estimaciones modelizadas de uno y dos ocupantes.

<sup>56</sup> Y en muchos casos se analiza una distribución BN sin indicar el tipo.



lo incrementan, o cuando menos el análisis de las limitaciones de la modelización aplicada.

Así en los modelos generales de inclusión de variables socioeconómicas se optará por analizar los resultados de forma detallada por la estimación con la BNII al ser la que ha obtenido una mayor consistencia en el conjunto de contrastes realizados

**Tabla 3.13: Estimaciones del excedente total del PNDE según diferentes distribuciones estadísticas**

AÑO	COSTE	POISSON			BNI			BNII		
		$\alpha_1$	Econsumidor	Ex. Total	$\alpha_1$	Econsumidor	Ex. Total	$\alpha_1$	Econsumidor	Ex. Total
	1/25	0,01	198,93	<b>9.963.360</b>	0,011	262,07	<b>13.125.835</b>	0,010	273,55	<b>13.700.953</b>
2007	2/25	0,027	103,15	<b>5.166.187</b>	0,020	137,20	<b>6.871.742</b>	0,019	143,22	<b>7.173.233</b>
	3/25	0,039	71,07	<b>3.559.796</b>	0,029	95,58	<b>4.787.080</b>	0,028	99,77	<b>4.997.205</b>
<b>BONDAD DEL AJUSTE</b>										
<b>Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)</b>		11,21			2,65			1,54		
<b>Log verosimilitud</b>		-2161			-1194			-1257		
<b>Contraste del multiplicador de Lagrange (sig)</b>		-			0,237			0,008		

*Fuente: Elaboración propia*

#### **3.5.3.4. Comparación del excedente de las anualidades 2005 y 2007**

Como novedad ya presentada en la aplicación zonal, al disponer de medidas de más de una anualidad se procede a realizar la comparación del valor estimado del PNDE en varios períodos.

La serie de datos individuales es más reducida que la de recogida por el parque y los dos años coincidentes con la serie analizada en el método zonal fueron el 2005 y el 2007. Se observaba una singularidad en los datos del 2005 que se intenta reencontrar en el estudio de la serie individual.

Se han actualizado los valores del salario interprofesional del 2005 y del precio del combustible a dicha anualidad que son menores que los del 2007 por lo que el coste de un viaje de las mismas características será menor para dicha anualidad.

Los resultados obtenidos para las dos anualidades se presentan en la tabla 3.14 se comparan los resultados por las tres distribuciones para el modelo más restrictivo del coste el de 3 ocupantes y una valoración del tiempo del 25%. A la vista de los resultados se destaca:

- 1.- Los valores de la serie del 2005 son superiores a los del 2007. No solo en el excedente global debido al mayor número de visitantes sino también en el excedente por consumidor lo que parece volver a indicar un perfil del visitante atípico en el PNDE el año 2005 (tal y como se analizaba en el ejemplo zonal).
- 2.- La ordenación de los valores según las distintas distribuciones es la misma en ambas anualidades.
- 3.- Las diferencias entre los valores de ambas anualidades son mayores en términos absolutos y relativos para las distribuciones binomiales.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup>El rango de dispersión de las valoraciones para ambas anualidades es de 1,23 para la distribución de Poisson y de 1,42 para la BNI y 1,43 para la BNII

**Tabla 3.14: Comparación de los valores del excedente para las anualidades del 2005 y del 2007**

AÑO	COSTE	POISSON			BNI			BNII		
		$\alpha_1$	Econsumidor	Ex. Total	$\alpha_1$	Econsumidor	Ex. Total	$\alpha_1$	Econsumidor	Ex. Total
2007	3/25	0,039184	71,07492854	3.59796	0,029133	95,57889678	4787080	0,027908	99,77425828	4997205
2005	3/25	0,034	81,25882353	4403941	0,021929	125,9884172	6828127	0,020896	132,2166922	7165678
<b>BONDAD DEL AJUSTE 2007</b>										
Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)		11,21			2,65			1,54		
Log verosimilitud		-2161			-1194			-1257		
Contraste del multiplicador de Lagrange (sig)					0,237			0,008		
<b>BONDAD DEL AJUSTE 2005</b>										
Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)		16,35			3,90			2,25		
Log verosimilitud		-4760*			-2566			-2673		
Contraste del multiplicador de Lagrange (sig)					0,66			0,00		

Fuente: *Elaboración propia*

\* El log no se puede mejorar más y la validez del modelo es incierta.

### 3.5.3.5. Modelo general de inclusión de las variables socioeconómicas.

Una de las ampliaciones habituales de la metodología es la inclusión de variables socioeconómicas en el modelo, para contrastar si el número de visitas se ve influenciado de forma positiva o negativa por dichas variables. La encuesta disponible al tener como objetivo la caracterización de la demanda del PNDE recoge múltiples variables de carácter social e incluso valorativo del espacio. Se probaron múltiples modelizaciones, a continuación se presenta la que obtuvo unos resultados más satisfactorios con un número reducido de variables. Se debe hacer constar que la inclusión o exclusión de variables modificaba muy ligeramente el coeficiente asignado al coste de viaje (en mucha menor medida que las hipótesis sobre la distribución o la estructura del término de coste).

El modelo seleccionado fue:

$$\begin{aligned} LnV = \alpha + \beta_1 c + \beta_2 EDAD + \beta_3 SEXO + \beta_4 ESTUDIOS + \\ \beta_5 CLASOCIAL + \beta_6 SERV + \beta_7 NAT \end{aligned} \quad 3.35$$

Con la siguiente definición para cada una de las variables:

V: representa la variable dependiente. El número de visitas al PNDE los últimos doce meses contando la visita realizada. Ya se ha comentado la singularidad añadida de ser una variable definida por intervalos en la respuesta facilitada. El valor mínimo de la variable número de visitas fue 1 al contabilizar exclusivamente los visitantes.

c: Es el coste del viaje según el cálculo de 3 ocupantes y el 25% del valor del salario para el tiempo de viaje (la hipótesis más conservadora de las analizadas)

EDAD: Indica la edad del visitante encuestado por estratos decenales a partir de los 15 hasta los 65 (la encuesta no aporta datos de los menores de 15 años). Con valor 1 para el estrato más joven y 5 para el de mayor edad

SEXO: una variable dummy con valor 1 para hombre y 2 para mujer

ESTUDIOS: representa los estudios realizados por el cabeza de familia y se trata de una variable cualitativa con valores entre 1 y 5, un valor mayor representa un mayor nivel de estudios.

CLASSOC: la encuesta no nos proporciona el nivel de ingresos de los encuestados, utilizamos por tanto una variable Proxy para estratificar el nivel de ingresos en función de la clase social. La determinación de la clase social se realiza según la clasificación ESOMAR<sup>58</sup> por un cruce del nivel de estudios y la profesión del individuo. Los resultados se clasifican en 5 niveles y un mayor valor indica una clase social más elevada.

SERV: Se trata de una variable construida a partir de las valoraciones realizadas por los visitantes de los servicios que ofrece el PNDE. Se realiza una media aritmética de tres respuestas estandarizadas a valor 1. Un mayor valor supondrá una mayor valoración de los servicios del PNDE. Los tres conceptos incluidos<sup>59</sup> son:

1. Oferta de actividades y servicios turísticos.
2. Adecuación de la señalización de los accesos.
3. Facilidad de aparcamiento.

NAT: Se trata de una variable del mismo tipo que la anterior y construida de la misma forma. Los tres conceptos que ahora se incluyen hacen referencia a componentes naturales del espacio, en concreto son<sup>60</sup>:

1. Masificación
2. Virgindad del paisaje
3. Abundancia de flora y fauna (Biodiversidad)

Así ahora un mayor valor de la variable supone una mayor valoración de las componentes naturales del espacio.

---

<sup>58</sup> Se recoge la tabla en el anexo 3.8.2 del capítulo

<sup>59</sup> Se seleccionaron estos items al ser los que se identificaban con la mejor calidad de los servicios entre las valoraciones recogidas en la encuesta

<sup>60</sup> De nuevo estos fueron los items seleccionados al ser los que identificaban la componente naturaleza entre las variables de valoración recogidas en la encuesta.

En resumen de las 7 variables explicativas del número de vistas se distinguen tres tipologías.

- A) la variable coste del viaje construida para la estimación del valor del excedente y explicado su proceso de elaboración con anterioridad
- B) 4 variables del perfil socio económico del visitante. Tres obtenidas directamente de la encuesta y una cuarta la clase social a partir de los datos de la misma
- C) 2 variables de la valoración del espacio. Con un proceso de construcción a partir de los datos de valoración de características del espacio.

En la tabla 3.15 se recogen sus parámetros descriptivos.

**Tabla 3.15: parámetros descriptivos de las variables**

INFORMACIÓN DE VARIABLE CONTINUA						
		N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Variable dependiente	V	594	1,00	48,00	2,78	7,51
Covariable	C	594	4,00	76,24	23,02	18,19
	EDAD	594	1	5	3,30	1,14
	SEXO	594	1	2	1,45	0,50
	ESTUDIOS	594	1	5	3,80	1,22
	CLAS SOC	594	1,00	5,00	3,40	0,89
	SERV	594	0,41	1,34	0,99	0,17
	NAT	594	0,38	1,14	0,99	0,13

*Fuente: Elaboración propia*

Al proceder al ajuste por los métodos de recuento según las tres distribuciones presentadas anteriormente los resultados obtenidos se presentan en la tabla 3.16.

Se procede al análisis y significación de los parámetros de cada variable. Por la elección del modelo semilogaritmico los parámetros están relacionados con las elasticidades de las variables respecto al número de visitas ponderados por el valor de la variable. Al estar definidas todas las variables positivas, un valor positivo de los parámetros indicará una relación directa entre los valores de la variable estudiada y la variable dependiente

**Tabla 3.16: Estimación de los parámetros del modelo general**

PARÁMETRO	POISSON	BNI	BNII
<b>Intersección</b>	2,097	1,875	1,823
	(0,2533)	(0,5168)	(0,6772)
<b>Coste</b>	-0,04***	-0,028***	-0,027***
	(0,0022)	(0,0028)	(0,0034)
<b>Edad</b>	0,140***	0,152***	0,153***
	(0,0216)	(0,0435)	(0,0567)
<b>Sexo</b>	-0,457***	-0,367***	-0,354***
	(0,0523)	(0,1031)	(0,1346)
<b>Estudios</b>	-0,070***	0,007	0,014
	(0,0311)	(0,0626)	(0,0813)
<b>Clase social</b>	0,0000561	-0,125	-0,134
	(0,0418)	(0,08)	(0,1031)
<b>Servicios</b>	0,740***	0,810**	0,812**
	(0,1525)	(0,3090)	(0,4019)
<b>Naturaleza</b>	-0,677***	-0,763*	-0,750
	(0,1947)	(0,3933)	(0,5138)
<b>BONDAD DEL AJUSTE</b>			
<b>Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)</b>	14,80	3,53	2,04
<b>Log verosimilitud</b>	-2313	-1221	-1273

Fuente: *Elaboración propia*

***	significativo al 1 %
**	significativo al 5%
*	significativo al 1 %

1.- La variable coste ya ha sido analizada, su parámetro presenta el signo negativo que corresponde a un menor número de visitas cuando se incrementa al coste. Es significativa al 1% para las tres distribuciones. Su estimación del valor del excedente ya ha sido considerada en los apartados anteriores.

2.- La variable edad tal y como ha sido definida al presentar su coeficiente un signo positivo supone que los visitantes que realizan mayor número de visitas son los que tienen mayor edad. Causas que expliquen este efecto pueden ser los propietarios de



segundas residencias y la población envejecida del territorio que serán los que tendrán frecuentaciones más elevadas. Este parámetro también resulta significativo al 1% en las tres distribuciones.

3.- La variable sexo resulta significativa en todos los modelos y tal como ha sido definida supone un mayor grado de repetición en la visita por parte de los hombres. La posibilidad de que visitantes con otros usos diferentes, complementarios del uso recreativo, como por ejemplo el de la explotación agraria (mayoritariamente masculino) puede llevar a este resultado.

3.- La variable que analiza el nivel de estudios solo es significativa para la distribución de Poisson y con un valor muy pequeño. El signo es cambiante y no se puede determinar si el nivel de estudios afecta de forma positiva o negativa al número de visitas.

4.- Clase social: la variable clase social esta correlacionada con la variable nivel de estudios. En la encuestación, como se indico, se obtenía de forma indirecta a partir del propio nivel de estudios y la profesión por un cruce citado. Pretende ser una variable Proxy del nivel de ingresos de los visitantes que es la variable normalmente incluida en estos análisis. Esta variable no resulta significativa para ninguna de las distribuciones.<sup>61</sup> Se concluye que el nivel de ingresos no parece afectar a la frecuencia de las visitas.

5.-Servicios: los resultados se ajustan a lo esperado los visitantes que valoran mejor los servicios ofrecidos por el PNDE son los que realizan un mayor número de visitas. Los resultados resultan significativos al 1% en la distribución de Poisson y al 5% para las distribuciones binomiales.

6.- Naturaleza: El resultado del parámetro asociado a la variable naturaleza parece indicar lo contrario de lo esperado los visitantes que han valorado mejor las componentes naturales del PNDE parecen realizar menos vistas al espacio. Vuelve a ser significativo para la distribución de Poisson al 1% y solo al 10 % para las Binomiales.

---

<sup>61</sup> En un análisis posterior se estimo el modelo sin esta variable y se justifico su escasa significación, los resultados de la exclusión de las variables estudios y clase social para el modelo agregado. Se presentan y discuten las singularidades de los perfiles en el anexo3.8.4. .

Una posible explicación a este comportamiento anómalo sería el mayor grado de exigencia de los visitantes con dicha motivación y que por tanto optan por espacios alternativos a pesar que su grado de satisfacción sea elevado.

Los resultados obtenidos para la relación entre el número de vistas de visitas y el grado de satisfacción son cuando menos singulares. En la literatura un incremento de la percepción positiva del bien natural sugiere un incremento de la valoración del mismo así lo contrastan entre otros Bhat (2002) para la calidad y Farré (2003), para la satisfacción. Sin embargo si se desglosan elementos de valoración se pueden producir efectos que contradicen el anterior argumento, así la misma Farre (2003) considera que visitan más el espacio aquellos que valoran la masificación o Hynes y otros (2009) observan que las condiciones de aparcamiento tienen un efecto negativo sobre el número de visitas. Estas últimas dos variables se incorporaban como atributos en los elementos de valoración considerados.

En una distinción de las visitas a un espacio natural según el grado de facilidades o servicios de una zona concreta Shrestha y otros (2007) sugieren que los que visitan zonas más vírgenes y los que visitan las zonas con más servicios son los que frecuentan mas el espacio mientras los que visitan zonas de desarrollos intermedios tienen una relación inversa con el número de visitas.

La construcción de las variables valorativas junto con la composición de visitantes del PNDE con diferentes motivaciones puede esconder en los efectos agregados comportamientos de colectivos diferenciados.

### **3.5.3.6. Distinción del perfil según el motivo de la visita.**

La singularidad de los resultados obtenidos para las relaciones entre el número de visitas y las valoraciones del espacio sugiere el interés de separar entre diferentes perfiles de visitantes según la motivación de la visita. Si la motivación del viaje está directamente relacionada con la catalogación del PNDE como espacio protegido plantea dos temáticas de análisis:

- A) ¿Como afecta el perfil del visitante a las variables explicativas?
- B) ¿Qué número de visitantes lo hacen motivados directamente por la caracterización del PNDE como un espacio natural?

Para analizar ambas cuestiones, se puede recabar información en la P7 de la encuesta analizada donde se preguntaba la razón principal y secundaria para visitar el PNDE. La respuesta ofrecía un conjunto de alternativas y una opción abierta al final de la pregunta. Para el análisis se distinguen dos tipos de visitantes, los que visitan el PNDE por su característica de espacio protegido y los que lo visitan por otros motivos. Recuérdese que el PNDE presenta otros atractivos turísticos muy importantes como su litoral costero con playas desérticas y vírgenes.

Del listado de respuestas se identifican un conjunto cuya razón principal del viaje son las características del espacio protegido, a esta tipología de visitante se identifica como de un visitante de naturaleza. Las razones asignadas a este tipo de visitante serán:

- Naturaleza
- Flora y Fauna
- Paisaje
- Ecoturismo

El resto de respuestas serán las identificadas con el resto de los visitantes en el perfil caracterizado como otros.

#### *Análisis de los perfiles*

Las variables descriptivas de la anualidades del 2007 para ambos perfiles son:

**Tabla 3.17: variables descriptivas del grupo caracterizado como otros.**

INFORMACIÓN DE VARIABLE CONTINUA						
		N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Variable dependiente	V	213	1,00	48,00	3,27	8,23
Covariable	c	213	4,00	76,24	20,18	16,37
	EDAD	213	1	5	3,12	1,10
	SEXO	213	1	2	1,46	0,50
	ESTUDIOS	213	1,00	5,00	3,50	0,92
	CLAS SOC	213	1	5	3,88	1,19
	SERV	213	0,50	1,34	0,97	0,18
	NAT	213	0,60	1,14	0,97	0,13

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 3.18: variables descriptivas del grupo caracterizado como naturaleza**

INFORMACIÓN DE VARIABLE CONTINUA						
		N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Variable dependiente	V	368	1,00	48,00	2,31	6,36
Covariable	c	368	4,00	70,38	24,43	18,74
	EDAD	368	1	5	3,42	1,15
	SEXO	368	1	2	1,44	0,50
	ESTUDIOS	368	1,00	5,00	3,33	0,87
	CLAS SOC	368	1	5	3,75	1,23
	SERV	368	0,41	1,34	1,01	0,17
	NAT	368	0,38	1,14	1,01	0,12

*Fuente: Elaboración propia*

A partir de dichos perfiles se realiza el ajuste del modelo de datos de recuento para cada tipo de visitantes, los resultados se muestran en la tabla 3.19 para la distribución BNII.<sup>62</sup>

A la vista de los resultados se observan diferencias notables en algunos de los valores en las variables y parámetros obtenidos para cada uno de los perfiles:

1.- El parámetro del término de coste es menor en términos absolutos en el caso de los visitantes tipificados como otros lo que indica que su excedente será mayor que el los visitantes que acuden al PNDE con una motivación de visitantes de naturaleza. Los resultados obtenidos para un desplazamiento son de 34,41€ para los del perfil naturaleza y de 61,45 para el perfil de otras motivaciones. Este resultado puede llamarnos la atención pero se debería volver a considerar que las motivaciones diferentes de la propia naturaleza del PNDE también pueden generar un viaje con alto excedente. La realización de la encuesta en el periodo estival y los recursos presentes en el PNDE de tipología sol y playa pueden generar desplazamientos de largo recorrido. Si se observa el término de coste presenta unos valores similares para ambos perfiles

2.-La exigencia que tienen los visitantes de los espacios naturales protegidos puede motivar su menor tasa de repetición en la visita al espacio. Esta situación se puede intuir en los valores de la media de visitas que para los visitantes tipificados como de

<sup>62</sup> Los resultados de las distribuciones BNI y Poisson se presentan en el anexo 3.8.3 : los resultados obtenidos están en consonancia con los aquí presentados.

naturaleza tienen un valor de 2,31 mientras que los tipificados como otros tienen una media de visitas de 3,27.

**Tabla 3.19: Estimación de los parámetros para cada perfil por la BNII**

PARÁMETRO	NATURALEZA	OTROS
<b>Intersección</b>	-0.102	4.097
	(0,930)	(1,185)
<b>Coste</b>	-0,029***	-0.016***
	(0,0043)	(0,0066)
<b>Edad</b>	0,238***	0,147
	(0,073)	(0,108)
<b>Sexo</b>	-0,178	-0,697***
	(0,178)	(0,225)
<b>Estudios</b>	-0,079	-0,066
	(0,144)	(1,694)
<b>Clase social</b>	0.0004	-0,186
	(0,103)	(1,88)
<b>Servicios</b>	-0,022	1,163 *
	(0,553)	(0,650)
<b>Naturaleza</b>	1,158*	-2,534***
	(0,682)	(0,854)
<b>BONDAD DEL AJUSTE</b>		
<b>Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)</b>	1,052	1,649
<b>Log verosimilitud</b>	-739	-477
<b>Contraste del multiplicador de Lagrange (sig)</b>	0,00	0,00

*Fuente: Elaboración propia*

***	significativo al 1 %
**	significativo al 5%
*	significativo al 10 %

3.- La variable edad solo resulta significativa para los visitantes de perfil naturaleza e indica que en estos una mayor edad suponen un mayor número de vistas.

4.- En la variable sexo solo es significativa en el perfil otros e indica un mayor grado de repetición en los hombres posiblemente debido a otros usos alternativos como pueden ser la ocupación en el sector primario. No así en los visitante con perfil naturaleza donde el valor de estimador es menor en términos absolutos y no significativo, lo que indicaría un nivel similar de número medio de visitas para los hombres y las mujeres.

5.- No resultan significativas las variables referidas a estudios y clase social para ninguno de los perfiles<sup>63</sup>.

6.-Respecto a la valoración de los servicios, aquellos que han accedido al PNDE por otros motivos si valoran positivamente estos para volver a visitar el PNDE en un grado de significación del 10%, no así los visitantes de tipología naturaleza para los que este indicador no resulta significativo.

7.- El parámetro de naturaleza presenta la situación contraria es valorado de forma positiva (ahora si) por los visitantes con motivación natural y con un grado de significación del 10%.Por el contrario, con un nivel de significación del 1%, aspectos como la virginidad, la ausencia de gente y la abundancia de flora y fauna suponen un menor grado de repetición en la visita para los tipificados como otros que buscan en su visita aspectos más convencionales y menos relacionados con un espacio natural protegido.

Esta dualidad en la valoración de los servicios y las componentes naturales del espacio en los dos perfiles de visitantes producía un efecto distorsionador en el análisis conjunto. Al proceder a su distinción por motivo de visita se han obtenido unos resultados que se antojan más coherentes con las ideas apriorísticas del tipo de visitante.

#### *Evolución de la componente del valor debido a visitas de carácter natural*

---

<sup>63</sup> Se incorporan en el anexo 3.8.4 las dos estimaciones realizadas excluyendo la clase social y los estudios observando una coincidencia entre los resultados. Se expone el modelo con ambas variables para justificar su no representatividad en ninguno de los perfiles.

Una restricción no siempre considerada al calcular el valor del uso recreativo del espacio natural es la asignación de valor debida exclusivamente aquellos visitantes que acuden al espacio por las características ambientales, ecológicas o de biodiversidad del espacio. Xue y otros (2000) asignan la parte destinada al espacio en función del porcentaje de visitantes que acuden al mismo por una motivación relacionada con la naturaleza. En el análisis se ha observado que al disgregar los perfiles el excedente debido a cada uno de ellos era sustancialmente diferente lo que supone una corrección importante a dicha valoración. En el caso analizado el 62% de las visitas al espacio tienen esta motivación relacionada con la componente natural biodiversidad, el menor excedente de un viaje del perfil naturaleza (34,41€) hace que el valor asignado al PNDE por esta componente se corrija disminuyendo al 49,1 %. Este valor nos indica las posibilidades de mejora en las visitas al PNDE con motivos relacionados con su singularidad natural.

Los organismos gestores del PNDE han realizado actuaciones para incrementar las visitas que tienen una motivación relacionada con las características naturales del espacio.

Se pueden comparar ahora los datos del 2005 y del 2007. Se dispone de la misma pregunta referida a los motivos de visita y en especial a la razón principal de la visita al PNDE. Los resultados sobre una muestra de las mismas características son sorprendentes. Mientras en el 2007 alguna de las 4 respuestas que habíamos supuesto relacionadas con la naturaleza supone el 62% de las visitas, en el año 2005 este porcentaje era escasamente del 32%. Se observa pues un cambio fundamental entre el perfil del visitante el 2005 y el 2007. Ya se ha tratado en la variante zonal la singularidad en el excedente del 2005 con un valor mayor por visitante y con un incremento de visitantes de la zona metropolitana de Barcelona por la presencia mediática del PNDE en la derogación del Plan Hidrológico Nacional. También se insinuaba un efecto moda que podría perdurar en parte el 2007, aun así este cambio en el perfil de los visitantes resulta difícil de justificar entre dos períodos de tiempo tan próximos sin ninguna variación adicional.

¿Cuál podría ser la explicación de este cambio en la tipología de turista? La evolución de turistas hacia nuevas formas de turismo como el ecoturismo diferentes del turismo de

sol y playa se debería observar en series a largo plazo, por tanto la causa principal se buscaría en modificaciones producidas en este bienio. Resulta un elemento trascendental para la visibilidad del PNDE la obtención el 2007, después de un largo proceso, de la Carta Europea de Turismo Sostenible que añade una distinción turística al uso recreativo del espacio natural con un claro matiz de naturaleza en los términos tratados en el análisis. Más allá de asignar un valor a dicho reconocimiento, si se ha constatado un cambio en la tipología del visitante del PNDE más acorde con su preservación, conservación y uso ecológico en la anualidad del 2007.

A pesar de la pérdida del valor el año 2007 se observa una compensación por el notable incremento del número de visitantes con un perfil de naturaleza. La consolidación del PNDE como un espacio natural de uso turístico con el reconocimiento de la Carta Europea de Turismo Sostenible, ayudado por las constantes políticas de los órganos de gestión para potenciar su uso recreativo, han de seguir incrementando esta componente de su valor en futuras anualidades.

El cambio en el valor del excedente la composición y perfil del visitante entre las dos anualidades, la del 2007 y del 2005, será pues una suma de las consideraciones coyunturales analizadas en el método zonal y las de política de gestión del recurso aquí tratadas.

#### **3.5.4. Comparación de los resultados de ambas modalidades**

En los dos apartados anteriores se han obtenido un conjunto de estimaciones para el valor del PNDE por las dos modalidades habituales del método del coste de viaje aplicadas a un único espacio. La propia construcción de ambas modalidades supone diferencias importantes en los resultados obtenidos. La modalidad zonal agrupa los datos según las zonas de origen y no permite el estudio de los datos singulares de cada visitante (esta agrupación de datos le ha supuesto numerosas críticas a los estimadores que obtiene). La variante zonal ha permitido el uso de una serie temporal y analizar la evolución del valor estimado al espacio natural en la última década sobre una base homogénea. La modalidad individual presenta una mayor potencia en los resultados obtenidos, permite realizar una *cross section* (carácter transversal), una comparación



para los dos períodos estudiados, y una revisión de diversos problemas metodológicos de la construcción del modelo como el término de coste, la distribución estadística o las variables socioeconómicas.

Los objetivos principales de cada modalidad fueron diferentes, para la variante zonal una evolución del valor del PNDE y para la individual una revisión de problemas metodológicos y una análisis de perfiles. Esta motivación diferenciada justifico el uso de una base de datos diferente para cada modalidad<sup>64</sup>.

El resultado empírico de ambas modalidades fue el valor del uso recreativo del PNDE. Se debe ser muy cauto en la comparación de los valores obtenidos por ambas metodologías. Los resultados han sido obtenidos a partir de muestras diferentes y con periodos de recogida diferentes.

En la aplicación del MCV por la variante zonal el trabajo ha llevado a cabo una primera valoración del uso recreativo del Parque Natural del Delta del Ebro a partir de este método y para el período 1999-2007. Los resultados obtenidos indican un aumento en su valor de casi un 60%, pasando de los 4.1 millones de euros a los 6.5 millones. El valor estimado para 2005, que se aproxima a los 6,7 millones, podría atribuirse a la promoción en los medios debido a la derogación del Plan Hidrológico nacional. En particular, nuestras estimaciones apuntan a que este aspecto podría haber aportado entre 0.8 y 1.1 millón de euros extras en el valor del parque natural ese año. En todo caso, éstos y el resto de cálculos no dejan de ser aproximativos y deben tomarse, pues, con cautela debido a los supuestos realizados.

Los resultados de la valoración del PNDE obtenidos por al modalidad individual han sido más numerosos al incorporar diferentes hipótesis de construcción del termino de coste para examinar su influencia en el valor de la estimación. Salvando las distancias, en la comparación de los resultados de ambas modalidades con hipótesis del término de coste similares se vuelve a poner de manifiesto un valor muy superior en la modalidad individual (en nuestro caso las exclusiones de visitantes fueron las mismas para ambas modalidades). La comparación puede tener una cierta desviación a visitantes más lejanos en el caso de la modalidad individual lo que supondría un mayor valor para la

---

<sup>64</sup> Se podría realizar la estimación zonal con la base de datos individual, no se realizó al suponer los datos obtenidos por la modalidad individual muy superiores en calidad a los de la variante zonal..

modalidad individual <sup>65</sup>. Incluso con una aportación del 30 % para el coste del tiempo para la modalidad zonal y un 25% para la individual y la inclusión de un coste de estancia en el caso zonal, los valores del excedente son del orden del doble en el caso individual. En concreto con esta construcción del término del coste para la anualidad del 2007 la modalidad zonal estima un valor de 6,5 millones de € y el rango de valores para la modalidad individual va desde los 10,7 millones de € de la distribución de Poisson a los 13,7 millones de € de la distribución BNII. Este resultado está en consonancia con los estudios en los que se estima el valor por las dos metodologías así por ejemplo Gómez (2000) obtiene entre el método zonal y el individual estimado con la distribución de Poisson un rango de 1,44 veces el valor de la zonal. En el caso estudiado este rango entre las dos mismas estimaciones sería de 1,64. El mismo cita algún trabajo con divergencias mucho mayores. Por tanto los resultados se alinean con los obtenidos en la literatura en orden y grado de dispersión entre las dos modalidades de la metodología del coste de viaje.

Por otra parte se observó que ambas modalidades (zonal e individual) ordenaban del mismo modo los valores obtenidos para las anualidades del 2005 y la del 2007. La singularidad de la valoración del 2005 fue estudiada desde el 2003 en términos de evolución del valor por la modalidad zonal y respecto al 2007 en términos de motivación de la visita por la modalidad individual. Ambos resultados suponen una situación anómala para la tipología y valor del excedente en el 2005. Este valor especialmente elevado se mantiene casi plenamente en la anualidad del 2007. El método individual aporta alguna justificación para el mantenimiento del valor en el 2007 por el cambio de perfil del visitante y su consolidación con la gestión pública adecuada del espacio.

La modalidad individual ha permitido revisar alguna de las hipótesis de construcción del término de coste, en concreto destacamos la escasa importancia en términos relativos de la componente del coste relativa al valor del tiempo respecto a otras hipótesis. También se ha estudiado las diferentes distribuciones estadísticas propuestas por la metodología de los datos de recuento en una distribución donde la variable dependiente presenta una dispersión importante. Se ha contrastado la idoneidad del uso

---

<sup>65</sup> Las muestras de ambas modalidades tienen periodos de recogida diferentes, mientras que la zonal se recoge todo el año, la individual solo presenta valores del periodo estival y de semana santa.

de una BNII, por la sobre dispersión observada. Por la tipología de la base de datos analizada se ha procedido a incluir elementos de valoración en las variables adicionales y se han disgregado dos perfiles de visitantes según motivo de visita. Finalmente se han inferido el valor recreativo y su modificación según cada tipología de visitante, delimitando la estimación del espacio natural por su caracterización como tal.

El PNDE ya ha celebrado en el 2008 su 25 aniversario, en el trabajo se han estimado valores que siempre hacen referencia a anualidades y se ha analizado la evolución creciente del mismo. Para la toma de decisiones como pueden ser la ampliación o los usos alternativos debería realizarse una estimación del valor acumulado a lo largo de un periodo de tiempo.

### **3.6 Aportaciones y futuras líneas de investigación**

El MCV construye el valor de un bien no mercado, en este caso un espacio protegido, a partir del valor económico asociado al uso del bien, ejemplificado por el coste de transporte necesario para su consumo, y con el uso del concepto del excedente del consumidor como medida de bienestar. Su simplicidad, la reducida exigencia de información y su potencial aplicación para bienes que requieren desplazamiento aconsejan su uso para la estimación del valor del uso recreativo de los espacios naturales. De esta manera, capacita ofrecer una valoración económica de un bien no mercado que pueda servir como guía para la toma de decisiones. Así este es el primer objetivo del estudio, en el que destacan como principales aportaciones:

1.- El objetivo principal de carácter práctico consistía en estimar por primera vez el valor de un bien natural de las Terres de l'Ebre. El bien escogido fue el *Parc Natural del Delta de l'Ebre*, sin duda el más relevante. En el análisis se estima un rango de valores para el valor económico del uso recreativo del PNDE por el método del coste de viaje según diferentes modalidades (zonal e individual), diferentes modelizaciones del término de coste y distribuciones estadísticas. Tal y como se pretendía el resultado obtenido determina un orden de magnitud para el valor del uso recreativo del PNDE y como tal debe considerarse más allá del valor preciso, cumpliendo el objetivo iniciático del estudio.

2.- La construcción de una serie temporal de los valores del PNDE por el método zonal que permite analizar la evolución del valor del PNDE y medir su crecimiento, en una serie construida de forma homogénea por lo que si es posible establecer comparaciones entre los valores obtenidos. Se obtiene un crecimiento muy significativo superior al 50% del valor anual en la década analizada.

3.-La aplicación de la variante zonal para estimar de forma tentativa la evolución anómala del valor del PNDE en la anualidad del 2005 y la distinción entre el valor esperado y el valor estimado por la metodología.

4- En la modalidad individual, el análisis empírico de la influencia relativa en el cálculo del valor según las hipótesis de los dos términos del coste, el del medio del transporte y el del tiempo del viaje. Con hipótesis conservadoras en ambas construcciones la constatación de la mayor influencia del parámetro número de ocupantes del vehículo en el término del coste de transporte respecto al porcentaje del coste de oportunidad del salario en el término del tiempo de viaje. Concluyendo la escasa significación de la hipótesis sobre el porcentaje asignado al salario en el término del coste del tiempo de desplazamiento.

5.- Incorporación a la distribución de Poisson de las distribuciones BNI y BNII poco utilizadas en el ámbito turístico dada la elevada sobre dispersión de la variable dependiente.

6.- Comparación de los resultados obtenidos para las distribuciones de Poisson, BNI y BNII que presentan dispersiones importantes. Siendo superiores los valores obtenidos por las distribuciones BN (casi coincidentes entre las dos binomiales) a los de Poisson. Esta diferencia en el valor obtenido requiere el análisis de la bondad de las distribuciones que con los resultados del contraste justifica el uso de las BN y especialmente la BNII en el caso analizado.

7.- Análisis de la influencia de las variables socioeconómicas en el número de visitas al espacio. Aporta la novedad de incorporar variables valorativas del mismo en concreto de sus características naturales y de los servicios que ofrece. Los resultados obtenidos

para los visitantes agrupados muestran signos que se justifican por la adición de comportamientos y valoraciones diferentes.

8.- Desglose de los visitantes según la motivación de la visita que permite encontrar resultados más coherentes entre el número de vistas al espacio y la características naturales y de servicios del mismo. Adicionalmente muestran las diferencias en los valores de la estimación del excedente y del conjunto de parámetros entre ambas tipologías de visitantes.

9.- La corrección del valor asignado al uso recreativo del espacio protegido por su caracterización como tal. El número de visitantes que lo visitan con una motivación directamente relacionada con la caracterización del espacio como protegido ponderado por el excedente de dicho tipo de visitantes (que en el caso analizado presentó un valor menor). La existencia de usos turísticos diferentes, corrige aproximadamente al 50% el valor de uso recreativo (para el 2007) justificado con una motivación propia del espacio natural.

10- La observación del cambio del perfil del visitante entre la anualidad del 2005 y del 2007 con una mayor porcentaje de visitantes con motivación natural. Incremento que trae consigo la mayor valoración del apartado anterior comparada con anualidades precedentes.

11.- La aplicación de la metodología en sus dos modalidades zonal e individual para la estimación. La estimación con dos bases de datos diferentes puede suponer limitaciones a la comparación de los resultados obtenidos. Sin embargo se reencuentran las dispersiones entre los valores de ambas metodologías manteniendo la ordenación entre los valores de las modalidades (valor individual mayor que el zonal) y de las anualidades estudiadas en ambos casos, las del 2005 y 2007.

El análisis tal y como se muestra en las aportaciones resulta esencialmente práctico pero incorpora algunas aportaciones novedosas de carácter más conceptual como son:

- Uso de forma tentativa del MCV para estimar la evolución anómala del valor de un espacio natural.

- Justificación del uso de las distribuciones binomiales en los casos que presentan sobre dispersión de la variable dependiente por su diferencia de valor respecto a la distribución de Poisson y su mayor bondad en el ajuste.
- Incorporación de variables valorativas del espacio como variables control, y la justificación de los signos obtenidos en los perfiles de visitantes del espacio.
- Discriminación del total del valor de uso recreativo del espacio natural la parte atribuida por su carácter de espacio protegido.

Los resultados abren las puertas a nuevos trabajos de carácter práctico y conceptual que sugieren las líneas de investigación futuras. Se pueden destacar:

1.-Una primera línea continuista, es el seguimiento de la evolución del valor del PNDE por la continuidad de la base de datos de los centros de recogida del PNDE. Serviría de indicador de las oscilaciones y/o variaciones que presente dicho valor con los estudios que de ello pudieren derivarse

2.- Análisis del valor económico del uso recreativo del otro parque natural del territorio el “Parc Natural del Ports” e incluso una valoración conjunta de ambos espacios como recurso natural primario del territorio incorporando valores de uso y de no uso. Un análisis alternativo consistiría en la valoración multiespacio de ambos parques por la modalidad logit multinomial para determinar el valor aportado por cada uno.

3.- Metanálisis de las divergencias entre los valores estimados de las distribuciones de Poisson y de las BNI y BNII. En su déficit (muy probable por el escaso uso conjunto de las distribuciones en el caso turístico) propuesta de análisis econométrica de dicha divergencia en función de la sobre dispersión de la variable dependiente.

4.-Cambios en la valoración del espacio y en el perfil del visitante dadas nuevas modificaciones en el reconocimiento del territorio Terres de l'Ebre. Si la concesión el 2007 de la Carta Europea de Turismo Sostenible se sugiere como la razón de un cambio en la motivación de la visita al espacio, el reconocimiento del conjunto del territorio como Reserva de la Biosfera puede volver a incrementar la componente del valor del uso recreativo debida a su caracterización como espacio natural. Actualmente

està sobre la mesa la consideración de les Terres de l'Ebre como reserva de la Biosfera, donde la presencia y aportación del PNDE resulta fundamental, lo que podría suponer con las políticas de promoción adecuadas (véase el ejemplo de Menorca) un nuevo salto hacia adelante del uso recreativo de este singular espacio natural.

5.- La gestión del recurso influye en su valor, en el estudio se explora de forma tentativa su influencia. Una línea de ampliación es el análisis cuantitativo y cualitativo (en el modelo de coste de viaje hedónico) de los efectos de dichas políticas de gestión del propio PNDE.

**El uso de la metodología del Coste de viaje resulta especialmente indicado para la estimación del valor del uso recreativo de un espacio natural. La valoración del uso turístico de los espacios naturales continúa en una fase incipiente. La aplicación realizada analiza sus fortalezas y debilidades, y debe servir de punto de partida para la valoración futura de espacios naturales con la incorporación de nuevos elementos de análisis. La determinación del orden de magnitud del uso recreativo de los espacios servirá para la toma de decisiones de las políticas de gestión de dicho uso y de los usos alternativos.**

### **3.7. Bibliografía**

Azqueta, D. (1999). *Valoración económica de la calidad ambiental*. Madrid: McGraw-Hill.

Bateman, I. y Willis, K. (2002). *Valuing environmental preferences: Theory and practice of the contingent valuation method in the US, EEC and developing countries*. Oxford: Oxford University Press.

Bengochea, A. (2003). Valoración del uso recreativo de un espacio natural. *Estudios de economía aplicada*. Vol. 21(2), 321- 328.

Bengochea, A., Magadán, M. y Rivas, J. (2006). *Actividad turística y medio ambiente..* Oviedo: Septem Ediciones.

Bhat, M. G. (2003). Application of non-market valuation to the Florida Keys marine reserve management. *Journal of Environmental Management*. Vol. 67, 315-325.

Bockstael, N., Hanemann, W.M. y Stand, I. (1989). *Mesuring the benefit of water quality Improvements using Recreation Models. VolIII* . Washington DC: USEPA.

Cameron, A. C. y Trivedi, P. K. (1986). Econometric models based of Count Data: Comparisons and applications of some estimators and tests. *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 1, 29-53.

Cameron, A. C. y Trivedi, P. K. (1998). Regression Analysis of Count Data. *Econometric Society Monographs*, nº 30 Cambridge University Press. Cambridge.

Carson, R.T., Flores, N.E., Martin K.M. y Wright, J.L. (1996). Contingent valuation and revealed preference methodologies: comparing the estimates forquasi-public goods. *Land Economics*, Vol. 72 (1), 80-99.

Cesario,F.J. (1976). Value of time in recreation Benefit Studies. *Land Economics*, Vol.52 (1), 32-41

Clawson, M. y Knetsch J.L. (1966). *Economic of outdoor recreation..* Washington.DC: Resources for the future.

Constanza, R. (1991). *Ecological Economics: the science and management of sustainability*. New York (USA): Columbia University Press.

Chakraborty, K., y Keith, J. (2000). Estimating the Recreation Demand and Economic Value of Mountain Biking in Moab, Utah: An Aplication of Count Data Models. *Journal of environmental Planning and Management*. Vol. 43 (4), 461-469.

Chavez-Comparan, J.C. y Fischer, D.W. (2001). Economic valuation of the benefits of recreational fisheries in Manzanillo, Colima, Mexico. *Tourism Economics*. Vol. 7(4), 331-345.



Chen, W., Hong, H., Liu, Y., Zhang, L., Hou, X. y Raymond, M. (2004). Recreation demand and economic value: An application of travel cost method for Xiamen Island. *China Economic review*. Vol. 15, 398-406.

Del Saz, S. (1997). Los métodos indirectos del coste de viaje y de los precios hedónicos: Una aproximación. *Economía Agraria*. nº 179, 167- 190.

Del Saz, S. y Perez L. (1999). El valor del uso recreativo del Parque Natural de l'Albufera a través del método indirecto del coste de viaje. *Estudios de Economía Aplicada*. Vol. 11, 41-62

Douglas, A.J., y Johnson, R.L. (2004). The Travel Cost Method and the Economic Value of Leisure Time. *International Journal of Tourism Research*. Vol. 6, 365-374.

Farré, M. (2003). El valor de uso recreativo de los espacios naturales protegidos. Una aplicación de los métodos de valoración contingente y del coste del viaje. *Estudios de economía aplicada*. Vol. 21(2), 297- 320.

Farré, X y Duro, J.A (2010): Estimación del valor económico del uso recreativo del parque natural del delta del Ebro a través del coste de viaje zonal. *Cuadernos de turismo*. nº 26, 111-128.

Farré, X. y Galiana, P. (2005). VII Simposi sobre l'Ensenyament de les Ciències Naturals. *Avaluació de l'impacte econòmic dels espais naturals. El paper del turisme* (49- 55). Tortosa: Generalitat de Catalunya. Departament d'Educació.

Farreras, V. (2008). *Strategic behavior, recall problem and constructed preferences in valuation models*. Tesis Doctoral, Departamento de Economía Aplicada, Universidad Autónoma de Barcelona.

Fix, P., Loomis, J. y Eichhorn, R. (2000). Endogenously chosen travel cost and the travel cost model: an application to mountain biking at Moab, Utah. *Applied Economics*, nº 32, 1227-1331.

Fleming, C. M. y Cook, A. (2008). The recreation value of Lake McKenzie, Fraser Island: An application of the travel cost method. *Tourism Management*, Vol. 29, 1197-1205.

Freeman III, A.M. (1993). *The measurements of Environmental and Resources Value*. Washington: Resources for the Future.

Fundació Estudis Turístics – Observatori Costa Daurada. *Característiques de la demanda turística allotjada en hotels, càmpings i ETR Terres de l'Ebre. Juliol-agost-setembre 2006*. Diputació de Tarragona: Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Terres de l'Ebre.

Fundació Estudis Turístics – Observatori Costa Daurada. (2008). *Informe final Delta de l'Ebre. Els visitants del Parc Natural: Caracterització, tipus i relació amb el medi natural*. Disponible on line en [http://www.mediambient.gencat.net/cat/el\\_medi/parcs\\_de\\_catalunya/delta\\_ebre/parc](http://www.mediambient.gencat.net/cat/el_medi/parcs_de_catalunya/delta_ebre/parc).

García, L. y Colina, A. (2004). Métodos directos e indirectos en la valoración económica de bienes ambientales. Aplicación al valor de uso recreativo del Parque Natural de Somiedo. *Estudios de Economía Aplicada*. Vol. 22(3), 811- 838.

González, M. (2000). Preferencias de los individuos por los espacios recreativos: dos aplicaciones en Galicia. *Estudios de Economía Aplicada*. nº 16, 93-110.

Greene, W. (2008). Functional forms for the negative binomial model for count data. *Economics letters*. Vol.99, 585-590.

Haab, T. C. y McConnell, K. E. (2003). *Valuing Environmental and Natural Resources New Horizons in Environmental Economics*. Cheltenham, UK· Northampton , MA, USA: Edward Elgar Publishing.

Hanley, N. y Spash, C.L. (1998). *Cost-Benefit Analysis and the Environment*. USA: Edward Elgar.

Hellestein, D. y Mendelsohn, R. (1993). A Theoretical Foundation for Count Data Models. *American journal agricultural Economics* , nº 75, 604-611.

Herath, G. y Kennedy, J. (2004). Estimating the economic value of Mount Buffalo National Park with the travel cost and contingent valuation models. *Tourism Economics*. Vol. 10 (1), 63-78.

Hynes, S., Hanley, N. y O'donoghue, C. (2009). Alternative treatments of the costs of time in recreational demand models an application to whitewater kayaking in Ireland. *Journal of Environmental Management*. Vol. 90, 1014-1021.

Hotelling, H (1949). Economic study of the Monetary Evaluation of Recreation in the Nation Parks. *Letter to the National Parc Service (dated 1947)*. Washington : U.S.Department of the Interior.

Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat). <<http://www.idescat.net>>.

Instituto Nacional de Estadística (INE). <<http://www.ine.es>>.

Labandeira, X. , León, C. J. i Vázquez, M<sup>a</sup> X. (2007). *Economía ambiental*. Madrid: Pearson. Prentice Hall.

Loomis, J. (1995). Four models for determining environmental quality effects on recreational demand and regional economics. *Ecological Economics*. Vol. 12, 55-65.

Loomis, J., Yourizane, S. y Larson, D. (2000). Testing significance of Multi-Destination and Multi-Purpose trips effects in a Travel Cost Method demand models for Whale watching Trips. *Agricultural and Resource Economics Review*. Vol. 29(2), 183-191.

Loomis, J. y Keske, C. (2009). The economic value of novel means of ascending high mountain peaks: a travel cost demand models of Pikes Peak cog railway riders, automobile users and hikers. *Tourism economics*. Vol 15 (2), 426-436.

Mäler, K.G. (1974). *Environmental economics: a theoretical inquiry*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Mayor, K., Scott, S. y Tol R.S.J. (2007). *Comparing the Travel Cost Method and the Contingent Valuation Method- An Application of Convergent Validity Theory to the Recreational Value of Irish Forest*. ESRI. Working Paper nº 190.

McKean, J.R., Johnson, D.M. y Walsh, R.G. (1995). Valuing Time in Travel Cost Demand Analysis: An Empirical investigation. *Land Economics* Vol. 71(1), 95-105.

Mendes, I. y Proença, I. (2005). *Estimating the recreation value of ecosystems by using a travel cost method approach*. Department of Economics at the School of Economics and Management (ISEG), Technical University of Lisbon. Working paper

Mitchell, R.C. y Carson, R.T. (1989). *Using surveys to value public goods : The Contingent Valuation Method*. Washington.R.C: Resources for the Future..

Moran, D., Tresidder, E. y McVittie, A. (2006). Estimating the recreational value of mountain biking sites in Scotland using count data models. *Tourism Economics*. Vol. 12 (1), 123-135.

Pearce, D. y Turner, K. (1995). *Economía de los recursos naturales y del medio ambiente*. Madrid: Celeste Ediciones.

Parc Natural del Delta de l'Ebre:

<[http://mediambient.gencat.net/cat/el\\_medi/parcs\\_de\\_catalunya/delta\\_ebre/inici.jsp?ComponentID=14315&SourcePageID=50136#1](http://mediambient.gencat.net/cat/el_medi/parcs_de_catalunya/delta_ebre/inici.jsp?ComponentID=14315&SourcePageID=50136#1)>.

Randall A (1994). A difficulty with the travel cost method. *Land Economics*. Vol. 70 (1), 88-96.

Riera, A. (2000a). Valoración económica de los atributos ambientales mediante el método del coste de viaje. *Estudios de Economía Aplicada*. nº 14, 173-198.

Riera, A. (2000b). Mass Tourism and the Demand for Protected Natural Areas: A travel Cost Approach. *Journal of Environmental Economics and Management*, nº39, 97- 116.

Riera, P. y Farreras, V. (2004). El método del coste de viaje en la valoración de daños ambientales. Una aproximación para el País Vasco por el accidente del Prestige, *Economiaz*. nº 57, 3er Cuatrimestre.

Riera, P., García, D., Kristöm, B. y Brännlund, R. (2005). *Manual de Economía Ambiental y de los Recursos Naturales*. Madrid: Thomson.

Rolfe, J. y Dyack, B. (2010). Testing for convergent validity between travel cost and contingent valuation estimates of recreation values in the Coorong, Australia. *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*. Vol. 54, 583-589

Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition. *Journal of Political Economic*. Vol.82 , 34-55 ds

Shrestha, R.K., Stein, T. V. y Clark, J. (2007). Valuing nature-based recreation in public natural areas of the Apalachicola River region, Florida. *Journal of Environmental Management*, nº85, 977-985

Stoeckl, N. (2003). A quick and dirty travel cost model. *Tourism Economics*. Vol. 9(3), 325-335.

Stoeckl, N. y Mules T. (2006). A travel cost analysis of the Australian Alps. *Tourism Economics*. Vol. 12 (4), 495- 518.

Thiene, M. y Signorello, G. (2008). Best practice guidelines on economic valuation of forest externalities with revealed preference methods. *Cost Action E45, European Forest Externalities. (EUROFOREX)*

Tolón, A. y Lastra, X. (2008). Los espacios naturales protegidos. Concepto, evolución y situación actual en España. *M+A Revista electrònica de medioambiente UCM*. nº5, 1-25.

Vives, J. (2002). *El diagnóstico de la sobredispersión en modelos de análisis de datos de recuento*. Tesis doctoral. Departament de Psicobiologia i de metodologia de les Ciències de la Salut. Universitat Autònoma de Barcelona.

Wang, E., Li, Z., Little, B. y Yang, Y. (2009). The economic impact of tourism in Xinghai Park, China: a travel cost value analysis using count data regression models. *Tourism Economics*. Vol. 15(2), 413-425.

Whitten, S. M. y Bennett, J. M. (2002). A Travel Cost Study of Duck Hunting in the Upper South East of South Australia. *Australian Geographer*. Vol.33 (2), 207-221.

Xue, D., Cook, A. y Tisdell, C. (2000). Biodiversity and the tourism value of Chagbai Mountain Biosphere Reserve, China: a Travel Cost approach. *Tourism Economics*. Vol. 6 (4), 335-357.

Zandersen, M. y Tol, R.S.J. (2005). *A Meta-analysis of Forest Recreation Values in Europe*, Working Paper FNU-86.

### **3.8. Anexos**

#### **Anexo 3.8.1. Encuesta del Observatorio de turismo del perfil de demanda del PNDE.**



OBSERVATORI  
FUNDACIÓ D'ESTUDIS TURÍSTICS  
COSTA DAURADA

Num: (6) (7) (8) Encuestado: (9) Fecha: (10) (11) (12) (13) (14) (15)

Hora: (16) (17) (18) (19) Ubicación: (20)

**ENCUESTA**

P1. ¿Cuánto tiempo va a pasar en el Delta de l'Ebre?

Nº (21) (22) (23) noches (24) (25) horas  
No realizar P3

P2. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?

(26) (27)

Si España → Anotar Provincia  
Si Taragona → Anotar comarca  
Si Extranjero → Anotar País:

*(Sólo turistas)*

P3. ¿En qué tipo de establecimiento se aloja? (una sola respuesta)

(28)

Hotel 1  
Establecimiento rural alquilado a través de agencia 2  
Establecimiento rural alquilado directamente 3  
Apartamento alquilado a través de agencia 4  
Apartamento alquilado directamente 5  
Camping 6  
Casa propia (2ª residencia) 7  
Casa de familiares-Amigos 8  
Otros 9  
Y

*(Si duerme en su lugar de residencia -> NO REALIZAR )*

P4. ¿En qué localidad se aloja?

(29) (30) (31)

*(A todos)*

P5. Edad: (si es menor de 15 años no realizar encuesta)

(32) (33) años

P6. Sexo:

(34)

Hombre 1  
Mujer 2

P7. ¿Cuál ha sido la razón principal para visitar el Delta del Ebro? Segundo, ¿Cuál ha sido el segundo motivo para visitar el Delta del Ebro?

Primer motivo (35) Segundo motivo (38)

Playa 1 1  
Relajarse, contemplación 2 2  
Segunda residencia 3 3  
Cultura 4 4  
Naturaleza 5 5  
Deporte 6 6  
Observación flora y fauna 7 7  
Educativa (escolar, seminarios,...) 8 8  
Visitar familiares/amigos 9 9  
Otras (anotar) (36) (37) (39) (40)

P8. ¿Cómo ha organizado su viaje al Delta del Ebro?

(41)

Directamente desde su lugar de procedencia (con reserva) 1  
De forma improvisada (sin reservar nada) 2  
Excursión organizada por una asociación 3  
Excursión organizada por el Hotel 4  
Excursión organizada por una Agencia de viajes 5  
Otras (anotar): y

P9. ¿Con quien ha venido al Delta del Ebro? (respuesta única)

(42)

En familia con hijos entre 0 y 5 años 1  
En familia con hijos entre 6 y 12 años 2  
En familia con hijos de 13 y más 3  
Con familiares adultos de 35 y menos 4  
Con familiares adultos de 36 y más 5  
Amigos adultos menores de 25 6  
Amigos adultos de entre 26 y 35 años 7  
Amigos adultos de 36 o más 8  
Grupo senior - Imsero 9  
Escuelas 0  
Solo x  
Empresas y otras colectividades y

P10. ¿Cuántas personas componen el grupo con el que ha venido al Delta del Ebro excluyéndose a sí mismo?

(43) (44)

Indicar el número de personas

P11. ¿Cuántas veces ha estado en el Delta del Ebro contando ésta?

(45) (46) veces; Si 1 → Pasar a P13

P12. ¿Con qué frecuencia suele venir al Delta del Ebro?

(47)

4 o más veces al mes 1 De 2 a 5 veces al año 4  
De 1 a 3 veces al mes 2 1 vez al año 5  
De 6 a 11 veces al año 3 Ocasionalmente 6

P13. ¿Con qué medios de transporte ha llegado a la zona desde su lugar de residencia o lugar de vacaciones? Respuesta única

(48)

Coche 1 Moto 6  
Tren 2 Bicicleta 7  
Autobús de línea 3 Caravana 8  
Autocar 4 Otros(anotar): x

P14. ¿Qué actividades conoce usted que se pueden realizar en este lugar?

(49) (50)

P15. ¿Cómo ha tenido conocimiento del Delta del Ebro?

(51)

Recomendación de otras personas 1  
Medios de comunicación (TV, radio, prensa, revistas,...) 2  
Folleto turístico 3  
Internet 4  
Agencia de viajes 5  
Otras (anotar): y

P16. De los sitios que le nombro a continuación dígame cuales ha visitado o piensa visitar durante su actual viaje por orden de visita.

Entrevistador: mostrar el mapa con las zonas marcadas

1 Bassa de les Olles	(40)
2 Punta del Fangar	(41)
3 Bassa del Canal Vall	(42)
4 Desembocadura	(43)
5 Illa de Budà	(44)
6 Bassa de la Tancada	(45)
7 Punta de la Banyà	(46)
8 Bassa de l'Encanyissada	(47)
9 Ullals de l'Arispe	(48)
0 Casa de Fusta	(49)
X	(50)
Y Otros (anotar)	(51)
	(52)

P17. Respecto de la zona natural que acaba de visitar, indique su grado de satisfacción de 1 a 5

Nada satisfecho  1  2  3  4  5 Totalmente satisfecho (53)

P18. ¿Cuanto tiempo ha pasado en la zona que acaba de visitar?

(54) (55) (56) minutos

P19. A) ¿Cuáles son las principales actividades que ha realizado durante su estancia en este lugar?

B) Indique su grado de satisfacción de 1 a 5 respecto a las actividades realizadas (1-Nada satisfecho ; 5-Totalmente satisfecho)

	A	B
Playa	1	(57)
Relajarse y contemplar	2	(58)
Observar y conocer la flora y la fauna del Delta	3	(59)
Visita con guía del Parque Natural	4	(60)
Pasear en bicicleta	5	(61)
Deporte	6	(62)
Excursión en barco por el río	7	(63)
Tomar fotos	8	(64)
Pasear a pie (sin guía)	9	(65)
Comer en restaurantes	0	(66)
Otras actividades (anotar):	Y	(67)
		(68)

P20. ¿Ha visitado algún centro de Información turística en el Delta del Ebro?

Ecomuseu Deltabre	1	(69)
Casa de Fusta - L'Encanyissada	2	
Riumar	3	
Cabina	4	
Amposta	5	
L'Ampolla	6	
St. Carles de la Ràpita	7	
Les Olles	8	
	9	
	0	
No he visitado ninguna oficina de información	X	-->No P22

P21. Respecto a los siguientes aspectos del Parque Natural: A) Valore de 1 a 5 la importancia que tienen para usted los siguientes aspectos

A					B								
SOBRE EL DELTA DEL EBRO EN GENERAL					Ns/Nc NP								
(10)	1	2	3	4	5	(24)	1	2	3	4	5	6	7
(11)	1	2	3	4	5	(25)	1	2	3	4	5	6	7
(12)	1	2	3	4	5	(26)	1	2	3	4	5	6	7
(13)	1	2	3	4	5	(27)	1	2	3	4	5	6	7
SOBRE LA ZONA QUE ACABA DE VISITAR													
(14)	1	2	3	4	5	(28)	1	2	3	4	5	6	7
(15)	1	2	3	4	5	(29)	1	2	3	4	5	6	7
(16)	1	2	3	4	5	(30)	1	2	3	4	5	6	7
(17)	1	2	3	4	5	(31)	1	2	3	4	5	6	7
(18)	1	2	3	4	5	(32)	1	2	3	4	5	6	7
(19)	1	2	3	4	5	(33)	1	2	3	4	5	6	7
(20)	1	2	3	4	5	(34)	1	2	3	4	5	6	7
(21)	1	2	3	4	5	(35)	1	2	3	4	5	6	7
(22)	1	2	3	4	5	(36)	1	2	3	4	5	6	7
(23)	1	2	3	4	5	(37)	1	2	3	4	5	6	7

Ns/Nc= No sabe/No contesta NP= No procede

P22. Valore de 1 a 5 su grado de satisfacción respecto a la información proporcionada en las oficinas de información turística

Mapas del Delta	(57)
Información sobre flora y fauna del Delta	(58)
Información sobre cómo llegar a los distintos sitios	(59)
Información sobre servicios turísticos en el Delta	(60)
Información sobre atractivos y actividades turísticas Delta	(61)
Información sobre fragilidad medioambiental del Delta	(62)
Información sobre la cultura, gastronomía y economía Delta	(63)
Disponibilidad de la información en su idioma	(64)

P23. De qué material dispone para el disfrute del Parque Natural?

Mapa turístico del Delta del Ebro (gratis)	(65)
Información proporcionada en la oficina de turismo (gratis)	1
Libro / guía turística específico sobre el Delta del Ebro	2
Libro / guía turística de ámbito regional (T.Ebre, CDausada, Cal...)	3
Prismáticos	4
Otros (anotar):	5
Nada	X
	Y

P24. Tiene intención de volver al Delta del Ebro?

Si, este mismo año	1	(66)
Si, más adelante	2	
Ns/Nc	3	
No	4	

P25. Qué aspectos habría que mejorar en esta zona para poder disfrutar más de la visita?

	(67)	(68)

P26. ¿Cuáles son los estudios de mayor nivel que ha realizado el cabeza de familia?

Ningún estudio (analfabeto, primarios sin terminar, EGB sin terminar)	1	(69)
Primarios terminados, Bachiller inferior, EGB terminado, F.P. 1º grado	2	
Bachiller superior, Formación Superior 2º grado, BUP, COU	3	
Estudios universitarios de Grado Medio terminados o estudios superiores hasta tercero aprobado	4	
Estudios universitarios superiores terminados	5	

P27. ¿Cuál es el trabajo u ocupación de la persona que trae el ingreso principal al hogar?

Anotar ocupación: _____		
Trabajo dependiente y por cuenta ajena	1	
Trabajo por cuenta propia	2	Cod. (70) (71)
¿Tiene personas a su cargo?	Si 1	¿Cuántas? _____
	No 2	

B) Valore de 1 a 5 su grado de satisfacción para cada aspecto



**Anexo 3.8.2. Determinación de la clase social por el cuadro ESOMAR.**

<b>TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA</b>			
01	Agricultor / ganadero pequeña explotación (no más de 1 asalariado fijo)	05	Empresario gran negocio (con 6 y más empleados fijos o eventuales)
02	Agricultor / ganadero gran explotación (más de 1 asalariado fijo)	06	Profesional por cuenta propia sin asalariados o con menos de 6 asalariados (tienen que tener alguna carrera: aparejador, ATS, médico, abogado, arquitecto, etc)
03	Autónomo sin empleados		
04	Empresario pequeño negocio (de 1 a 5 empleados fijos o eventuales).		
<b>TRABAJADOR POR CUENTA AJENA</b>			
07	Miembro de la dirección (directivos, gerentes, altos cargos, ejecutivos, etc.) con 5 ó menos subordinados	13	Trabajador manual cualificado (maestro de taller, oficiales de taller, etc.)
08	Miembro de la dirección (directivos, gerentes, altos cargos, ejecutivos, etc.) con 6 ó más subordinados	14	Trabajador manual no cualificado (peones, obreros no cualificados )
09	Profesional asalariado (tienen que tener alguna carrera: aparejador, ATS, médico, abogado, arquitecto, profesor, etc)	<b>NO TRABAJAN</b>	
10	Mando intermedio (jefe de dpto., jefe de sección, capataz, encargado, etc.)	15	Jubilado/pensionista/rentista y otros inactivos
11	Otros empleados con trabajo principalmente de oficina (secretarias, auxiliares, contables, etc.)	16	Parado
12	Otros empleados con trabajo principalmente fuera de la oficina (vendedores, representantes, dependientes, camareros, repartidores, carteros,		

## PROFESIÓN

### NIVEL DE ESTUDIOS

Ningún estudio (analfabeto, primarios sin terminar, EGB sin terminar)	1
Primarios terminados, Bachiller inferior, EGB terminado, F P 1ª grado	2
Bachiller superior, Formación Superior 2º grado, BUP, COU	3
Estudios universitarios de Grado Medio terminados o estudios superiores hasta tercero aprobado	4
Estudios universitarios superiores terminados	5

### CRUCE PARA LA OBTENCIÓN DE LA CLASE SOCIAL

PROFESIÓN	ESTUDIOS				
	E1	E2	E3	E4	E5
O1	d	c2	c2	c1	c1
O2	c2	c1	c1	c1	b
O3	c2	c2	c1	c1	b
O4	c2	c2	c1	c1	b
O5	c1	b	a	a	a
O6	c2	c1	c1	c1	b
O7	c1	c1	b	b	a
O8	c1	c1	b	a	a
O9	c2	c1	c1	c1	b
O10	c2	c1	c1	b	b
O11	c2	c1	c1	c1	b
O12	c2	c2	c1	c1	c1
O13	c2	c2	c1	c1	c1
O14	d	d	c2	c2	c1
O15	d	c2	c2	c1	c1
O16	d	c2	c2	c1	c1

Fuente: ESOMAR

**Anexo 3.8.3. Resultados de la estimación según las distribuciones de Poisson y BNI para los 2 tipos de visitantes.**

**Tabla 3.20: Estimación de los parámetros para cada perfil por la distribución de Poisson**

PARÁMETRO	NATURALEZA	OTROS
<b>Intersección</b>	-0.515	4.085
	(0.399)	(0.391)
<b>Coste</b>	-0.050***	-0.017***
	(0.0032)	(0.0029)
<b>Edad</b>	0,317***	0,102***
	(0.030)	(0.034)
<b>Sexo</b>	-0.309***	-0.762***
	(0,071)	(0.086)
<b>Estudios</b>	-0.179***	-0.088*
	(0,041)	(0.051)
<b>Clase social</b>	0,196***	-0.162**
	(0,054)	(0.067)
<b>Servicios</b>	0.003	1.506***
	(0.221)	(0.217)
<b>Naturaleza</b>	1.519***	-2.608***
	(0.319)	(0.292)
<b>BONDAD DEL AJUSTE</b>		
<b>Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)</b>	6,741	14,151
<b>Log verosimilitud</b>	-1070	-919

*Fuente: Elaboración propia*

***	Significativo al 1 %
**	significativo al 5%
*	significativo al 1 %

**Tabla 3.21: Estimación de los parámetros para cada perfil por la BNI**

PARÁMETRO	NATURALEZA	OTROS
<b>Intersección</b>	-0.135	4.179
	(0.724)	(0.896)
<b>Coste</b>	-0.031***	-0.016***
	(0.0036)	(0.0051)
<b>Edad</b>	0.246***	0.143*
	(0.057)	(0.082)
<b>Sexo</b>	-0.193	-0.715***
	(0.1382)	(0.172)
<b>Estudios</b>	-0.086	-0.066
	(0.0804)	(0.126)
<b>Clase social</b>	-0.024	-0.193
	(0,080)	(0.143)
<b>Servicios</b>	-0.024	1.207**
	(0.432)	(0.489)
<b>Naturaleza</b>	1.206**	-2.600***
	0..540	(0.650)
<b>BONDAD DEL AJUSTE</b>		
<b>Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)</b>	1.777	<b>2.911</b>
<b>Log verosimilitud</b>	-686	<b>-460</b>

*Fuente: Elaboración propia*

***	significativo al 1 %
**	significativo al 5%
*	significativo al 1 %

Los signos y los valores de los parámetros están en línea con los obtenidos en la distribución BNII, siendo muy similares en la distribución BNI. La significación de algunos de ellos es mayor en los modelos aquí presentados, especialmente en la distribución de Poisson. .

**Anexo 3.8.4. Resultados de la estimación del BNII para ambos perfiles sin las variables estudios o clase social.**

**Tabla 3.22: Estimación de los parámetros para cada perfil por la distribución de BNII sin la característica Estudios**

PARÁMETRO	NATURALEZA	OTROS
<b>Intersección</b>	-0.246	4.089
	(0.908)	(1.184)
<b>Coste</b>	-0.030***	-0.017***
	(0.0043)	(0.0065)
<b>Edad</b>	0.250***	0.152
	(0.071)	(0.108)
<b>Sexo</b>	-0.180	-0.708
	0.178	(0.224)
<b>Clase social</b>	-0.078	-0.248**
	0.100	0.099
<b>Servicios</b>	-0.038	1.142*
	(0.549)	(0.648)
<b>Naturaleza</b>	1.184*	-2.534***
	(0,682)	(0.856)
<b>BONDAD DEL AJUSTE</b>		
<b>Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)</b>	1.062	1,629
<b>Log verosimilitud</b>	-739	-477
<b>Contraste del multiplicador de Lagrange (sig)</b>	0.00	0.00

*Fuente: Elaboración propia*

***	significativo al 1 %
**	significativo al 5%
*	significativo al 1 %

**Tabla 3.23: Estimación de los parámetros para cada perfil por la distribución BNII sin la característica clase social.**

PARÁMETRO	NATURALEZA	OTROS
<b>Intersección</b>	-0.102	3.811
	(0.919)	(1.141)
<b>Coste</b>	-0.029***	-0.016***
	(0.0043)	(0.0065)
<b>Edad</b>	0.238***	0.145
	(0.0712)	(0.108)
<b>Sexo</b>	-0.178	-0.671***
	(0.178)	(0.224)
<b>Estudios</b>	-0.079	-0.209**
	(0.072)	(0.089)
<b>Servicios</b>	-0.022	1.230*
	(0.553)	(0.643)
<b>Naturaleza</b>	1.158*	-2.444***
	(0.682)	(0.840)
<b>BONDAD DEL AJUSTE</b>		
<b>Chi cuadrado de Pearson (Valor/gl)</b>	1.049	
<b>Log verosimilitud</b>	-739	
<b>Contraste del multiplicador de Lagrange (sig)</b>	0.00	0.00

*Fuente: Elaboración propia*

***	significativo al 1 %
**	significativo al 5%
*	significativo al 10 %

El análisis de los resultados del modelo con la exclusión de una de las dos características para cada perfil muestra:

1.- Los resultados son totalmente coincidentes con el modelo que incluye ambas características en la significación del resto de los parámetros.

2- En el perfil otros ya se observaba que ambas variables presentaban signo negativo. Al suprimir una de ellas el signo se mantiene y resulta significativo. Lo que indicaría un mayor grado de repetición para las rentas bajas (ya sea por el nivel de estudios o la clase social como variable indicativa) Una posible explicación para esta tipología de visitantes podría ser el hecho de tal y como se indicaba en el análisis descriptivo la existencia de turista de proximidad que optaría por el destino al presentar rentas bajas. Otra explicación podría ser la renta menor de los residentes en las Terres de l'Ebre que serían los que realizarían mayor número de visitas. La adición de ambos motivos podría justificar éste signo para el perfil de otros.

3.- En el perfil naturaleza continua siendo no significativa la variable que permanece (clase social o estudios). No hay pues ninguna pauta, el signo resultante para la variable que permanece también es negativo.

## **4.- Impacto económico de un evento turístico local: el caso de la *Festa del Renaixement* de Tortosa.**

Las ciudades son un conjunto de muchas cosas: memorias, deseos, signos de un lenguaje; son lugares de trueque, como explican los libros de historia de la economía, pero estos trueques no lo son sólo de mercaderías, son también trueques de palabras, de deseos, de recuerdos.

Italo Calvino





#### **4.1. Introducción.**

El objetivo fundamental de este capítulo de la tesis consiste en estudiar el impacto económico de un acontecimiento turístico destacado en el ámbito local de las Terres de l'Ebre: La Fiesta del Renacimiento de Tortosa (*Festa del Renaixement* en catalán). Para su obtención, en una primera fase, se propone una adaptación de la metodología del impacto económico directo a los fenómenos locales y a continuación se realizarán propuestas metodológicas asociadas a la incorporación de los impactos indirectos e inducidos. La segunda fase, de carácter práctico, consistirá en la aplicación de dichas propuestas metodológicas para el cálculo del impacto económico del evento anterior. La tipología de los asistentes al acontecimiento, consistente en una mezcla de residentes y visitantes, permite la segregación del componente turístico del valor total del impacto, aspecto que resulta relevante en la tipología de eventos estudiados. Finalmente se valorarán los resultados obtenidos para validar la utilidad de las propuestas realizadas y su aplicación en la realización de futuros estudios.

La aparición y consolidación de acontecimientos singulares en un territorio se ha convertido en una potente estrategia de desarrollo local, que incorpora en muchos casos una importante componente turística. Se justifica pues la inclusión del análisis del evento en nuestro objeto de estudio por el impacto económico que adiciona su demanda turística. Dicha aportación se puede medir en términos absolutos y especialmente en términos relativos respecto al conjunto de la actividad turística de un territorio. En territorios con un sector turístico poco maduro y con una demanda turística en expansión la contribución de un evento puede resultar, de hecho, un factor determinante del conocimiento de los recursos turísticos del territorio y colaborar a la futura consolidación de la demanda turística potencial.

En el territorio objeto de análisis se han desarrollado acontecimientos vinculados a la especialización productiva en el sector agrario y a los periodos históricos de mayor relevancia<sup>1</sup>. En este último apartado destaca sobremanera la Fiesta del Renacimiento de Tortosa a la que se dedicará la aplicación práctica.

---

<sup>1</sup> Podemos encontrar un listado detallado de dichos eventos en el apartado destinado a los productos turísticos de les Terres de l'Ebre.

El capítulo se estructura en 4 apartados. La introducción centrará el ámbito de estudio y las relaciones que tiene con otras posibles aproximaciones al estudio de los eventos turísticos.

A continuación, en el segundo apartado se procede a realizar una revisión de la metodología de medición del impacto económico. Se analizan los tres factores que determinan el impacto total (número de visitantes, gasto y efecto multiplicador), con una revisión de cómo han sido tratados en la literatura. Paralelamente se realiza una propuesta de la adaptación de cada uno de ellos para enfrentarse a un fenómeno local, destacando la diferenciación notable entre el impacto económico y el impacto turístico. Finalmente se proponen metodologías en orden a determinar los efectos indirectos e inducidos en un ámbito local reducido.

El tercer apartado incluye la aplicación práctica de la metodología propuesta para el estudio de un caso concreto de reconocida relevancia en las Terres de l'Ebre, como es la Fiesta del Renacimiento en Tortosa. Se han construido datos para medir el impacto directo y también para estimar la transmisión de éste en el impacto indirecto e inducido. Los resultados cuestionan alguna de las hipótesis sobre la transferibilidad e internalización del impacto a un territorio de reducida dimensión. Con el soporte de los datos obtenidos se realizan algunas recomendaciones tentativas de políticas públicas.

El último apartado presenta las principales aportaciones del estudio y las posibles líneas de investigación futuras en los ámbitos metodológico y práctico. Las ampliaciones de carácter práctico se concretan para el evento y territorio considerado.

#### **4.1.1. Delimitación del objeto de análisis**

Dos son los ámbitos de conocimiento más relacionados con el tópico, por un lado la literatura vinculada con los eventos y por otro la que incorpora el análisis de la actividad turística desde una óptica más económica.

La relación entre ambos conceptos resulta relativamente reciente. Se datan sus orígenes en los primeros artículos publicados en los años 70 y recogidos en Formica (1981), proliferando a partir de los años 80 y continuando su expansión hasta la actualidad.

Incluso en los últimos años han aparecido revistas especializadas dedicadas exclusivamente a analizar los eventos (Internacional Journal of Event Management Research desde el 2005 o Event Management desde el 2000) y otras donde aparecen relacionados ambos conceptos (Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events desde el 2009). Además de este carácter exclusivo, también son frecuentes, *papers* con esta temática, en las revistas más reconocidas en el ámbito científico del sector turístico (Tourism Management, Tourism Economics, Annals of Tourism Research y Journal Travel Research).

La aproximación analítica a la componente turística de los eventos se puede realizar desde diferentes ópticas, destacándose las siguientes (Getz (2008))<sup>2</sup>:

- La gestión y planificación de los propios acontecimientos.
- Las políticas (públicas) vinculadas al acontecimiento.
- El estudio de los impactos que produce en los ámbitos socio-económicos y medioambientales.

En relación a la tercera de las ópticas los impactos medioambientales han sido, escasamente estudiados. Una aproximación reciente que considera conjuntamente las tipologías de impacto se presenta en la tesis doctoral de Scheword (2007). Los estudios de impacto social y cultural se basan, generalmente, en la percepción de los residentes y los visitantes sobre el evento<sup>3</sup>.

Sin ninguna duda, el impacto económico de los acontecimientos ha sido el más estudiado. En este sentido, y a pesar de su voluminosidad no se considera una disciplina cerrada ya que los propios trabajos indican dos grandes limitaciones todavía persistentes: por un lado la falta de rigor en las metodologías empleadas y por otro la constante inclusión de errores en los cálculos realizados. Esta doble vía se traduce en dos tipologías de trabajos:

- Los que están preocupados esencialmente por la cuantificación del impacto, es decir, determinar el valor económico asociado al acontecimiento.

---

<sup>2</sup> El artículo revisa las líneas de investigación pendientes en cada una de las ópticas.

<sup>3</sup> Robertson, Rogers y Leask (2009) realizan una síntesis de la escasa literatura existente. Small, Edwards y Sheridan (2005) proponen una adaptación del SIE (Social Impact Evaluation) mediante una escala de percepción del impacto social, a los festivales de pequeña dimensión

- Los que se centran en el refinamiento metodológico del cálculo en las diferentes fases del proceso. En este sentido, por ejemplo se han diseñado y adaptado un conjunto de técnicas específicas como las tablas Input-Output, las Cuentas Satélites y más recientemente las técnicas del equilibrio general (CGE). Dichas técnicas en su origen se han generado para estudiar el impacto que tiene una determinada actividad en un territorio determinado y posteriormente se han adaptado al estudio del impacto de eventos concretos.

Sin renunciar a consideraciones (por otra parte necesarias) del conjunto de perspectivas, y del conjunto de impactos, el estudio se centrará en la medida del impacto económico del acontecimiento.

Nuestra aportación profundizará en las dos líneas de investigación referentes al impacto económico:

- En un primer estadio supondrá una adaptación metodológica del impacto económico a los eventos locales, con objeto de diseñar una guía metodológica útil para futuros estudios según las características de un acontecimiento local. Como novedad se revisará la totalidad del proceso (la mayoría de los trabajos se fijan en una de las variables del cálculo) y se realizarán aportaciones metodológicas específicas adaptadas a los eventos locales.
- En una segunda fase, desde un punto de vista empírico, se aplicará la propuesta metodológica al estudio del impacto económico de un acontecimiento local de carácter cultural en Terres de l'Ebre.

#### **4.1.2. Clasificaciones de los acontecimientos**

Múltiples son las clasificaciones realizadas sobre los eventos. Por su trascendencia en el estudio del caso analizado se destacan dos. La que hace referencia a la actividad principal que se desarrolla y la que clasifica el acontecimiento en función de su dimensión. En la primera clasificación se pueden distinguir las siguientes tipologías fundamentales (clasificación basada en Getz (2005)):

- Eventos deportivos: JJOO, campeonatos mundiales, nacionales, escolares, competiciones amateurs...
- Eventos profesionales: Ferias, congresos, conferencias...
- Eventos culturales: Exposiciones, festivales, carnavales, fiestas religiosas, fiestas de conmemoración...

Cada tipo de evento presenta unas características singulares<sup>4</sup> que deben ser tenidas en cuenta en el estudio realizado. Una característica destacable de las fiestas es su diversidad, proveniente de su motivo o significación<sup>5</sup>, esta singularidad suele estar relacionada con la localización del evento. El análisis se centrará en la caracterización de los eventos culturales y en concreto en una fiesta de recreación histórica. La cultura<sup>6</sup> y por extensión el sector cultural se han incorporado al análisis económico por su contribución creciente como factor del desarrollo y generadora de ocupación.

La segunda clasificación, la referida a la dimensión del acontecimiento y siguiendo también a Getz (2005), distingue cuatro tipos de eventos destacando las características de la demanda, el valor que generan y la periodicidad del mismo.

La parte inferior del gráfico 4.1 lo ocupan los eventos locales que incorporan en términos absolutos unas limitadas demanda y valor económico. En la parte superior aparecen los eventos ocasionales denominados mega-eventos (ME), de gran demanda turística y valor y los hallmark events (HE), que al ser periódicos acostumbran a concentrar una mayor vinculación con el territorio que los acoge manteniendo las mismas características de demanda y valor. En la parte intermedia se sitúan los eventos de carácter regional.

---

<sup>4</sup> Por ejemplo las relativas al perfil del asistente, tipología del gasto...

<sup>5</sup> La simbología de la fiesta puede tener desde un motivo bélico, religioso, histórico, conmemorativo, productivo...

<sup>6</sup> Conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural).

**Grafico 4.1: Clasificación de los eventos según su dimensión.**



Fuente: elaboración propia, a partir de Getz (2005).

Sin ninguna duda los eventos de gran dimensión han sido los más estudiados. Tal y como razona Ryan (1998), actualmente no se entiende ningún acontecimiento de estas características que no incorpore una estimación del impacto económico que comporta. La motivación del estudio de este tipo de eventos nace por un lado de la repercusión a nivel nacional o internacional del acontecimiento con una demanda muy importante y por otro también de la necesaria justificación por parte de la organización del elevado gasto que comportan.

Sin embargo, los grandes acontecimientos no resultan los más abundantes, ya que las localidades tienden a diseñar todo tipo de acontecimientos locales. Hay más acontecimientos que municipios. Estos pequeños acontecimientos en la mayor parte de los casos no presentan ninguna componente turística al ser sus asistentes los propios residentes de la localidad y se encuentran incluidos en la agenda cultural de la localidad.

La OMT (Organización Mundial de Turismo) define turismo como: todas las actividades que llevan a cabo las personas durante sus viajes y estancias a lugares diferentes de su entorno habitual por un período de tiempo inferior a un año por finalidad de ocio, negocio u otros motivos. Los sujetos que realizan la actividad turística se denominan visitantes<sup>7</sup>, que se clasifican en dos categorías:

- Turistas: los visitantes que pernoctan en el destino, permaneciendo un mínimo de 24 horas.
- Excursionistas: los visitantes de día (day-trippers) que permanecen menos de 24 horas en el destino o no pernoctan en él.

Con la delimitación de estas definiciones un número significativo de acontecimientos locales, con la oportuna inversión, presentan un potencial turístico. En estos casos el público asistente es una mezcla de residentes y visitantes que participan de la celebración del evento.

Una vez clasificados los asistentes se debe justificar quienes y que gasto se debe incluir en el impacto directo del evento. Estos acontecimientos que se encuentran en la caracterización de fenómenos locales pero que incorporan una componente turística requieren un tratamiento metodológico especial en orden a medir y distinguir entre el impacto turístico y económico. En el impacto económico se contabilizará el realizado por el conjunto de asistentes o participantes en el acontecimiento y en el impacto turístico el asociado exclusivamente a los visitantes a la localidad.

#### **4.1.3. Características económicas del bien analizado.**

La participación de las administraciones en la organización de los acontecimientos se ve justificada por la caracterización de dicho bien como un bien público. La no rivalidad y no exclusión están presentes en muchos de los actos que acompañan a las fiestas al potenciar la participación del conjunto de la colectividad y no tener ninguna barrera de entrada tipo precio. La intervención del sector público para la supervisión, promoción y provisión de dichos acontecimientos está pues justificada (Croes y Servert 2007). Dredge y Witford (2010) cuestionan que sean las características del bien público, o los

---

<sup>7</sup> Aquellas personas que se desplazan fuera de su entorno habitual con una duración inferior a un año y con una finalidad diferente a la de ejercer una actividad remunerada en el destino.



beneficios intangibles las razones de la intervención del estado sino que esta ha sido motivada por el neoliberalismo reinante para asegurar su desarrollo y que incluso puede haber llevado a institucionalizar un paradigma para la política de los eventos.

Un elemento a considerar en este apartado es la creación de infraestructuras necesarias para atender la demanda del destino en el evento considerado (Crompton et al. 2001). La inversión realizada en el conjunto del acontecimiento debe considerarse a efectos del coste de oportunidad que supone y justifica su realización con un análisis coste beneficio (Preuss 2009).

La existencia de externalidades por la celebración del acontecimiento de carácter positivo y negativo deben incorporarse al análisis del impacto social antes comentado. Se puede realizar un análisis coste beneficio donde se incorporen los costes debidos a la celebración del mismo, por ejemplo, el incremento de los precios de los bienes y servicios, los problemas de aparcamiento, la congestión del tráfico, el incremento de la inseguridad y robos en comercios y calles. Gursoy, Kim y Uysal (2004) con la técnica de componentes principales aplicada a los organizadores de un festival incorporan los beneficios sociales obtenidos por la cohesión de la comunidad y la mejora de las actividades, concluyendo que los beneficios sociales superan a los costes sociales antes mencionados.

Finalmente también se produce la imperfección del mercado debida a la información asimétrica que tienen los agentes que participan en el acontecimiento: los proveedores y los compradores. Esta asimetría en la información nos lleva a un subóptimo en la provisión del bien (Burgan y Mules 2001). En el caso extremo podría suponer la supresión del evento, como argumentan Hojman y Hiscock, (2010) con una aplicación de la no verificación del Teorema de Coase<sup>8</sup> en el festival internacional de Sidmoduth.<sup>9</sup>

A efectos de diferenciar lo estudiado en el capítulo anterior hay una clara diferencia entre la medida del impacto económico (aportación real), de la medición del valor económico

---

<sup>8</sup>Corolario del teorema de Coase : La asignación de recursos se ve afectada por los costos de transacción positivos o por los derechos de propiedad inciertos.

<sup>9</sup> El impacto económico positivo generado por el evento es en promedio muy superior al coste del seguro que protege al festival de las pérdidas por mala climatología, los agentes beneficiados no asumen el coste del seguro, lo que imposibilita la realización del mismo por parte de la organización

(aporte potencial) que puede tener un evento<sup>10</sup>. Dicha medida no es simétrica. De un alto impacto económico puede inferirse una alta valoración del fenómeno, pero el caso contrario no es cierto. Un pequeño impacto económico no presupone un bajo valor económico social y cultural por lo que se puede requerir una protección incluso en el caso de activos inmateriales como las fiestas. Esta asimetría ha hecho que se justifiquen las fiestas sin realizar la medición del impacto económico que suponen, en base al valor inmaterial que incorporan. Esta falta de necesaria justificación, ha supuesto un cierto vacío de la aplicación de la metodología de medición del impacto económico a este tipo de eventos.

Una consideración adicional muy importante en nuestro estudio es la cobertura geográfica que tiene el impacto económico. La medida del impacto se debe asignar a un territorio, ya sea un país, una región o una comunidad. Por el contrario la valoración del bien la pueden realizar el conjunto de personas independientemente de su ubicación geográfica.

**Se procede a continuación a diseñar una guía metodológica para medir el impacto económico adaptado a los eventos locales. En los que dada su escasa repercusión en términos de demanda turística e impacto requieren unas consideraciones particulares.**

## **4.2. La medición del impacto económico.**

### **4.2.1. Determinación del impacto económico en eventos culturales.**

La medición del impacto económico de un acontecimiento supone la suma del conjunto de efectos económicos que tienen lugar a partir de su celebración y que no ocurrirían si este no tuviera lugar. Se distinguen tres tipos de componentes relacionados con los impactos económicos: el directo, el indirecto y el inducido.

---

<sup>10</sup> No siempre queda tan clara dicha distinción entre valoración e impacto. Encontramos *papers* donde la medida del impacto económico se realiza por técnicas de valoración económica como el coste de viaje (Bowker, Bergstrom and Gill, 2007) o el de valoración contingente (Ramirez, Ordaz y Rueda, 2007).

En la celebración de un evento un conjunto de agentes realizan un gasto en el acontecimiento por su participación directa en la fiesta, flujo que se le considera el efecto directo. Este primer componente supone el incremento de producción de otros sectores de la economía que deben proveer de los bienes y servicios necesarios para la celebración del evento, el cual se considera el efecto indirecto asociado al evento. La generación de rentas adicionales asociadas (i.e. salariales) tanto al efecto directo como al indirecto supondrá nuevos incrementos de la demanda y la producción que deberán ser considerados, este tercer componente se considera el efecto inducido.

Como puede observarse, la generación de los efectos indirectos e inducidos se produce a partir del efecto directo, lo que determinará la forma usual de proceder en la medición del impacto. La medida del impacto total será la suma de los tres efectos considerados (el directo, el indirecto y el inducido).

La naturaleza de los fenómenos estudiados, en nuestro caso de carácter cultural, ha producido análisis donde la medición del impacto total difiere de la clásica estructuración del impacto directo indirecto e inducido, a pesar de reconocer los mismos términos. Así Seaman (2003) determina el impacto directo como el gasto realizado por la organización del evento y considera los impactos indirectos como los realizados por los visitantes al acontecimiento<sup>11</sup>. Para establecer las comparaciones entre los impactos se deberá contrastar que se refieren a la misma clasificación de los efectos ya que sino los resultados serán contradictorios. La forma de proceder en el análisis, tal y como se indica posteriormente, incorpora el gasto de la organización como uno más de los gastos directos que se producen por la celebración del evento.

Para determinar el gasto inicial del acontecimiento se pueden realizar aproximaciones desde la óptica de la demanda y/o desde la óptica de la oferta. Diferentes son los agentes que participan en cada una de las ópticas. Si se analizan las posibles fuentes de impacto desde la primera de las ópticas (la del consumo) se tendrá un conjunto de agentes que pueden participar en el gasto. Tyrrell y Johnston (2001) explicitan 6 posibles fuentes potenciales colectivas generadoras de impacto en un acontecimiento:

---

<sup>11</sup> Esta forma de cálculo se aplica en uno de los escasos estudios publicados de fiestas de recreación histórica en España (Perles (2006)) centrado en la fiesta de moros y cristianos de Alcoy.

- 1.- Los espectadores, serán los participantes en el acontecimiento, que pagan las entradas (si es el caso) y realizan gastos en su participación.
- 2.- Los jugadores o artistas del acontecimiento, según la tipología del evento, que pueden tener gastos de reparación y preparación de los equipos para su participación y los gastos debidos a su estancia. Esta partida puede resultar muy importante en algunos acontecimientos y requerir la aplicación del conjunto de la metodología para este colectivo (Ryan and Lockeyer, 2001), como es el caso de espectáculos deportivos con gran número de participantes respecto a los espectadores.
- 3.- Los voluntarios, por los valores monetarios y no monetarios de sus contribuciones y el valor del trabajo que aportan. En acontecimientos locales, con gran relación con la comunidad local, la partida debida al voluntariado resulta muy importante aunque no tiene asociada una clara transacción económica.
- 4.- Los medios de comunicación por el valor de las noticias que se publican y el gasto de los periodistas en el destino.
- 5.- Los sponsors del acontecimiento por la provisión de bienes y servicios.
- 6.- Los vendedores de productos que visitan la localidad en el acontecimiento por el gasto que realizan en su estancia.

A los que se procede a añadir un séptimo agente:

- 7.- La organización por la provisión de un conjunto de equipamientos o la contratación de bienes y servicios para la celebración del acontecimiento.

La distinción de cada colectivo permite realizar un estudio del gasto realizado hasta su destino final, evitando las dobles contabilizaciones del gasto<sup>12</sup>.

Obviamente el porcentaje de cada colectivo variará en función de la tipología del evento y de su dimensión. Si se analiza el caso de los eventos locales la asignación porcentual del gasto a los asistentes al acontecimiento para su uso recreativo resulta si cabe más importante.

La presencia de medios de comunicación en la cobertura de los acontecimientos locales puede resultar muy importante en términos relativos a la presencia de la localidad en los mismos (algunos estudios intentar cuantificar el valor de dicha presencia<sup>13</sup>): Su poder de

---

<sup>12</sup> Shibli and Coleman (2005) analizan la importancia de cada partida para un campeonato mundial de fútbol americano de 2002 en Sheffield, cuantificando que el 67 % del impacto total lo representan los espectadores, seguido de un 13% de los medios de comunicación y un 8% de la organización.

<sup>13</sup> Arostegui (2005), Perles(2006).

atracción de grandes medios de comunicación para cubrir el acontecimiento y por tanto el impacto directo será reducido cuando no nulo, en contraposición al estudio comentado de Shibli y Colleman (2002) relativo a un campeonato del mundo con gran cobertura mediática.

El gasto de la organización también merece un tratamiento especial para un fenómeno local. La pregunta sería ¿quien sufraga dicho gasto? Si se trata de la administración local con una capacidad de financiación muy limitada lo normal es que si no destinará dicho importe a la celebración del acontecimiento lo realizaría en otro apartado del gasto municipal o comarcal por lo que, tal y como se justificará, difícilmente debería considerarse en términos del impacto adicional atribuible al acontecimiento. En un análisis de un evento local debe, por tanto, analizarse más la tasa de retorno del gasto a la localidad, al presupuesto municipal por la vía impositiva o un análisis coste beneficio sobre el impacto total correspondiente a dicho gasto.

El resto de colectivos los jugadores o artistas, los voluntarios y los vendedores se encuentran identificados y se valorará su impacto en cada caso concreto, si adicionan partidas importantes en el impacto del acontecimiento.

Así en cada caso se recogen los datos de los agentes que se consideren relevantes y se justifica su inclusión y la no inclusión del resto. Con las consideraciones realizadas, parece evidente que el colectivo con mayor incidencia será el de los espectadores y a él se dedicaran los mayores esfuerzos metodológicos.

La otra forma de proceder, como se ha dicho con anterioridad, sería estudiar el destino del gasto, identificando el conjunto de agentes del territorio que son receptores del impacto económico y realizar, pues, su adición para determinar el impacto económico total. De esta manera, sin embargo, se producen dos desviaciones:

- 1.- ¿Como distinguir sólo a los agentes que han tenido el impacto debido al acontecimiento?
- 2.- ¿Como diferenciar la tipología del impacto que han recibido?<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> En caso de empresas con funcionamiento sin el evento, por ejemplo los hoteles, sólo debería imputarse el impacto adicional y por tanto la comparación entre el antes y el después se confirma.

Tal y como indican Gursoy, Kim y Uysay (2004) la percepción del beneficio económico de los receptores del impacto es mucho peor una vez realizado el acontecimiento. Este sesgo se produciría por el carácter conservador de las respuestas de los oferentes, así lo parece confirmar el hecho que por el contrario la percepción del impacto económico de los asistentes desde la óptica de la demanda resulta superior una vez finalizado el acontecimiento, estudio realizado por Kim, Gursoy y Lee (2004) para la copa del mundo de fútbol de Corea del Sur.

En nuestra forma de proceder, la óptica de cálculo del impacto es la de la demanda, Se empleará la de oferta para la medición de los impactos indirectos e inducidos, y, en particular, para reconstruir el seguimiento de las cadenas de valor intersectoriales<sup>15</sup>.

Una tercera clasificación del impacto directo es la que nos permite diferenciar un enfoque turístico frente a uno industrial. En la perspectiva turística se incluye en el componente directo el gasto realizado tanto en el interior del recinto considerado como en el exterior (si es debido al evento). Por el contrario, desde una perspectiva industrial sólo se incluye en el impacto directo el producido en el interior del recinto del evento, asignado el exterior al recinto al componente indirecto. Al comparar ambas medidas el impacto total no se ve modificado pero si lo hace el valor de los multiplicadores. En el caso analizado al tratarse de un evento de tipo turístico se prefiere incluir los gastos externos en el valor del elemento directo.<sup>16</sup>

#### **4.2.2. Fases del cálculo del impacto económico.**

La formulación del cálculo del impacto económico asociado a un acontecimiento resulta de una ecuación muy sencilla. La propuesta de Stynes (1999a) se concreta en el resultado de multiplicar tres factores:

$$\text{Impacto económico} = \text{Número de participantes} \times \text{promedio de gasto por participante} \times \text{Efecto multiplicador} \quad 4.1$$

---

<sup>15</sup> Para evitar el sesgo negativo de la estimación de los oferentes los valores absolutos se obtienen por la óptica de la demanda y en las cadenas se analiza la transmisión de una unidad de gasto.

<sup>16</sup>Un ejemplo de ambas ópticas lo tenemos en la copa América de Valencia 2007 desde la óptica industrial en Sancho y García (2007) y de la óptica turística en Maudos (2007)

La propia formulación nos indica las variables que pueden modificar el resultado del impacto económico de un determinado acontecimiento:

- El cambio en el número de visitantes o asistentes al mismo.
- La modificación de su pauta de gasto, por ejemplo con la incorporación de nuevos productos a consumir o con la modificación de la duración del evento.
- La transferencia del impacto directo al conjunto del territorio a través de los efectos indirectos e inducidos

Sin embargo, tras la sencilla apariencia del cálculo se esconden numerosos aspectos metodológicos<sup>17</sup> cuya elección puede arrojar diferencias significativas en los resultados o, lo que es peor, sesgar los valores.

La formulación del impacto muestra el mismo grado de importancia en los tres factores, la mayoría de los refinamientos metodológicos y su aplicación se han centrado en un único factor.

Es por tanto el objetivo en una primera iteración recoger la literatura metodológica y práctica relativa a cada una de las posibles fases en que se puede dividir el proceso de estimación del impacto. En una segunda iteración se incorporarán al análisis las adaptaciones que se consideran oportunas para el estudio de un fenómeno turístico de carácter local.

#### **4.2.3. La recogida de datos.**

Para proceder a la aplicación del cálculo del impacto económico o turístico de un acontecimiento se debe disponer de datos referidos a las tres variables que aparecen en la formulación anterior: número de visitantes, gasto realizado y multiplicador.

Una decisión previa de cualquier trabajo de impacto resulta el presupuesto que los investigadores tienen para elaborarlo. En particular, la creación de datos puede ser la decisión más importante en este sentido.

---

<sup>17</sup>Las tres variables están interrelacionadas, el cambio en el tipo de visitantes modifica las partidas del gasto y estas se transfieren cada una de ellas según un multiplicador diferente en el territorio

Se pueden distinguir cuatro niveles de precisión en los datos utilizados para distinguir la tipología del asistente y el perfil de gasto efectuado.

- 1.- Juicio de expertos
- 2.- Datos secundarios de carácter agregado
- 3.- Datos secundarios de carácter desagregado
- 4.- Datos primarios

El juicio de los expertos puede servir de contraste a los datos tratados por otra vía, no es una metodología muy utilizada para la medición del impacto económico. En una primera aproximación siempre se puede recurrir a datos secundarios de carácter agregado y considerar las pautas de gasto como las establecidas en la zona del acontecimiento sin recurrir a ninguna estimación (Brown, Var, y Lee (2002), Perles (2006)). Obviamente este proceder presenta la ventaja de no incurrir en ningún coste pero no aporta ninguna singularidad en el gasto de los visitantes al acontecimiento.

Los fenómenos de gran formato o mega eventos tipo JJOO o campeonatos del nivel mundial disponen, en muchos casos, de centros de recogida de datos o estadísticas propias que permiten medir el impacto con el uso de datos secundarios desagregados. Este también puede ser el caso de ciudades o Comunidades Autónomas con Observatorios de turismo, o incluso equipamientos culturales<sup>18</sup>

Sin embargo cuando se pretende medir el impacto económico de un determinado acontecimiento local, se requerirá generalmente de la creación de datos generados para captar la singularidad del acontecimiento y disponer de datos referidos a los asistentes al evento.

En la óptica de la demanda, la encuesta deberá ser contestada por los asistentes al acontecimiento. De entre las posibles metodologías de recogida de datos en el caso de acontecimientos de pequeño formato sólo se puede realizar la encuesta si se conoce previamente si el encuestado ha participado en el acontecimiento, ya que en un muestreo al azar la mayoría de los encuestados no habrá participado en el evento<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Este es por ejemplo el caso de Murillo y otros (2008) referido al centro de recogida de datos del conjunto de la Alhambra y el Generalife de la ciudad de Granada.

<sup>19</sup> Diferente sería si quisiéramos captar la percepción de los residentes en la localidad, incluso en su valoración del impacto económico.



Se puede realizar el proceso de encuestación a posteriori o en el momento de participación en el acontecimiento. Las encuestas a posteriori, por la dimensión del acontecimiento, requerirán el reconocimiento previo de los participantes en la fiesta. Salvo con alguna metodología de trazabilidad que establezca un contacto en el momento del acontecimiento, sólo se dispondrá de datos de los turistas que se han alojado en establecimientos reglados, lo que sesgaría el tipo de gasto a un perfil concreto y desestimaría el gasto realizado por los residentes, excursionistas y turistas alojados en casas de familiares y amigos. Estos últimos tipos de visitantes pueden resultar una parte significativa de los participantes en un acontecimiento local, los excursionistas por la zona de influencia reducida y los visitantes a familiares y amigos o parientes (VAPs) por la importancia dada por los residentes a acogerlos durante la celebración del evento<sup>20</sup>. A este error de muestra se deberían añadir dos problemas adicionales. El primero es el bajo índice de respuesta según cual sea el canal utilizado y el segundo un problema de memoria ya que se supone que el turista expondrá su pauta de gasto según lo que recuerde de un acontecimiento que ya ha pasado. Estas problemáticas provocan que no se recomiende la metodología a posteriori.

La opción alternativa de recogida de datos en el momento de participación tampoco esta exenta de dificultades. La principal se vincula a que en muchos casos se responde la pauta de gasto de forma aproximativa ya que el participante aún no ha terminado su visita. Obviamente si el acontecimiento presenta algún punto de salida este problema se resolverá con la contestación a la encuesta en el momento de finalización de la participación. La recogida de datos “in situ” comporta un mayor índice de respuesta, sin embargo, puede suponer una muestra sesgada por la menor predisposición a contestar de algunos colectivos, por ejemplo los residentes.<sup>21</sup>

Otra limitación importante de la encuesta in situ es el tiempo dedicado a la respuesta lo que requiere un diseño adecuado de la misma. No pueden incluirse excesivos ítems ya que el participante esta disponiendo de su tiempo de permanencia en el acontecimiento cuando la responde. En el diseño de la encuesta se distinguen tres apartados en el primero se recogen los datos del perfil del visitante, en el segundo su pauta de gasto y normalmente se añade un tercer apartado según los intereses concretos del estudio.

---

<sup>20</sup> Ya se ha indicado que los residentes acostumbra a representar un porcentaje significativo..

<sup>21</sup> Stynes (1999b) relaciona los errores debidos a una muestra no representativa

Si se dispone de algún estudio anterior se puede conocer previamente el perfil del asistente y por tanto realizar una muestra ponderada según dichos porcentajes. Este conocimiento previo reducirá notoriamente el coste de la encuestación, ya que será suficiente a efectos estadísticos, tal y como indica Stynes (1999b), unas 50 respuestas por colectivo<sup>22</sup>. En el caso de fenómenos locales, sin la existencia de estudios previos, el perfil se obtiene de la propia encuesta como uno de los resultados por la inclusión de las preguntas del perfil socioeconómico del asistente. En dicho caso la muestra debe ser aleatoria según algún criterio establecido para garantizarlo.

Determinados acontecimientos tienen una duración de varios días o incluso semanas, con un grado de participación diferente a lo largo del tiempo de duración del acontecimiento. La opinión de los expertos puede resultar adecuada para decidir el porcentaje de participación en cada una de las fases del evento (recogido en anteriores ediciones o en la experiencia de este tipo de acontecimientos) a efectos de representar de forma correcta el gasto de cada tipología de visitante.

Adentrándose un poco en la primera de las variables a determinar, el número total de asistentes al acontecimiento, se debe acometer la (a menudo) tediosa tarea de estimarlos

A efectos de dicha contabilización la técnica más efectiva, si el evento lo permite, consiste en una contabilización en un punto de paso obligado. Por ejemplo, si el acontecimiento se ubica en un recinto cerrado servirá el recuento de las entradas o salidas al recinto. Si además comporta un ticket de acceso podrá servir simplemente el recuento de las entradas vendidas, como sería el caso de un museo, una exposición o una feria.

Si se trata de acontecimientos con entradas a múltiples eventos, como un festival de música o un campeonato deportivo, también se puede contabilizar a partir del número de entradas vendidas y el número medio de entradas por asistente.

Si el acontecimiento tiene un itinerario establecido pero sin punto de entrada y salida, se procede a un recuento del flujo de personas por un punto fundamental del itinerario en distintos momentos del acontecimiento. La extrapolación del dato a la duración total del evento nos dará una estimación del número de visitantes. En este caso se trata pues de una estimación ya que no contabilizamos los asistentes y tanto más válido cuando el itinerario sea único y unidireccional. La flexibilización de estas condiciones nos llevará a

---

<sup>22</sup> Supondrán errores en el gasto promedio inferiores al 10%

considerar (según la tipología del acontecimiento) las dobles contabilizaciones de personas que repiten el paso por el lugar señalado y las fugas debidas a itinerarios alternativos si los hubiera.

Finalmente, como caso más complicado para proceder, sería el de un acontecimiento que no tiene entradas determinadas y se celebra en un espacio abierto con múltiples itinerarios. En este caso se puede estimar el número de visitantes por la aplicación del método anterior en un conjunto de lugares de paso si bien los problemas indicados de fuga y doble contabilización se incrementaran, dando menor fiabilidad al valor estimado.

En dicho caso la estimación se realiza por métodos indirectos como pueden ser:

- Índices de ocupación de los establecimientos hoteleros y otras formas de residencia antes, durante y después del acontecimiento;
- Indicadores de consumo relacionados con la población como el nivel de residuos urbanos o el consumo de agua;
- Datos de los centros de información turística sobre el número de consultas.
- Cifras del número de vehículos en las rutas de acceso.

Lo más indicado es proceder a la estimación por más de un método indirecto. En este caso, no se evita el hecho de tomar el dato inicial, el número de asistentes, como un valor estimado y por tanto puede resultar indicado, a partir de la estimación del orden de magnitud, establecer diferentes escenarios sobre el número de visitantes. Si se calcula el valor obtenido por más de un método se podrán tener órdenes de magnitud para el número de visitantes que determinen el margen de los escenarios a considerar. Con esta ejemplificación se marcan límites superiores e inferiores al impacto que pueden servir de ejemplo cara a los objetivos a conseguir según las políticas realizadas.

El cuadro 4.1 resume las metodologías para contabilizar el número de asistentes a eventos locales.

**Cuadro 4.1: Metodología para estimación del número de visitantes**

Flujo de asistentes	Tipología de acontecimiento	Método recomendado para el cálculo de asistentes
Una entrada por asistente	Concierto, museo, exposición, feria, partido...	Número de entradas vendidas/ contador en la entrada.
Varias entradas por asistente	Festival, competición deportiva...	Corregir las entradas vendidas con el número de entradas promedio de un visitante (encuesta)
Itinerario cerrado o establecido	Procesión, ruta ...	Contador del flujo por un punto concreto en periodos de tiempo.
Itinerario abierto	Fiesta popular, fiesta de recreación histórica, visita turística...	Estimación indirecta, escenarios para el valor.

Fuente: Elaboración propia

**El objetivo es calcular el impacto económico que tiene el evento y por tanto resulta imprescindible en primera instancia haber diseñado una recogida de datos adecuada y una estimación del número de asistentes. A partir de los datos obtenidos se procede de forma proporcional a la construcción del impacto total del acontecimiento.**

#### 4.2.4.- Aspectos metodológicos del impacto directo.

La primera de las etapas en el cálculo del impacto económico es el cálculo del impacto directo. Éste emergería automáticamente de la adición del gasto realizado por cada visitante merced a su participación en el evento. La aplicación requiere de datos poblacionales que, sin embargo, generalmente no están disponibles. Así las cosas, la alternativa razonable acostumbra a ser el cálculo separado del número de visitantes y del gasto promedio del visitante. De esta forma, tal y como propone Stynes (1999a), el componente del impacto directo se obtendría a partir de la siguiente expresión:

$$ID = \sum_i N_i * G_i \quad 4.2$$

Donde ID representa el impacto directo, resultado de sumar el gasto de cada uno de los visitantes, en la fórmula agrupados según colectivos ( $N_i$ ), con sus respectivos gastos

promedio ( $G_i$ ). La fórmula, de aparente fácil cálculo, está, no obstante, repleta de consideraciones y elecciones metodológicas que entrañan, en ciertos casos, oscilaciones sustanciales en el valor obtenido.

Hay tres conceptos que hay que tener en cuenta a este respecto. En primer lugar, hay que considerar el tema de la adiciónabilidad, es decir, que individuos se deben considerar en la determinación del impacto (no sólo tiene que ver con los individuos sino también con el gasto). En segundo lugar, hay que considerar el aspecto de internalización de los impactos al territorio, esto es, que gastos deben considerarse en el impacto de cada uno de los individuos. Y el tercero, la zona<sup>23</sup> donde se quiere determinar el impacto, en el caso local su concreción tiene una relación determinante con los conceptos de adiciónabilidad e internalización anteriormente definidos.

A pesar de su gran relación se procede a continuación a desarrollar las consideraciones metodológicas de cada uno de los aspectos en primer lugar de la adiciónabilidad (¿Qué asistentes deberemos considerar? y ¿qué gasto de cada uno de ellos?) el segundo la internalización (¿Qué gastos son los que recaen sobre el territorio?), y el tercero la determinación de la zona que adiciona e internaliza el impacto

#### **4.2.4.1. Asistentes propios del acontecimiento.**

Una vez estimado por medio de datos primarios o secundarios el número de visitantes al acontecimiento, tal y como se analizaba en el apartado anterior, se debe considerar que participantes son los que hay que contabilizar en el impacto económico y/o turístico sobre el territorio. En este sentido, se ha de subrayar para la inclusión, y contabilización, que los flujos a incluir deben de ser “dinero nuevo” “o “adicional” (i.e. el asunto de la adiciónabilidad) tal y como lo consideran en sus guías metodológicas los autores Gelan (2003), Stynes (1999<sup>a</sup>) y Crompton (2001). Esto es, el dinero que no sería gastado en el territorio considerado si no se realizase el acontecimiento. Este enfoque no distingue de forma excluyente entre residentes y no residentes, habida cuenta de que ambos podrían ser considerados como generadores de dinero adicional en el territorio. Llegados a este

---

<sup>23</sup> Nuestro análisis de la medición del impacto económico incorpora como variable destacada del estudio la zona receptora del impacto. Se pretende determinar el impacto económico de un fenómeno local y por tanto su zona de influencia será pequeña, por lo que las técnicas deberán ser adaptadas para considerar esta reducida dimensión del territorio receptor del conjunto de impactos directos, y la transferibilidad posterior de los indirectos e inducidos.

punto A partir de esta nueva situación se deben considerar las peculiaridades del gasto de cada una de las tipologías de asistentes, residentes versus no residentes.

- Contabilización de los residentes.

Si se considera estrictamente el impacto turístico, de acuerdo con la definición de la OMT (2001), se deberían excluir del análisis a los residentes en el territorio considerado, por tratarse de su entorno de residencia habitual, aunque no por ello del impacto económico. De hecho, la inclusión del gasto directo de los residentes ha tendido a suponer un sobredimensionamiento del impacto económico de los acontecimientos y el error más frecuente en el procedimiento. Crompton (2006) lo pone de manifiesto con múltiples ejemplos y recomienda, sin ir más lejos, su exclusión general, tanto del cálculo del impacto económico como turístico. El argumento justificativo es que si éstos no gastasen en el acontecimiento lo harían en un gasto sustitutivo dentro del territorio. Sin embargo, tal y como se recoge en la tabla 4.1 la mayoría de los estudios tienden a considerar el gasto realizado por los residentes en el acontecimiento de forma parcial, e incluso otros lo contabilizan totalmente.

**Tabla 4.1: Propuestas de inclusión al impacto económico de los residentes**

Propuesta	Autor	Observación
Inclusión total	Brown y otros (2002)	No considera zonas de origen de los asistentes
Exclusión	Thomo(2007)	No considera su impacto, pero considera su participación importante al representar el 30% de los asistentes
Exclusión	Perles (2006)	Sólo considera los visitantes por estimaciones de consumos adicionales
Inclusión parcial	Ryan y otros (2001)	Dificultad metodológica Retención de los que se desplazarían en caso contrario Ponderación escala Likert
Inclusión parcial	Stanley y otros (2000)	Gasto de la entrada al evento considerado
Inclusión parcial	Gelan (2003) Corral y otros (2009)	Porcentaje de los que se quedan en el lugar (%) y si no se habrían ido a otro sitio.
Inclusión parcial	Felsenstein y otros (2003)	Formulación de los que aportan dinero nuevo, restando los que en la situación alternativa no hubiesen gastado el dinero en un evento similar fuera de la región.

**Fuente: Elaboración propia**

El debate sobre incluir (parcial o totalmente) a los residentes en la óptica del impacto económico continúa abierto. Técnicamente, parecería razonable y consistente incluir a los residentes siempre que éstos gastasen el dinero (o parte de él) que destinan al evento fuera del territorio. Por el contrario no debieran ser considerados si gastasen el dinero del acontecimiento en otros gastos del territorio los mismos días o en otro periodo. No resulta sencillo distinguir el comportamiento de los residentes y su gasto adicional, pero también parece excesivo suprimir la totalidad del gasto efectuado solo por el hecho de ser residente. La pregunta que se debería contestar es: ¿el gasto que ha realizado o va a realizar en el acontecimiento a que lo destinaría? Obviamente la respuesta a la pregunta podría mostrar una clara distorsión ya que el residente ha decidido, si es un asistente, gastar en el acontecimiento. Si la opción alternativa fuera un gasto en el mismo territorio se trataría de un desplazamiento en la pauta de gasto y no debería considerarse como un impacto adicional, en caso contrario se trataría de un impacto adicional y por tanto imputable.

Una forma alternativa de proceder, tal y como sugieren Ryan y Lockyer (2001), es considerar los residentes que han permanecido en el territorio por el acontecimiento y si este no se hubiese celebrado hubiesen marchado fuera del mismo, e imputar exclusivamente el gasto de estos residentes como impacto directo. Si el acontecimiento no se hubiese celebrado estos residentes no hubiesen gastado este dinero en el territorio y lo hubiesen hecho en otro lugar por lo que su impacto debe ser considerado como dinero retenido en el territorio y debido al acontecimiento lo que justifica su inclusión en la contabilización. En eventos relevantes de los municipios este poder de retención es muy importante para participar activamente de la celebración. La probabilidad de que el gasto alternativo en el bien substitutivo en el consumo se produjese fuera del territorio considerado debería contemplarse. La formulación de la pregunta del uso alternativo al gasto en el acontecimiento también revelará si estos residentes tienen la intención de no permanecer en el territorio y añadirá si el gasto se produce en el desplazamiento alternativo.

Siempre aparece un elemento subjetivo en la respuesta de los residentes y por tanto será relevante conocer la proporción de asistentes que participan en el acontecimiento siendo residentes. En acontecimientos locales el porcentaje de residentes acostumbra a ser elevado y por tanto la cuestión de incluir su gasto, o no, resulta trascendental. La incorporación en el diseño del cuestionario de alguna pregunta relativa a dicha

participación, puede servir para determinar el grado de inclusión adecuado del gasto de los residentes.

Finalmente también se puede considerar la inclusión de los residentes a efectos de medir la relación entre la componente turística y la componente económica del acontecimiento (Stynes 2001). Así se determina del conjunto del gasto realizado en el evento la importancia de la componente turística.

Se propone pues su inclusión en aquellos acontecimientos donde tienen una especial participación. El propio estudio del caso mostrará algunos indicios para no excluir totalmente a los residentes. Si es posible, se realizará alguna pregunta para determinar el grado de inclusión de su gasto considerado como dinero nuevo. Conscientes de la dificultad de dicha medición se puede optar por su inclusión y con su contabilización distinguir entre el impacto bruto, que se obtiene al considerar el total del gasto del conjunto de participantes (residentes más no residentes), el impacto neto del conjunto de los participantes (tras excluir parte de los residentes y su gasto por no ser consistente con el concepto de adiciónabilidad) y, en tercer lugar, la componente turística del acontecimiento con la inclusión exclusiva de los no residentes.

- Inclusión de los no residentes

Al considerar a los no residentes volvemos a recurrir a la definición de la OMT. Si el destino no forma parte de su entorno habitual el gasto realizado en el territorio considerado debe incluirse en el impacto turístico. La dificultad del análisis radica ahora en si debe ser considerado un impacto debido al acontecimiento

Si un visitante va a una localidad por la celebración exclusiva del acontecimiento, el gasto realizado debe ser incluido en su totalidad al ajustarse plenamente al concepto de dinero nuevo. Si el acontecimiento no se hubiese celebrado no existiría la visita y por tanto desaparecería el gasto en el territorio. En otras casuísticas de la visita, la inclusión de los no residentes también presenta algunos interrogantes abiertos, pudiéndose distinguir las siguientes tipologías de no residentes: los visitantes multipropósito, los casuales y los cambiadores de tiempo.

Respecto a los primeros, señalar inicialmente que todo destino presenta un conjunto de recursos turísticos. Los turistas visitan el destino en función de dichos atractivos, denominados recursos primarios, uno de ellos asociable con el acontecimiento estudiado. Ante un escenario de visita multipropósito, se debe considerar la influencia



del evento en el proceso de decisión del viaje. Se pueden intentar realizar valoraciones sobre la motivación de la visita y el grado de importancia del acontecimiento, como se propone en Stanley (2000), o incluso cuantificar el porcentaje de influencia en la decisión de visitar un lugar por la celebración del evento (Tyrell y Johnston (2001)). Dichos intentos pretenderían,, pues, determinar que porcentaje del gasto realizado por los residentes multipropósito debe ser incluido para la contabilización del dinero nuevo asociado al evento. La importancia del evento respecto al resto de atractivos turísticos del territorio o la singularidad del mismo deberían ser aspectos determinantes del grado de participación.

En segundo lugar, se han señalado los visitantes casuales. Si un destino presenta un conjunto de recursos primarios, habrá turistas que lo visitan por otros motivos que no sean el acontecimiento estudiado, por lo que su presencia en el acontecimiento sea una mera casualidad. En este caso, su gasto parecería que debiera excluirse del impacto. Resultaría sencillo determinar los visitantes casuales con una pregunta sobre el motivo de su visita al territorio. La presencia de visitantes casuales a un evento, además, también servirá en municipios turísticos para determinar la importancia relativa del evento. Si el municipio no presenta muchos productos turísticos podremos suponer que si el visitante no es casual la totalidad del impacto es debida al acontecimiento dejando de considerar los visitantes multipropósito del apartado anterior.

Incluso en el caso de los visitantes casuales es posible que su pauta de gasto difiera de la que acontecería sin la celebración del evento, al participar en el acontecimiento aunque sea por casualidad. Deberían considerarse entonces dichos gastos adicionales, (un claro ejemplo de dichos gastos son las entradas a los espectáculos del acontecimiento).

**Tabla 4.2: Propuestas de inclusión en el impacto económico de los visitantes casuales y multipropósito**

Propuesta	Autor	Observación
No distinción	Thomo(2005)	Incluye su efecto totalmente
No inclusión	Crompton (2006)	Otras atracciones
No inclusión	Gelan(2003) Lee y otros (2004)	Solo considera el porcentaje de visitantes con motivo del evento
Inclusión parcial	Stanley y otros (2000)	. Valoración del evento solo incluir los que lo valoran con la mayor puntuación
Inclusión parcial	Tyrrell y otros (2001)	Escala de medida. Que porcentaje de su decisión para ir a un lugar ha tenido el evento
Inclusión parcial	Ryan y otros (2001)	Supone un viaje mas caro, incorpora incremento del gasto

**Fuente: Elaboración propia**

Un último colectivo a estudiar tiene que ver con la presencia de turistas en el acontecimiento que si éste no aconteciera realizarían la visita al lugar aunque en otro momento. Son los llamados cambiadores de tiempo. En muchos casos no se considera su exclusión al ser difícil la valoración a posteriori de otra visita, (Thomo (2005), Ryan (2001), Felsenstein et al. (2005)). Aquí, sin embargo, parece más evidente que la cantidad de gasto se verá modificada por su pauta al participar del evento y por la duración de la visita que puede verse alargada para el disfrute del mismo<sup>24</sup>, sólo debería imputarse el incremento del gasto debido a la coincidencia con la celebración del evento<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Por ejemplo el concepto de día extra ( día adicional de estancia) considerado por Crompton ( 2001),

<sup>25</sup> Un efecto complementario de los cambiadores de tiempo, no cuantificado y de signo contrario, sería el de aquellos que cambiarían dichas fechas, como indica Lee y Taylor (2005), por otras alternativas, por los efectos negativos del acontecimiento, como pueden ser las aglomeraciones, el incremento de precios y la contaminación

**Tabla 4.3: Propuestas de inclusión al impacto económico de los cambiadores de tiempo**

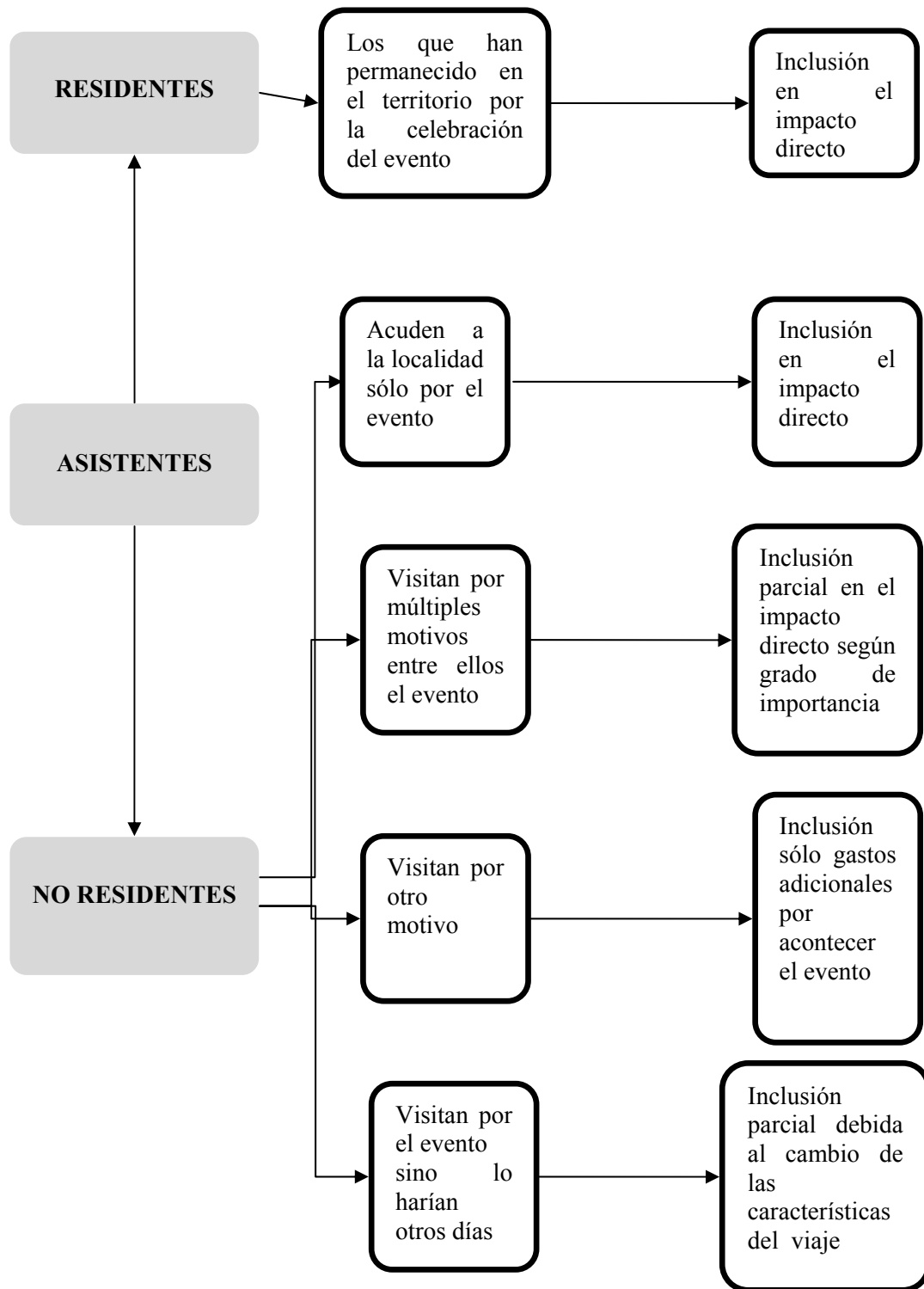
Propuesta	Autor	Observación
No consideración	Thomo,(2007) Stanley y otros (2000) Gelan (2003) Ryan y otros (2001)	Incluye su efecto totalmente
Exclusión	Felsestein y otros (2003)	Formulación , hubieran visitado el lugar por cualquier evento
Efecto desplazamiento	Lee (2005)	Visita en otro momento por incremento de precio y masificación
Inclusión parcial	Crompton y otros (2001)	Incremento de la estancia. Dia extra

**Fuente: Elaboración propia**

Por tanto, la encuesta debe incluir, como mínimo, una pregunta referida al motivo de la visita a la localidad. En el caso de acontecimientos locales se sugiere una pregunta del tipo: ¿Es el acontecimiento el motivo (principal) de la visita? Una respuesta negativa supondría la exclusión del visitante por ser casual o por tener otros motivos principales. La respuesta positiva incluiría a los visitantes con un único motivo (el evento) y a los multipropósito que lo tienen como motivo principal. En el caso de acontecimientos locales, como es el caso estudiado, éste se considera el motivo principal y en muchos casos único de la visita. Con esta pregunta no se contemplan los cambiadores de tiempo, pero se puede incluir si se considera necesaria alguna pregunta referida a otras visitas a la localidad.

El esquema 4.1. Sintetiza en un diagrama de flujo la tipología de los asistentes a un acontecimiento y una propuesta metodológica para su inclusión en el cálculo del dinero nuevo (adicional) obtenido en una zona geográfica.

**Esquema 4.1 Criterios de inclusión de los asistentes en la contabilización del impacto económico**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.4.2. Gasto realizado

El segundo factor lo constituye el gasto realizado por el asistente/visitante al acontecimiento. Tal y como indican Tyrrell y Johnson (2006), podemos analizar la fuente del gasto, su punto de partida, su destino y la razón. El análisis de cada uno de estos los factores dará pistas en orden a su inclusión en el impacto económico del evento.

Siguiendo el argumento consistente en considerar que el gasto se realizaría como adicional por la existencia del evento se deberían contabilizar exclusivamente los gastos debidos al evento y que no recibiría la zona si este no tuviera lugar. Si los visitantes acuden a la zona con una motivación exclusiva del evento debe incluirse el total del gasto. Si, por el contrario, no es la motivación principal sino una secundaria deben incluirse exclusivamente los que son adicionales del acontecimiento, como por ejemplo compras típicas o entradas a espectáculos (el incremento parcial de su gasto). Los gastos de los residentes sólo deben considerarse si se han realizado en el territorio y se hubieran desplazado fuera de él en caso de la no celebración del evento (gastos retenidos).

La segunda restricción aparte del concepto de adiciónabilidad debe ser la zona considerada. Este aspecto presenta importantes limitaciones ya que el gasto en desplazamiento, alojamiento y compras, por ejemplo, puede llevarse a cabo, en un importante porcentaje, fuera de la zona (incluso se puede comprar un paquete en origen).

Una apreciación adicional es que la unidad de gasto se debe contabilizar. La práctica habitual es considerar el gasto por visitante diario. Resulta difícil para un visitante, no obstante, determinar el gasto de un día concreto, por lo que se puede proceder a demandar el gasto para el conjunto de su participación en el acontecimiento y estimar posteriormente su gasto diario. Si ésta es la variable finalmente escogida se debe proceder a un recuento del gasto en el conjunto de días del acontecimiento, ya que la pauta de gasto también puede variar a lo largo del evento. A partir de dichos datos una aportación relevante para no realizar estimaciones naïf del gasto diario la tenemos en Sun y Stynes (2006), donde se demuestra cómo calcular el gasto promedio por noche. Generalmente en estancias superiores al día y de larga duración parece que el gasto

diario disminuye, lo que comporta un incremento del gasto promedio en la aproximación de calcular el promedio por noche en lugar del promedio por visitante. La diferencia entre las dos estimaciones resulta reducida si el acontecimiento tiene corta duración y por tanto las estancias medias superiores al día son escasas.

La pregunta sobre el gasto hace referencia al gasto diario pero puede inferirse que los excursionistas realizan estancias inferiores a un día y por tanto debería contabilizarse una parte del gasto diario si esta es la variable recogida.<sup>26</sup> Resultará más eficiente preguntar a los excursionistas el gasto realizado con motivo del acontecimiento independientemente de la fracción diaria de su estancia. Si se contemplan asistentes con una corta presencia en el acontecimiento resulta necesario ponderar el número de encuestas según el nivel de intensidad que presenta el acontecimiento a lo largo del tiempo de duración, y recoger así de forma correcta el gasto de cada tipología de visitante.

Si se procede a la recogida in situ se deben formular las preguntas referidas al gasto incluyendo la apreciación del gasto realizado en el acontecimiento o vinculado a este, si bien los asistentes difícilmente sabrán distinguir esta clasificación.

Se puede diferenciar el gasto según la tipología del asistente, lo que permitirá realizar estudios comparativos de su pauta de gasto<sup>27</sup> e incluso determinar que componente de cada uno de ellos se debe incorporar en el gasto a efectos de determinar el impacto final. Múltiples son los criterios de segmentación, el más empleado excursionistas versus turistas, otros pueden ser: motivo de la visita, el tipo de grupo del viaje, la duración, etc.

Por tanto existe una segunda restricción cuantitativa a efectos de no sobredimensionar el valor del impacto económico, además de la cuestión adicional global, y es determinar que tipología de gastos son repercutibles directamente al evento. Así deben realizarse dos cribas en el total de gastos: la que tiene que ver con la adición y con la internalización. La primera debida a que el participante hubiese gastado una partida en el lugar y sin la celebración del acontecimiento, criba que afecta especialmente a los residentes. En este sentido, es difícil determinar la pauta de gasto específica y diferencial del acontecimiento pero si se puede, al tener identificados los visitantes por su zona de origen, comparar si su perfil de gasto presenta alguna singularidad. La segunda criba

---

<sup>26</sup> Murillo y otros (2006) les imputa sólo el 75% del gasto diario.

<sup>27</sup> Thrane, (2002) para un festival de Jazz contrasta que el público más interesado con el motivo del evento gasta más en su estancia

hace referencia a considerar que no todo el gasto explicitado por el visitante se realiza en la zona del acontecimiento y por tanto se deben descontar los gastos en origen del visitante a efectos de impacto en la zona considerada, especialmente cuando se trata de eventos locales<sup>28</sup>

Una tercera restricción, muy poco considerada en la literatura (escasamente encontramos una estimación aproximativa en Gelan (2003) y una reflexión sobre su importancia en la guía metodológica de Crompton (2001)), es que los productos consumidos en el evento pueden proceder de fuera de la zona considerada. La celebración del evento comporta la visita de agentes externos por lo que el gasto sobre sus productos no recae en el territorio. Se trata de importaciones en la primera fase pero que no tienen traslado al territorio en las fases posteriores por lo que la totalidad de dichos gastos debe ser excluida según la tipología del evento este efecto puede ser muy elevado, especialmente en los eventos locales.

**Cuadro 4.2: Clasificación de los gastos según tipología y propuesta de inclusión**

<b>Tipo de gasto</b>	<b>Propuesta de inclusión</b>
Alojamiento	Solo en los turistas y en los establecimientos de la zona considerada para el impacto.
Restauración	Inclusión si supone dinero nuevo para todos los asistentes
Alimentación	Inclusión en el caso de los no residentes. Especialmente en el caso de los VAPs
Desplazamiento	Inclusión parcial al haber siempre gasto en origen y trayecto.
Compras	Inclusión parcial sólo si se trata de comerciantes locales y productos locales (no importados)
Ocio y espectáculos	Inclusión parcial de los espectáculos locales.

**Fuente: Elaboración Propia**

---

<sup>28</sup> Long and Perdue (1990) para festivales rurales cuantifican en un 74,9% del gasto las fugas fuera de la comunidad receptora del acontecimiento

Puesto que la tipología de gastos puede ser muy diversa en el cuadro 4.2. se exhibe una clasificación con una propuesta de inclusión o exclusión según la procedencia del asistente.

#### **4.2.4.3. Territorio receptor del impacto.**

A las dos variables explícitas de la formulación del impacto directo (número de asistentes y gasto) se debe aplicar el concepto de territorio que recibe el impacto económico, que condiciona las dos variables anteriores. La propia definición de residente incluye el concepto de entorno habitual y por tanto si se amplía la zona considerada aumentará su número de residentes (y disminuirá el de no residentes). También y tal como se ha considerado el gasto, éste se verá afectado por la determinación del territorio. Al aumentar éste, el gasto de los no residentes que se conservará como impacto adicional parece tender a aumentar ya que cuando se estima el impacto económico se debe suponer que parte del gasto proviene y perdura en la zona considerada. Si se desglosa el sumatorio de la fórmula del impacto directo

$$\text{Impacto directo} = n_1 * g_1 + n_2 * g_2 + n_3 * g_3 + n_4 * g_4 \dots \quad 4.3$$

Donde cada n representaría un individuo a considerar y g su respectivo gasto a imputar. En síntesis, se produce un efecto dual. Por una parte al ir reduciendo el territorio considerado el gasto por asistente que se debe considerar gastado en la zona irá disminuyendo. Por otra parte el número de asistentes, es decir el número de términos del sumatorio, que pueden considerarse no residentes y que se desplazan al lugar del acontecimiento se verá incrementado conforme el radio de la zona vaya disminuyendo, lo que incrementaría el impacto turístico. Además al disminuir la zona se incrementa el gasto que se realizaría por todos los asistentes (residentes y no residentes) fuera de dicha zona en caso de no celebrarse el acontecimiento y por tanto debería considerarse dinero nuevo en la zona (aumentaría el impacto por la adición).

Así pues el impacto directo presenta algunos factores que se incrementan al disminuir la zona y otros que disminuyen su efecto. La variable geográfica no se encuentra muy



tratada, sin embargo, en la literatura. Bohlin (2000), por ejemplo, estudia el decaimiento de la asistencia en función de la distancia. Mules (1998), por ejemplo, indica que el impacto directo atribuible se incrementa al disminuir el territorio según el que denomina “la cuestión del punto de vista “. Al disminuir la zona, la probabilidad de que los asistentes provengan de otras localidades aumenta. Sin embargo si se amplía la zona se producirá un mero efecto desplazamiento y no debería ser considerado. En la misma dirección se postulan Dwyer, Forsyth y Spurr (2005) que tienden a considerar un mayor impacto en la zona local, después regional y finalmente a nivel nacional donde solo se deberán considerar como no residentes los turistas internacionales. En el caso extremo, una reducción al absurdo propuesta por Crompton (2006) nos hace reflexionar que si la zona se amplía de forma indefinida por ejemplo al total del mundo el impacto adicional debido a los no residentes (y también a los residentes) resultaría nulo<sup>29</sup>

Pero en el caso de acontecimientos locales recordérase que su demanda es baja y la zona de captación reducida. En consecuencia, en dichos fenómenos las consideraciones, que hacen crecer el valor del impacto, continúan vigentes en términos relativos pero con escaso valor absoluto. Al llegar al nivel local obviamente los no residentes existirán, pero al tratarse de acontecimientos locales el peso de los residentes continúa siendo importante dando validez al conjunto de hipótesis sobre su inclusión o exclusión.

En términos prácticos la delimitación del territorio sigue criterios ad hoc, generalmente administrativos. Así, para el caso de acontecimientos de gran formato acostumbra a considerarse una nación o cuando menos una comunidad autónoma como territorio de referencia. Por el contrario en instalaciones que se ubican en un municipio se tiende a considerar dicho ámbito local, en muchos casos sin la oportuna reflexión de que visitantes o asistentes deben adicionarse. Gelan (2003) considera el término de comunidad receptora para los fenómenos locales definido como el lugar del evento con un radio de acción.

---

<sup>29</sup> Existen algunas aproximaciones dedicadas a determinar la zona de captación de turistas (Lee y Crompton (2003)) así como se aplican técnicas de valoración como la del Coste de Viaje que si contemplan la distancia en la medida del valor.

De hecho, puesto que la mayoría de los acontecimientos reciben ayudas públicas son los límites de influencia de las administraciones financiadoras los que determinan la zona de cómputo.

#### 4.2.5. Propuesta de formulación analítica del Impacto Directo

Se propone a continuación una adaptación de la formulación propuesta por Stynes (1999a) desarrollada posteriormente en múltiples estudios analíticos y explícitamente desarrollada en Gelan (2003) para el Open Británico de golf o el más reciente artículo español de Corral (2009) para tres acontecimientos de la ciudad de Vic. La adaptación recoge los elementos de discusión metodológicos y realiza una propuesta para los fenómenos locales.

Se parte de la formulación del gasto directo como la suma del gasto realizado por cada individuo.

$$ID = \sum_{i=1}^{i=N} G_i \quad 4.4.$$

donde ID es el impacto directo, N el número de asistentes y  $G_i$  el gasto total de cada individuo.

La imposibilidad de considerar todos los individuos que participan en el acontecimiento nos lleva a considerar el gasto promedio de la muestra recogida y multiplicarlo por el número de asistentes estimado. Así se tendrá que:

$$ID = N \cdot \frac{\sum G_i}{n} \quad 4.5$$

Donde n es el número de valores recogidos para el gasto.

A partir de esta situación se producen dos segmentaciones que permiten avanzar en el análisis, que son:

1.-Por una banda la segmentación del público asistente al acontecimiento. Diversos pueden ser los criterios de segmentación en nuestro caso. Una segmentación obligada será la de considerar los residentes y los no residentes. Los acontecimientos locales

tienen entre el público asistente una mezcla de visitantes y residentes que debemos contemplar en nuestro análisis para dimensionar la componente turística del acontecimiento. Entre los no residentes se puede segmentar entre los visitantes de día y los turistas que pernoctan. Entre los turistas podemos segmentar según el tipo de alojamiento en que pernoctan. Los datos recogidos por la encuesta pueden derivar los diferentes segmentos a considerar en el cálculo. Se cumplirá que el número total de participantes será la suma de todos los segmentos. Para determinar el porcentaje atribuido a cada segmento se puede disponer de datos previos o, como será habitual, su grado de participación se obtendrá de la encuesta realizada. Se supondrá que la muestra es representativa y por tanto los porcentajes de cada grupo serán semejantes a la población total. Se identifican a efectos teóricos para el desarrollo del modelo dos segmentos el de los residentes y el de los visitantes. La muestra verificará.

$$N = N_r + N_v \quad 4.6$$

O en términos relativos

$$R = \frac{N_r}{N}$$

$$V = \frac{N_v}{N} \quad 4.7 \text{ y } 4.8$$

2.- La segunda segmentación será la del gasto realizado. Las encuestas no recogen el gasto total de cada individuo sino el gasto de un conjunto de partidas. Por tanto cada  $G_i$  estará determinado por:

$$G_i = \sum_k g_{ik} \quad 4.9$$

Si se incorporan las dos segmentaciones al cálculo del impacto directo se obtendrá:

$$ID = N \left[ R \cdot \sum_k g_{rk} + V \sum_k g_{vk} \right] \quad 4.10$$

Donde  $g_{ik}$  representa el gasto promedio del colectivo  $i$  en el tipo de gasto  $k$ .

La fórmula 4.10 representa el impacto directo bruto. Esta forma de proceder aditiva permite a partir del impacto bruto obtenido de la adiconabilidad de todos los asistentes ir eliminando aquellas partidas que no deben considerarse en el concepto de dinero nuevo al no formar parte del impacto adicional en el territorio asociado al evento.

Tal y como se ha indicado en nuestro procedimiento metodológico múltiples pueden ser las disminuciones del impacto directo bruto. Se recogen a continuación la incorporación de cada sustracción.

La primera disminución puede ser debida a la contabilización de los asistentes que deben tenerse en consideración. ¿Qué términos deben ser realmente adicionados? Los residentes tienden a ser excluidos cuando menos de forma parcial por su difícil atribución de dinero nuevo y también los no residentes si son casuales sin ningún gasto adicional. Por tanto tendremos a efectos teóricos

$$\begin{aligned} R' &= \Psi R \\ V' &= \Phi V \end{aligned} \quad 4.11 \text{ y } 4.12$$

Donde  $\Psi$  y  $\Phi$  representan respectivamente los porcentajes de residentes y no residentes a considerar en el cómputo.

La segunda sustracción es la que ha considerado la adiconabilidad de los gastos. La propia segmentación por tipos de visitantes nos permite suponer que parte de cada tipología del gasto propia de cada segmento de visitante no debe considerarse. Así se pueden considerar gastos que se incluyen en un tipo de visitante en otro parcialmente y en otros quedar excluidos. Si se indican estos parámetros para cada tipo se obtendría en la formula del gasto de cada tipo de visitante la expresión:

$$\begin{aligned} ID_R &= N \cdot R' \sum_k \lambda_k \cdot g_{rk} \\ ID_v &= N \cdot V' \sum_k \gamma_k \cdot g_{vk} \end{aligned} \quad 4.13 \text{ y } 4.14$$

Donde  $\lambda$  y  $\gamma$  representan los porcentajes de cada tipo de gasto que se deben considerar según la tipología de los asistentes.

Finalmente hay gastos que no se realizan en el territorio en su totalidad y por tanto no tienen impacto en él y deben excluirse parcialmente mediante el denominado ratio de captación. Recuérdese que se están tratando fenómenos locales y esta minusválua puede ser muy importante en el caso de gastos en origen y trayecto. Es el concepto de la internalización en el territorio.

La inclusión de dichas ratio  $\omega_k$  a cada gasto supondrá

$$ID_R = N \cdot R' \sum_k \omega_k \lambda_k \cdot g_{rk}$$

$$ID_v = N \cdot V' \sum_k \omega_k \gamma_k \cdot g_{vk} \quad 4.15 \text{ y } 4.16$$

El impacto neto total resultara de la aplicación de las disminuciones consideradas

$$ID = N \left[ R' \sum_k \omega_k \cdot \lambda_k \cdot g_{rk} + V' \sum_k \omega_k \gamma_k g_{vk} \right] \quad 4.17$$

La determinación final del impacto económico neto resultante obtenido en la formula 4.17 permite ver la posibilidad del error de sobre cálculo de no considerar las pérdidas oportunas. La ratio entre el impacto neto finalmente considerado y el impacto bruto inicial nos dará el orden de magnitud de dicha sobreestimación.

La distinción de las tipologías del visitante entre los residentes y los no residentes permite distinguir la parte del impacto neto debida a la actividad turística. El ratio entre el impacto turístico debido al acontecimiento explicitado en el segundo término de la fórmula 4.17 y el impacto neto o el impacto bruto servirá para estimar dicha aportación en el impacto directo.

**Resaltar la importancia de la metodología para el cálculo del impacto directo ya que los métodos de cálculo del impacto total parten de dicho impacto al que aplican un factor multiplicativo. Muchas veces se realizan esfuerzos para determinar el impacto total sin haber aplicado una metodología rigurosa en el impacto directo por lo que los resultados finales carecen de cualquier sentido.**

#### **4.2.6. Los otros componentes del impacto total: Impactos indirectos e inducidos.**

Una vez determinado el efecto directo se deben considerar los efectos adicionales que se producen por la incorporación de dicho output, esto es, los efectos multiplicadores. En esta nueva fase, la variable territorial toma si cabe una mayor relevancia ya que si el territorio es de reducida dimensión, una parte significada de los efectos adicionales se transmitirán (i.e. el concepto de transferibilidad) fuera del territorio y no deberían ser considerados en la medición del impacto en la zona considerada. La importancia de estas fugas justifica, por tanto, el análisis de la transmisión de los efectos según los diferentes tipos de gasto. La tipología del gasto realizado no es neutro en la cuantía de los efectos indirectos, habida cuenta de que cada tipo de gasto se internaliza de forma diferente en el territorio. El grado de transferibilidad depende tanto del tipo de gastos, como del tamaño del territorio y su riqueza productiva, plasmada esta en la calidad y densidad de su sistema productivo. Se propone a continuación una revisión de las metodologías empleadas en la literatura para posteriormente proponer dos metodologías adaptadas a los eventos locales. En ambas se incorpora el efecto de la fuga fuera del territorio y en la segunda se añade la diferenciación de la cuantía de la internalización según las tipologías de gasto.

##### **4.2.6.1. Técnicas para la medición del impacto total.**

Se analizan a continuación los fundamentos del conjunto de técnicas económicas diseñadas para la medición de los impactos indirectos e inducidos. Todas ellas se han originado para evaluar los efectos en una economía de forma global y con posterioridad han medido la importancia del impacto del sector turístico. La evaluación del impacto económico de los eventos, generada a partir del estudio de los mismos, se ha realizado con posterioridad como una aplicación adicional.

Se revisan las metodologías mas empleadas, sus limitaciones y las comparaciones entre ellas en especial su grado de aplicación al impacto económico de los eventos y su idoneidad para el cálculo de los eventos locales. La detección de las limitaciones para este caso concreto nos llevará a formular propuestas alternativas.

#### 4.2.6.1.1. Multiplicador keynesiano.

La primera de las técnicas utilizadas para el cómputo del impacto económico total a partir de un incremento adicional de la renta fue el multiplicador keynesiano, originario de los estudios de Khan y el propio Lord Keynes en los años 30 del siglo pasado. La idea del multiplicador es sencilla y clara y su valor se obtiene en función de las relaciones macroeconómicas.

La expresión macroeconómica de una economía desde el punto de vista de la demanda agregada resulta:

$$Y = C + I + G + X - M \quad 4.18$$

donde Y es el producto interior bruto desde la óptica del gasto, C es el consumo privado, I la inversión privada, G el gasto público, X las exportaciones y M las importaciones.

Una modelización concreta de una economía abierta y con presencia del sector público puede resultar al suponer:

$$\begin{aligned} M &= mY \\ C &= c(1 - t)Y \end{aligned} \quad 4.19 \text{ y } 4.20$$

Así, la inversión privada (I), el gasto público (G) y las exportaciones (X) se suponen exógenos, es decir constantes y no dependientes por tanto del PIB. Las importaciones (M) son proporcionales al PIB y m representa la propensión marginal a importar, es decir el porcentaje de importaciones respecto a la producción. Finalmente el consumo privado (C) es directamente proporcional a la renta disponible que resulta de la renta una vez descontados los impuestos, así t representa la proporción a pagar impuestos i c la propensión marginal a consumir.<sup>30</sup>

Incorporando las hipótesis al modelo se obtiene:

$$Y = c(1 - t)Y + I + G + X - mY \quad 4.21$$

---

<sup>30</sup> Arauzo y Llop (2006) en un estudio de un equipamiento de Reus (la Capsa Gaudi) utilizan un multiplicador Keynesiano donde diferencian la propensión marginal a importar m i la propensión marginal a consumir bienes importados  $m_c$ . Obteniendo un multiplicador que incorpora esta nueva propensión marginal a importar bienes de consumo. En el caso analizado se descuentan los bienes consumidos que son importados al ser identificados y por tanto ya no se incluyen en el efecto multiplicador.

Y despejando el PIB:

$$Y = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m} [I + G + X] \quad 4.22$$

Donde un incremento adicional de la demanda agregada en un área determinada supondrá un cambio final de la renta en el área determinada que se verá multiplicado por:

$$\alpha = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m} \quad 4.23$$

El valor  $\alpha$  representa el multiplicador y su valor será la relación entre el impacto inicial de la renta y el efecto final. El término del multiplicador resulta de la iteración sucesiva de los incrementos de renta.

El multiplicador conceptual calculado por esta metodología permite obtener el total de los efectos directos y secundarios, siendo éstos conceptualmente equivalentes al componente inducido.

Según cuales sean las magnitudes comparadas entre el efecto inicial y final podremos distinguir diferentes tipos de multiplicadores:

- Multiplicador de producción: calculado como la producción final generada en el territorio entre el gasto inicial.
- Multiplicador de ingreso: calculado como el cociente entre el incremento del ingreso generado y el gasto inicial.
- Multiplicadores de empleo que describe el número de empleos generados directa o indirectamente por el gasto generado por el evento.

En muchos casos el gasto inicial del turista no recae plenamente sobre el territorio. Así, se opta por dos procedimientos alternativos (Archer 1982):



1.- Descontar el gasto realizado por el turista y solo aplicar el efecto multiplicador sobre el gasto realmente destinado al territorio. Este procedimiento aumentará el valor del multiplicador.

2.- Descontar del consumo el valor de las importaciones realizadas por gastos que no corresponden al territorio a efectos de una disminución de la componente de consumo interno. Si bien el gasto inicial aumenta respecto al primer procedimiento su efecto se contrarresta al incrementarse el valor de la propensión marginal a importar con aquellos bienes cuyo gasto inicial no recae en el territorio. Al aumentar la propensión a importar (m) el efecto multiplicador disminuye.

Si bien el resultado final debería coincidir si se aplican de forma correcta ambos procedimientos, se debe conocer la metodología para no establecer comparaciones erróneas entre el valor de los multiplicadores. La segunda forma de proceder llevará a obtener menores valores del multiplicador.

Esta misma reflexión comparativa sobre el valor también es significativa para el cálculo de multiplicadores de diferentes tipologías. Los multiplicadores de output son muy superiores a los de ingreso o valor añadido.

La principal debilidad específica del método<sup>31</sup> es la no consideración de las relaciones intersectoriales, es decir los incrementos del conjunto de sectores de la economía necesarios para producir el incremento en la demanda en los sectores directamente considerados. Esta debilidad resulta menos trascendente en el caso de impactos económicos centralizados en alguna componente de la demanda y especialmente en la demanda final. También esta carencia puede ser menos relevante en el caso de eventos locales, por las elevadas fugas en los inputs de los sectores y empresas localizados fuera del territorio considerado.

Otra problemática es la imposibilidad de realizar estudios de las diferentes tipologías del gasto. Al considerar una única inyección de renta no será posible analizar las variaciones en las pautas de consumo y los efectos que tienen estas variaciones sobre la economía estudiada.

Son múltiples las aplicaciones de esta técnica entre los años 30 y 70. Se puede encontrar una relación de los valores de ingreso en islas, países, áreas, pueblos y ciudades en Archer (1982). Los resultados de este estudio muestran que dicho multiplicador presenta

---

<sup>31</sup> Otras debilidades son comunes a la metodología Input - Output y serán tratadas en el apartado destinado a esta metodología.

valores más reducidos al disminuir la zona geográfica de aplicación. La aparición de la metodología Input output, que resuelve (teóricamente) algunas de las imperfecciones de los multiplicadores keynesianos, los ha relegado a una situación secundaria en las últimas décadas, coincidiendo temporalmente con la aparición del estudio del impacto económico aplicado a los eventos turísticos.

#### 4.2.6.1.2. Análisis Input Output

La técnica creada por Leontief el año 51 supuso en una primera fase su aplicación a las economías nacionales y con posterioridad la aplicación al sector turístico a las mismas (Sadler y Archer (1975), Fletxer (1989), Briassoulis (1991), Johnson y Moore (1993), Archer y Fletxer (1996)). Su situación madura en los años 80 con el inicio de los estudios dedicados a calcular el impacto económico de los acontecimientos ha supuesto una aplicación prácticamente exclusiva para la determinación del impacto total.

Tres son las peculiaridades a destacar:

1.- La adaptación metodológica progresiva de la TIO.

Los multiplicadores conceptuales que se pueden obtener serán los mismos que los definidos en el caso anterior si bien la peculiaridad reside en la construcción de los mismos, siguiendo la formulación clásica podemos expresar:

$$X = A * X + Y \quad 4.24$$

Donde:

**A** es la matriz  $n \times n$  de los coeficientes técnicos que indican las necesidades de inputs del resto de los sectores por unidad de output de un sector, indica el grado de linkage entre los sectores El sector turístico es un sector con escaso grado de relación con el resto de los sectores.

**X** es un vector  $n \times 1$  del output total de cada sector

**Y** es un vector  $n \times 1$  de las demandas finales

Operando se obtiene:

$$X = (I - A)^{-1} * Y \quad 4.25$$

donde:  $((I - A)^{-1})$  es la matriz inversa de Leontief. También supone la matriz de los multiplicadores ya que dado un incremento de la demanda final nos dará el incremento del output en el conjunto de los sectores.

El resultado así obtenido se denomina multiplicador Tipo I al incorporar los efectos directos e indirectos.

Hasta ahora se ha considerado la demanda final como una componente exógena del modelo. Si incorporamos el consumo privado como una variable endógena, supondrá que los incrementos de renta también tienen un efecto en la producción final. La formulación resultante presenta la misma expresión donde ahora

$$\bar{X} = \left( I - \bar{A} \right)^{-1} * \bar{Y} \quad 4.26$$

Las vectores y matrices presentan n+1 componentes referidas a los n sectores productivos más el sector consumo. Con esta expresión se obtienen los multiplicadores Tipo II que adiciona, a los efectos directos e indirectos anteriores, los efectos inducidos. Desde las TIO abiertas tipo I y las TIO cerradas tipo II se pueden obtener los multiplicadores respectivos del valor añadido multiplicando el resultado obtenido del output por el vector que expresa el porcentaje de valor añadido de cada sector. La obtención del número de empleados se obtendrá en cada caso por la multiplicación del output por sector por el número de trabajadores<sup>32</sup> por millón de euros en cada sector. Múltiples trabajos obtienen el número de puestos de trabajo debidos a un acontecimiento por esta formulación (Murillo et al (2008) o Croes et al (2007), entre otros). En concreto, si el impacto no es muy elevado el número de trabajadores será reducido como argumenta Thomo (2005), o incluso residual. La argumentación, siguiendo coherentemente la línea argumental desarrollada en todo el capítulo, sólo deberían considerarse los empleos creados por el acontecimiento y que recaigan en residentes al considerarse el impacto local. La contratación de no residentes actuará como una ratio de captación. Además en el caso de eventos de una corta duración parece obvio que no habrá grandes contrataciones adicionales, como mucho algunas horas extras y alguna persona contratada para los días del acontecimiento, claramente, efectos residuales. Para proceder a dichas contrataciones se debería suponer que el trabajo contratado en

---

<sup>32</sup> Por la definición se supone trabajadores a tiempo completo durante todo el año.

condiciones normales lo está a plena ocupación, tal y como argumenta Crompton, (2006). Ésta es una situación muy poco habitual, por tanto el incremento de output no generaría nuevos empleos.

Los trabajadores contratados por la organización tampoco deberían considerarse debido a que el uso alternativo del presupuesto sería generador de otros puestos de trabajo.

La transmisión a las ocupaciones indirectas dependerá de cada sector, si bien los pequeños incrementos y de carácter temporal tendrían las mismas consideraciones que las de los puestos de ocupación directos.

Se concluye pues, que los empleos adicionales debidos al evento serán muy poco importantes y se procederá a no considerarlos, no obstante y a pesar de su escaso valor, pueden tenerse en cuenta si se dispone de los datos adecuados referidos a ocupaciones debidas al evento.

De los múltiples refinamientos de la técnica destacamos, a los efectos del análisis, los de Fletcher (1989) y Wagner (1997). El primero distingue en su razonamiento entre las importaciones competitivas y las no competitivas a efectos de la generación de una nueva demanda. El segundo analiza el impacto turístico en un municipio brasileño con la incorporación de nuevos agentes mediante las matrices de contabilidad social (SAM) y sus multiplicadores, que suponen un primer paso para avanzar hacia nuevas metodologías.

2.- La crítica constante a sus restricciones en comparación con las ventajas aportadas. Las dos más importantes desviaciones del método son la linealidad y la elasticidad infinita de la oferta. Así la linealidad supone rendimientos constantes a escala, si se necesita un incremento adicional de un output todos los inputs lo hacen en la misma proporción. La elasticidad infinita de la oferta supone que si un precio cambia en un sistema de inputs fijos no causa un cambio en la industria para la producción de otro bien sustitutivo (Croes y Severt 2007). A pesar de estas limitaciones los mismos autores lo consideran adecuado en contraste con la técnica CGE en el corto plazo y en un radio reducido de acción.

3.- La aplicación a los trabajos prácticos de las TIO disponibles en cada caso sin la creación de datos propios de la zona de influencia del evento. Así se aplican tablas de economías nacionales (Felsenstein, 2003) , (Lee, 2004); regionales (Thomo, 2005), (Murillo y otros, 2008) y (Corral, 2009); o mediante la aplicación informática IMPLAN

(Yu, 2000), (Crompton, 2001), (Brown, Var y Lee, (2002)), (Bowker, Bergstrom y Gill (2007)) y (Croes y Severt, 2007) que a partir de los datos nacionales con la información regional adapta la TIO al territorio menor.

#### **4.2.6.1.3. Modelos del equilibrio general.**

Las limitaciones de la TIO han hecho germinar nuevas técnicas que incorporan un mayor número de agentes al estudio del impacto. Las técnicas del equilibrio general tienen una evolución práctica similar a las TIO. Desde su origen, sus primeras aplicaciones se desarrollaron para el conjunto de la economía y posteriormente para conjunto de la actividad turística de una economía nacional. Zhou, Yangida, Chakravorty y Leung (1997) para Hawai, Blake (2000), para España, Blake y Sinclair, (2003<sup>a</sup>) para el Reino Unido, Blake y Sinclair (2003<sup>b</sup>) para USA e incluso Dwyer, Forsyth, Spurr y Vanho (2003) para una gran región australiana son algunos ejemplos ilustrativos.

Dwyer, Forsyth y Spurr detallan las ventajas comparativas de esta metodología en múltiples artículos respecto a otras técnicas de análisis. Así por ejemplo, Dwyer, Forsyth y Spurr (2004) realizan una comparación entre las viejas metodologías y las CGE mostrando que esta última es la única que incorpora las influencias negativas de un evento, que pueden resultar incluso superiores a las positivas. Los mismos autores en 2007 comparan, la técnica CGE con la contable procedente de la contabilidad satélite del turismo (TSAs) mostrando su complementariedad por el uso de metodologías diferentes, la primera proporciona el rendimiento de la economía en su conjunto mientras que la segunda resulta apropiada para medir la rentabilidad y productividad del sector turístico. También en sus artículos de 2004 y 2005 muestran la comparación y las ventajas de la técnica CGE respecto a la técnica TIO. En esta comparación como ventajas fundamentales podemos destacar la variabilidad de los factores trabajo y tierra, el cambio en las componentes de la demanda final dado un incremento de gasto, los gastos públicos variables, la consideración de efectos sustitución por un incremento del precio o la posibilidad de considerar escenarios al mercado laboral. Sintetizando, la técnica del CGE aporta una mayor flexibilidad y completitud al modelo incorporando los efectos desplazamiento y los efectos a largo plazo.

En el artículo de 2006 detallan los nuevos cambios para la investigación motivada por esta mayor flexibilidad de la metodología en su aplicación al impacto de los eventos.

Su aplicación al cálculo del impacto en los eventos se encuentra todavía en una fase incipiente tal como indican en su artículo del 2005 donde se citan algunos ejemplos de aplicación a mega-eventos (p.357).

Para el caso de acontecimientos de pequeño formato en su artículo de 2004 llegan a desaconsejar el uso de las técnicas CGE por el elevado coste que suponen y apuntan a considerar los resultados obtenidos por la técnica TIO, con el conocimiento de sus deficiencias.

#### **4.2.6.2. La medición del impacto total en un evento local.**

En la revisión de las técnicas se han puesto de manifiesto las fortalezas y debilidades de los métodos más utilizados para el cálculo del impacto económico. Conviene ahora preguntarse: ¿hasta que punto resultan adecuadas para el cálculo del impacto turístico de un evento local? Esta aplicación concreta presenta un conjunto de limitaciones adicionales para la correcta aplicación de los métodos tradicionales.

La primera limitación, y sin duda la fundamental, será la de disponer de los datos adecuados. Las tablas Input-Output y las aproximaciones al equilibrio general no están disponibles en la mayoría de los casos. Existe una cierta tradición en las economías desarrolladas de generarlas a nivel nacional o a nivel regional<sup>33</sup> cada cierto período de tiempo. No se dispone de dichos instrumentos de análisis en economías subdesarrolladas ni en nuestra especial aplicación en territorios de reducida dimensión. Sólo se dispondrá de estos, como se puede ver en Archer (82), Dwyer et al (2005), si han sido creados para el estudio de algún fenómeno concreto, y, por tanto, en caso contrario deberán ser elaborados para cada caso particular.

Una limitación inherente al mecanismo es la vigencia de los datos. El elevado coste de la creación de datos establece largos períodos de tiempo entre una tabla y la siguiente. Utilizar datos económicos con varios años de antigüedad supone una distorsión de la realidad estudiada. Existen, sin embargo, técnicas para actualizar los datos de una tabla TIO. Pulido y Fontela (1993) mencionan como la más utilizada la técnica denominada RAS, donde la matriz de coeficientes técnicos A es ajustada por coeficientes correctores de filas y de columnas:

---

<sup>33</sup> Cataluña dispone de unas tablas Input-Output elaboradas el 2001 y adaptadas el 2005

$$A^* = \prod_i r^i A \prod_j s^j = RAS \quad 4.27$$

Resultando pues una nueva matriz de coeficientes compatible con los datos disponibles sin haber generado una nueva matriz intersectorial. Este mecanismo supone una aproximación adicional que es suponer una evolución lineal e igual para todos los sectores.

En el caso de disponer de los datos de un territorio de mayor dimensión se observan dos disfunciones adicionales para la aplicación del impacto económico a un acontecimiento local. La primera es la suposición de una estructura económica idéntica entre el territorio donde esta construida la tabla y el territorio local considerado. Una suposición de dicha naturaleza resulta implícita siempre que utilizamos la tabla Input Output para estudiar el valor del multiplicador<sup>34</sup>. La segunda es la diferencia en el mayor porcentaje que suponen las importaciones en un territorio local y que se justificará posteriormente al ser el hilo conductor de las propuestas metodológicas.

Ante la inexistencia o no idoneidad de los datos, la opción sería la generación de los mismos, donde la variable coste emerge como restrictiva del procedimiento. Si la elaboración de los datos supone un importe del orden de magnitud del presupuesto del acontecimiento resultaría claramente un gasto ineficiente<sup>35</sup>, retornando a la utilización de datos agregados.

Como indicaban, Dwyer, Forsyth y Spurr (2005) la aplicación del método CGE para el cálculo de impacto de eventos se encuentra en una fase embrionaria y escasean estudios donde se aplique a diferentes tipologías de eventos y de tamaños para justificar las diferentes flexibilidades que propone el método como ventaja adicional.

La metodología CGE en las aplicaciones realizadas no resulta especialmente indicada para impactos en economías locales al incrementar el coste de producción de los datos locales y disminuir las diferencias en los resultados obtenidos con otras metodologías.

---

<sup>34</sup> Una justificación muy dudosa de igualdad en la estructura económica de un municipio y la región se encuentra explícita en Corral (2009).

<sup>35</sup> Una de las premisas de cualquier estudio debe ser el análisis coste beneficio que supone y este apartado no debe estar exento de dicho análisis

Un requerimiento debería ser la coincidencia entre los valores obtenidos por las diferentes metodologías, no se ha comentado tanto el sobredimensionamiento en esta fase del proceso como lo ha sido en el impacto directo, sin embargo se pueden encontrar algunas divergencias cuando se comparan varias metodologías.

Los valores del multiplicador keynesiano son inferiores a los obtenidos por las tablas Input-Output al no considerar las relaciones intersectoriales.

Los valores obtenidos por la metodología Input-Output también son superiores a los del CGE al no tener en cuenta los efectos desplazamiento que comporta una nueva partida de la demanda tal y como muestran en su estudio Dwyer, Forsyth y Spurr (2005) para un megaevento en la economía australiana. Esta diferencia entra en contradicción con estudios anteriores (Mules (1999) que suponían la similitud en los resultados obtenidos por ambas metodologías y consideraban innecesaria la complejidad de las CGE.

Además de dicha ordenación los valores obtenidos por la metodología Input output y las técnicas del equilibrio general son muy diferentes, por ejemplo en el mismo estudio citado el multiplicador del output para Nueva Gales del Sur es según la TIO de 2,2 i según el modelo CGE de 1,2. Esta divergencia en el valor calculado como efecto multiplicador casi duplica el efecto total de la economía considerada. Las diferencias entre los valores aumentan su porcentaje de divergencia al aumentar el territorio considerado. Este aumento en la diferencia es debido al hecho que el incremento en un territorio comporta la disminución por efecto desplazamiento en los territorios próximos. Así en estos el efecto puede llegar a ser negativo si se considera la técnica del CGE. Por el contrario en el caso de la metodología Input –Output sólo se consideran los efectos aditivos y por tanto se produce un efecto adicional positivo.

En el caso de estudio al considerar el impacto local no se consideran los efectos producidos sobre el resto de los territorios. En este caso la diferencia entre los valores obtenidos por ambas metodologías será más pequeña aunque no despreciable.

La divergencia en los valores obtenidos es una justificación adicional para ser conservadores en el cálculo del multiplicador e intentar representar de la mejor manera posible las dos variables que inciden en el evento en primera instancia como son:

- la propia naturaleza de los hechos económicos que tienen lugar en el evento y lo caracterizan
- el territorio sobre el que se quiere determinar el impacto.

Las partidas de gasto involucradas en un fenómeno local no son el conjunto de las partidas de la economía y dada la singularidad (forzada) del evento, sus relaciones



intersectoriales pueden ser muy diferentes de las del conjunto de la economía local. Así pues aún en el caso de una creación de una tabla intersectorial de un pequeño territorio las implicaciones en impactos indirectos e inducidos del impacto directo del acontecimiento pueden diferir de las normales de la economía local, por las dos particularidades: el perfil de gasto de los visitantes y el perfil de los agentes receptores de este gasto. Normalmente se conoce el perfil del gasto del evento y por tanto se puede incorporar a la tabla el impacto en las partidas correspondientes, sin poder evitar el segundo problema anterior: la diferente transmisión por la singularidad de los receptores del impacto

Un aspecto destacado para determinar el efecto de la transmisión del impacto en un territorio a partir de un incremento inicial lo determinan las fugas que se producen. Una de las pérdidas más significativas la suponen las importaciones de bienes intermedios en las fases posteriores del proceso. Se presta una especial atención a dicho concepto por la trascendencia que tiene en él la variable territorial. España tiene un conjunto de administraciones territoriales que van en orden decreciente desde el país, la Comunidad Autónoma, la provincia, la comarca y finalmente el municipio. Podemos por tanto distinguir cinco niveles en el concepto importación. Desde las más estudiadas, como son las importaciones internacionales contabilizadas en la Balanza de Pagos, siguiendo por las nacionales que resultan de las importaciones de una Comunidad Autónoma con el resto de las autonomías de la nación a las que se deberían sumar las que realiza dicha autonomía de carácter internacional con el resto del mundo.

Este proceso recogido en la Tabla 4.4 lleva a considerar en el caso más local las importaciones de un municipio con el resto de los municipios de su comarca, más las realizadas con el resto de los municipios de la provincia, más las realizadas con el resto de las provincias de la comunidad autónoma (si no es uniprovincial) más las ya comentadas con el resto de las comunidades autónomas y finalmente las realizadas con el resto del mundo. En el análisis de un acontecimiento local con un impacto en un territorio muy reducido es obvio que se deberá aproximar a los últimos niveles de esta cadena y por tanto el valor de las importaciones será elevado. Así pues esta fuga se convertirá en un elemento fundamental de la disminución de los efectos indirectos. Esta fuga también se producirá, al afectar de forma general, en los efectos inducidos contabilizados por el incremento del gasto asociado a las rentas adicionales generadas.

**Tabla 4.4: Importaciones según la localización del origen y el destino del flujo.**

		ORIGEN					
		Localidad	Resto de la Comarca	Resto de la Provincia	Resto de la Comunidad Autónoma	Resto del Estado	Resto del Mundo
DESTINO	Localidad	-----	Importación	Importación	Importación	Importación	Importación
	Comarca	-----	-----	Importación	Importación	Importación	Importación
	Provincia	-----	-----	-----	Importación	Importación	Importación
	Comunidad Autónoma	-----	-----	-----	-----	Importación	Importación
	Estado	-----	-----	-----	-----	-----	Importación
	Resto del mundo	-----	-----	-----	-----	-----	-----

**Fuente: elaboración propia**

#### 4.2.6.3. Aportaciones metodológicas para el cálculo del impacto total a partir del impacto directo

A la vista de las limitaciones de los dos métodos más tradicionales se propone a continuación la aproximación al cálculo del impacto total a través de dos opciones alternativas. Como pauta en la elaboración de ambas propuestas se propone la aproximación a las singularidades del territorio, en el primero de los casos por datos agregados locales y en el segundo por la creación de datos propios del acontecimiento.<sup>36</sup>. En ambos casos, una variable fundamental del análisis son las importaciones y el efecto que comportan sobre la reducción de los impactos adicionales.

<sup>36</sup> Ambas también suponen un coste reducido lo que facilita su aplicación para el estudio de eventos locales con escaso presupuesto.

#### 4.2.6.3.1. Limite del multiplicador Keynesiano.

Concretamente se procederá a determinar un límite superior del impacto, por el multiplicador Keynesiano, aproximando la estructura de la producción al ámbito local más próximo. La aproximación ira determinando un límite máximo al efecto multiplicador al ir incrementando las importaciones de productos conforme se reduce la zona considerada.

En primer lugar construimos el multiplicador Keynesiano con los datos disponibles en la zona estudiada y con las bases de datos existentes.

El valor  $\alpha$  del efecto multiplicador será para la producción tal y como quedó argumentado en el apartado dedicado a los multiplicadores, con el modelo allí explicitado resulta:

$$\alpha = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m} \quad 4.23$$

Se procede a construir el multiplicador Keynesiano con los datos disponibles en la zona estudiada obtenidos de las bases de datos existentes. Solamente son necesarios tres datos para el cálculo del multiplicador.

En primer lugar la propensión marginal al consumo, los datos macroeconómicos del gasto acostumbran a estar disponibles a nivel local. Dividiendo el consumo por la producción se obtendrá una buena aproximación de  $c$ .

El dato de la tasa impositiva se podrá obtener del organismo recaudador competente y también con un buen nivel de desagregación territorial.

Por tanto se dispone de dos valores aproximados al nivel local que era uno de los objetivos para huir de datos nacionales que no representen el territorio local de nuestro acontecimiento.

Nos falta el nivel de las importaciones, se considerará una importación todo bien o servicio producido fuera del territorio considerado, las estadísticas oficiales solo facilitan las importaciones de bienes de otros países.

Para el cálculo del multiplicador deberíamos pues construir por un proceso aditivo el término de las importaciones (Hernández –Marín, 2007). Así nuestra M total será:

$$M = M_{int} + M_{nac} + M_{prov} + M_{com} + M_{loc} \quad 4.28$$

El primer sumando indica las importaciones de la zona considerada con el extranjero; el segundo las importaciones de la zona considerada con el resto de las comunidades autónomas; el tercero con el resto de las provincias de la comunidad; el cuarto el de nuestra comarca con el resto de las comarcas de la provincia y el último las importaciones con el resto de localidades de la comarca. Se puede interrumpir el proceso en la fase que se desee si por ejemplo nos interesa determinar el impacto a nivel comarcal o provincial según la significación del evento o la administración responsable.

Las importaciones se irán acotando sucesivamente. En primer lugar las internacionales, después las nacionales, luego las provinciales según los datos disponibles y adaptadas al perfil de gasto que realizan los asistentes. El incremento del valor de la propensión marginal a importar (calculado como el cociente de nuestra M creciente y el valor constante del gasto total) hará disminuir el valor del multiplicador. Este proceso irá minimizando el impacto económico en la zona considerada. Si se dispone de los valores de la serie se puede ver que errores se cometen al considerar valores de una zona de mayor amplitud. También se observa efecto que tiene el valor de las importaciones en el valor final del multiplicador.

Puede ocurrir que no se disponga de todos los términos de construcción de nuestra M hasta el nivel de concreción deseado pero, si nos aproximamos, se marcará un límite superior al valor del multiplicador

Se pueden destacar los siguientes puntos fuertes de la metodología:

- En primer lugar el coste es nulo ya que no requiere ninguna creación de datos al utilizar los disponibles en las bases de datos existentes de nivel nacional, autonómico y si las hay de nivel más local.
- La aproximación máxima posible a la realidad territorial con los datos existentes al buscar parámetros que representen el territorio considerado.

- Establecer un límite superior al valor estimado del multiplicador. Este valor huye de las sobreestimaciones de la mayoría de los métodos. Dos son las minimizaciones al valor obtenido. La primera la aproximación a datos más reales y superiores del valor de las importaciones que disminuyen el valor del multiplicador. La segunda la ya comentada minusvaloración del método del multiplicador Keynesiano al no contabilizar los efectos indirectos. Así a pesar de partir de un valor umbral superior estas dos correcciones tienden la primera a ajustar y la segunda a minusvalorar el resultado obtenido. El efecto final huye de la sobre valoración y nos sitúa en un valor conservador del multiplicador , lo que más allá de la exactitud supone una aportación de la metodología,

Dos ventajas más pueden asociarse a este procedimiento. La primera es que puede elaborarse la serie según los datos observados para las importaciones progresivas y por tanto inferir que efecto tiene dicho concepto sobre el multiplicador. Se puede ver el efecto de cada zona y la implicación que tienen las importaciones de cada zona, por ejemplo, sobre el valor final del multiplicador. Se observa pues la dependencia externa y los valores de las importaciones con cada zona superior.

La segunda es que si se conoce la pauta de gasto de nuestros visitantes al acontecimiento y se dispone de datos de las importaciones de cada sector se podrá también calcular de forma más aproximada el porcentaje de las importaciones.

También se puede ver que modificación tendrá sobre el multiplicador el cambio en el origen del gasto de un sector, observando de que forma la potenciación de productos y producciones locales incrementará dicho efecto multiplicador.

Con esta metodología el resultado se aproxima al territorio considerado y solo parcialmente por la pauta de gasto al fenómeno estudiado. Para subsanar este defecto se propone una segunda metodología alternativa que potencia la transmisión de los efectos económicos realizados en el acontecimiento local.

#### **4.2.6.3.2. Transmisiones de las cadenas de valor del evento.**

Esta metodología pretende estudiar los efectos económicos indirectos e inducidos producidos por los hechos económicos que realmente suceden en la celebración del evento. Se supondrá que, tal y como sucede en la mayoría de los estudios, se dispone de

una pauta de gasto de los asistentes al acontecimiento divida en un conjunto finito de partidas. Por el conocimiento del acontecimiento local se procede a identificar los sectores productivos que son los destinatarios del gasto de los asistentes y que serán los que recibirán el impacto económico directo del acontecimiento y en una segunda identificación los agentes receptores de cada sector. Esta restricción a un número finito de sectores y agentes es muy indicada para limitar el estudio y es la diferencia fundamental con las metodologías estándar, que suponen que se ven afectados el conjunto de agentes de cada sector de la economía, o incluso en algún desarrollo menos detallado el conjunto de sectores de la economía.

La identificación de los agentes destinatarios del impacto directo permite realizar el estudio de su transmisión a efectos adicionales. En un primer análisis se elabora una pequeña encuesta en la que básicamente se procede a preguntar el grado de importaciones de bienes intermedios de fuera de la comarca y se identifican los proveedores de la propia comarca<sup>37</sup> del evento, con su porcentaje de participación.

Así ahora ya se dispone del grado de las importaciones no del conjunto de un territorio sino de los agentes directamente relacionados con el evento y también la identificación de los proveedores del propio territorio a fin de elaborar si es el caso una cadena de los efectos indirectos adicionales.

La forma de proceder en la creación de los datos será pues la siguiente:

- 1.-Se tendrán identificados un conjunto de gastos realizados por los asistentes. Sólo se consideran los gastos realizados a agentes locales ya que por nuestra forma de proceder se han descontado los realizados en origen o a agentes que participan en el destino del gasto y no son del territorio considerado.
- 2.-. Una vez identificado un destino del gasto, se identifican los agentes que reciben dicho gasto y se realiza una muestra reducida. Se debe tener presente que se estudia un fenómeno local y que el número de agentes involucrados no será excesivo. Se procede de la misma forma sobre cada partida del gasto
- 3.-Se identifican los proveedores comarcales de cada tipología de gasto en el evento y se reproduce en ellos la misma encuesta. Se cuantifica el efecto transmisor de forma ponderada según el grado de relación identificado en las respuestas.

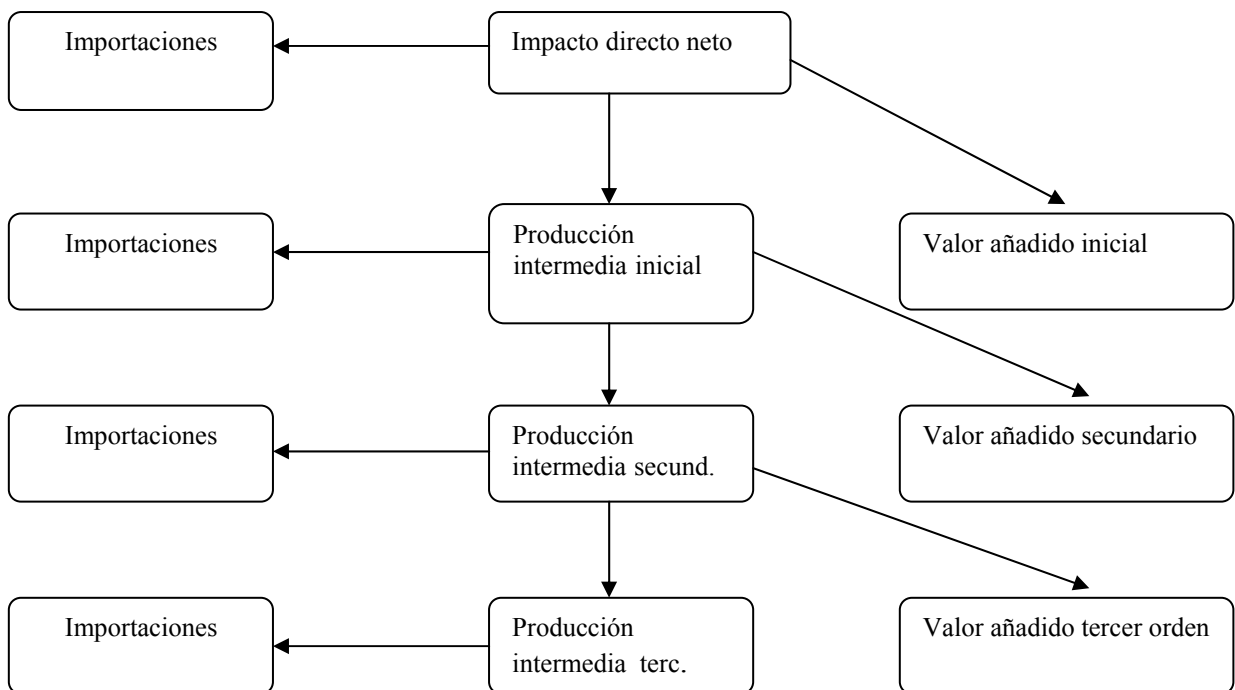
---

<sup>37</sup> La metodología permite determinar el nivel territorial a efectos de considerar las importaciones y los proveedores locales.

- 4.-Se incorpora un tercer nivel de proveedores en caso de ser significativo<sup>38</sup>.
  - 5.- De los datos obtenidos por la encuesta se construye la cadena de los efectos indirectos, donde se descuentan en cada eslabón las importaciones generadas.
  - 6.-Para evitar desviaciones no se procede a preguntar beneficios ni valores añadidos, por lo que la parte destinada a efectos inducidos se supondrá el promedio de cada sector y su efecto multiplicador a partir de aquí también será el general.
- Así el procedimiento pretende determinar las relaciones intersectoriales de los agentes del evento y esbozar un esquema de Taula TIO sectorial de dichos agentes completado con los valores añadidos obtenidos en la misma proporción de la TIO catalana para cada sector.

El procedimiento detallado se expone en el esquema 4.2

#### Esquema 4.2 Transmisión de la cadena de valor

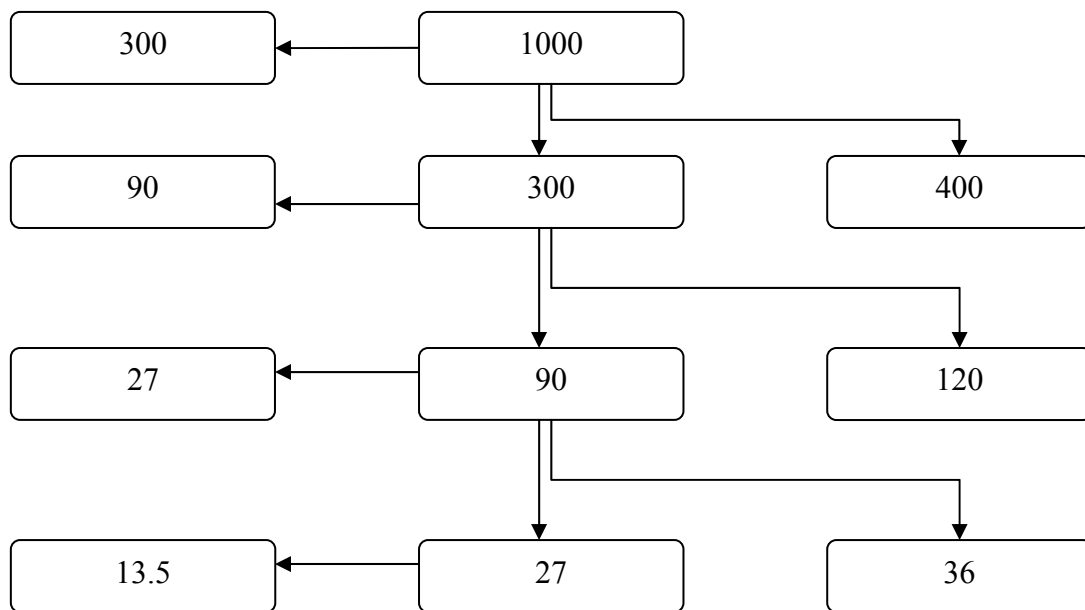


Fuente: elaboración propia

<sup>38</sup> Los siguientes niveles de la cadena tal y como se muestra en los ejemplos posteriores ya no resultaran significativos

Para visualizar con un ejemplo el efecto de transmisión, se supone que el valor añadido supone el 40% y las importaciones el 50 % (valor reducido para un territorio local) de los inputs. Los primeros eslabones de la cadena de transmisión para un impacto neto de 1000u.m. resultarán:

**Esquema 4.3: Ejemplo numérico de las transmisiones de valor**



Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse serán suficientes dos eslabones adicionales para obtener valores despreciables en el orden de magnitud del impacto indirecto del output en la cadena.

Si se considera a efectos de comparación el sector hotelaría en la TIO catalana a 14 sectores el efecto indirecto total sobre una demanda adicional de 1000 unidades supone un incremento total del output adicional de 464 es decir su multiplicador Tipo I sería de 1,464. El sector hotelero tiene un impacto indirecto inicial de 324,1 unidades por los coeficientes técnicos, la segunda iteración nos aporta 96,9 unidades adicionales y la tercera 29,8. El resultado de las tres primeras sumas supone ya 449,8 unidades de las 464 totales lo que supone un error inferior al 3%.



Los resultados obtenidos para el impacto indirecto son concordantes con los de la TIO catalana e indican para el efecto indirecto con las hipótesis realizadas un error un poco inferior en la tercera iteración por lo que se podrán eliminar las siguientes iteraciones.

Finalmente para considerar el efecto total se procederá a ponderar cada uno de los resultados sectoriales producidos por el porcentaje de gasto destinado a dicho sector por el conjunto de los asistentes.

$$IT = \sum_i f_i \cdot IT_i = \sum_i f_i \cdot (ID_i + II_i + IIN_i) = \sum_i f_i \cdot ID_i \cdot \alpha_i \quad 4.29$$

Donde  $i$  representa cada una de las partidas de gasto,  $ID$  el impacto directo,  $II$  el impacto indirecto e  $IIN$  el impacto inducido,  $\alpha_i$  es el efecto multiplicador para cada tipo de gasto.

¿Qué ventajas adicionales presenta esta nueva metodología?

- Esta claro por la propia construcción que lo que pretende el método es estudiar el conjunto de relaciones que tienen lugar vinculadas al fenómeno y, por tanto, aproximarse de forma más precisa a la realidad de las transacciones económicas iniciales y posteriores que se presentan. Esta es la mayor ventaja del método, ya que en las metodologías habituales no se estudian las relaciones singulares que tienen lugar en el evento. Los acontecimientos locales de carácter turístico pretenden destacar esta singularidad y por tanto estarán vinculados un conjunto de sectores al acontecimiento que la reflejen, el conjunto de los sectores o incluso alguna parte de los involucrados no tendrán relación con el acontecimiento.
- Al estudiar exclusivamente los agentes y sectores afectados se reduce el coste de la elaboración de los datos. El diseño de la recogida de datos al estar sólo centrados por su relación intersectorial en el territorio también supone una encuestación reducida, como se ha mostrado en el procedimiento de recogida de datos.
- Se consigue la distinción del efecto indirecto y del efecto inducido al estar diferenciados en el procedimiento, pudiendo calcular la importancia relativa de cada uno.
- Poder diferenciar que efecto multiplicador tiene cada una de las partidas del gasto debido a las diferentes relaciones que tiene cada sector en los enlaces de la cadena productiva.

- La posibilidad de diseñar políticas para potenciar el gasto en las partidas con mayor impacto local y corregir las fugas que se presentan en el conjunto de partidas.
- Distinguir si el efecto multiplicador es diferente para cada perfil del visitante al tener diferenciada su pauta de gasto por sectores.
- Ver el efecto que tienen las importaciones y por tanto en contrapartida la potenciación de las relaciones locales.

**Nuestra reconstrucción parcial de una TIO a los sectores directamente relacionados con el evento supone una aproximación mucho más real a las relaciones y efectos intersectoriales que tienen lugar en el evento. Se huye de la hipótesis en que las relaciones del evento son las del conjunto de la economía y de un territorio de mayor dimensión. Esta reconstrucción parcial de la TIO supone una aportación novedosa y relevante ya que no ha sido realizada en este nivel de desagregación en ningún ejemplo precedente. Aporta como ventaja adicional su viabilidad al estudio del caso por el reducido coste de su elaboración al aprovechar los datos existentes y encuestar sólo a una muestra de los agentes de los sectores implicados en un número reducido de iteraciones.**

#### **4.3. Medición del impacto económico de la *Festa del Renaixement* de Tortosa.**

A continuación se procederá a una aplicación práctica donde se contrastará la potencia del método para el cálculo del impacto económico de un evento local. Se destacan: los mecanismos de recogida de datos, las sustracciones del impacto directo bruto para obtener el impacto directo debido al acontecimiento, los cálculos por las dos propuestas alternativas para la adición de los impactos indirectos e inducidos y el contraste de los resultados obtenidos.

Las peculiaridades del acontecimiento analizado suponen una caracterización del mismo como un evento local desde varias ópticas:

1.- La procedencia de los asistentes con un amplio porcentaje de residentes en el municipio y un radio de atracción reducido para los no residentes.

2.- La administración que organiza dicho acontecimiento, el ayuntamiento de Tortosa que financia el acto en casi su totalidad y ser por tanto la que debe realizar un análisis de la conveniencia o no de la realización del evento

3.- La zona receptora del impacto que es claramente local con especial significación en el municipio que acoge el acontecimiento.

4.- El estudio especial de los flujos del gasto para determinar el que finalmente tiene impacto en el municipio estudiado. Los encuestados son preguntados en el recinto del evento y sobre el gasto que realizarán para participar en dicho acontecimiento, que se celebra en un único municipio.

El tratamiento conjunto de todas estas características en un acontecimiento local requiere la aplicación de la metodología específica y supone un valor añadido a la propuesta.

#### **4.3.1. Descripción de la fiesta**

Dentro de los diferentes tipos de ejemplos que hay entre las fiestas de carácter cultural se centrará el objeto de estudio en la Fiesta del Renacimiento de Tortosa. Esta fiesta de carácter cultural está clasificada como una Fiesta de recreación histórica. Este tipo de Fiestas se ha desarrollado en el mundo con una clara componente turística al recoger algunos de los rasgos distintivos del nuevo concepto de turismo vivencial e identitario y actualmente se puede considerar un producto en expansión.

A modo de ejemplo, una de las fiestas de recreación histórica de referencia es la *Recreación Histórica de la Batalla de Almansa*<sup>39</sup>, a Almansa, que es creada y percibida como una fiesta y como una conmemoración, con el soporte de la Comunidad Castilla-La Mancha. Disponen de *Centro de investigación y documentación de la Batalla de Almansa*<sup>40</sup>.

Ya en la provincia de Tarragona, la semana medieval de la leyenda de Sant Jordi de Montblanc<sup>41</sup> celebró su vigésimo tercera edición los meses de abril y mayo del 2010, lo

---

<sup>39</sup> A l'igual que Tortosa amb la festa del renaixement, pertanyen a l'Asociación Española de Fiestas y recreaciones históricas.

<sup>40</sup> [www.almansa1707.es](http://www.almansa1707.es)

<sup>41</sup> Recuperado de [http://www.festacatalunya.cat/index.php?md=articles&id=706&p\\_actual=3](http://www.festacatalunya.cat/index.php?md=articles&id=706&p_actual=3) 09/11/2009

que la convierte en la población más experimentada de la provincia en este tipo de fiestas. Presenta como peculiaridad que es organizada desde una asociación con el soporte de las administraciones.

Otra fiesta remarcable de la provincia la celebra la ciudad de Tarragona que con motivo de su esplendor romano acoge la Tarraco Viva desde el 1999. Su origen fue dar soporte a la candidatura de la ciudad como patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Una vez concedido el reconocimiento la fiesta ha continuado y actualmente es un festival cultural internacional con una larga duración de 15 días en la segunda quincena de mayo y cuyo punto fuerte son el elevado número de espectáculos de aforo limitado.

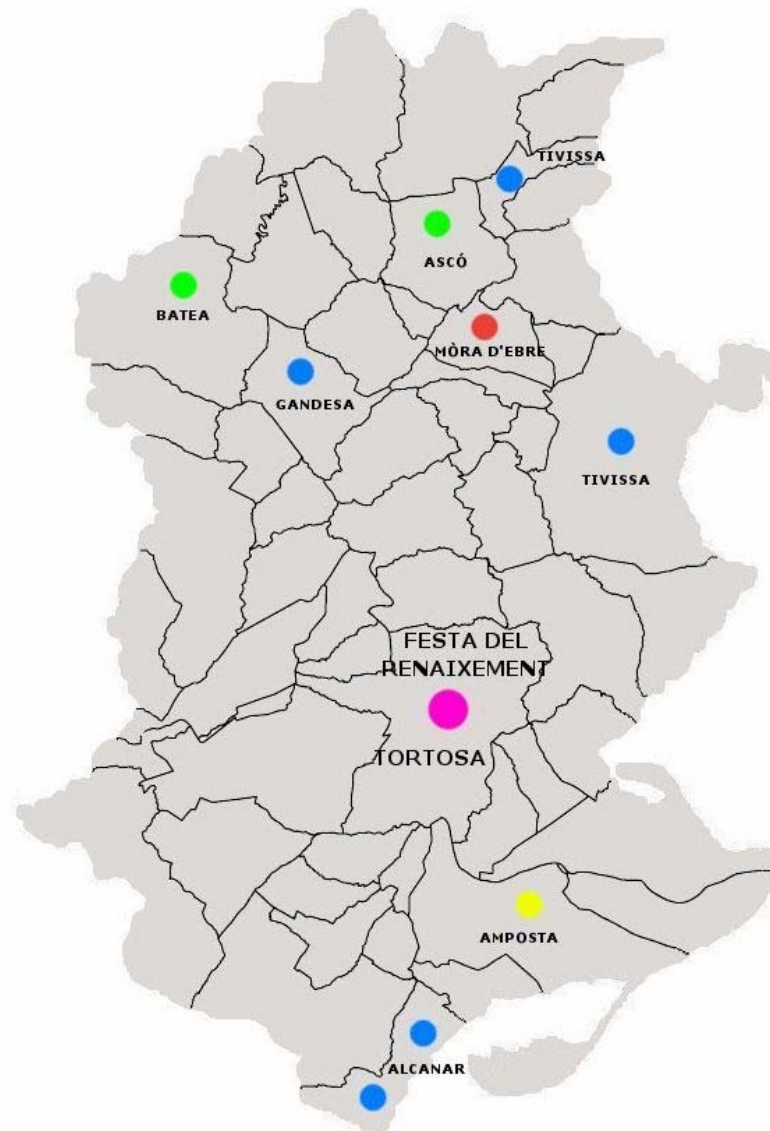
La tercera de las fiestas de referencia de la provincia sería el objeto de estudio, la Fiesta del Renacimiento de Tortosa que el 2010 celebrará su quincena edición por lo que ya está plenamente consolidada, con sólo cuatro días de duración y con una participación más lúdica por parte de los asistentes que en los casos anteriores.

Como ha quedado demostrado, con esta pequeña muestra, la organización, la tipología, el motivo y la dimensión de cada una de las Fiestas de recreación es muy diversa, si bien uno de los objetivos fundamentales es servir de dinamizador económico de un conjunto de sectores de la localidad.

Las fiestas de recreación histórica también han proliferado a lo largo y ancho de nuestro ámbito territorial de estudio: las Terres de l'Ebre. El mapa 4.1 muestra la presencia de las mismas en el territorio.

## Fiestas de Recreación Histórica en las Terres de l'Ebre

Mapa 4.1 Distribución fiestas de recreación histórica



Fuente: elaboración propia

Cada una de las poblaciones se ha ido especializando en una época, la que su historia ha proporcionado relevancia digna de recordar y recrear históricamente. La distribución temporal de las fiestas del territorio se muestra en la tabla 4.5, solo hay coincidencia en las que se celebran el mes de octubre con motivo del Fin de semana ibérico de la ruta de

los íberos en los yacimientos del territorio<sup>42</sup>. La Fiesta del Renacimiento se celebra a finales del mes de julio en plena temporada estival y sin ninguna coincidencia con otra fiesta cercana.

**Tabla 4.5: Fiestas de recreación histórica**

Código	Fiesta	Celebración	Municipio	Comarca
●	Festa del Mercat a la Plaça	Mayo	Amposta	Montsià
●	Festa del Mercat Medieval	Mayo	Ascó	Ribera d'Ebre
●	Festa del Mercat Medieval	Junio	Batea	Terra Alta
●	Festa del Renaixement	Julio	Tortosa	Baix Ebre
●	Mercat Ibèric de Sant Miquel	Septiembre	Alcanar	Montsià
●	Cap de Setmana Ibèric de la Ruta dels Ibers	Octubre	Alcanar	Montsià
●	Cap de Setmana Ibèric de la Ruta dels Ibers	Octubre	Gandesa	Terra Alta
●	Cap de Setmana Ibèric de la Ruta dels Ibers	Octubre	Tivissa	Ribera d'Ebre
●	Cap de Setmana Ibèric de la Ruta dels Ibers	Octubre	Vinebre	Ribera d'Ebre
●	Móra Morisca	Julio	Móra d'Ebre	Ribera d'Ebre

Fuente: *Elaboración propia*

A partir del denominado núcleo renacentista<sup>43</sup> Tortosa crea y recrea una fiesta. El patrimonio arquitectónico y artístico de primer orden de la época renacentista que dispone la ciudad es destacado ya des del 1557 por Cristòfol Despuig. Las importantes construcciones relacionadas con la orden de los dominicos y con la monarquía son el *Reials Col·legis*, el Col·legi de Sant Jaume y Sant Maties –con el patio y el mejor claustro del renacimiento catalán, el Colegio de Sant Jordi y Sant Domènec y de la iglesia de Sant Domènec –actual *Centre d'Interpretació del Renaixement*<sup>44</sup>, todo el conjunto del siglo XVI.

<sup>42</sup>Estos asentamientos están reconocidos como patrimonio de la humanidad por la Unesco

<sup>43</sup> Vidal, J., Curto, A., Querol, E. (coord.) *Tortosa, el patrimoni*. Onada edicions, Benicarló, 2008.

<sup>44</sup> El Centre d'interpretació del Renaixement a Tortosa és una de les actuacions finalitzades el 2008 dentro del Pla de Dinamització Turística de les Terres de l'Ebre

Desde la primera edición, año 1996, la Fiesta del Renacimiento, ha ido ampliando sus contenidos, sus actividades y la asistencia de público, convirtiéndose en la actualidad en el acto de más relieve promocional y de proyección para la ciudad de Tortosa.

Los objetivos iniciales siguen, prevalecen y restan con absoluta actualidad:

- ❑ Crear un producto lúdico y cultural
- ❑ Referenciarlo con rigor histórico
- ❑ Ofrecer espectáculos producidos por la organización
- ❑ Promocionar turística y culturalmente la ciudad
- ❑ Reactivar la economía
- ❑ Promover el asociacionismo y el voluntariado

A partir de los elementos identitarios como son: El águila, el baile de espadas, la bandera de traste, el buey, los cabezudos, los caballitos, la cofradía, el caballero Cristòfol Despuig, la cucafera, el escudo de la cofradía, la gaita, los gigantes, la saboga, la bandera de la veguería, el procurador, el Veguer y la Veguería de Tortosa, se desarrollan una serie de actividades que son las que configuran el programa. Estas actividades están diseñadas con rigor histórico, hecho fundamental para que la fiesta no derive en otros tipologías de manifestaciones lúdicas y / o temáticas. A este conjunto de actividades propias se deben añadir las aportaciones de los espectáculos invitados que resultan fundamentales.

Si se clasifican de forma exhaustiva el conjunto de actividades que tienen lugar los días de celebración de la Fiesta se tiene:

**Cuadro 4.3: Tipología y actividades de la *Festa del Renaixement***

<b>Actos propios</b>
La inauguración del mercado de época a cargo del Procurador
El cortejo de los procuradores y las familias nobles
La ceremonia de entrega de los estandartes a las familias nobles
La ceremonia de Cierre de Puertas
Los fuegos artificiales
<b>Teatro en la calle</b>
Los Genoveses
La danza macabra
El manuscrito de Leonardo
Bandos del pregonero con los goliardos
Tostados de la saboga
La comedia del l'arte
Las gárgolas
<b>Música y danzas de calle</b>
Juglares de Antes
Gaiteros del aguilucho
Jabardeus
Los gawazees
La factoría del bordón
Grisàs de Jeru
Zucati
Malabares y zancudos $\theta$
Las dragones de Comyr
La marcha de los sombras
Bufón aéreo
Las Vistana
Las Farfadets
<b>Piqueros, fanfarrias y abanderados</b>
Abanderados de Vignanello
Abanderados de la Fiesta del Renacimiento
Piqueros de le Puy y Landsquenets de Bretten
Tercio del vizconde de Castellbó
Fanfarria de la Veguería
<b>Espectáculos propios</b>
El ajedrez vivientes
Baile de caballitos y baile de espadas



Noches de hogueras
Los gigantes y la corte de bestias de Tortosa
<b>Espectáculos aforo limitado y de pago</b>
La Taberna de Enrico
Mucho ruido y pocas nueces
<b>Espectáculos aforo limitado de acceso libre</b>
El despertar de las Avanzadas
Conciertos
<b>Ambientes del XVI</b>
Juegos de caballeros
Talleres de banderas, barro, esgrima y dibujo
Títeres y cuentacuentos: la leyenda de Rubí
Muestra de oficios y artesanos
Los Reales Colegios: la joya del Renacimiento
Scriptorium
Música de laúd y tiorba
El mostrador en la calle
Aves y vuelos de exhibición
Las voces del Renacimiento
<b>Campamentos</b>
Campamento de las baratijas
Campamento de las caballerías
Campamento de los mercenarios de Le Puy
Campamento La Cour Pontificale de Avignó
Campamento de los Landsquenets de Bretten
<b>Otros</b>
Visitas teatralizadas
Exposiciones
Paseando por la Tortosa del siglo XVI
Recopilación de fiesta
Tormento: muestra de instrumentos de tortura de la inquisición
Navegaciones históricas por el Ebro
Exposiciones en la Catedral

*Fuente: Elaboración propia a partir del programa de la Festa del Renaixement del 2008*

Por otra parte, hay una serie de actividades complementarias que se organizan paralelamente y en relación a la fiesta como son: concursos, conferencias, cursos o visitas guiadas por la ciudad que van variando en las diferentes ediciones.

#### Sectores implicados

Los sectores más relacionados con la celebración de la Fiesta del Renacimiento serian.

- ❑ Economía
- ❑ Cultura y patrimonio. Identidad
- ❑ La gastronomía
- ❑ Los comercios del textil.
- ❑ El alojamiento
- ❑ Las modistas
- ❑ El asociacionismo
- ❑ Turismo

De todos los sectores implicados, podemos afirmar que uno de los que más influyen en la actividad económica de la ciudad es el de la gastronomía. Además, el patrimonio gastronómico hay que preservarlo y para conseguirlo hay que darlo a conocer con degustaciones, talleres de cocina y los menús del renacimiento. Con la iniciativa *Mengeu de festa*, la oferta gastronómica recupera las antiguas recetas de la época renacentista y las da a conocer al público. El año 2008 se escogió como plato común de la fiesta: *l'abadejo dessalat ab taperots et salsa de jurvert*. Más de veintidós restaurantes implicados en las jornadas y con menús especialmente creados y basados en recetas históricas.

Otra iniciativa sectorial diseñada para la Fiesta es el “*Taulell al carrer*” donde un conjunto de establecimientos comerciales adheridos a la zona donde tiene lugar el escenario de la Fiesta se engalanan y sacan sus productos a la calle.

La relación con el sector turístico supone la afluencia de visitantes a Tortosa donde se pueden distinguir la mezcla de dos perfiles:

- Público aficionado a las fiestas históricas.
- Familiares que vienen de fuera invitados por los tortosinos.

La Fiesta del Renacimiento ha recibido un conjunto de distinciones que la catalogan como acontecimiento turístico:

- Festa local d'interès turístic de Catalunya
- Fiesta de interés turístico nacional
- Placa d'Honor del Turisme de Catalunya 2005

#### **4.3.2. Datos**

El proceso inicial del análisis de la medida del impacto económico lo supone el mecanismo de recogida de datos. En el caso analizado se recogieron datos de un conjunto de fuentes que se detallan a continuación:

1.-La organización. La Fiesta del Renacimiento de Tortosa se inscribe dentro de la regiduría de fiestas del ayuntamiento de la localidad y tiene un personal propio que trabaja para la organización de la fiesta. Está formado por un director de la Fiesta (que trabaja a tiempo parcial) y dos técnicos de gestión. La celebración de XIII ediciones hace que dicho personal conozca las características de la Fiesta además de ser el organismo que la programa. Se realizaron 4 reuniones con los técnicos: una inicial que incluyó un regidor del ayuntamiento, para elaborar el diseño de la encuesta en función de la estructura de la fiesta e incluir en ella los ítems que resultaban relevantes para los organizadores. Así, se incluyó una tercera parte de la encuesta relativa a la valoración de diferentes características relacionadas con la fiesta. En la segunda reunión se estudio la ubicación de los encuestadores en los puntos principales de la fiesta. La tercera reunión se centro en recoger los agentes que participaban activamente en la Fiesta como receptores del impacto, su opinión como expertos sirvió para considerar alguno de las ratios de captación de determinados sectores. La última reunión sirvió para presentar los resultados principales y orientar políticas de futuras ediciones.

La organización también nos suministro el presupuesto de la XIII edición y los organismos y empresas que lo sufragaban.

2.- Se trabajó también con fuentes de datos secundarias de carácter agregado. En este sentido se consultaron las estadísticas del IDESCAT y del INE para las variables macroeconómicas necesarias y también se utilizó para el mismo uso la TIO catalana del 2005.

3.- También se acudió a datos secundarios de carácter local como fue el índice de ocupación hotelera de la zona y el nivel de residuos de la localidad.

4.- Finalmente se procedió a la creación de datos propios para el estudio. Para ello se diseñaron dos encuestas<sup>45</sup>. La primera para estimar el gasto de los visitantes en la localidad, destinada a la cuantificación del impacto directo y la segunda destinada a ver la transferibilidad del impacto directo en el conjunto sectorial de la comarca estudiada.

Estas dos encuestas son:

A) Encuesta del perfil del gasto de la Fiesta del Renacimiento.

Con el objeto de establecer una estimación del gasto realizado por los asistentes al acontecimiento se procedió a una encuestación in situ en el periodo de celebración de la Fiesta del Renacimiento. La encuesta presentaba tres partes la primera referida al perfil del visitante, la segunda con el objeto específico de estudiar su gasto y la tercera ya comentada sobre la valoración del acontecimiento. Cada uno de los apartados puede ser objeto de análisis económico. Se analizó sucintamente a nivel descriptivo el perfil del asistente y la valoración de la fiesta de los que se recogerán algunos indicios para poder detallar el apartado que centra el estudio: el del impacto económico vinculado al gasto realizado. Las fases del procedimiento de recogida de datos fueron:

1.-Selección y formación de los encuestadores. Los que realizaron la encuesta eran estudiantes universitarios de turismo y empresariales que fueron instruidos en reuniones previas para obtener la mayor rigurosidad de los datos recogidos, estimar el tiempo de realización de la encuesta y prestar especial atención a los datos referentes al gasto del asistente en Tortosa con motivo de la Fiesta del Renacimiento.

2.- Distribución espacial de los encuestadores. El acontecimiento se realiza en un espacio abierto con múltiples entradas y salidas por lo que no es posible determinar el punto final de la participación. Se colocaron los encuestadores en lugares estratégicos de los escenarios de la fiesta pactados previamente con los organizadores según el transcurso de los diferentes espectáculos y atracciones.

3.- Distribución temporal. Se procedió a recoger cuestionarios a lo largo de todo el periodo de duración de la fiesta desde el jueves por la tarde al domingo por la tarde. Se realizaron encuestas al final de la mañana (entre las 12 y las 14 horas), al final de la tarde (entre las 19 y las 21 horas) y por la noche (entre las 22.30 y las 24 horas), para intentar captar el conjunto de públicos asistentes. La información previa de una distribución no uniforme de los participantes se

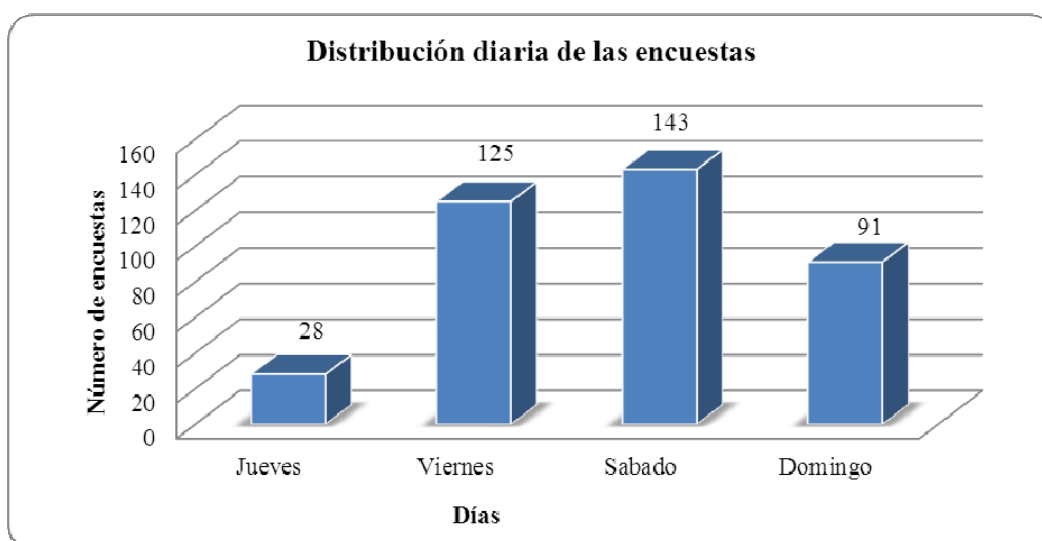
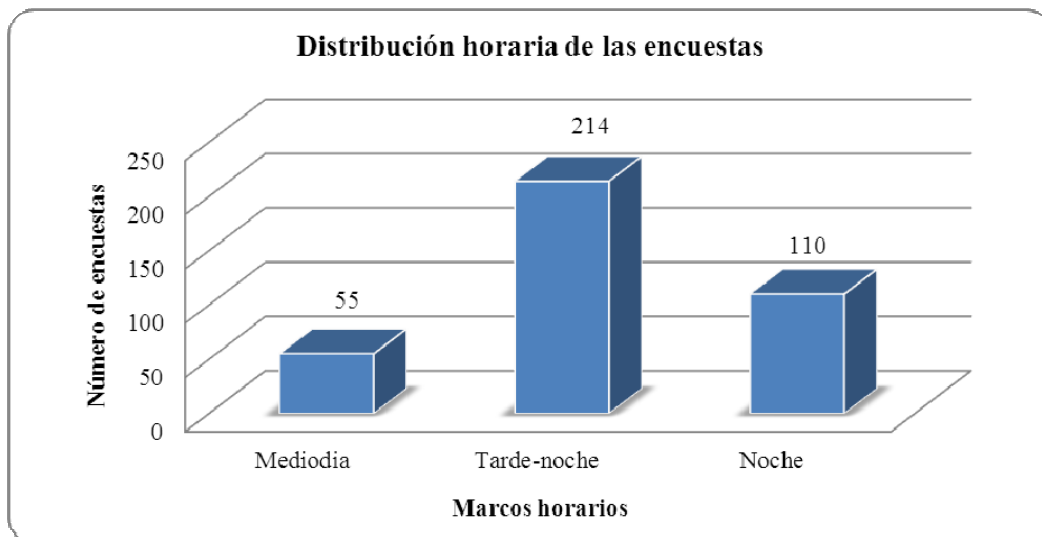
---

<sup>45</sup> Los modelos de las dos encuestas se muestran en los anexos 1 y 2 del capítulo

intento compensar con un mayor número de encuestadores y encuestas en los tramos finales del día especialmente el viernes tarde, noche y el sábado tarde, noche, así como el domingo tarde con un acto final muy significativo: la desfilada.

Esta distribución corrige los participantes que solo permanecen en la Fiesta uno de los marcos horarios. En el caso de una estancia igual o superior al día, la pregunta realizada recoge la estimación del gasto diario independientemente del momento de realización de la encuesta. El gráfico 4.2 muestra el número de encuestas realizadas en cada marco horario y en cada día de la fiesta

**Gráfico 4.2 Distribuciones del número de encuestas.**



*Fuente: elaboración propia*

4.- Selección de la muestra. Al no disponer de ningún criterio de estratificación previo se procedió por un criterio aleatorio simple. El encuestador colocado en un punto a partir de un momento determinado procedía a encuestar al primer transeúnte que le accedía en una dirección de la marcha previamente establecida. En el momento de acabar la primera entrevista comenzaba la siguiente con el mismo criterio. Los medios disponibles y la escasa duración de los períodos de encuestación recomiendan este procedimiento para obtener una muestra suficiente de los colectivos que se desean analizar.

Las encuestas se realizaban de forma individual. Una de las cuestiones recogía la composición del grupo con el que participaban en la fiesta, si lo hacían, solos, en pareja, en familia en un grupo de amigos... Finalmente fueron rellenadas 383 encuestas que por la información adicional representaban a 1017 personas<sup>46</sup>. Todos los colectivos tienen un número de encuestas superior a 50 tal y como recomienda Stynes (1999a) para resultar significativos.

B) Encuesta de las relaciones de provisión de los agentes.

Para desarrollar una metodología que recoja correctamente la transferencia al impacto indirecto e inducido en un territorio local se procedió a una construcción de una TIO parcial con una segunda recogida de datos primarios. Las fases del proceso fueron en este caso:

1.- Diseño de un breve cuestionario donde se solicitaban los datos identificativos de la actividad y el grado de relación e identificación con los proveedores de bienes y servicios de la comarca. Solo se pedía el porcentaje de relación global y con cada uno de ellos. El resto de inputs serán considerados importaciones a los efectos de nuestra cadena y supondrán una fuga del efecto transmisor. Se consideró el ámbito comarcal

---

<sup>46</sup> Recoje información del 1'25 % de los vistantes sobre el mayor escenario y se sitúa en un término medio del número de encuestados. Por ejemplo en el open británico de golf Gelan (2003) recoge información del 0,5% de los asistentes y Crompton, Lee and Shuster en el festival de Spingfest aproximadamente el 1,5 y el porcentaje de encuestados aumenta hasta el 7% en el festival de Kautinen (Thomo 2005).

por la importancia de Tortosa como capital de comarca y para no evitar dudas en la ubicación de alguna industria en los polígonos cercanos a Tortosa.

2.-Identificación de los agentes receptores locales de cada una de las partidas del gasto que se habían contemplado en la primera de las encuestas. La selección de los agentes sobre los que iniciar el proceso de impacto se determinó en una reunión con los responsables de la Fiesta.

3.-La recogida de los datos presentaba una diferencia entre aquellos agentes que actúan exclusivamente durante la Fiesta y los que participan en la misma pero tienen actividad durante la totalidad el ejercicio económico. En este caso se procedió a recoger los datos a posteriori de la realización para así tener información real de los agentes específicos de la Fiesta.

4.- Los procedimientos de recogida fueron múltiples, siempre que fue posible se realizó un envío por correo electrónico con un bajo grado de respuesta. En otros casos se procedió a utilizar como intermediario al presidente del colectivo receptor del gasto<sup>47</sup> y finalmente si fue necesario se procedió al contacto personal o telefónico.

5.- Las mismas vías de contacto fueron utilizadas para los siguientes eslabones una vez identificados los primeros receptores del impacto indirecto.

La singularidad del acontecimiento y la determinación de los agentes afectados delimitó el número de cuestionarios a contestar. Finalmente se recogieron 20 cuestionarios que sirvieron para completar el proceso a un nivel de error despreciable en orden de magnitud.

### **4.3.3 Perfil del visitante**

Se analizan a continuación las características más destacadas del perfil del visitante.

---

<sup>47</sup> Se contacto con la presidenta de “Plat i got” para el gremio de la restauración y con el responsable de la iniciativa el “Tauler a carrer”par el sector del comercio

### A.- Género

Como puede observarse a diferencia de otros espectáculos donde hay un claro predominio de algún género (ciertos acontecimientos deportivos con predominio masculino) la actividad no presenta ninguna singularidad en el género de sus asistentes, aproximadamente la mitad son hombres y la otra mitad mujeres.<sup>48</sup>

**Tabla 4.6 Visitantes según género**

<b>Género</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Hombres	482	47,39
Mujeres	535	52,61
<b>Total</b>	<b>1017</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### B.- Edad

La distribución de las edades si presenta algunas singularidades. Un 16% son menores de edad, las franjas de 18 a 30 y de 30 a 45 son las de mayor porcentaje, por el contrario llama la atención que sólo un 4% son mayores de 65 años. La tipología del acontecimiento con espectáculos de pie en la calle y recorridos caminando puede influir en el pequeño porcentaje del segmento de asistentes de edad avanzada.

**Tabla 4.7. Visitantes según edad**

<b>Edades</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Menores de 10	82	8,06
De 10 a 18	83	8,16
De 18 a 29	271	26,65
De 30 a 45	336	33,04
De 45 a 65	207	20,35
Mayores de 65	38	3,74
<b>Total</b>	<b>1017</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaboración propia*

---

<sup>48</sup> En la mayoría de los eventos, incluso en los de tipo cultural hay un mayor porcentaje de hombres. Por ejemplo en el festival de Kaustinen (Thomo 2005) los hombres son el 60 % y el 55% en el festival de Jazz de Konsberg (Thane 2002).



Esta distribución de la población es muy diferente de la del conjunto de la población catalana y la de las Terres de l'Ebre que está especialmente envejecida. Esta caracterización nos indica que el asistente a la fiesta es un público mayoritariamente joven con un visitante tipo de edad entre los 30 y 45 años.

### C. Nivel educativo

En la recogida de datos de la encuesta se pedían datos del cabeza de familia y de la persona encuestada que no debían coincidir necesariamente. Esta distinción era necesaria para el nivel de ingresos de la unidad familiar. Con objeto de no falsear los resultados, en esta pregunta sólo se recogen los datos del nivel de estudios de la persona encuestada. Recuérdese que el muestreo era aleatorio por lo que los datos reflejaran el nivel de estudios del conjunto de asistentes.

Observamos una bipolaridad en el nivel de estudios, por una parte un alto porcentaje de los entrevistados tiene un nivel universitario (36%) y otra parte importante sólo tiene estudio primarios (38%).

**Tabla 4.8 Asistentes según el nivel educativo**

Nivel educativo	Número	Porcentaje (%)
Estudios primarios	146	38,52
Estudios secundarios	95	25,07
Estudios universitarios	138	36,41
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El acontecimiento tiene un alto contenido cultural y por tanto el público objetivo puede ser el de alto nivel educativo, confirmado con los resultados obtenidos. La componente lúdica del acontecimiento justifica la presencia de todos los niveles de estudio si bien el porcentaje de estudios universitarios es claramente superior al del conjunto de la población ebreca y catalana.

D:- Lugar de residencia

Esta es una variable clave para determinar el análisis de los impactos económicos debidos al acontecimiento. Además informa de la zona de influencia del evento. Se preguntaba directamente la población de residencia del entrevistado.

**Tabla 4.9 Visitantes según zona de procedencia**

<b>Lugar de Residencia</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Tortosa	518	51,14
Terres de l'Ebre	199	19,64
Tarragona	51	5,03
Resto de Cataluña	146	14,41
Resto de España	63	6,22
Internacionales	36	3,56
<b>Totales</b>	<b>1013</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaboración propia*

A la vista de los resultados podemos enunciar las siguientes características:

a) El 51% de los visitantes a la Fiesta son de Tortosa (incluimos las pedanías del municipio). Este hecho supone un elevado grado de participación de la población del municipio en la celebración de ésta. Una característica positiva que no se recoge en la medición del impacto es la relación entre el conjunto de la población del municipio y el evento.

b) Como contrapunto, el 49 % son visitantes a la Fiesta, proceden de fuera de Tortosa, por tanto han realizado un desplazamiento con el objeto de asistir al evento.

c) Un 20% proceden de les Terres de l'Ebre que es la zona que aporta más visitantes y por tanto la zona de influencia de primer nivel.

d) Un 20% restante proceden del resto de Cataluña y se detectan dos zonas de influencia significativas: las áreas metropolitanas de Tarragona y especialmente la de Barcelona.

e) Los porcentajes de visitantes del resto de España (6,2%) e internacionales (3,6%) son poco importantes.

A la vista de los resultados obtenidos y comparando con otros acontecimientos citados en la bibliografía, que consideran el impacto en un territorio local, como por ejemplo el festival de música de Kaustiken, el Open de Golf británico, l'Alhambra de Granada podemos afirmar que el área de influencia de la Fiesta del Renacimiento de Tortosa es un área de proximidad. Así nuestro acontecimiento como ocurre en la mayoría de los eventos locales añade una nueva variable local que es la proximidad de los visitantes que acuden a la Fiesta del Renacimiento y que supone obviamente una de las variables a explotar en el futuro.

La distinción entre residentes y no residentes que participan de la Fiesta conlleva a distinguir el impacto económico del turístico. Un factor a considerar en el estudio, que se recogía en la encuestación, era si el motivo principal del viaje era participar en la Fiesta del Renacimiento.

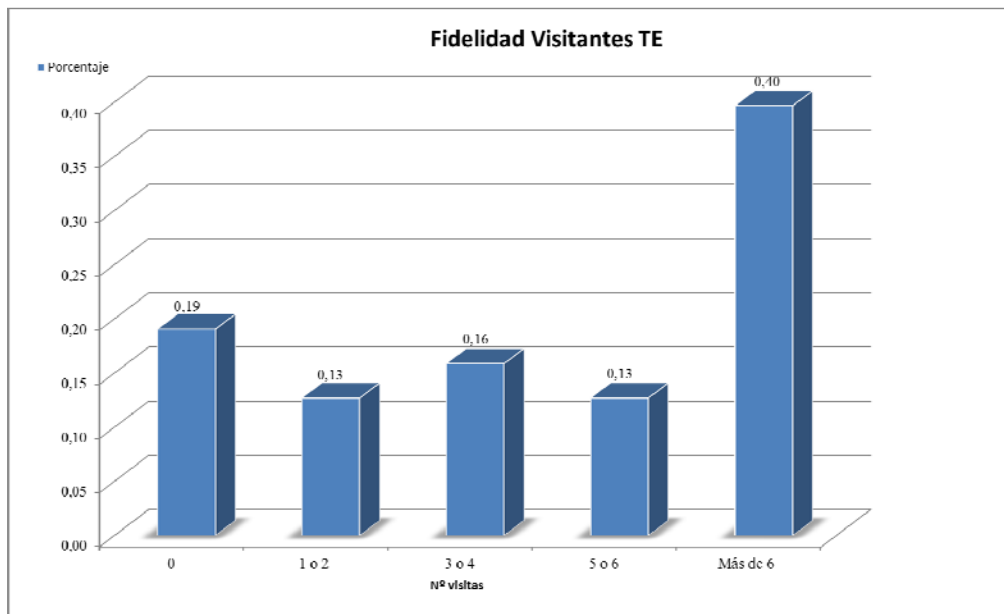
#### E.- Grado de fidelidad

El ayuntamiento de Tortosa muestra una especial preocupación por el grado de fidelidad de los turistas que visitan Tortosa. Por demanda explícita, en el estudio se realizaban dos preguntas para aclarar este concepto. En primer lugar se pedía el número de veces que los visitantes habían participado de la fiesta y en segundo lugar, si volverían a visitar Tortosa coincidiendo nuevamente con la celebración o en otro momento.

El número de veces que los residentes en Tortosa han participado en la Fiesta es muy elevado y para analizar esta respuesta se excluirán. Se separan los residentes de las Terres de l'Ebre y el del resto del territorio, estos últimos serán los únicos para los que se analizará una nueva visita al municipio.

Los resultados obtenidos se presentan en los gráficos 4.3 y 4.4. Se observa en el gráfico 4.3 que el público asistente a la Fiesta del Renacimiento que proviene de las Tierras del Ebro tiene un alto índice de repetición, siendo el colectivo más numeroso el que ha asistido a la Fiesta más de la mitad de veces que se ha realizado. El siguiente grupo por orden es el de las personas que la visitan por primera vez. Por lo tanto hay un grado de repetición muy elevado entre los visitantes a la fiesta provenientes del entorno más cercano.

**Gráfico 4.3. Número de veces que ha participado en la fiesta los residentes en las Terres de l'Ebre**

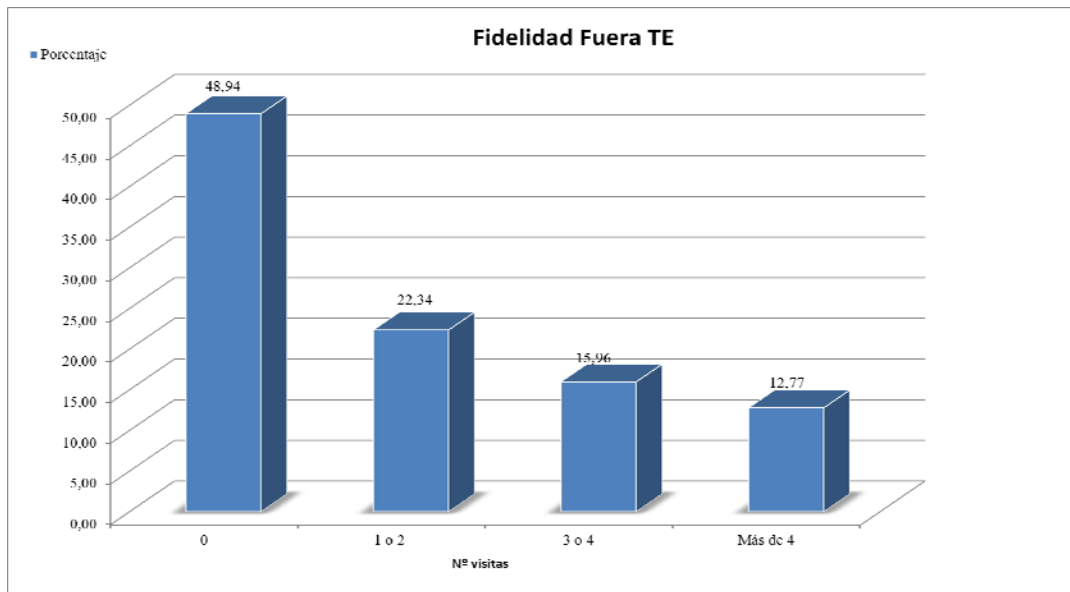


*Fuente: Elaboración propia*

Si se analizan los visitantes de fuera de las Terres de l'Ebre obviamente el grado de repetición se ve disminuido al incrementarse la distancia al evento, tal y como se recoge gráfico 4.4. Aquí el colectivo más importante es el que participa de la Fiesta por primera vez (49%), sigue habiendo un factor de repetición muy importante. Un 51% a pesar del desplazamiento ya han participado al menos otra vez y un nada despreciable 13% lo han hecho en más de 4 ocasiones

Otros eventos que estudian el número de veces que se ha participado presentan también grados de fidelización muy importantes, si bien en la mayoría de los casos como resulta en eventos musicales o deportivos la programación singular de cada edición justifica la repetición. Este hecho no es tan claro en una fiesta de recreación histórica en donde el contenido no se modifica sustancialmente entre dos ediciones. Por lo tanto debería suponer que el nivel de satisfacción de la Fiesta en su conjunto debería ser muy positivo para justificar este grado de repetición. (Se contrasta esta valoración en el anexo 4 del capítulo).

**Gráfico 4.4: Número de veces que han participado en la fiesta los residentes de fuera de las Terres de l'Ebre**



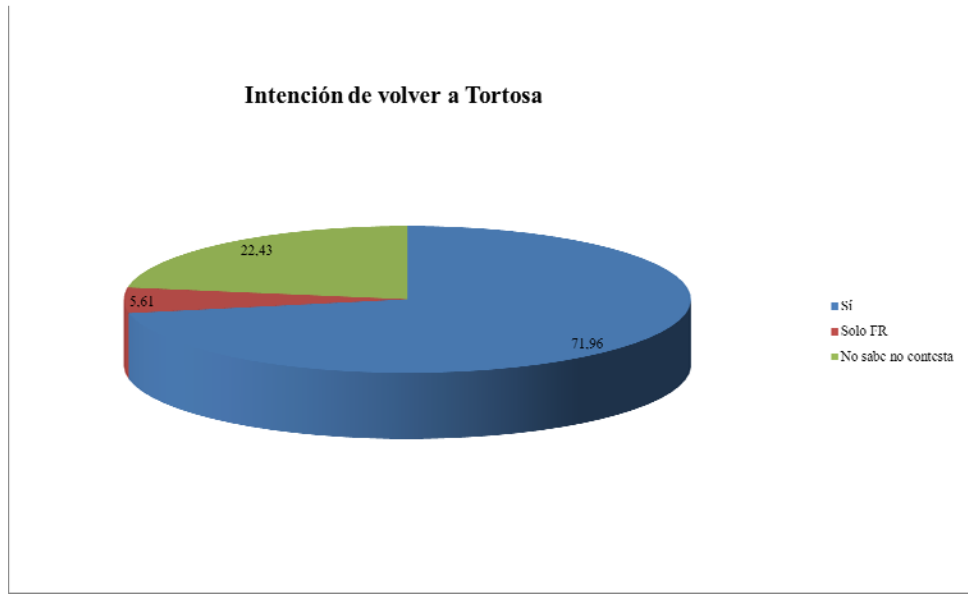
*Fuente: Elaboración propia*

Este último colectivo proveniente de fuera de las Terres de l'Ebre fue preguntado sobre si volvería a visitar Tortosa. Los resultados se muestran en el gráfico 4.5. Un 72% contestan que volverán a visitar la Ciudad en otra ocasión y un 6% adicional sólo lo volverán a hacer en la Fiesta del Renacimiento.<sup>49</sup> Se debe tener presente que la población encuestada ha visitado Tortosa los días de la fiesta del Renacimiento y su percepción de la ciudad puede ser diferente a la del resto del año. Sólo un 22% no contestan a la pregunta y únicamente una persona contestó que no volvería a Tortosa. Este efecto adicional de una nueva visita a Tortosa podría imputarse parcialmente a la satisfacción de haber participado en la Fiesta del Renacimiento y por tanto sería un impacto a añadir en nuestra medición del impacto económico.

El elevado índice de repetición en la visita y la intención de realizar una nueva visita a la ciudad deben considerarse una externalidad positiva de mejora de la imagen del municipio, y por tanto deberían integrarse en medidas del impacto social.

<sup>49</sup> Este resultado contradice cuando menos a priori la percepción por parte del ayuntamiento de un escaso índice de repetición en la visita al municipio.

**Gráfico 4.5: Intención de volver a visitar Tortosa**



*Fuente: Elaboración propia*

#### 4.3.4. Impacto directo

En un primer estadio se calcula el impacto directo que tiene la Fiesta del Renacimiento sobre la ciudad de Tortosa, con una aplicación de la propuesta analítica.

La tipología del evento estudiado provoca que no se tenga ningún buen indicador directo del número de visitantes asociado a su celebración. La entrada a los escenarios de la Fiesta es libre y la mayoría de los espectáculos al celebrarse en la calle son gratuitos y sin aforo limitado. Por tanto el número de entradas vendidas en los escasos espectáculos de pago gestionados por la organización sólo nos indica el éxito de los mismos pero no el número de asistentes al evento, al representar un porcentaje muy reducido. Otra posibilidad sería la contabilización de entradas o salidas, en el caso analizado tampoco resulta posible al ser el recinto de celebración abierto y con múltiples itinerarios, por consiguiente los contadores de flujo en un lugar de paso comportarían pérdidas y dobles contabilizaciones.

Al no poder disponer, tal y como ya se comentó en la revisión metodológica, de una medida directa, se optó por la obtención de una estimación al número de asistentes por

indicadores indirectos con el empleo de más de uno para establecer el orden de magnitud coherente y unos límites superiores e inferiores a los escenarios propuestos.

El primero de los indicadores fue el grado de ocupación hotelera del Municipio. Tortosa tiene una oferta hotelera de 685 plazas. Los días de celebración de la fiesta existe un exceso de demanda en el municipio lo que lleva por una parte a la plena ocupación de los establecimientos y por otra parte al incremento de las tarifas dichos días. Este efecto de sobre precio supone un desplazamiento de las pernoctaciones en Tortosa a otros días si la motivación de la visita es diferente de la Fiesta del Renacimiento. Se puede considerar que la totalidad de los turistas que pernoctan en Tortosa los 4 días de celebración del Fiesta lo hacen por el evento. Así, dada la unidad de medida como visitantes día, se puede considerar que participaron de la fiesta un total de  $4 \text{ días} \times 685 \text{ turistas} = 2640$  personas que pernoctan en establecimientos de alojamiento de Tortosa. En la recogida de datos se identifican los turistas que pernoctan en Tortosa, del conjunto de la muestra resultaron 16 sobre los 383 del total de la muestra. Si extrapolamos con una proporción directa el número de asistentes totales al evento resultaría de 63.195 asistentes totales.

El segundo de los indicadores es el nivel de residuos urbanos diario (RSU)<sup>50</sup>. La gestión de los residuos es competencia del Consell Comarcal, se recogieron los datos referidos a la semana anterior al evento y los días de celebración del mismo. Los datos de la semana anterior sobre la población de Tortosa dieron un resultado de un RSU de 1,3 Kg./hab./día. Al calcular los datos los días de la Fiesta la generación varió los 4 días siendo el valor superior el del sábado y el inferior el del jueves. No se dispone de la comparación entre los residuos generados por un visitante y un residente por lo que estimaremos la misma cantidad. El volumen total de residuo los 4 días de la fiesta supone aproximadamente un factor 1,3 del residuo total generado la semana anterior que supondría un nivel de visitantes de 39.000 y por las proporciones entre residentes y no residentes de la encuesta nos llevaría a los 78.000 asistentes. La generación de residuos de los asistentes es superior a la de un día normal por su pauta de consumo fuera de casa. Por lo que este valor sería un límite superior al número de asistentes.

---

<sup>50</sup> El nivel de residuos sólidos urbanos se utiliza como indicador de la capacidad de carga de los municipios turísticos, al calcularse como el residuo por residente se ve incrementado notoriamente por la adición de los RSU generados por los no residentes.

Una tercera estimación, a modo de contraste externo se obtendría con los datos secundarios del informe de la Demanda turística del Observatori de turisme de la Costa Daurada 2009 donde un 1,2 % de los encuestados reconoce visitar las Terres de l'Ebre en el período estival por la celebración de la Fiesta del Renacimiento. La extrapolación según los días de la encuestación<sup>51</sup> respecto al periodo de celebración de la Fiesta sugiere que el 27 % de los turistas de aquel período se atribuyen a la Fiesta, lo que denota el importante reclamo turístico para el total del territorio en plena temporada estival. El conocimiento del número de pernотaciones diario estimado de las Terres de l'Ebre<sup>52</sup> de 2800 personas, nos lleva a que a modo orientativo unas 3024 pernотaciones de las Terres de l'Ebre en establecimientos reglados son debidas a la fiesta<sup>53</sup>. Un valor que se sitúa en el orden de magnitud de los escenarios que se han calculado por las dos metodologías directas.

Con los resultados obtenidos, se concretan finalmente dos escenarios para el número de visitantes totales en la unidad visitante/día que hay en la Fiesta del Renacimiento, uno menor de 60.000 y uno mayor de 80.000 al encontrarse nuestras estimaciones entre estos límites. Así se tendrá un  $N_1=60.000$ . y un  $N_2=80.000$ <sup>54</sup>

Para proceder al cálculo del impacto directo según los datos recogidos en la encuesta, se diferencia el perfil del gasto de tres tipos de asistentes a la Fiesta del Renacimiento: los residentes en la ciudad (r), los excursionistas (e) y los turistas (t).

Por tanto la suma el impacto directo adaptado de la fórmula 4.10 resulta por adición de los tres colectivos.

$$ID = N_r * (\sum g_{ir}) + N_e * (\sum g_{ie}) + N_t * (\sum g_{it}) \quad 4.29$$

Donde N son las cantidades de cada tipo de asistente y los sumatorios son los gastos promedio de cada tipo de visitantes.

---

<sup>51</sup> El período comprende los tres meses de la segunda quincena de junio a la segunda quincena de septiembre.

<sup>52</sup> Obtenido del total de pernотaciones del periodo según dato del observatorio de turismo de la Costa Daurada para el 2008 es de 252.760.

<sup>53</sup> La referencia de la festa obtenía 2640 pernотaciones en Tortosa .

<sup>54</sup> Dichas estimaciones son mucho menores que los datos facilitados por la organización en ediciones anteriores y evitan la sobreestimación que puede producir el número de visitantes.



Una primera estimación ha sido el número total de visitantes, es decir la suma de los tres colectivos:

$$N = N_r + N_e + N_t \tag{4.30}$$

Por lo que podemos reformular cada colectivo en función del porcentaje que representa:

$$ID = N * (R * (\sum g_{ir}) + E * (\sum g_{ie}) + T * (\sum g_{it})) \tag{4.31}$$

La adición de los tres términos del impacto directo proporciona tres perfiles de gasto para los residentes, excursionistas y turistas. La distinción entre residentes y el resto permite la consideración de su inclusión o no en el impacto considerado. Su exclusión nos proporcionaría el impacto turístico. Tal y como se consideró en la metodología ambos colectivos pueden suponer dinero nuevo en el municipio si la opción alternativa fuera el gasto en otro lugar.

Esta distinción permite en primer lugar distinguir los perfiles del gasto de cada topología de asistente. Quedan recogidos en la tabla 4.10

**Tabla 4.10: Gasto total medio por partidas para cada tipo de asistente**

Tipología del gasto	Residentes en Tortosa	Excursionistas	Turistas
Alojamiento	0,0€	0,0€	18,2€
Transporte	0,9€	5,7€	19,4€
Alimentación	18,8€	10,5€	25,5€
Restauración	24,4€	18,1€	18€
Ocio	6,6€	3,8€	4,3€
Compras	11,7€	10,1€	14,4€
Otros	1,4€	0,9€	4,3€
<b>Total</b>	<b>63,8€</b>	<b>49€</b>	<b>104,1€</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Estos valores representan los gastos totales promedio de cada tipo de visitante por día y por partida de gasto. La aplicación de dichos valores al conjunto de asistentes al acontecimiento dará el impacto económico bruto del acontecimiento. Si se suponen los dos escenarios para el número de participantes se obtendrán los valores recogidos en la tabla 4.11.

**Tabla 4.11: Impacto económico bruto**

Tipología Visitante	Gasto promedio	Porcentaje visitantes	Gasto Escenario 80000	Gasto Escenario 60000
Residentes	63,8€	51,24%	2.616.374€	1..962.280€
Excursionistas	49,0€	31,36%	1.228.018€	921.0144€
Turistas	104,1€	17,41%	1.449.720€	1.087.290€
<b>Impacto económico</b>			5.294.111€	3.970.583€

*Fuente: Elaboración propia*

El procedimiento, parte del impacto directo bruto recogido en la tabla 4.11 e ir descontando aquellas partidas que han sido consideradas en el mismo y no deben ser contabilizadas como dinero nuevo debido al acontecimiento. En el marco analítico tres fueron los factores que se identificaron para realizar esta minoración. La aplicación sucesiva permite ir viendo a que colectivos afecta y el grado de disminución sobre el impacto.

La primera de las sustracciones será el ratio de captación ( $\omega_k$ ) es decir aquellos gastos que se realizan en origen y que por lo tanto no deben considerarse un impacto en el territorio local considerado. Esta disminución puede resultar muy importante en el caso de turistas por la compra de paquetes en origen, ninguno de los encuestados comentó dicha opción ya que eran preguntados sobre el origen de sus gastos. Constatar la no existencia de paquetes turísticos cerrados a la celebración del evento por su caracterización de bien casi público. La única partida que se considera a disminuir es la del transporte<sup>55</sup>. Se supondrá un 50 % de dicho gasto realizado en Tortosa y el resto en el origen o trayecto.

<sup>55</sup> El medio de acceso a Tortosa fue casi exclusivamente el automóvil y por tanto el gasto de transporte fue el debido a dicho desplazamiento

Al proceder a esta pequeña disminución se obtendrán como resultados de los perfiles del gasto y de los impactos los valores recogidos en las tablas 4.12 y 4.13.

**Tabla 4.12: Gasto total medio por partidas para cada tipo de asistente en destino**

Tipología del gasto	Residentes en Tortosa	Excursionistas	Turistas
Alojamiento	0,00€	0,00€	18,20€
Transporte	0,45€	2,85€	9,72€
Alimentación	18,84€	10,47€	25,48€
Restauración	24,40€	18,05€	18,02€
Ocio	6,61€	3,76€	4,29€
Compras	11,68€	10,09€	14,41€
Otros	1,40€	0,88€	4,29€
<b>Total</b>	<b>63,38€</b>	<b>46,10€</b>	<b>94,41€</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 4.13: Impacto bruto en destino**

Tipología Visitante	Gasto promedio	Porcentaje visitantes	Gasto Escenario 800000	Gasto Escenario 60000
<b>Residentes</b>	63,38€	51,24	2.597.890€	1.948.417€
<b>Excursionistas</b>	46,10€	31,36	1.156.375€	867.281€
<b>Turistas</b>	94,41€	17,41	1.314.829€	986.122€
<b>Impacto económico</b>			5.069.095€	3.801.821€

*Fuente: Elaboración propia*

La segunda disminución del gasto sería la consideración de partidas que no supongan un gasto adicional debido al evento. En este caso podemos tener diferentes porcentajes según cada tipología de asistente los indicábamos en nuestra formulación por  $\gamma_k$ ,  $\lambda_k$  para cada tipología de asistente y partida de gasto.

Se consideran en este apartado las siguientes disminuciones:

A) Las compras debidas al acontecimiento se realizan en dos ubicaciones por una banda el mercado de época propio de la Fiesta y por otra el comercio de la ciudad que para la ocasión se agrupa en una iniciativa denominada el “tauler al carrer”<sup>56</sup>.

Los comerciantes del mercado de época proceden del exterior. La presencia de paradas de Tortosa en dicho mercado es testimonial (una única parada) por lo que dicho impacto sale fuera del territorio.<sup>57</sup>

Así del impacto que consideran los participantes en la partida de compras debe excluirse la parte dedicada al mercado de época y solo considerar la parte que recae en el comercio local. La distribución del gasto según la opinión de los expertos es que un 40 % del gasto recaerá en el comercio local (especialmente en la iniciativa propia cercana a la ubicación del acontecimiento) y el 60% restante sobre el mercado de época que deberá excluirse. Suponemos este porcentaje común al conjunto de los encuestados y se procede a una reducción debido a esta transferibilidad del 60% de esta partida.

B) La partida de gasto en alojamiento, exclusiva de los turistas, deberá incluir únicamente los alojamientos que se encuentren en la zona que se considere receptora del impacto, en nuestro caso el municipio de Tortosa. Esto supondrá una disminución en la partida de alojamiento<sup>58</sup>.

C) La partida de alimentación es una partida que los residentes realizan igualmente en el municipio si se quedan en él y que no será atribuible a la Fiesta. Se puede suponer un cierto grado de celebración por la acogida de amigos y familiares. Se opta por una reducción sustancial de esta partida en el caso de los residentes independientemente de su consideración o exclusión. Se incorpora finalmente el 30% de la partida de alimentación para contemplar la acogida de familiares y amigos y el gasto retenido por no desplazarse los días de celebración de la Fiesta.

---

<sup>56</sup> Mostrar los productos en la calle ambientados en la época renacentista.

<sup>57</sup> El pago de las paradas podría considerarse un ingreso de la fiesta, en el caso que nos ocupa la gestión también está externalizada a una empresa especializada y por tanto tampoco se debe adicionar..

<sup>58</sup> El lugar y modo de pernoctación era preguntado en la encuesta, lo que identifica los turistas que pernoctan en Tortosa en establecimientos hoteleros.

Realizadas estas sustracciones los nuevos perfiles del gasto y de impacto restan recogidos en las tablas 4.14 y 4.15

**Tabla 4.14: Gasto total medio por partidas para cada tipo de asistente en productos locales**

Tipología del gasto	Residentes en Tortosa	Excursionistas	Turistas
Alojamiento	0,00€	0,00€	13,96€
Transporte	0,45€	2,85€	9,72€
Alimentación	5,65€	10,47€	25,48€
Restauración	24,40€	18,05€	18,02€
Ocio	6,61€	3,76€	4,29€
Compras	4,67€	4,04€	5,77€
Otros	1,40€	0,88€	4,29€
<b>Total</b>	<b>43,19€</b>	<b>40,05€</b>	<b>81,52€</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Una vez excluidos los gastos no considerados dinero nuevo se pueden comparar los perfiles de gasto de cada tipología de visitante y las partidas más importantes.

- 1- Se observa que el gasto promedio de los turistas es muy superior aproximadamente el doble del gasto del resto de los asistentes.
- 2- El gasto promedio de los residentes, a pesar de las minoraciones realizadas, continua siendo superior al de los excursionistas
- 3- Los gastos en transporte de los turistas y los excursionistas son muy reducidos ya que los visitantes que acuden a la Fiesta del Renacimiento tal y como se observo en el perfil del visitante lo hacen desde la proximidad.
- 4- El gasto en alojamiento de los turistas también es sustancialmente inferior al normal para este tipo de encuestas. Dos son los factores que lo justifican, por un lado la exclusión de los alojamientos de fuera de Tortosa y sobre todo el elevado porcentaje de turistas que utiliza el domicilio de amigos y familiares para su estancia.

- 5- La importancia de las partidas de restauración y alimentación que suponen el porcentaje mayoritario del gasto en todos los perfiles<sup>59</sup>.

**Tabla 4.15: Impacto local bruto**

Tipología Visitante	Gasto promedio	Porcentaje visitantes	Gasto Escenario 80000	Gasto Escenario 60000
Residentes	43,19	0,51236399	1770320	1327740,06
Excursionistas	40,05	0,31355094	1004617,21	753462,91
Turistas	81,52	0,17408506	1135313,16	851484,867
Impacto económico			3910250,45	2932687,83

*Fuente: Elaboración propia*

La tercera de las sustracciones supone considerar que participantes se incluyen en el gasto y cuales se excluyen. Son los porcentajes considerados para cada colectivo. Una primera distinción de los visitantes es la que diferencia entre residentes y no residentes. Se podría suponer que los eventos locales al tener un territorio muy pequeño tuviesen una participación de no residentes muy elevada, sin embargo la relevancia del fenómeno en el ámbito local hace que el porcentaje de residentes que participan sea elevado. En el caso estudiado aproximadamente el 50% de los participantes en la Fiesta del Renacimiento eran residentes en Tortosa. La inclusión del gasto de los residentes comporta una distinción entre el impacto económico y el impacto turístico<sup>60</sup> del acontecimiento.

¿Se deben incluir a los residentes en Tortosa como generadores de dinero nuevo? No se dispone de ninguna pregunta en la encuesta que clasifique los residentes que se han quedado en el municipio por la celebración y que si no hubiesen salido. Pero por la tipología de la encuesta realizada, si se obtienen numerosos indicadores para justificar su inclusión cuanto menos parcial:

1.-El grado de fidelidad de los residentes con un grado de repetición en el acontecimiento muy elevado y en muchos casos con una participación en todas las ediciones.

<sup>59</sup> Un 71,2% para los excursionistas , un 69,6% para los residentes y un 53,4% para los turistas sobre el total del gasto

<sup>60</sup> Los residentes son excluidos del impacto turístico por la definición de Turismo propuesta por la OMT.

2.-La implicación del conjunto de la población y la gran valoración<sup>61</sup> que resultaba por parte de los residentes de la Fiesta del Renacimiento en sus aspectos más significativos.

3.- La realización del acontecimiento en plena temporada estival y a pesar de ello el alto grado de permanencia el fin de semana de los residentes en la ciudad y la diferencia en el grado de permanencia con otros fines de semana estivales.

4.- El elevado número de residentes que alojan familiares y amigos durante el acontecimiento incorporando la Fiesta a su pauta de ocio.

5.-La pauta de gasto de los residentes que es muy elevada y en las partidas específicas de la fiesta.

Se optó por su inclusión para diferenciar el máximo impacto económico posible del impacto turístico del acontecimiento.

El caso que nos ocupa, la Fiesta del Renacimiento constituye el acontecimiento turístico por excelencia del municipio y por tanto la mayor parte de los no residentes que visitan la ciudad en estas fechas deberían tener como motivo principal la celebración del acontecimiento. Si se dispone de la pregunta sobre si el motivo principal de la visita es la participación en la Fiesta del Renacimiento. El 90% de los excursionistas y el 78% de los turistas respondieron afirmativamente que el motivo de su visita a Tortosa era la celebración de la Fiesta. Se incluyó el impacto de los visitantes con motivación principal de forma total, como si se tratase de la única motivación. Se excluyeron del cómputo del impacto los visitantes casuales con otra motivación principal de visita.

Los cambiadores de tiempo serían una cantidad despreciable ya que el acontecimiento turístico por excelencia de la ciudad es la Fiesta del Renacimiento y a pesar de su importante valor patrimonial Tortosa continúa siendo una destinación turística escasamente atractiva.

Si se incorporan estos porcentajes de adición a la participación de los no residentes los impactos finales recogidos en la tabla 4.16, resultan.

Un efecto adicional que no es cuantificado es el retorno de turistas y excursionistas en otra ocasión a Tortosa<sup>62</sup>, en la encuesta un porcentaje nada despreciable del 72% mostraba la intención de volver en otra ocasión.

---

<sup>61</sup> Ver la valoración en el anexo 4.6.4. que resulta excelente para la Fiesta en su conjunto.

<sup>62</sup> No sería imputable a una edición, pero sería un factor a considerar en el largo plazo,

**Tabla 4.16: Impacto económico neto e impacto turístico**

Tipología asistente	Porcentaje incluido	Escenario 80000	Escenario 60000
		Residentes	100%
Excursionistas	90%	904.155€	678.116€
Turistas	78%	885.544€	664.158€
Impacto turístico	50,27%	1.789.699€	1.342.274€
Impacto económico	100	3.560.019€	2.670.014€

*Fuente: Elaboración propia*

Una crítica común al cálculo del impacto económico de un acontecimiento la supone el sobredimensionamiento del valor obtenido. El procedimiento permite determinar el error introducido por la consideración del total de los impactos respecto al impacto realmente añadido al territorio. Se procede al cálculo del impacto bruto total y con las oportunas sustracciones debidas a la transferibilidad y adiciónabilidad consideradas en el marco analítico se obtiene el impacto neto que debe ser considerado como dinero nuevo en el territorio. En la Fiesta del Renacimiento y siempre para un mismo escenario de número de visitantes<sup>63</sup> el impacto bruto inicial era de 5,3 millones de €. Por contra el impacto económico final una vez descontadas las fugas y las no inclusiones de los no residentes supone 3,6 millones de €.

Así nuestra proporción de sobre valoración del impacto bruto sería

$$\frac{\text{Impacto bruto} - \text{Impacto neto}}{\text{Impacto neto}} = \frac{5,3 - 3,6}{3,6} = 48,71\% \quad 4.32$$

Por tanto obtiene un factor de 1,49 por la consideración del impacto bruto lo que supondría un incremento del impacto de casi el 50%.

Si se considera el impacto turístico directo este resulta de 1,8 millones de €, si se procede a la relación.

<sup>63</sup> Se considera el de los 80.000 visitantes para exponer los valores del impacto



$$\frac{\text{Impacto bruto} - \text{Impacto turístico}}{\text{Impacto turístico}} = \frac{5,3 - 1,8}{1,8} = 195,81\% \quad 4.33$$

Si se compara el impacto bruto total con el impacto neto turístico neto<sup>64</sup> la relación sería del 2,96. Esto supone casi triplicar el efecto debido al evento, lo puede inducir a la toma de decisiones equivocadas respecto a su gestión turística.

La segunda de las consideraciones que se resalta del estudio es la componente turística del fenómeno. Se ha considerado solamente el impacto neto de los visitantes que acuden a Tortosa con la intención de participar en la Fiesta del Renacimiento. Comparando dichos valores con los de la participación de los residentes en el municipio a los que se han descontado aquellos gastos que realizarían de igual forma si se quedasen en Tortosa. Incluso en esta situación destaca la componente turística del acontecimiento ya que su aportación al impacto económico es del 50,27%. Así se puede concluir que en la Fiesta del Renacimiento la generación de dinero nuevo en el acontecimiento debida a los visitantes es del mismo orden de magnitud que el dinero generado por los residentes. Recuérdese que en los fenómenos locales la distribución de asistentes mezcla ambos perfiles y por tanto es relevante distinguir la aportación turística del acontecimiento respecto al gasto realizado por los residentes del municipio.

La aportación al impacto turístico la realizan los excursionistas y los turistas. En el análisis ya se ha destacado una pauta de consumo muy diferente en ambos colectivos. Los turistas tienen un gasto diario promedio neto final 81,52 €, mientras que los excursionistas sólo gastan 40,05 €.

La aportación final en términos absolutos de los dos colectivos es prácticamente la misma<sup>65</sup> por la mayor presencia de los excursionistas y por el hecho de que para este colectivo la Fiesta del Renacimiento es la motivación principal de su visita a Tortosa en un porcentaje mayor.

---

<sup>64</sup> El dinero nuevo generado por los turistas y los excursionistas.

<sup>65</sup> El 50,52 % del impacto turístico corresponde a los excursionistas.

Hasta el momento se han considerado exclusivamente el gasto e impacto de los asistentes al acontecimiento. Se procede ahora a analizar la participación del resto de los agentes que son considerados generadores de impacto directo:

1.- Los gastos de la organización. En nuestro caso se dispone del presupuesto de la Fiesta del Renacimiento y sus usos. La mayor parte del presupuesto esta a cargo del ayuntamiento de Tortosa (366.000€) y solamente una parte residual de 59.500€ proviene de otras administraciones. Esta financiación del evento eminentemente local es una característica de la Fiesta del Renacimiento y justifica la preocupación del consistorio por el impacto en el municipio. La inclusión de las partidas de gasto de la organización en el impacto de la fiesta estaría condicionada al criterio de suponer un impacto adicional. Con presupuestos tan ajustados como los de las corporaciones locales parecería obvio que si no se realizase dicha fiesta se destinaría la cantidad del consistorio a otra partida y por tanto no debería contabilizarse dicho gasto como un input del impacto<sup>66</sup>.

El hecho de que la aportación de otras administraciones sea tan pequeña (59.000€) con respecto al impacto directo generado por los asistentes (1,34 millones de € en el menor de los casos) nos lleva a despreciarla. En caso de incrementarse la aportación de las administraciones de ámbito territorial más extenso que el considerado para medir el impacto debería contabilizarse la parte de organismos diferentes al consistorio que anteriormente se han comentado.

2.- Los medios de comunicación: La propia organización realiza un control de la presencia en los medios y esta es importante a nivel provincial y autonómico. Este impacto se puede cuantificar económicamente pero sería una partida de ahorro de la organización no un impacto directo sobre el municipio. Si produce una mayor asistencia ya se recoge el efecto en el apartado considerado en el análisis. La mejora de la imagen del municipio que se produce con la presencia de noticias positivas es un efecto a largo plazo que excede de los objetivos del estudio. No hay una cobertura mediática por parte de los medios durante su celebración que justifique una incorporación en el impacto de los gastos realizados por periodistas.

---

<sup>66</sup> Solo una parte del presupuesto se destina a grupos locales ya que se contratan espectáculos de otras localidades este valor debería excluirse siempre del impacto directo.

3.- Los grupos de animación. Los artistas de los espectáculos provenientes del exterior son alojados por la organización y por tanto sus gastos de manutención y alojamiento están considerados en el presupuesto de la misma por lo que no deben ser considerados en este apartado. Si realizan algún gasto adicional por su presencia en Tortosa debería ser considerado pero no disponemos de este perfil de gasto.

2.- Los vendedores. Ya se ha explicitado la gestión externalizada del mercado de época por lo que no genera ningún impacto directo en el territorio, solamente deberían contabilizarse los gastos de los vendedores en el territorio. Suponen un porcentaje muy reducido con respecto a los asistentes por lo que su inclusión puede ser despreciada en los escenarios que se han supuesto<sup>67</sup>.

Por tanto se puede considerar finalmente como partida fundamental, y en el caso analizado la única a considerar, la de los asistentes a la Fiesta. Los resultados obtenidos en la tablas 4.14 y 4.16 finales de perfil de gasto y de impacto económico y turístico directo servirán de origen para la obtención del impacto total del acontecimiento.

#### **4.3.5. Impacto total**

Una vez calculado el impacto directo se procede a calcular el impacto total del acontecimiento. Dado su carácter local, se procede a su cálculo por las dos metodologías alternativas propuestas en el marco analítico:

- 1.- La determinación de un umbral al multiplicador keynesiano con parámetros de proximidad territorial.
- 2.- El análisis de la cadena de relaciones intersectoriales reales debidas al acontecimiento.

---

<sup>67</sup> Por el diseño de la encuestación se puede haber recogido algún perfil de este colectivo.

Como dato final se obtendrán valores para el multiplicador y finalmente se contrastarán los resultados obtenidos por los dos procedimientos.

#### 4.3.5.1 Impacto total por el método del multiplicador Keynesiano.

El procedimiento analítico pretende determinar un umbral superior al multiplicador keynesiano de la zona considerada. El objetivo es fijar un límite superior al valor del multiplicador que se situará cercano al valor del mismo por la aproximación de los valores del multiplicador a los reales de la zona considerada.

Para proceder al cálculo del valor del multiplicador.

$$\alpha = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m} \quad 4.23$$

Se necesitan tres valores, los dos primeros los obtendremos del IDESCAT (Instituto de Estadística de Cataluña) la propensión marginal a consumir del año 2008 (es una magnitud bastante constante) con valor  $c = 0,55$  y la tasa impositiva (datos del 2007 para Tortosa) cuyo valor resulta  $t = 0,12$  valores aproximados al territorio como pretendía nuestra estimación.

Mayor detalle tendrá nuestra aproximación a la propensión marginal a importar. La forma de proceder supone un incremento de las importaciones conforme se va reduciendo la zona considerada. Si el límite es el municipio de Tortosa se suponen las importaciones de los productos de los siguientes radios.

$$M = M_{int} + M_{nac} + M_{prov} + M_{com} + M_{loc} \quad 4.28$$

La disponibilidad de datos sobre las importaciones nos truncará la serie y determinará el valor umbral superior del multiplicador

Se dispone de la estructura sectorial de la comarca del Baix Ebre<sup>68</sup> obtenida del IDESCAT disponible a 11 sectores y también disponemos de la TIO de Cataluña del 2005 en su formato a 14 sectores. Adaptamos la TIO al formato de 11 sectores disponible para la comarca del Baix Ebre. Se supone que el porcentaje importador sectorial de las empresas del Baix Ebre mantiene el mismo valor que las del conjunto de Cataluña. Con esta adaptación estamos dando al valor de la propensión a importar la estructura sectorial de la comarca, suponiendo que las empresas de cada topología se comportan a nivel importador de igual forma que las del mismo sector del resto de Cataluña con cada zona considerada.<sup>69</sup> La TIO catalana nos suministra los porcentajes importadores de cada sector de los dos primeros términos de la serie, las importaciones de Cataluña con el extranjero y las importaciones de Cataluña con el resto de España. Se procede a considerar el porcentaje importador de Cataluña con el extranjero con la adaptación propuesta el valor de la propensión marginal a importar resulta  $m = 0,1585$  para la estructura sectorial del Baix Ebre. En una segunda fase se incluyen las importaciones de Cataluña con el resto de España y ahora la propensión marginal a importar ascenderá a  $m = 0,2891$ .

Hacer notar la falta de datos para continuar con el análisis del límite del multiplicador ya que no disponemos de las importaciones del Baix Ebre con la provincia de Tarragona ni con el resto de Cataluña lo que incrementaría el valor de las importaciones disminuyendo el valor del multiplicador por lo que el valor supone un límite superior.<sup>70</sup> Calculado el valor del multiplicador en los dos casos con la sustitución de los parámetros en la fórmula 4.23 resultan los siguientes valores para el multiplicador:

- 1,4811 en el caso de considerar exclusivamente las importaciones del extranjero.
- 1,2411 si se consideran las importaciones con el extranjero y con el resto de las Comunidades Autónomas españolas.

Se cuantifica el efecto de considerar las importaciones del resto de España para Cataluña en una reducción aproximada del 50% efecto multiplicador.

---

<sup>68</sup> Comarca de Cataluña cuya capital es Tortosa

<sup>69</sup> La adaptación propuesta se detalla en el anexo 4.6.3. del capítulo.

<sup>70</sup> el valor del multiplicador siempre da valores inferiores a las metodologías alternativas intersectoriales al no contemplar dichos efectos. Este doble efecto por un lado un límite superior al valor del multiplicador y esta minusvaloración pueden tender a compensarse.

Si se compara el valor obtenido por nuestro multiplicador del producto con los valores de multiplicador sectoriales calculados por la TIO catalana del 2005 a 14 sectores en el caso de considerar las importaciones de Cataluña con el resto del mundo, observamos que los valores del multiplicador oscilan para los sectores entre 1,24 y 1,74, así nuestro valor se sitúa en el rango más conservador de los obtenidos, dando validez al resultado obtenido al situarse entre los límites y en el caso estudiado obteniendo un valor reducido del efecto que evita sobredimensionamientos del impacto.

Se puede observar la serie según los datos observados para las importaciones e inferir que efecto tiene dicho concepto sobre el multiplicador. Contrastar pues que el mayor porcentaje de las importaciones en una zona pequeña del conjunto de zonas comporta un menor efecto multiplicador y por el procedimiento acumulativo se puede deducir el efecto de cada zona y la implicación que tienen las importaciones sobre el valor final del multiplicador.

También se puede identificar que modificación tendrá sobre el multiplicador el cambio en el origen del gasto de un sector, observando de que forma la potenciación de productos y producciones locales incrementará dicho efecto multiplicador.

#### **4.3.5.2. Impacto total por el método de las cadenas de valor**

La segunda de las metodologías propuestas pretende estudiar los efectos transmisores que se producen entre los agentes que participan activamente en la fiesta.

En esta metodología se requiere la creación de datos. Se elaboró un pequeño cuestionario donde las importaciones (en este caso las relaciones locales) tuvieron el papel relevante, se procedió a encuestar a los agentes involucrados directamente en cada partida del gasto. En las posteriores iteraciones se trazó su consumo de productos locales (comarcales) con el seguimiento de sus relaciones intersectoriales ponderadas oportunamente.

La metodología permite separar el efecto indirecto e inducido, calcular el efecto para cada partida del gasto y para cada perfil de visitante.

Se procede a continuación a exponer las cadenas transmisoras de cada una de las partidas de gasto recogidas en la encuesta. Se indican explícitamente el efecto de las relaciones intersectoriales y las importaciones, las partidas del efecto inducido relacionado con el valor añadido se tratan a continuación en la partida de otros. A efectos de análisis se tomará como punto de partida un incremento en el output de cada sector de 1000 unidades y se construirá la cadena hasta considerar un término en las relaciones intersectoriales de carácter despreciable respecto al impacto inicial. En todos los casos el tercer nivel de la cadena presenta valores inferiores en un orden de magnitud al impacto inicial. El análisis seguirá las transmisiones de la cadena de valor del esquema 4.2 adaptadas a cada sector involucrado.

Para proceder se extraen los valores del porcentaje del valor añadido de cada sector respecto al total de recursos obtenidos de la TIO catalana del 2005 a 65 sectores. Se explicitará en cada uno de los cálculos el sector inicial y los involucrados.

Para la tercera iteración se supone que la transmisión ya se produce en todos los casos como en el global de la economía ya que las relaciones intersectoriales se han ido diversificando y se aplican las relaciones de transmisión del conjunto de la economía para el valor añadido y el producto y para las importaciones como primera aproximación se emplea la pauta de gasto general del acontecimiento (no se dispone del perfil de gasto general de la zona).

Así para cada uno de los sectores la cadena de transmisión y el análisis del impacto indirecto resultan:

#### A) Hotelera

Nuestro sector identificado para determinar la pauta de reparto entre el valor añadido y los recursos es el 41 de la TIOC<sup>71</sup>: Hoteles, camping y otros tipos de alojamiento.

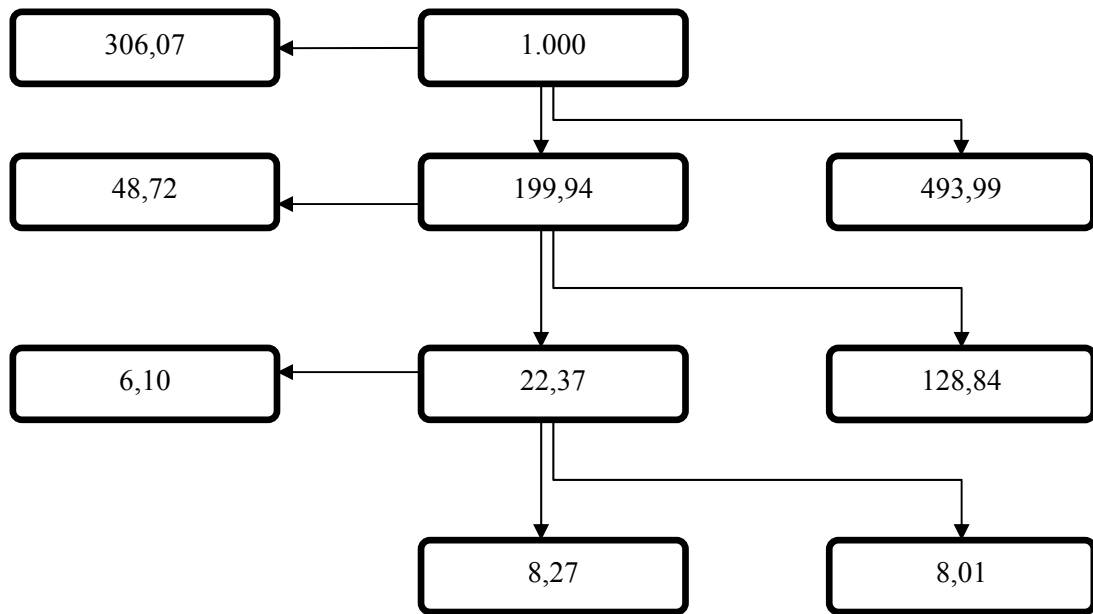
Se recogió información referida a los tres hoteles principales de Tortosa y se procedió a su ponderación según el número de plazas para determinar el porcentaje de bienes proveídos de la propia comarca.

---

<sup>71</sup> Se identifica con los códigos 551 y 552 de la CCAE 93 rev1

La segunda iteración tomó como sector el de los servicios de comercio al por menor y se ponderó las participaciones de los hoteles por el peso de los sectores implicados de carácter local que fueron del sector de la alimentación y de los servicios en menor cuantía.

**Esquema 4.4: Cadena de valor el sector Hotelería**



Fuente: Elaboración propia

Se observa una gran fuga de las importaciones en la primera fase al proveerse los establecimientos de bienes y servicios de fuera de la comarca. También una fuga importante por las importaciones en la segunda fase al proveerse de mayoristas que no tienen productos locales. La fuga de los suministros de servicios es también muy importante por el bajo nivel industrial que hace proveerse de bienes de fuera del territorio.

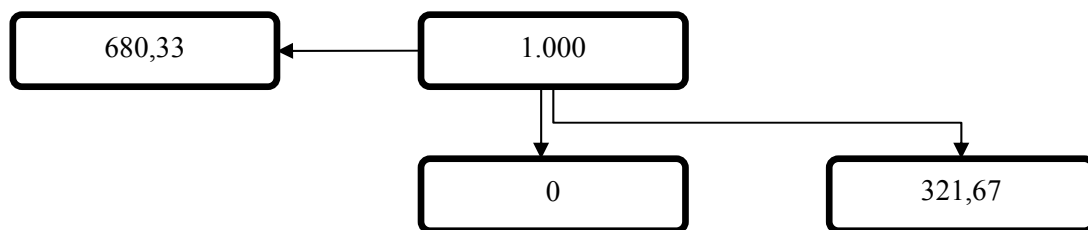
Como puede verse el efecto indirecto debido a una inyección de 1000 U.M. será escasamente de 230,58 en las fases consideradas por lo que el efecto indirecto supone un 23,6% adicional en el caso de la Hotelería gracias a la transmisión de los servicios de restauración complementarios.



## B) Transporte

El caso del transporte se supuso que era gasto en combustible<sup>72</sup> y por tanto la pregunta se realizó en las estaciones de servicio de la zona. La provisión de bienes se producía plenamente fuera del territorio por lo que en este caso tal y como muestra el esquema la fuga vía importaciones resulta total en la primera fase y por tanto no se producirá ningún efecto indirecto en el territorio. A efectos de considerar el efecto inducido de la renta adicional se supuso la distribución entre valor añadido y recursos del sector 44 de la TIOC<sup>73</sup> servicios de otros tipos de transporte terrestre.

### Esquema 4.5: Cadena de valor el sector transporte



Fuente: Elaboración propia

## C) Alimentación

En la pauta de consumo en el sector alimentario se diferencian dos tipos de consumo: el de proximidad en pequeño comercio y el de las grandes superficies. El peso del segundo grupo es muy superior y así se considera<sup>74</sup>, sin embargo se incorpora algún comercio local por la compra de productos agroalimentarios típicos por parte de los turistas y excursionistas. Las componentes importadoras de productos de fuera de la región de los grandes distribuidores son prácticamente

---

<sup>72</sup> El medio de transporte utilizado por los visitantes era casi de forma exclusiva el vehículo privado.

<sup>73</sup> Se corresponde con el código 602 de la CCAE 93 rev1.

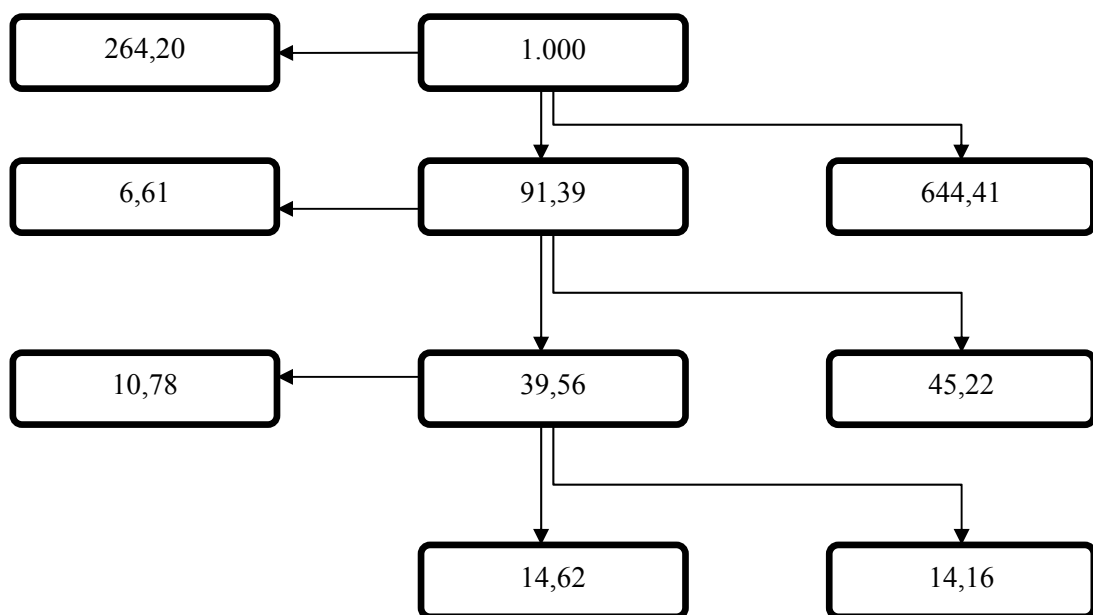
<sup>74</sup> Se considero un 70% de las compras en supermercados y grandes superficies.

totales a diferencia del pequeño comercio con proveedores más próximos. El peso relativo de cada sector hace que la fuga en el primer estadio sea muy importante. El sector considerado para la distribución de peso en el primer estadio es el 40 de la TIOC<sup>75</sup>, servicios de comercio al por menor.

En el segundo nivel el sector considerado pasaría a ser el 39 de la TIOC<sup>76</sup> servicios de comercio al por mayor, en este caso la fuga observada es menor ya que una vez detectados los productos propios del territorio el nivel de provisión interno de estos es mayor por la fortaleza del sector agroalimentario en la comarca.

La fuga del primer nivel determina el peso del efecto indirecto que en este caso es del 145,57 U.M. con respecto a las mil iniciales, es decir un peso del 14,6 por ciento.

**Esquema 4.6: Cadena de valor el sector alimentación**



Fuente: Elaboración propia

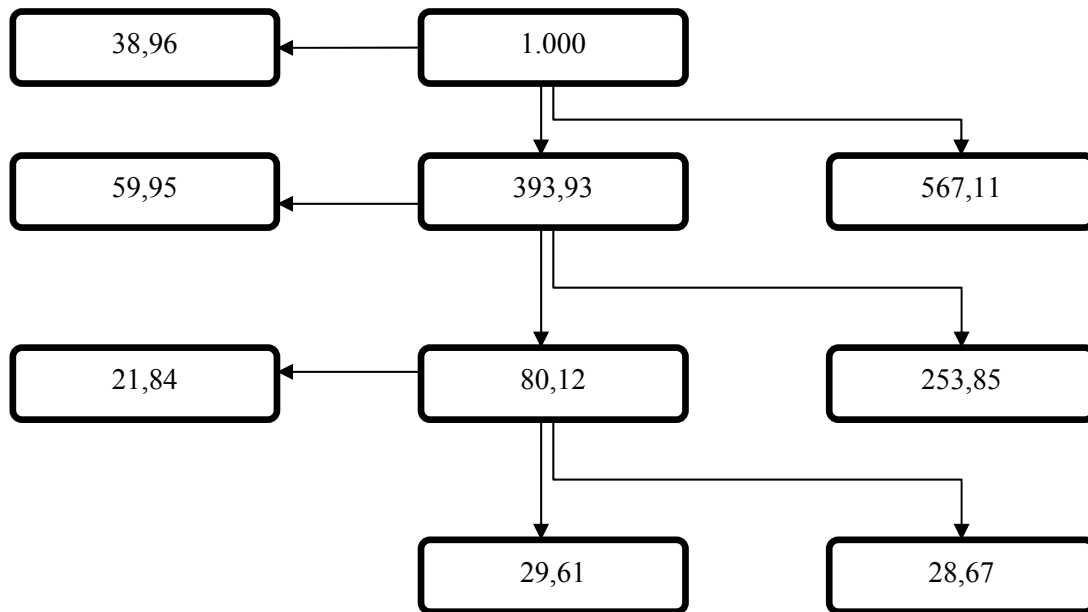
<sup>75</sup> Se corresponde con el código 52 de la CCAE 93 rev1

<sup>76</sup> Se corresponde con el código 51 de la CCAE 93 rev1

#### D) Restauración

En este sector se analizan establecimientos englobados en el grupo 42 de la TIOC<sup>77</sup> de Servicios de restaurantes, establecimientos de bebidas, comedores colectivos y provisión de comidas preparadas.

**Esquema 4.7: Cadena de valor el sector restauración**



Fuente.: Elaboración propia

Es muy destacable el peso de dicho sector en la celebración de la fiesta con dos tipos de establecimientos uno específico del evento como son las tabernas de la Ruta de la Saboga que se encuentran en el itinerario y sirven bebidas y bocadillos con algún plato combinado, el segundo la adaptación de un conjunto de restaurantes con la iniciativa Mengu de Festa (comer de fiesta) donde se sirven menús con comidas típicas de la época renacentista. Se recogieron datos de los dos colectivos sin realizar ninguna ponderación entre los establecimientos finalmente considerados. La provisión de productos para la restauración tiene un carácter muy local en los

---

<sup>77</sup> Se corresponde con los códigos del 553 al 555 de la CCAE 93 rev1.

restaurantes y prácticamente total en el caso de las tabernas dada su eventualidad y el tipo de producto que ofrecen. Así el primer nivel de transmisión en la cadena intersectorial dentro del territorio es muy elevado y muy superior al del resto de los sectores. La segunda iteración recae fundamentalmente en el sector alimentario de proximidad y por tanto el nivel de fuga por importaciones no es muy elevado (si lo es por el valor añadido del tipo de sector). Estas consideraciones llevan a un nivel de impacto indirecto de 503,66u.m. sobre las 1000 lo que supone un incremento del 50,3 %

#### E) Compras

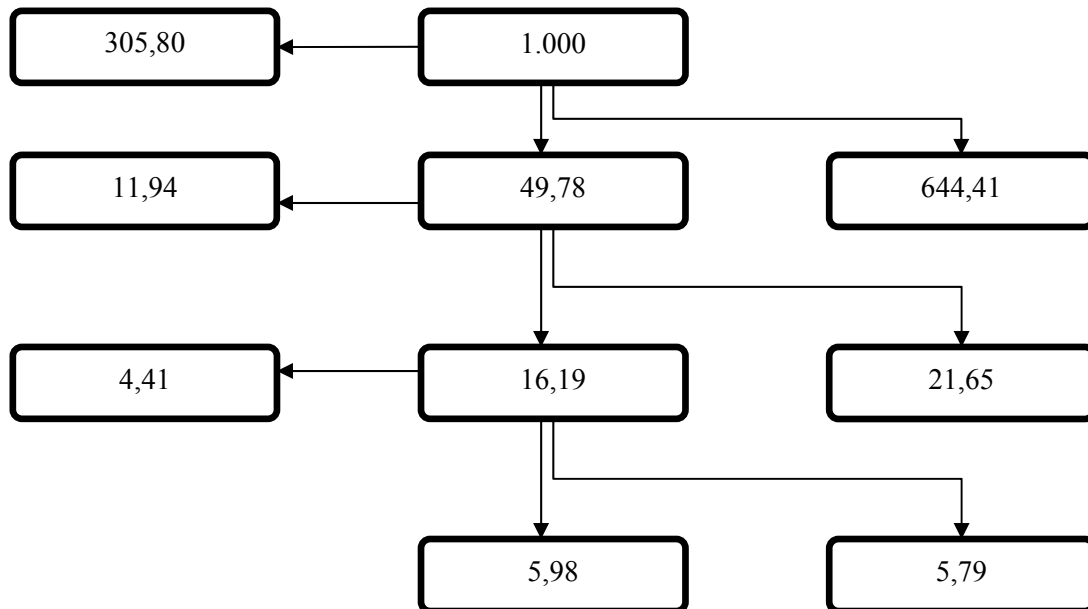
En este apartado solo se consideran las compras efectuadas en el comercio local, las efectuadas en el mercado de época fueron excluidas del cálculo del impacto al ser los agentes externos al territorio. También se excluyen los establecimientos de venta exclusiva de productos alimentarios ya que se consideraron en el apartado de alimentación. El sector considerado para el reparto del valor añadido volvió a ser el 40 de la TIOC de comercio al por menor. Se observó que los proveedores de productos eran en casi todos los casos de fuera del territorio por lo que el primer eslabón presenta una fuga muy importante. La potenciación de productos típicos producidos en el territorio debe ser una estrategia a considerar, ya llamó la atención la falta de presencia en los productos artesanales del mercado de época.

El sector considerado en el segundo eslabón fue el de los servicios a la empresa 57 de la TIOC<sup>78</sup> ya que básicamente eran los únicos que proveían a los comercios ya que las mercancías se obtenían del resto de Cataluña y del Estado. A pesar de un nivel de captación superior de este segundo estadio el valor total del impacto indirecto sólo asciende en este caso a 71,96u.m., es decir un escaso 7,2 % del impacto inicial.

---

<sup>78</sup> Se corresponde con el código 74 de la CCAE 93 rev1

**Esquema 4.8: Cadena de valor el sector compras**



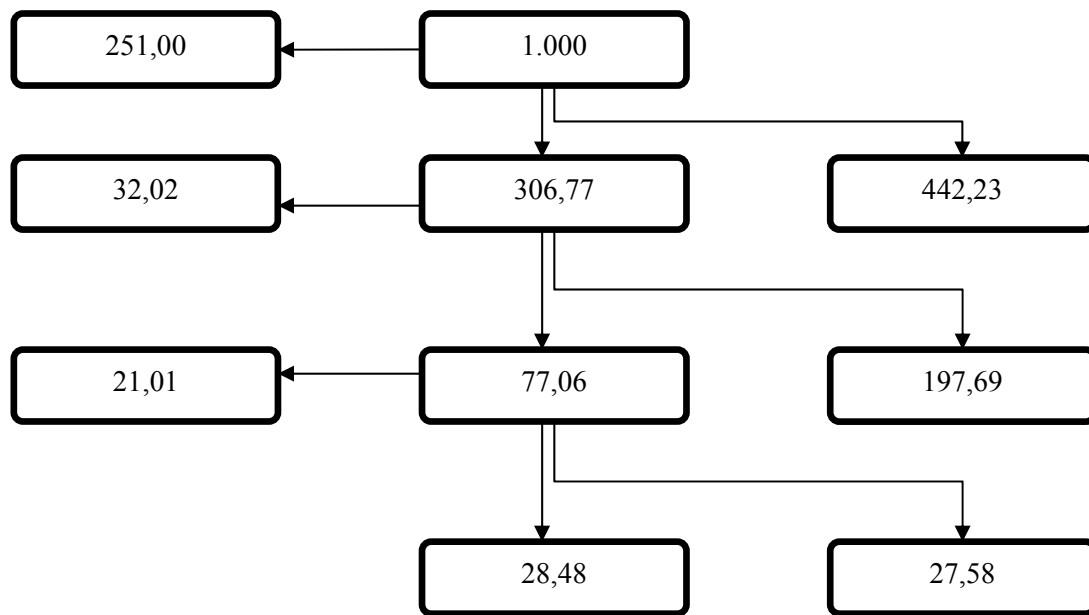
Fuente: Elaboración propia

#### F) Ocio

Fue difícil encontrar empresas relacionadas con el ocio en el territorio para poder incorporar en esta partida. La única empresa proveedora de espectáculos del territorio relacionada con la Fiesta no contestó nuestro cuestionario. Las otras dos empresas ofrecían servicios de guías durante el acontecimiento, y tienen como actividad principal la venta de recuerdos del territorio viéndose esta partida se ve muy incrementada con el desarrollo de la fiesta. Por tanto los resultados en este apartado deben tomarse con especial cautela. Afortunadamente a efectos globales la partida de ocio no es muy relevante en la pauta de gasto de los asistentes, probablemente por la falta de oferta y por la escasa presencia de espectáculos de pago en el programa de la fiesta.

La cuenta a efectos de la distribución del valor añadido fue los 63<sup>79</sup> de la TIOC servicios recreativos, culturales y deportivos. Con las consideraciones oportunas obtuvimos finalmente un efecto indirecto para esta partida de 412,31 u.m., es decir un 41,2 por ciento.

**Esquema 4.9: Cadena de valor el sector ocio**



Fuente: Elaboración propia

#### G) Otros (valor añadido)

No se conocen las partidas de gasto incluidas en este apartado, su importancia es residual dada su cuantía en el caso del impacto directo, Sin embargo servirá para determinar la transmisión del impacto inducido debido a las rentas generadas en los grupos anteriores.

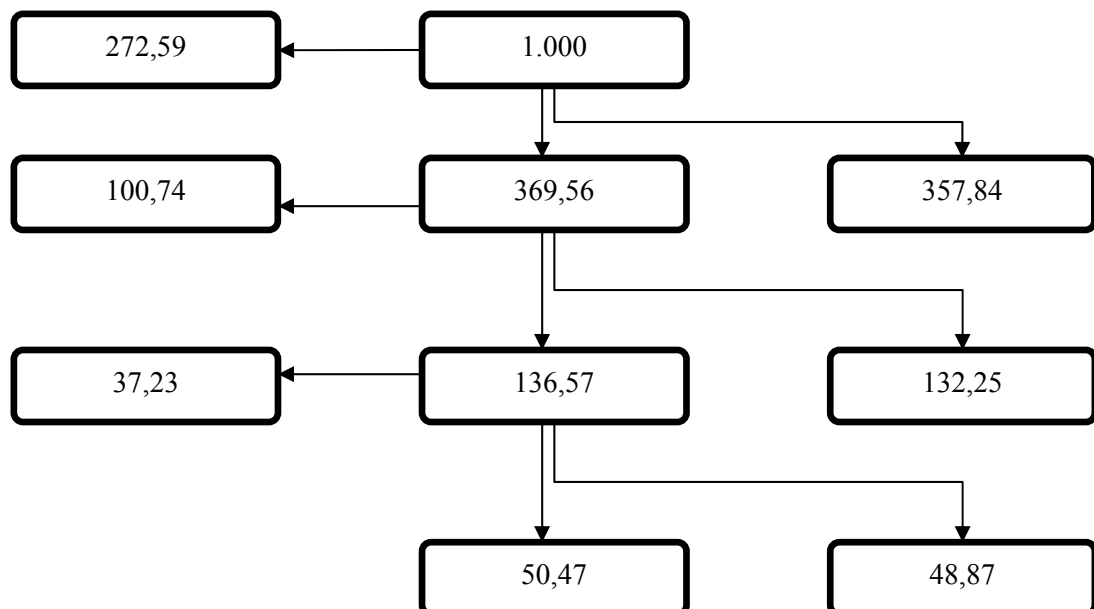
Para determinar la distribución del valor añadido y de los recursos en este caso se toma el valor total de todos los sectores de la TIO catalana. Para determinar el nivel

<sup>79</sup> Se corresponde con el código 92 de la CCAE 93 rev1

de las importaciones se debería b disponer de la pauta de gasto y de las importaciones de cada sector referidas al Baix Ebre. Esta no disponibilidad, justifica el análisis del caso, por tanto se supondrá como nivel de importaciones el ponderado según la pauta de gasto de cada uno de los sectores estudiados con motivo de la Fiesta. El perfil de consumo del asistente difiere del general por su singularidad, sin embargo aquí sólo estamos preocupados por el nivel de las importaciones que al estar promediado para un conjunto de sectores puede resultar significativo. La cadena de transmisión resulta muy elevada por el peso del sector de la restauración y el escaso valor añadido que tiene el conjunto de la economía en términos relativos respecto a los sectores considerados.

El valor final para el efecto indirecto para la partida de 556,61 es decir de un 55,7 por ciento.

**Esquema 4.10: Cadena de valor el sector otros**



Fuente: Elaboración propia

Una vez calculados los efectos indirectos se procede a incorporar el efecto inducido debido al incremento del valor añadido de cada sector. Para este cálculo se aplica el último de los esquemas que ejemplifica la transmisión de una inyección de renta adicional sobre el conjunto de la economía de la comarca.

Cada inyección de renta produce un nuevo efecto sobre el conjunto de los sectores y una nueva generación de valor añadido adicional, el cálculo de ambos porcentajes resulta:

- El porcentaje de impacto indirecto en cada fase sobre el resto de los sectores tiene un factor 0,369 por lo que para el total<sup>80</sup> resultaría :

$$A = \frac{0,369}{1 - 0,369} = 0,5861 \quad 4.34$$

- Cada impacto supone un nuevo valor añadido para la siguiente iteración que resulta procediendo de la misma forma<sup>81</sup>:

$$B = \frac{0,357}{1 - 0,357} = 0,5572 \quad 4.35$$

Obsérvese que la suma de los tres primeros pasos obtenemos un valor de 538,96€ es decir un error escasamente del 4%.

Cada valor añadido se incorporará, nuevamente a la estructura productiva produciendo un nuevo impacto así finalmente tendremos como resultado de las sucesivas incorporaciones un impacto inducido bruto:

$$\text{Im pacto} = A(1 + B + B^2 + B^3 + \dots) = A\left(\frac{1}{1 - B}\right) \quad 4.36$$

Si se multiplican los valores respectivos se obtiene:

$$\text{Factor} = 0,58619 \cdot 2,25865 = 1,324 \quad 4.37$$

---

<sup>80</sup> Suponemos una progresión geométrica de infinitos términos con razón menor que uno.

<sup>81</sup> Vuelve a suponerse una progresión geométrica con una razón diferente.



Este sería el factor si todo el VAB se incorporara, tres correcciones se deben aplicar para corregir el efecto final del impacto inducido.

La primera es el valor añadido de cada sector que se incorpora en la primera iteración y que se obtendrá por la suma de los valores de los tres primeros estadios (ya se ha visto que el error comentado en el sector con mayor efecto transmisor era muy reducido). Esta forma de proceder permitirá, dado el diferente valor añadido de cada sector en la inyección inicial discriminar el efecto inducido para cada sector. (VAB<sub>i</sub>)

La segunda es la incorporación de las rentas adicionales al nuevo cálculo del impacto según la proporción marginal al consumo de los agentes. El porcentaje obtenido para este parámetro requiere datos secundarios obtenidos del IDESCAT. Se procede a calcular el porcentaje del valor añadido que corresponde a las rentas salariales y en segundo lugar la propensión marginal al consumo que se aproxima por la propensión media al consumo, es decir la relación entre la renta disponible y el consumo de los hogares. Se dispone de los datos agregados para Cataluña<sup>82</sup> en la anualidad estudiada.

**Tabla 4.17: Valores de los agregados macroeconómicos**

Agregado macroeconómico	Valor en millones de euros
Valor añadido bruto	197.513
Retribución de los asalariados	99.485
Renta disponible bruta	125.671
Consumo de los hogares	120.168

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del IDESCAT*

Así se incorpora un factor del VAB de una fase a la siguiente fase fruto de las dos proporciones:

$$C = \frac{\text{Retribución asalariados}}{\text{VAB}} \cdot \frac{\text{Consumo de los hogares}}{\text{Renda bruta disponible}} = 0,504 \cdot 0,956 = 0,482 \quad 4.38$$

<sup>82</sup>No se dispone de todos los datos para la comarca del Baix Ebre. Se mantienen las proporciones de Catalunya para la comarca estudiada.

La tercera es el ya comentado ratio de captación de cada inyección de la renta. No todo el valor añadido generado se consumirá en el territorio considerado. Dos son las causas de fuga: la primera puede resultar que el perceptor de la renta no pertenezca a la comarca y por tanto el impacto adicional se realizará fuera de ella. La segunda que una parte importante de su pauta de gasto se realice fuera de la comarca. Esta segunda fuga ya está considerada en el efecto transmisor que ha considerado a la comarca estudiada. No existe en el territorio una gran movilidad laboral<sup>83</sup> por lo que la disminución por salarios a personas de fuera de la comarca será muy reducida. Se supone una reducción testimonial del 10% por lo que el nuevo parámetro tendrá un valor  $D=0,9$

Así finalmente el impacto inducido resultará para cada sector en términos de tanto por uno<sup>84</sup> :

$$\text{Impacto Inducido}_i = \frac{VA_i}{1000} \cdot D \cdot C \cdot A \cdot \left( \frac{1}{1-B} \right) \quad 4.39$$

Resultando por la sustitución de los valores obtenidos

$$\text{Impacto Inducido}_i = \frac{VAB_i}{1000} \cdot 0,9 \cdot 0,482 \cdot 1,324 = \frac{VAB_i}{1000} \cdot 0,57 \quad 4.40$$

Se procede a calcular la aportación porcentual del incremento debido al impacto inducido para cada sector, los resultados se detallan en la tabla 18.

---

<sup>83</sup> Los medios de transporte público son muy escasos y se valora de forma muy positiva residir en la proximidad del lugar de trabajo.

<sup>84</sup> El VAB se ha calculado sobre un impacto inicial de 1000 u.m

**Tabla 4.18: Aportación sectorial del efecto inducido**

Tipología del gasto	Efecto inducido Tortosa
Alojamiento	0,35
Transporte	0,19
Alimentación	0,40
Restauración	0,49
Ocio	0,38
Compras	0,44
Otros	0,31

*Fuente: Elaboración propia*

Como se puede observar los efectos inducidos producidos son muy grandes en el sector de la restauración seguidos del sector de la alimentación. Estos dos sectores son los de mayor importancia en la Fiesta por el gran valor añadido que da en su impacto inicial lo que nos producirá un impacto total elevado en el territorio. Los sectores del transporte y el general recogido en otros son los que tienen un valor del impacto inducido inferior.

Se comparan a continuación los efectos indirecto e inducido para cada uno de los sectores.

**Tabla 4.19 Multiplicadores por tipología de gasto.**

Tipología del gasto	Impacto indirecto %	Impacto inducido %	Impacto total (multiplicador)
Alojamiento	23,1	35	1,58
Transporte	0,0	18,5	1,18
Alimentación	14,6	40,4	1,55
Restauración	50,4	48,8	1,99
Ocio	41,2	38,3	1,80
Compras	7,2	44	1,51
Otros	55,7	31	1,87
Total	34	42,6	1,77

*Fuente: Elaboración propia*

Los efectos indirectos totales son inferiores en cuantía a los efectos inducidos debidos a las rentas adicionales. Los valores globales de ambos efectos tienen el mismo comportamiento y el efecto inducido es un 25% superior al efecto indirecto. Las fugas debidas a la escasa interrelación entre las empresas por la estructura sectorial débil en el territorio considerado incrementan este efecto. Yu y Turco (2000) indican que en comunidades rurales el reducido linkage de los sectores reduce el impacto total en la zona por una fuga importante de los gastos en la primera ronda. Sin embargo y en contradicción con la literatura la aportación del efecto indirecto no es despreciable y es especialmente importante en los sectores de la restauración y el ocio.

Los valores del efecto total del multiplicador del output tipo I con medida del impacto indirecto se encuentran en el rango de los de la TIO catalana. Deberían en principio, ser un tanto inferiores por la mayor fuga de las importaciones en un territorio pequeño. Se ha contrastado que los agentes de las mayores partidas del gasto en la fiesta se relacionan con el tejido más próximo por lo que se compensa parcialmente esta fuga. Es especialmente importante el sector de la restauración (es el que tiene finalmente el mayor efecto multiplicador) con un incremento entre el impacto indirecto y el inducido del 99 % del valor. En el lado opuesto se encuentra el sector del transporte con sólo un 21% de incremento debido exclusivamente al efecto inducido.

El valor del multiplicador obtenido por la ponderación del gasto en la Fiesta del Renacimiento en cada uno de los sectores es de  $\alpha = 1,77$ .

Por la forma de proceder también se puede contrastar que efecto multiplicador tiene cada perfil de asistente al tener diferente perfil de gasto. Los resultados se muestran en la tabla 4.20

**Tabla 4.20: multiplicadores por tipología de asistente**

Tipología del asistente	Residentes	Excursionistas	Turistas
Valor del multiplicador	1,84	1,75	1,64

*Fuente: Elaboración propia*

Se observa que el residente al tener entre las partidas imputadas a la Fiesta como dinero nuevo un gran peso su gasto en el sector de la restauración su efecto multiplicador es el más elevado. El efecto contrario se produce en el caso de los turistas donde la partida de la restauración tiene un peso relativo menor y la partida de transporte tiene un peso mayor siendo esta la de menor efecto multiplicador en el territorio. No debe confundirse este efecto con la falta de impacto de los turistas, recuérdese que su impacto directo era muy superior (aproximadamente el doble al del resto de los visitantes).

La metodología aplicada ha permitido estudiar las singularidades de las relaciones entre los agentes receptores del impacto de la Fiesta del Renacimiento. El cálculo ha permitido distinguir la cuantía de los dos efectos adicionales, su importancia relativa y la distinción de los mismos para cada partida de gasto. También finalmente se ha observado el diferente efecto producido por cada tipología de visitante.

Cuantitativamente resta calcular el valor final del impacto total económico y turístico que se realizará en el siguiente apartado para comparar los resultados obtenidos por las dos metodologías

#### **4.3.5.3. Valores del impacto total**

El objetivo práctico principal y primario del trabajo consiste en la estimación del impacto total sobre el territorio por la adición de los efectos directos, indirectos e inducidos. Se ha procedido al cálculo del efecto multiplicador por dos metodologías con adaptación a un territorio local.

Los resultados del multiplicador global obtenidos para ambas metodologías han resultado:

- Método del multiplicador keynesiano  $\alpha = 1,24$
- Método de las cadenas de valor  $\alpha = 1,77$

Se observa que el valor obtenido por la metodología de las cadenas de valor es superior al que se obtuvo en el caso del multiplicador Keynesiano. Este valor superior puede ser debido a dos efectos:

1.- La no consideración de los efectos intersectoriales en el caso del multiplicador Keynesiano. Los efectos indirectos podrían tener un escaso valor en pequeños territorios por la fuga debida a las importaciones, su exclusión total es una justificación adicional para emplear como primera estimación del efecto multiplicador la metodología tradicional del multiplicador Keynesiano que no los contempla y supondrá un valor más pequeño del multiplicador. La técnica del multiplicador no incorporaba los efectos indirectos y por tanto su valor es menor por su metodología de cálculo. Esta diferencia es superior a la esperada por las relaciones entre los sectores de mayor importancia en las partidas de gasto de la fiesta y su estrecha relación con otros sectores del territorio considerado. Por el contrario y como confirmación de la hipótesis de validez del valor del multiplicador, se observa que en el sector del transporte donde el impacto indirecto es nulo por la plena importación, el valor del multiplicador por el método de las cadenas de valor obtiene un valor de 1,18 inferior incluso al obtenido por el método del multiplicador Keynesiano, como debía ser en el caso de nulos efectos indirectos al ser el cálculo del multiplicador un umbral superior. La aportación global de los efectos indirectos adiciona al efecto directo un incremento del 34% que no se considera en el multiplicador keynesiano.

2.- La singularidad de los agentes económicos que participan en la Fiesta y que tienen un grado de relación con el territorio muy superior al del conjunto de la economía por lo que el efecto final del impacto resulta muy superior por el método que estudia la estructura concreta del gasto. Si descontáramos el efecto indirecto en la segunda metodología los valores serían más próximos. El efecto multiplicador debido al efecto inducido en la segunda metodología sería de 1,43 aún notoriamente superior al multiplicador Keynesiano, restaría pues una gran diferencia por la aportación de los valores añadidos en las fases sucesivas de la cadena debidos a los sectores implicados en la fiesta que por su singularidad y territorialidad suponen unos incrementos superiores a los esperados. Esta singularidad en las relaciones no fue considerada en los parámetros del multiplicador Keynesiano.

Ambos métodos han incorporado la zona al estudio por la determinación de los parámetros del cálculo. Muchas son las ventajas que comporta la creación de datos propios para el estudio del impacto total: el conocimiento de las relaciones entre los sectores y agentes, la separación de los tipos de impactos adicionales, la diferenciación

de los impactos según tipos de gasto y perfil del asistente. No obstante el valor obtenido por la metodología inicial permite una primera estimación sin coste alguno que además resulta, menor al valor obtenido por la metodología alternativa. Una de las críticas más constantes a la metodología es la sobreestimación de los efectos. Esta sobreestimación normalmente es tratada para la medida del impacto directo y no se justifica en el valor del multiplicador a pesar de la disparidad de los valores obtenidos según las técnicas aplicadas.

Si se incorporan los valores del multiplicador al impacto económico directo se obtienen los siguientes resultados:

**Tabla 4.21. Valores del impacto según el Multiplicador Keynesiano  $\alpha = 1,24$**

Tipología asistente	Escenario 80000	Escenario 60000
Impacto turístico	2.221.017,39€	1.665.763,03€
Impacto económico	4.417.984,61€	3.313.488,49€

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 4.22 Valores del impacto según los Multiplicadores de las cadenas de valor.**

Tipología asistente	Multiplicador	Escenario 80000	Escenario 60000
Residentes	1,84	3.255.036,17€	2.441.277,13€
Excursionistas	1,75	1.580.861,13€	1.185.645,85€
Turistas	1,64	1.448.429,74€	1.086.322,3€
Impacto turístico	1,69	3.029.290,86€	2.271.968,13€
Impacto económico	1,77	6.284.327,04€	4.713.245,33€

*Fuente: Elaboración propia*

El rango de valores para el impacto económico va desde el valor de 3,31 millones de euros en el valor más conservador a los casi 6,28 millones de euros con el escenario

optimista y el valor del multiplicador más elevado. Los valores obtenidos por el método de las cadenas de valor son un 42,2 % superiores a los obtenidos para la otra metodología.

La segunda de las opciones de cálculo permite modificar el peso aportado al impacto total por cada tipología de asistentes al tener un multiplicador diferenciado por los valores ya comentados no hay grandes modificaciones pero el peso del impacto total debido a los residentes aumenta ligeramente si se compara con las aportaciones del impacto directo hasta llegar a suponer el 51,8 %.

El impacto turístico debido a los no residentes mantiene su peso en el primero de los métodos al no discriminar el multiplicador. En el segundo caso disminuye de forma inapreciable y se mantiene en el 48.2 % del impacto total dando sostenibilidad a la caracterización de la Fiesta del Renacimiento como un acontecimiento turístico en el municipio donde se desarrolla. El impacto debido a los turistas desciende hasta el 23,0% del total por el menor multiplicador de dichos visitantes en la distribución de sus partidas de gasto.

Los valores del total impacto turístico mantienen la misma ordenación entre los dos métodos si bien en este caso la diferencia entre los valores es algo menor del 36,4 % por el menor efecto multiplicador de los no residentes y especialmente de los turistas. El rango de valores del impacto turístico oscila entre 1.665.763€ y los 3.029.290,86€

La diferencia entre los valores obtenidos por las dos metodologías hace reflexionar en el origen de dichas diferencias.

#### **4.3.6. Análisis de los resultados.**

En el estudio del caso se recoge la altísima valoración de la fiesta, el perfil de los asistentes y detalladamente el cálculo del impacto económico. La Fiesta del Renacimiento de Tortosa reúne el conjunto de características de un acontecimiento local con una componente turística destacada. Esta singularidad ha permitido aplicar la metodología desarrollada en el apartado teórico para medir el impacto económico y turístico de un acontecimiento local.



La creación de datos propios para la determinación del efecto directo y el valor del efecto multiplicador ha sido determinante para mostrar las debilidades y fortalezas de la metodología.

La aplicación progresiva del cálculo permite medir el sobredimensionamiento debido al cálculo del impacto bruto, la diferenciación entre el impacto debido a residentes y no residentes y la aportación de los efectos indirectos e inducidos. Las diferencias obtenidas entre las dos metodologías del cálculo del efecto multiplicador son significativas y se justifican las razones de su divergencia en una ordenación de valores igual al de la literatura.

Los resultados obtenidos muestran, a pesar de su carácter local, la componente turística del acontecimiento y la gran participación de los residentes en la celebración. El valor del impacto turístico se aproxima al 50% del impacto total en el caso más desfavorable de considerar la total participación de los residentes en sus partidas de dinero nuevo.

A continuación se trata de forma genérica el diseño de políticas para el incremento y mejora del impacto debido al acontecimiento en la localidad con el objeto de consolidar y mejorar los buenos resultados ya obtenidos por la Fiesta del Renacimiento en futuras ediciones.

La organización de eventos mayoritariamente recae sobre organismos públicos, dos son las cuestiones fundamentales a las que se pretende dar orientaciones, una relativa a la mejora de los resultados obtenidos y otra relativa a la justificación de la realización del acontecimiento. Dicha distinción hace referencia a los distintos agentes que reciben retornos de la celebración del evento, en el caso del impacto tal y como lo se ha analizado los agentes receptores del territorio (i.e. residentes) son los que mejoran su situación y en el segundo son los organismos locales de carácter público los que deben decidir sobre la idoneidad de la celebración del mismo

#### **A) ¿Qué podemos hacer para mejorar el impacto económico?**

Los estudios sobre el impacto económico se centran en determinar su valor y no profundizan en el análisis de las variables que lo pueden modificar. Se pueden encontrar algunas consideraciones genéricas en Ryan (1998) y Tyrrell (2001).

Por la propia formulación multiplicativa del cálculo del impacto (ya sea económico o turístico) para incrementar dicha cantidad., la respuesta obvia será el incremento de cada uno de los factores:

- 1.- El número de visitantes
- 2.- El gasto de cada visitante
- 3.-El efecto multiplicador.

¿Cuales pueden ser en cada uno de los factores los determinantes para incrementar el impacto, una vez determinada la zona?

1) Dos pueden ser las estrategias para incrementar el número de visitantes. Se puede intentar incrementar el número total por ejemplo incrementando las variables del evento como pueden ser: el número de espectáculos, los días de duración del acontecimiento... La segunda estrategia es modificar la estructura de los visitantes intentando un incremento de aquellos que generan mayor cantidad de dinero nuevo en la zona considerada.

Dada la implicación de la población residente no siempre se producen los resultados esperados. Así en nuestro caso el gasto de los residentes era superior al de los excursionistas y el multiplicador asociado a los residentes era el de mayor valor por la tipología del gasto realizado.

El incremento de turistas en zonas de escasa oferta hotelera tiene un techo en el límite totalmente inelástico en el máximo de la oferta de alojamiento y es difícil justificar el incremento de las plazas en un horizonte del largo plazo por la realización de un acontecimiento de escasa duración. Es posible que al existir un exceso de demanda se produzca un efecto negativo de crecimiento de los precios que excluya a determinados demandantes de la zona considerada.

2) Referido al gasto de los asistentes, este puede verse incrementado si se cobra entrada a los recintos o a los espectáculos del fenómeno, o si se ofrecen productos singulares y atractivos que motiven al visitante en su pauta de consumo y la incrementen. La generación de estos nuevos ingresos estaría justificada si nos encontramos ante una demanda inelástica, por lo que un pequeño incremento del precio del producto total (Fiesta del Renacimiento), no disminuye el número de participantes, ni el gasto en el resto de actividades. La mayoría de los eventos y la Fiesta del Renacimiento en

particular generan productos vinculados al acontecimiento que lo diferencien y generen gasto especialmente entre los no residentes que lo visitan por primera vez. También se observó en alguna entrevista con los agentes un cierto desgaste de algunos productos como la iniciativa del comercio en la calle. En un acontecimiento periódico debería ser un vector de la organización la incorporación de novedades con el paso de las ediciones para incrementar la fidelidad en la participación del evento.

Ya se comentó en el apartado del efecto directo que determinados gastos no son incluidos en el Impacto directo al no permanecer en el territorio. Algunas actuaciones recomendadas para incrementar el impacto directo por incremento del gasto promedio que se consideraron podrían ser:

- Incremento de la aportación de espectáculos propios. La fuga detectada por la organización en esta partida del presupuesto era muy mayoritaria.
- Potenciación de los productos y comercios locales. El mercado de época no tenía representación del tejido artesanal del territorio y suponía una fuga del 60% de la partida del comercio
- Participación de la gestión y organización por parte de las asociaciones e instituciones del territorio.

3) Finalmente, ¿se pueden incrementar los efectos indirectos e inducidos?

La pauta de gasto de los asistentes, no producía el mismo efecto multiplicador en cada tipología de productos. Los sectores con mayor presencia en el territorio y más relacionados producirán un efecto arrastre mayor. Por tanto a corto plazo si se incrementa el porcentaje de consumo en estas partidas de gasto el impacto total se verá incrementado. La diversificación sectorial del territorio y la potenciación de las relaciones entre los sectores más próximos aumentará el impacto total. Esta segunda de las características se ejemplificaba en alguna de las partidas del gasto de la Fiesta del Renacimiento como era la de la restauración incrementando notoriamente el valor del multiplicador.

A largo plazo si se producen modificaciones en la estructura del acontecimiento por modificaciones como las indicadas en la composición del impacto directo se puede conseguir un mayor efecto total en la economía local.

Acontecimientos que representan un impacto importante en un territorio local y que se repiten periódicamente deben incorporar en su organización pautas de funcionamiento a efectos de conseguir mejoras en el impacto total de fenómeno gracias a las múltiples variables que se pueden modificar a corto y largo plazo.

La modificación de las variables también modifica a los agentes que reciben el impacto pudiendo pues modificar el mismo a favor de unos u otros colectivos. Esta no neutralidad es un elemento de gestión política muy relevante para dinamizar determinados sectores económicos.

### **B) ¿Que instrumentos tenemos para medir la rentabilidad del acontecimiento?**

La celebración de acontecimientos está condicionada a la justificación del impacto económico que suponen. Por tanto la precisión en el cálculo del impacto real sobre un territorio es el instrumento previo para medir la rentabilidad y justificar la celebración del mismo.

Destacamos a continuación dos instrumentos para justificar dicha celebración.

- A) El ratio coste beneficio. Tal y como argumenta Preuss (2009) esta ratio mide el beneficio obtenido por un determinado agente respecto al coste de dicho agente.<sup>85</sup>

La formulación de nuestra ratio será:

$$E = \frac{Y}{X} \quad 4.41$$

En nuestro caso el agente a considerar será el organismo local que organiza el evento. Así su input será el gasto realizado en la organización del evento (X) y un output posible puede considerarse el impacto económico que revierte sobre la localidad (Y).

---

<sup>85</sup>Felsenstein and Fleicher (2003) comparan las diferencias en el coste de oportunidad de dos eventos a partir del gasto realizado.

Los valores del Fiesta del Renacimiento serian para el input el gasto realizado por el ayuntamiento de Tortosa es decir  $X = 365.000€$  y para el output uno de los valores del impacto económico. Si consideramos los dos valores extremos la ratio oscilará entre:

$$E_{\min} = \frac{Y}{X} = \frac{3313488}{365000} = 9,08$$

$$E_{\max} = \frac{Y}{X} = \frac{6284327}{365000} = 17,2$$

Dichos valores deberán ser contrastados con las opciones alternativas del gasto para justificar su idoneidad. En el caso del Fiesta del Renacimiento los valores obtenidos son muy elevados al conseguir un gran impacto con un presupuesto relativamente reducido. La formulación solo ha considerado en el análisis a un agente (los asistentes) y a un impacto (el económico), se pueden incorporar más agentes u organizaciones y el conjunto de impactos y externalidades que se producen para completarlo, dichas aportaciones incrementarían el valor de la ratio. .

B) La tasa de retorno. El incremento de la actividad económica en un territorio supone el retorno por la vía impositiva a los organismos públicos. Tohmo(2004) contrasta a partir del impacto económico como este retorno puede superar el gasto realizado y por tanto la organización del evento justificarse ya no en términos de generador de impacto sino en términos de superávit presupuestario para el organismo público. Esta comparación del retorno vía impuestos del impacto económico neto debido al acontecimiento con el gasto realizado por la organización debe realizarse en función del organismo público receptor del impuesto, Gazel y Schwer (1997) distinguen los distintos ámbitos de retorno a nivel local estatal y nacional en los EEUU. En nuestro caso por la gran aportación del organismo local respecto al resto este debe ser el nivel de análisis de nuestro retorno impositivo. La recaudación recae casi exclusivamente en un nivel administrativo superior al ámbito territorial analizado en el caso de estudio.

Los valores absolutos de los impactos muestran la importancia de acontecimiento para la localidad que lo acoge. El valor obtenido en el caso turístico es un valor que según las estimaciones del PIB Turístico para el territorio (Duro 2009)<sup>86</sup> supondría un porcentaje superior al 1% del total impacto directo turístico anual del conjunto de la comarca. Si se analiza la aportación al PIB turístico de la localidad comparando con el PIB del municipio (IDESCAT)<sup>87</sup> supone una aportación aproximada del 4% del PIB turístico de la población. Este valor, en los términos relativos al estudio del caso, clasifica la *Festa del Renaixement* como el acontecimiento turístico más destacable en el municipio.

Esta importancia en términos relativos y absolutos justifica su estudio y la inclusión en la presente tesis.

**La construcción del impacto económico y de las variables que lo determinan provee de una herramienta de información y análisis a los gestores políticos para la gestión del acontecimiento y la mejora de los retornos para el conjunto de los agentes que participan en la fiesta.**

#### **4.4. Aportaciones y futuras líneas de investigación**

La abundante presencia de fiestas vinculadas al territorio supone un recurso turístico destacable y en expansión. La justificación en términos de los beneficios recibidos por un territorio resulta un elemento trascendental para la toma de decisiones relativas a su celebración. El cálculo del impacto económico y del impacto turístico supone un indicador (sino el más importante) para orientarnos en dicha decisión. La Fiesta del Renacimiento de Tortosa es sin ninguna duda la más destacada del territorio. El objetivo principal y primario del análisis es la determinación de sus impactos. De la discusión se pueden derivar las siguientes aportaciones:

---

<sup>86</sup> El PIB turístico específico del Baix Ebre estima una aportación del 10% del total del PIB el 2008, 132 millones de € para el total de la comarca donde hay municipios turísticos como l'Atmella de Mar, l'Ampolla y Deltebre.

<sup>87</sup> El PIB total de Tortosa el 2006 fue de 872 millones de €.

1.- Sistematización de una metodología para el cálculo del impacto directo. La formulación analítica permite distinguir de forma ordenada en fases de cálculo diferenciadas los diferentes tipos de impactos. Se distinguen principalmente:

- Impacto económico bruto
- Impacto económico neto
- Impacto turístico

La aportación permite adaptar la formulación a un evento de carácter local.

2.-Propuesta de dos metodologías para el cálculo del impacto total. Umbral del multiplicador keynesiano y reconstrucción de las cadenas de valor. Discusión previa de las deficiencias de los métodos más utilizados (TIO y CGE) en su adaptación a los acontecimientos locales. Los métodos propuestos solventan (parcialmente) los problemas de territorialidad y singularidad del evento.

3.-De las dos propuestas destaca la reconstrucción parcial de la TIO con el objeto de recoger el impacto indirecto y el inducido a partir de la transmisión de las cadenas de valor de los agentes del territorio que participan en el acontecimiento.

4.-Creación de datos propios para el análisis en las dos fases de cálculo (impacto directo e impactos indirecto más inducido) con la elaboración de sendas encuestas. Se preguntó a los asistentes para determinar su pauta de gasto y a los agentes receptores (empresas del territorio) para identificar sus relaciones productivas.

5.- Aplicación práctica de la metodología propuesta en el conjunto de las fases del cálculo:

- Determinación de los impactos directos (económico bruto, económico neto y turístico) y las sustracciones que nos llevan de uno a otro.
- Cálculo de los multiplicadores de los impactos totales

6.- Los resultados de la reconstrucción parcial de la TIO indican que los impactos indirectos entre los agentes del evento son elevados por las estrechas relaciones intersectoriales a nivel agregado de los agentes de la Fiesta. Este hallazgo contradice la

hipótesis inicial de un escaso valor territorial de los efectos indirectos en un fenómeno local por las fugas fuera del territorio.

7.-Asimismo los efectos inducidos son significativos por el gran peso de los valores añadidos en los sectores receptores de la fiesta y su posterior materialización en rentas adicionales.

8.- Contraste de los valores de los multiplicadores por la metodología keynesiana y la de la reconstrucción de una TIO local parcial. Los resultados obtenidos muestran elevadas diferencias. Los elevados valores de los impactos indirectos e inducidos que se han obtenido por las cadenas de valor sugieren poner en tela de juicio resultados precedentes donde se consideraban las fugas muy importantes en los acontecimientos locales. El valor del multiplicador debería suponer un umbral superior al efecto inducido por su proceso constructivo, sin embargo el resultado obtenido por esta técnica resulta claramente inferior incluso para dicha componente del efecto total. No por ello se debe desestimar el valor del multiplicador keynesiano como primera estimación y su inmediatez en el cálculo. El valor del multiplicador obtenido por la TIO parcial se ajustará progresivamente al valor del multiplicador keynesiano a medida que vayan disminuyendo las relaciones económicas entre los agentes locales del acontecimiento. Por tanto se concluye que: el estudio de los hechos productivos que acontecen en el evento se torna el elemento fundamental para determinar el valor del multiplicador tanto del efecto indirecto como del efecto inducido.

9.- Distinción del efecto multiplicador del impacto para cada sector de la partida de gasto con la detección de una distribución muy poco uniforme. Por tanto, una unidad de gasto en cada partida en una comunidad local aporta impactos totales muy diferentes. Los valores más elevados se dan en los sectores referentes del territorio.

10.- Distinción del impacto total y de los multiplicadores para cada perfil de asistente. Destaca el elevado gasto de los residentes y dadas sus partidas de gasto son los que alcanzan el mayor multiplicador.

11.- Detección de forma exploratoria de los puntos débiles y de las oportunidades de mejora en el valor del impacto.



12.- El objetivo principal y primario: estimar un valor de los impactos económico y turístico de la *Festa del Renaixement* de Tortosa. Con los escenarios y las hipótesis realizadas se obtiene un rango de valores que justifica la importancia del acontecimiento<sup>88</sup>:

- Por el valor del impacto económico (aprox. 6 millones de €).
- Por el valor del impacto turístico (aprox. 3 millones de €).
- Por el peso en términos relativos de la aportación turística al PIB turístico del municipio (aprox. 4%)

Así pues la aportación inicial del capítulo era la medición del impacto económico y turístico de un evento local, sin embargo la construcción del cálculo ha requerido una serie de aportaciones metodológicas que suponen aportaciones para la medición del impacto de futuros acontecimientos y pueden suponer futuras líneas de investigación. Estas aportaciones metodológicas son:

1.- El diseño de una metodología adaptada a fenómenos locales que resultan los más abundantes y que no disponen en muchos casos de análisis de impacto por el coste que supone el estudio y que en muchas ocasiones son cuestionados (especialmente en tiempos de crisis) sobre la idoneidad de su celebración. La técnica diseñada permite con un reducido coste estimar el impacto económico y turístico del acontecimiento. Incluso con la técnica del multiplicador keynesiano se puede establecer un valor que sirva de referencia sin coste adicional a la encuesta de gasto.

2.- La segunda aportación es el diseño para los eventos locales del total del procedimiento de medida tanto el cálculo del impacto directo como el impacto total.

3.- Finalmente una aportación de la metodología ha sido la posibilidad de disgregar los resultados presentados. La aplicación en su segunda metodología permite analizar el impacto por tipología de gasto y por tipología de asistente. Esta flexibilidad por el proceso de construcción permite analizar las singularidades que se consideren oportunas suponiendo una aportación principal para el estudio de futuros eventos donde de los valores diferenciados se podrán sugerir actuaciones y políticas de gestión del mismo.

---

<sup>88</sup> Los valores aproximados se explicitan para el escenario de 80.000 asistentes y por la metodología de las cadenas de valor.

Esta metodología debe permitir pues la aplicación a eventos de cualquier tipología y composición de carácter local. Esta aplicación práctica con las modificaciones oportunas de cada acontecimiento permite el estudio en el conjunto de numerosas fiestas presentes en el territorio.

No por ello se da por cerrada la investigación, restan otros apartados de perfeccionamiento metodológico y práctico, como pueden ser:

1.- Los perfeccionamientos en la sistematización de la metodología para la determinación de la inclusión de las tipologías de visitantes y de las partidas de gasto que se consideren “dinero nuevo” al conjunto de acontecimientos locales donde se presenten características multiobjetivo y multidestino.

2.- La consideración del conjunto de agentes que participan en el evento (en el caso analizado se justificó por la importancia relativa la inclusión exclusiva de los asistentes) y su inclusión como perfil para tipificar su gasto y su impacto. La metodología propuesta permite dicha inclusión como un nuevo perfil sin añadir problemas adicionales.

3.- La discusión más profunda de las políticas públicas de mejora en la gestión y el impacto económico de los acontecimientos locales y en particular del caso estudiado.

4.- La revisión de los datos del impacto de la *Festa del Renaixement* en una futura anualidad para contrastar los cambios producidos a partir de las modificaciones realizadas por la organización.

La medición del impacto económico y turístico de los eventos supone en el caso de grandes acontecimientos una justificación fundamental para su organización por parte de los gestores públicos. La cuantificación de una demanda y un impacto mucho menores para los eventos locales ha supuesto su escaso nivel de estudio. A pesar de esta menor magnitud en términos absolutos la determinación del impacto para la administración local referido como el impacto sobre el gasto realizado puede ser superior a los eventos de mayor dimensión y justificar en mayor medida la inversión

realizada. La componente turística de dichos acontecimientos en una zona receptora de radio reducido también puede resultar relevante e incluso suponer una aportación destacada en el valor turístico total del territorio.

La adaptación realizada de técnicas adecuadas para la determinación de dichos impactos en un evento local es necesaria para captar la singularidad del mismo y ajustar con mayor precisión el valor de los impactos. Esta singularidad también mostrará las fortalezas y debilidades del impacto sobre la zona considerada y debe orientar a los organizadores en la toma de decisiones futuras.

#### **4. 5. Bibliografía**

Archer, B.H. (1982). The value of multiplier and their policy implications. *Tourism Management*. nº3 , 236-241.

Archer, B.H. (1984). Economic Impact: Misleading Multiplier. *Annals of Tourism Research*. Vol. 11, 517-518.

Archer, B.H. y Fletcher J. (1996).The Economic Impact of tourism in the Seychelles. *Annals of Tourism Research*. Vol. 23, 32-47.

Arostegui, A. (2005). El Centro Kursaal y su impacto económico: un contraste metodológico. *Cuadernos de gestión* . Vol. 5 (1), 105-115. .

Blake, A. (2000), *The Economic effects of Tourism in Spin*, TTRI, Discussion Paper 2000/2, disponible online en: <http://www.nottingham.ac.uk/ttri/series.html>.

Blake, A., and Sinclair .T (2003a), Tourism crisis management, Us Response to September 11. *Annals of Tourism Research*. Vol. 30(4), 813-832

Blake, A., and Sinclair .T (2003b), Quantifying the effects of food –and-mouth disease on tourism and Uk economics. *Tourism Economics*. Vol.9 (4), 449-465

Bohlin, M. (2000). Travelling to events. In L. Mossberg (Ed.), *Evaluation of events: Scandinavian experiences* 13-29. New York: Cognizant

Bowker, J.M., Bergstrom, J.C. y Gill, J. (2007). Estimating the economic value and impacts of recreational trails: a case study of the Virginia Creeper Rail Train. *Tourism Economics*. Vol. 13 (2), 241-260.

Briassoulis, H. (1991). Methodological Issues: Tourism Input-Output Analysis. *Annals of Tourism Research*. Vol. 18, 485-495.

Brown, M.D., Var, T. y Lee, S. (2002). Messina Hof Wine and Jazz Festival: an economic impact analysis. *Tourism Economics* . Vol.8 (3), 273-279.

Burgan, B. y Mules , T. (1992). Economic Impact of sporting events. *Annals of Tourism Research*. Vol. 19, 700-710.

Burgan, B. y Mules , T. (2001). Reconciling cost-benefit and economic impact assessment for event tourism. *Tourism Economics* . Vol.7 (4), 321-330.

Corral, J.A., Puigví, S. y Ferrer, L. (2009). “¿Cómo ha ido la feria?” Estimación del impacto económico de acontecimientos turísticos : Tres estudios de caso. *Cuadernos de Turismo*. nº 24, 9-27.

Croes, R.R. y Severt, D.E. (2007). Research report: Evaluating short-term tourism economics effects in confined economies- conceptual and empirical considerations. *Tourism Economics*. Vol. 13 (2), 289-307.

Crompton, J.L., Lee, S. y Shuster, T.J. (2001). A guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Sprinifest Example. *Journal of Travel Research*. Vol. 40, 79-87.

Crompton, J.L.(2006). Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenigans. *Journal of Travel Research*. Vol. 45, 67-82.

Dredge, D. y Whitford, M. (2010). Policy for sustainable and responsible festivals and events: institutionalisation of a new paradigm- a response. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events.*, Vol. 2 (1), 1-13

Duro, J. A., Sarda, J., Farré, X. y Abadía, J. (2009). *Estimació del PIB turístic de les Terres de l'Ebre per al període 2003-2007*. Generalitat de Catalunya, Dep. d'Innovació Universitats i Empresa.

Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R. y Vanho, T. (2003). Tourism's contribution to a state economy: a multi-regional general equilibrium analysis. *Tourism Economics*. Vol. 9 (4), 431-448.

Dwyer, L., Forsyth, P. y Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*. nº25, 307-317

Dwyer, L., Forsyth, P. y Spurr, R. (2005). Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research*. Vol. 43, 351-359.

Dwyer, L., Forsyth, P. y Spurr, R. (2006). Assessing the Economic Impacts of events: A Computable General Equilibrium Approach. *Journal of Travel Research*. Vol. 45, 59-66.

Dwyer, L., Forsyth, P. y Spurr, R. (2007). Contrasting the uses of TSAs and CGE models: measuring tourism yield and productivity. *Tourism Economics*. Vol. 13 (4), 537-551.

Felsestein, D. y Fleischer, A. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*. Vol. 41, 385-392.

Fletcher, J.E. (1989). Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies. *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, 514-529.

Formica, S. (1998). The development of festivals and special events studies. *Festival Management and Event Tourism*. Vol. 5 (3), 131-137

Gazel, R. y Schwer, R.K. (1997). Beyond Rock and Roll: The Economic Impact of the Grateful on a Local Economy. *Journal of Cultural Economics*. nº 21, 41-55

Gelan, A. (2003). Impactos económicos locales: El “British Open”. *Annals of Tourism Research en español*. Vol. 5 (1), 104-126.

Getz, D. (2005). *Event management and Event Tourism*. (2ª ed). New York: Cognizant.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management*. nº29, 403-428

Gibson, H.J., Willming, C. y Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*. nº24, 181-190

Gursoy, D., Kim, K. y Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management*. nº25, 171-181

Henandez-Marin, R. (2007). Tourism Events : Impact on Imports. *International Journal of Event Management Research*. Vol. 3 (1), 15-27

Hojman, D.E. y Hiscock, J. (2010). Interpreting suboptimal business outcomes in light of the Coase Theorem : Lessons from Sidmouth International Festival. *Tourism Management*., nº31, 240-249

INSTITUT D’ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (Idescat): <<http://www.idescat.net>>

Johnson, R.L. y Moore, E. (1993). Tourism Impact Estimation. *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, 279-288.

Kim, H.J., Gursoy, D. y Lee S-B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre-games and post-games. *Tourism Management*. nº27, 86-96

Lee, CH-K. y Taylor,T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*. nº26, 595-603

Long, P.T. y Perdue, R.R. (1990). The economic impact of rural festivals and special events : assessing the spatial distribution of expenditures. *Journal of Travel Research*, Vol. 28 (4), 10-14.

Llop, M. y Arauzo, J.M. (2008). *Economic impact of a new museum on the local economy: “ The Gaudí Centre”* . Documento de trabajo 9 (2008). Departamento de Economía . Universidad Rovira i Virgili.

Maudos, J. (2007). Impacto económico de la 32ª America's Cup. Valencia 2007. Informe final. *Instituto valenciano de Investigaciones económicas*.

Mules, T. (1998). Taxpayer Substates for Major Sporting Events. *Sport Management Review*. Vol.1(1), 25-43.

Murillo, J., Romaní, J. y Surinach, J. (2008). The impact of heritage tourism on an urban economy: the case of Granada and the Alhambra. *Tourism Economics*. Vol. 14 (2), 361-376.

Oliver , J. (2007). Canvis en la integració econòmica i dependència exterior de Catalunya 1987-2001: una aproximació a través de les TIO. *Nota d'economia*. nº 87.

Perles , J.F. (2006). Análisis del impacto económico de eventos : Una aplicación a fiestas populares de proyección turística. *Cuadernos de Turismo*. nº 17, 147-166.

Preuss, H. (2009). Opportunity cost and efficiency of investments in mega sport events. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*. Vol. 1 (2), 131-140.

Pulido, A. y Fontela, E. (1993). *Análisis Input-Output: Modelos, datos y aplicaciones*. Ediciones Pirámide S.A. Madrid .

Ramirez, J.M., Ordaz, J.A. y Rueda J.M.(2007).Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local : el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006. *Revista de métodos cuantitativos de la empresa(Universidad Pablo de Olavide)*. nº3, 20-39.

Ryan, C. (1998). Economic impacts of small events : estimates and determinants- a New Zealand example. *Tourism Economics*. Vol. 4 (4), 339-352.

Ryan, C. y Lockyer, T. (2001). An economic impact case study: The South Pacific Masters' Games. *Tourism Economics*. Vol. 7 (3), 267-275.

Robertson, M., Rogers, P. y Leask, A. (2009). Progressing socio-cultural impact evaluation for festivals. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*. Vol. 1 ( 2), 156-169.

Saayman, M. y Saayman A, (2006). Does the location of arts festivals matter for the economic impact ?. *Papers of Regional Science*. Vol. 85 (4), 569-584.

Sadler P.G., y Archer, B.H.(1975). The economic impact of tourism in developing countries. *Annals of Tourism Research*. Vol. 3 (1), 15-32.

Sancho, A. y García, G. (2007). El impacto de la America's Cup en la imagen turística de la ciudad de Valencia. *Ponencia congreso Cedit*. ESADE.

Seaman, B.A. (2003). *Economic Impact of the arts* en Towse R. A Handbook of Cultural Economics. cap.27, 224-231.

Segarra, A. (2002). *L'impacte de la Universitat Rovira i Virgili sobre el territori*. Valls: Cosetània edicions.



Sherwood, P. (2007). *A triple bottom line evaluation of the impact of special events : the development of indicators*. Tesis doctoral. Victoria University. Melbourne.

Shibli, S. y Coleman, R. (2005). Economic impact and place marketing evaluation: a case study of the world snooker championship. *International Journal of event and management research*. Vol. 1 (1), 13-29.

Small, K., Edwards, D. y Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of event and management research*. Vol. 1 (1), 66-76.

Stanley, D., Rogers, J., Smeltzer, S. y Perron, L. (2000). Win, Place or Show: Gauging the Economic Success of the Renoir and Barnes Art Exhibits. *Journal of Cultural Economics*. nº24, 243-255.

Stynes, D. J. (1999a). Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism; Some Examples.<<http://www.msu.edu/rstynes>>. (Consulta marzo 2009)

Stynes, D. J. (1999b). Guidelines for Mesuring Visitor Spending, <<http://www.msu.edu/rstynes>>. (Consulta marzo 2009)

Stynes, D. J. (2001). Economic Impact Concepts . <<http://www.msu.edu/course/prr/840/ecoimpact/concepts.htm>>.

Sun, Y-Y.y Stynes D.J.(2006). A note on estimating visitor spending on a per day/night basis. *Tourism Management*. nº27, 721-725

Thrane,C.( 2002). Jazz festival Visitors and their expenditures : Linking spending patterns to musical interest . *Journal of Travel Research*. Vol. 40, 281-286.

Thomo, T. (2005). Economic impacts of cultural events on local economies: an input-output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics*. Vol 11 (3), 431-451.

Tyrrell, T.J. y Johnston , R.J. ( 2001). A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations and Causes of Expenditures, *Journal of Travel Research*. Vol. 40, 94-100.

Tyrrell, T.J. y Johnston , R.J.( 2006). The Economic Impacts of Tourism: A Special Issue. *Journal of Travel Research*. Vol. 45, .3-7.

Wagner, J.E. (1997).Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol 24 (3), 592-608.

Yu ,Y. y Turco, D.M. (2000). Issues in Tourism Event Economic Impact Studies: The Case of the Albuquerque Internacional Ballon Fiesta. *Current Issues in Tourism*, Vol. 3 (2) , 138-148.

Zhou, D., Yanagida, J.F., ChaKravorty, U.y Leung, P. (1997). Estimating economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*. , Vol. 24 (1) , .76-89

#### **4.6. Anexos**

##### **Anexo 4.6 1. . Encuesta del gasto en la *Festa del Renaixement***

La encuesta se elaboro en catalán, castellano inglés y francés, para captar al conjunto de turistas que asisten a la fiesta. A continuación se adjunta el modelo en castellano.



**Encuesta para medir el impacto económico de la Festa del Renaixement de Tortosa**

- 0** Ha contestado este cuestionario  
**1.-No**  
**2.-Si. Quiere volver a contestarlo**  
     **1.-No. Fin del cuestionario**  
     **2.-Si**

**A DADES PERFIL**

- A1.- Reside de forma permanente en Tortosa**  
**1.- Si**  
**2.- No**

**A2.- ¿Podría indicarnos su lugar de residencia habitual?**  
 País:  
 Provincia:  
 Ciudad/pueblo

- A3.- Modalidad del grupo en que viaja**

- 1.-Solo**  
**2.-Pareja**  
**3.-Familia**  
**4.-Amigos**

- A4.- Número y edad de las personas que se desplazan en el viaje**

Edad	Hombres	Mujeres
Menos de 10		
De 10 a 18		
De 18 a 29		
De 30 a 45		
De 45 a 65		
Más de 65		

- A5.- Estudios de mayor nivel del entrevistado y del cabeza de familia.**

- 1.- No sabe leer ni escribir**  
**2.- No completo estudios primarios.**  
**3.-Graduado escolar, EGB, ESO, Bachiller elemental**  
**4.-BUP, COU, PREU, Bachiller superior**  
**5.-Diplomatura**  
**6.- Licenciatura**  
**7-Doctorado**

Entrevistado	Cabeza de familia

- A6.- Ocupación principal del entrevistado y del cabeza de familia:**

- 1.-Profesional liberal**  
**2.-Empresario con trabajadores**  
**3.-Directivo**  
**4.-Funcionario con titulación**  
**5.-Mando intermedio**  
**6.-Autónomo**  
**7.-Trabajador cualificado**  
**8.-trabajador sin cualificar**  
**9.-Funcionario sin titulación**  
**10 Otros.**

Entrevistado	Cabeza de familia

- A7 Nivel d'Ingresos mensuales brutos totales del entrevistado (€)**

- 1.- < 600 €**  
**2.- 600€ - 1000€**  
**3.-1000€-1500€**  
**4.-1500€ -2000€**  
**5.-2000€ -3000€**  
**6.-3000€ -4000€**  
**7.->4000€**

- A8 Nivel d'Ingresos mensuales brutos totales del hogar (€)**

- 1.- < 600 €**  
**2.- 600€ - 1000€**  
**3.-1000€-1500€**  
**4.-1500€ -2000€**  
**5.-2000€ -3000€**  
**6.-3000€ -4000€**  
**7.->4000€**

**B CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE**

- B-1 ¿Cuántas veces ha visitado Tortosa sin contar la actual?**

- B2.- ¿Cuántas veces ha asistido a la Festa del Renaixement, sin contar la actual?**

- B3.- Ha venido a Tortosa por la Fiesta del Renacimiento**

- 1.- Si**  
**2.-No ¿cual es el motivo del viaje?.....**



B4.- En que medio ha visto leído u oído información sobre Tortosa y la Fiesta del Renacimiento

- 1.- Periódico
- 2.- Revista
- 3.- Radio
- 4.- Televisión
- 5.- Internet
- 6.- Otros

B5.- ¿Pasa alguna noche en Tortosa o en sus proximidades?

B6.- Municipio y tipo de alojamiento para las noches fuera de su lugar de residencia habitual

Nº de noches	alojamiento	municipio

- 1.- Hotel 5 o 4 estrellas
- 2.- Hotel 3 estrellas
- 3.- Hotel 1o2 estrellas
- 4.- Hostal o pensión
- 5.- Apartotel
- 6.- Casa rural
- 7.- Casa o apart alquilado
- 8.- Casa o apart propiedad
- 9.- Casa o apart familiares o amigos

B7.- Tipo de transporte utilizado desde su residencia habitual a Tortosa. (En caso de más de uno ordenarlos por orden cronológico)

- 1.- .....
- 2.- .....

B8.- Lugares de la Fiesta que ha visitado o piensa visitar

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-
- 5.-

B9.- Piensa volver a visitar Tortosa:

- 1.- Sí
- 2.- Sólo en la FR
- 3.- No

**C PRESUPUESTO DEL VIAJE**

C1.- A continuación le haremos unas preguntas referidas al gasto. Sus respuestas se referirán a:

- 1.- Usted solo
- 2.- ..... personas

C2.- ¿Cual es el presupuesto total del viaje incluyendo los gastos en origen y los gastos en su estancia en Tortosa?

	€
--	---

**D.-GASTO EN ORIGEN**

D1.- ¿Compro un paquete turístico?

- 1.- Sí
- 2.- No

D2.- ¿Cuál es el precio del paquete?

	€
--	---

D3.- ¿Qué servicios incluye el paquete?

- 1.- Viaje de ida y vuelta
- 2.- Alojamiento
- 3.- AD
- 4.- MP
- 5.- PC
- 6.- Otros (excursiones, actividades, espectáculos)

**E.- GASTO EN DESTINO**

E1 Sin tener en cuenta el gasto en origen que gasto total piensa realizar el viaje estancia en Tortosa:

- 1.- Alojamiento.....
- 2.- Transporte.....
- 3.- Alimentación.....
- 4.- Comidas, restauración, bares, cafés.....
- 5.- Ocio (espectáculos, visitas.....)
- 6.- Compras (regalos souvenirs).....
- 7.-Otros.....

**G VALORACIÓN**

G1 Valora del 1 al 10 los siguientes aspectos.

Aspecto	Valoración									
Hospitalidad de la gente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Calidad servicios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastronomía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Comercio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Precios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aparcamiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ambientación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Espectáculos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Limpieza	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seguridad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fiesta Renacimiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
La ciudad de Tortosa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

G2.- Que aspecto de la Fiesta

- 1.- Te ha gustado más.....
2. Mejorarías para próximas ediciones.  
.....

**Annexo 4.6.2. Cuestionari de las cadenas de valor de los agentes.**



**Qüestionari per l'elaboració de l'estudi "Impacte econòmic de la Festa del Renaixement de Tortosa"**

Nom de l'empresa: .....

1) Sector d'activitat: a) Principal:.....  
b) Altres sectors en que també actua:.....

2) Descripció dels tres principals productes/serveis que ven l'empresa, per ordre de facturació :  
a)  
b)  
c)

3) Aproximadament, quin percentatge de les seves despeses tenen com a proveïdors empreses de la Comarca del Baix Ebre :..... .. (incloure com a despeses, mercaderies serveis i immobilitzat).

4) Nom dels proveïdors principals del Baix Ebre:

Nom Empresa	Població	Sector d'activitat	Percentatge de despesa en compres respecte al total (Interval aproximat)
-------------	----------	--------------------	--

5) Observacions respecte a la procedència de les compres.....  
.....  
.....  
.....  
..

**Anexo 4.6.3. Adaptación de la TIO catalana a la distribución sectorial en 11 sectores de la comarca del Baix Ebre**

Num.	CCAE-93 rev.1	Branques d'activitat homogènia	Producció a preus bàsics	Importacions de la resta d'Espanya	Importacions de l'estranger	Estructura sectorial BE	(IMPE/Prod)BE	(IMPE+N/Prod)BE
01	A,B	Agricultura, ramaderia, caça, silvicultura, pesca	3.927.241	2.922.325	2.466.116	6,90	0,043328632	0,09467266
2	C,DF-DJ,E	Energia, química, cautxu, metalurgia	48.958.027	14.285.854	20.989.006	9,03	0,038712901	0,06506226
3	DA-DE	Alimentació, textil, fusta, paperi edició	36995731,3	9308338,6	8996823	5,375	0,013071217	0,02659503
4	DK-DN	Maquinaria , material elèctric i altres indústias manufactureres	36412727,1	6413932,3	24126014	7,095	0,047009407	0,05950692
05	F	Construcció	37.981.820	-	-	11,4	0	0
06	G	Comerç	38.673.594	430.708	265.384	15,652	0,001074065	0,00281723
07	H	Hoteleria	18.749.878	615.527	285.314	7,1036	0,001080943	0,00341294
08	I	Transports i comunicacions	25.732.490	3.136.509	1.856.690	3,8528	0,002779931	0,00747607
09	J	Mediació financera	11.352.606	1.323.735	306.396	3,1304	0,000844866	0,00449497
10	K	Activitats immobiliàries i serveis empresarials	50.406.842	3.661.751	3.017.641	14,5082	0,008685435	0,01922476
11	L-Q	Altres serveis	38.884.113	959578,3	469.164	15,953	0,00192484	0,00586171
<b>TOTAL</b>			<b>348.075.070</b>	<b>43.058.258</b>	<b>62.778.548</b>		<b>0,158512238</b>	<b>0,28912454</b>

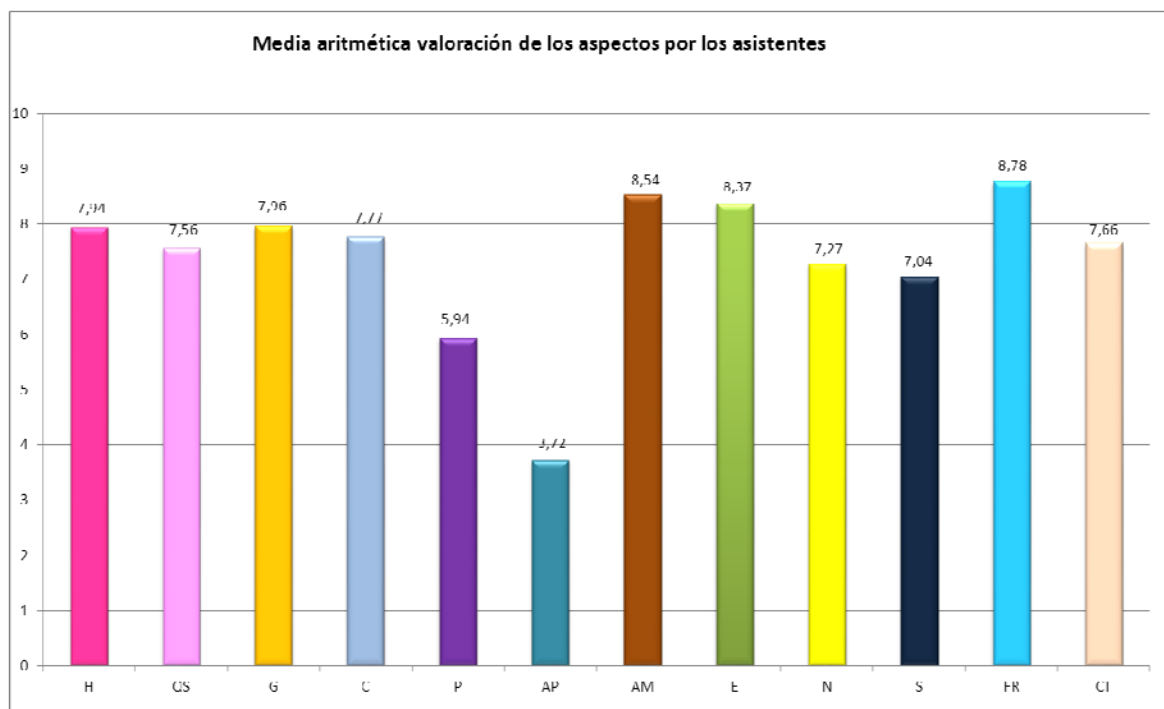
#### Anexo 4.6.4. Valoraciones de los atributos de la fiesta

Un elemento a considerar es la percepción que tienen los visitantes de la fiesta y de sus características. Se recogieron a la encuesta doce variables que los encuestados valoraban en una escala del 1 al 10. Los resultados obtenidos para el conjunto de los encuestados se detallan a continuación.

En primer lugar, se exponen las medias de cada una de las variables, se observa que la mayor puntuación se obtiene para la propia fiesta con un 8,78 y la siguen las características más singulares del acontecimiento como son la ambientación y los espectáculos con un 8,54 y un 8,37 respectivamente.

La mayoría de las variables restantes obtienen un valor superior a 7 incluidas la limpieza y la seguridad, sólo tienen valores inferiores el precio con un media de 5,94 y el aparcamiento suspende con un 3,72.

**Gráfico 4.6**

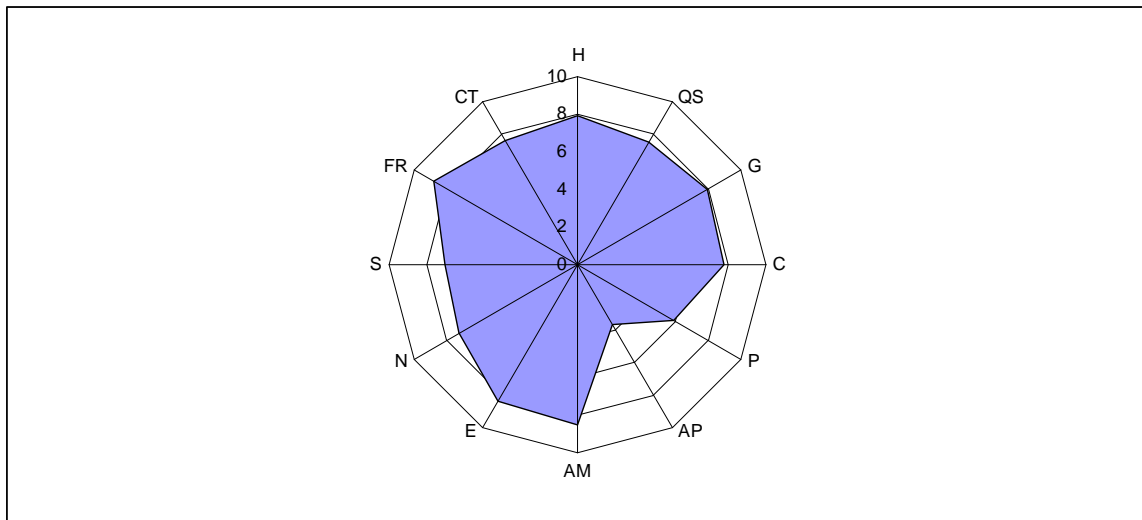


*Fuente: Elaboración propia*

Esta última variable siempre presenta valores inferiores al resto si bien en nuestro caso la diferencia es muy grande.

Si representamos las medias en un diagrama de tela de araña podemos ver que la Fiesta está bastante equilibrada en todos sus parámetros a excepción del precio y del aparcamiento.

**Gráfico 4.7**



*Fuente: Elaboración propia*

Se procedió a clasificar la distribución de cada una de las características en 4 clases según la siguiente agrupación:

**Cuadro 4.4.**

Valoración	Rango de valores
Excelente	9-10
Notable	7-8
Aprobado	5-6
Suspense	1-4

*Fuente: Elaboración propia*

Los gráficos siguientes indican los porcentajes de cada una de las categorías, la moda (clase con mayor porcentaje) resulta en cada caso:

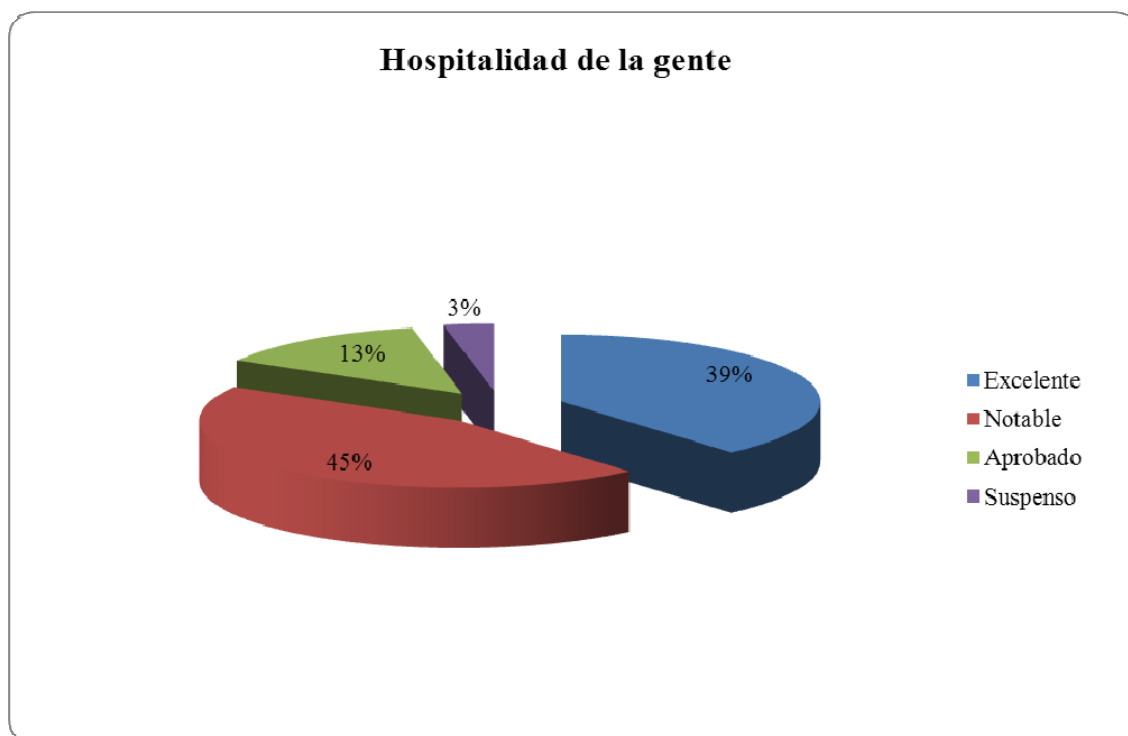


**Tabla 4.23. Valoración de las características de la fiesta**

Rango con mayor porcentaje	Característica
Excelente	Ambientación, Espectáculos, Fiesta, Tortosa
Notable	Hospitalidad, Calidad de los servicios, Gastronomía, Comercio, Limpieza, Seguridad
Aprobado	Precios
Suspenso	Aparcamiento

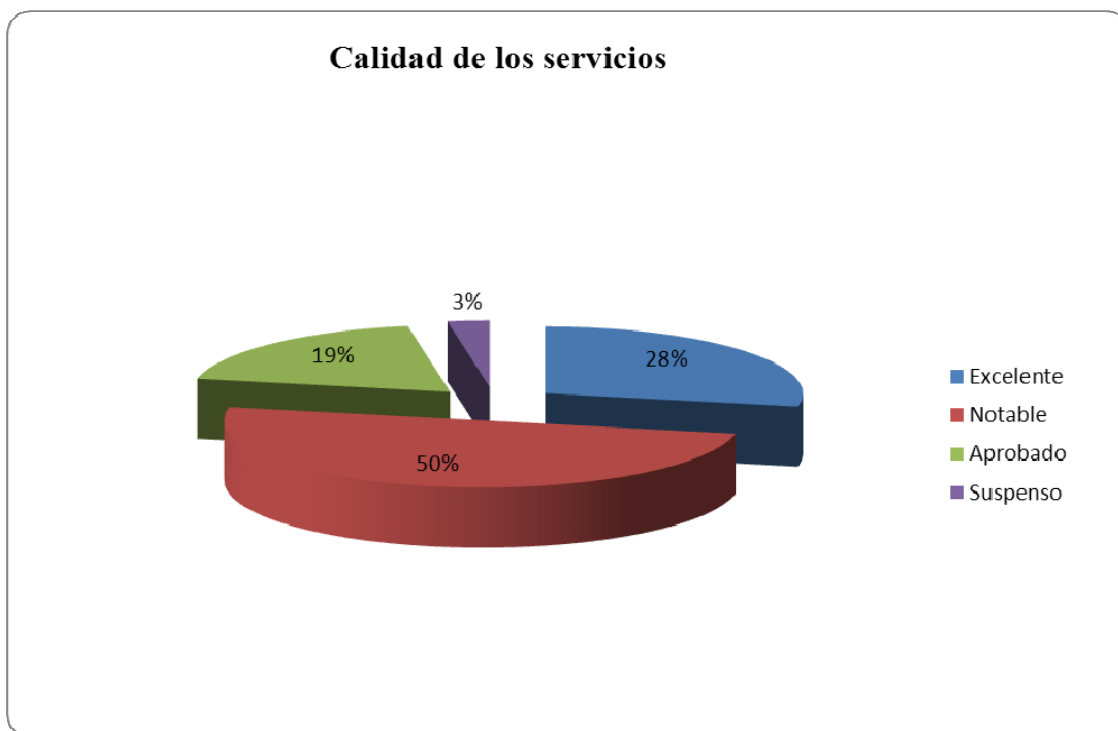
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.8**



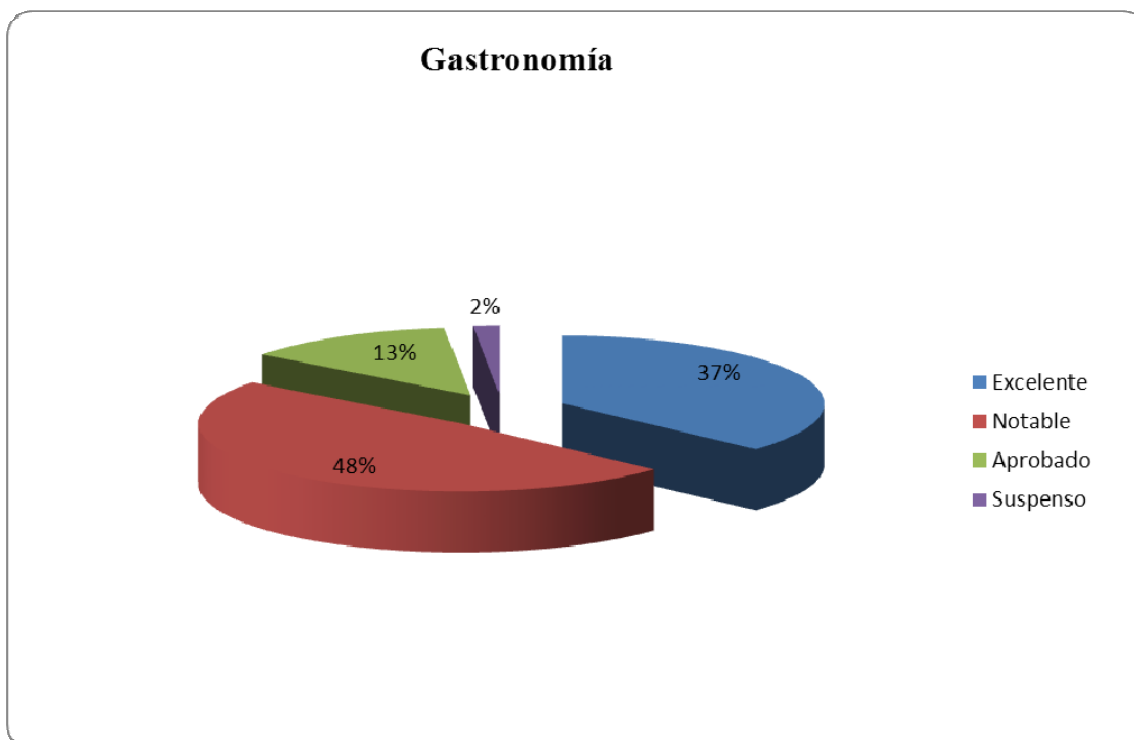
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.9**



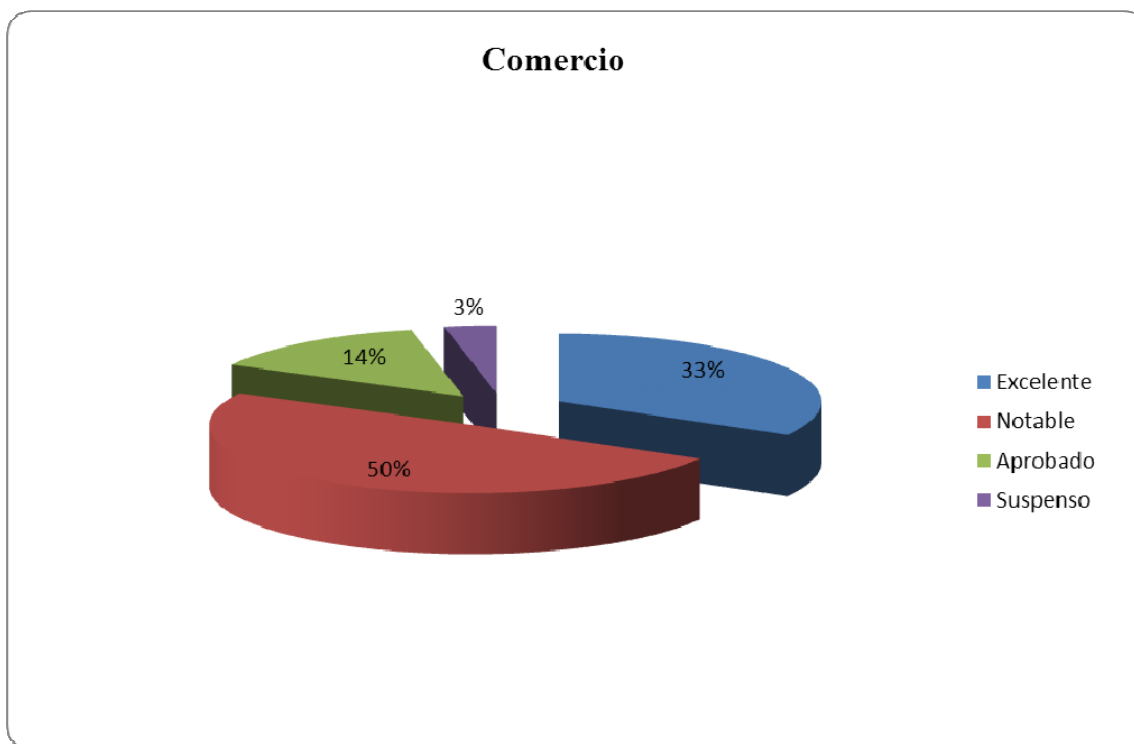
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.10**



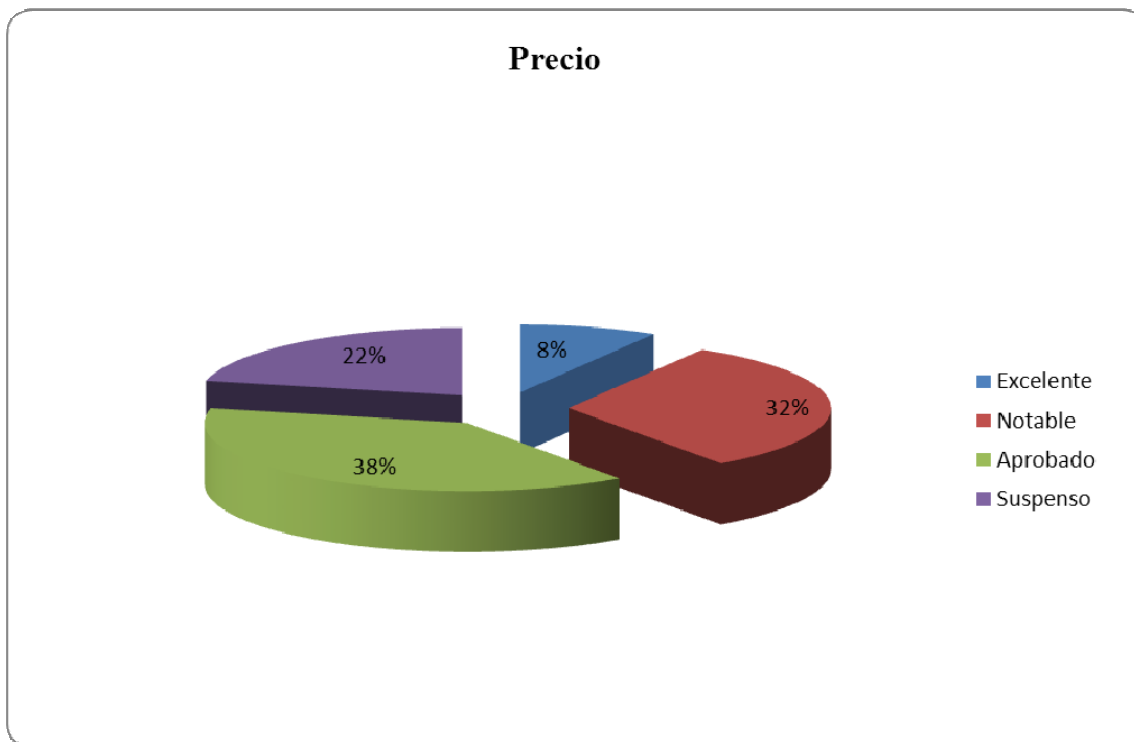
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.11**



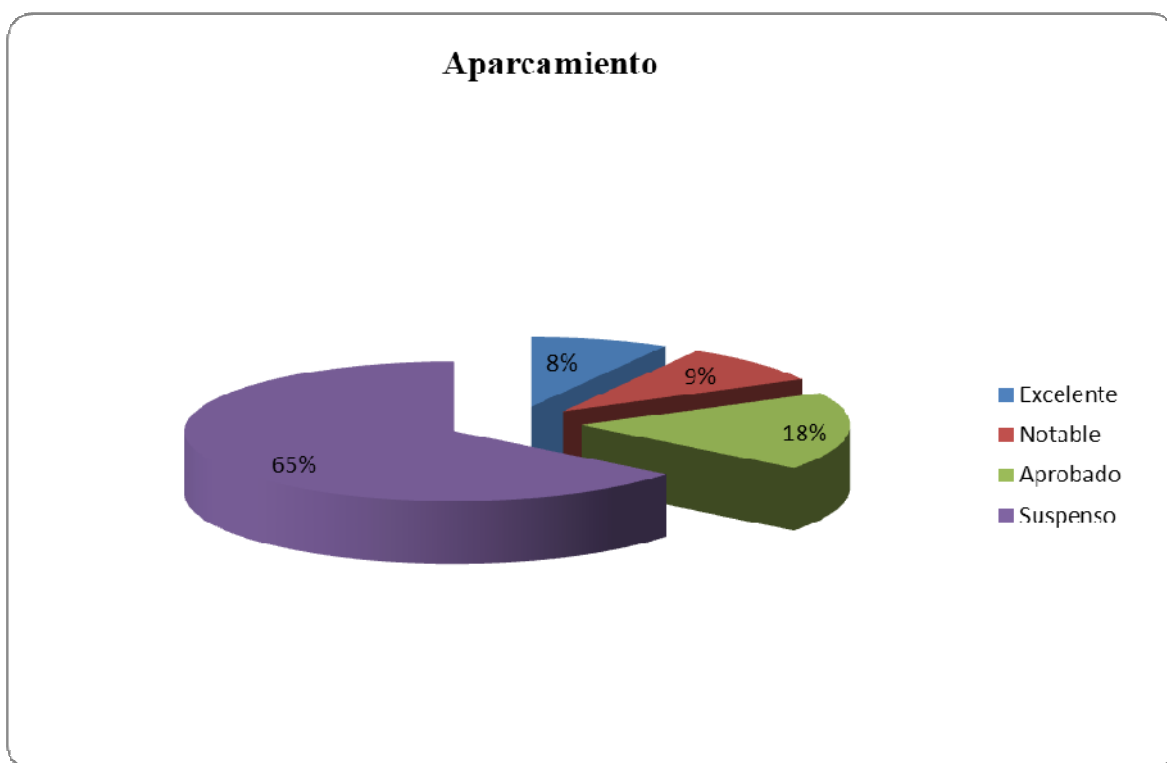
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.12**



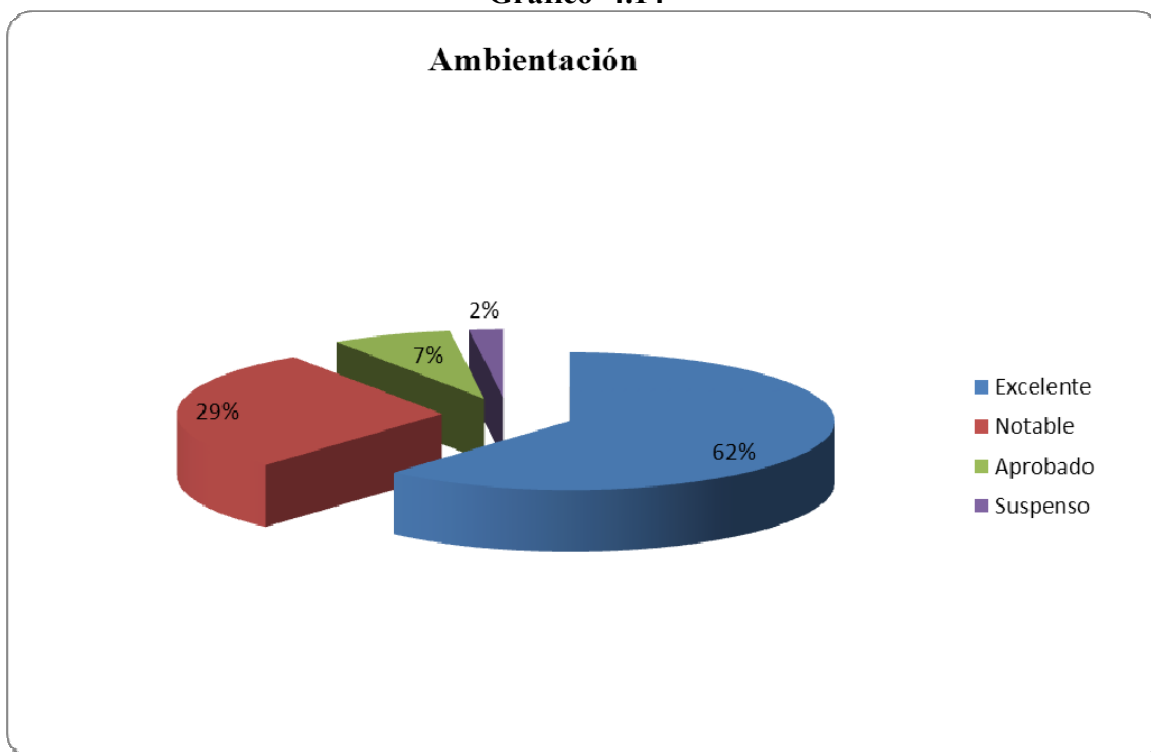
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.13**



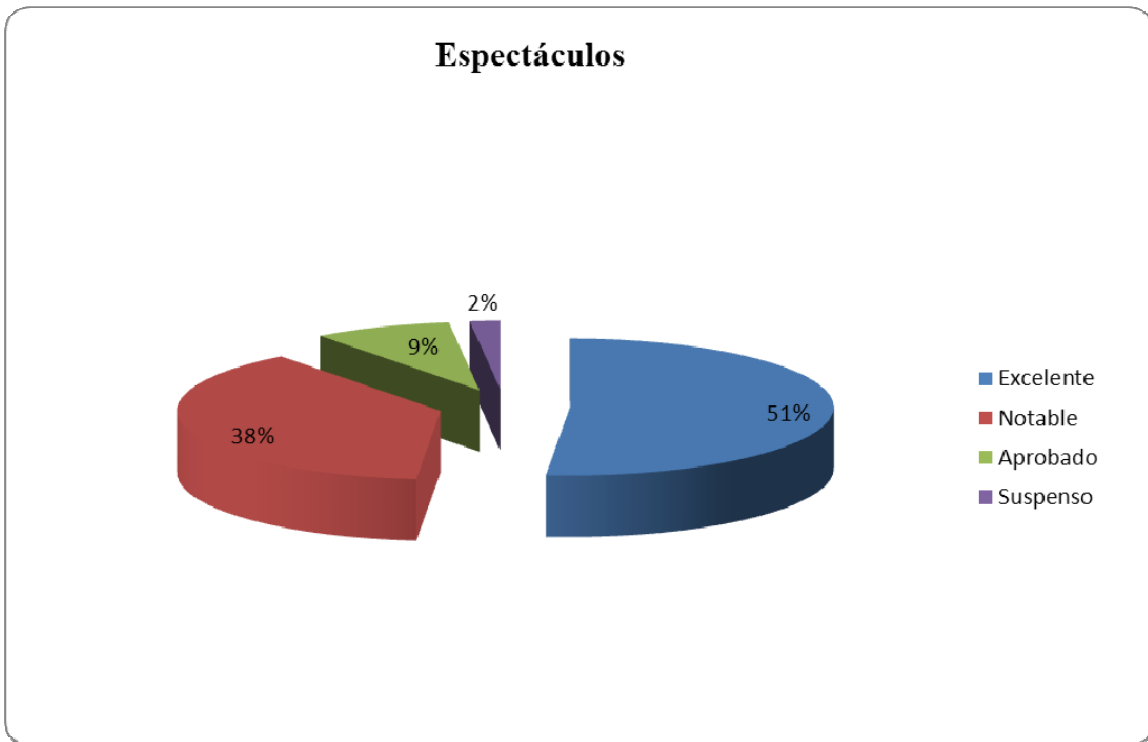
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.14**



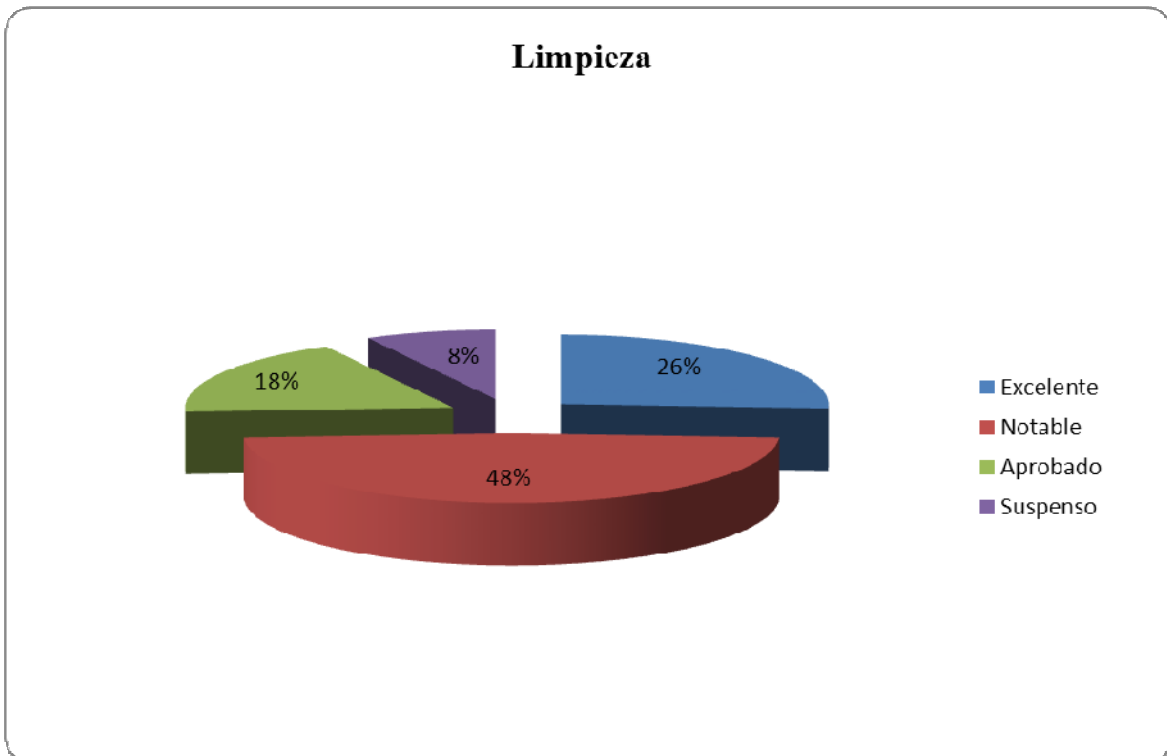
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.15**



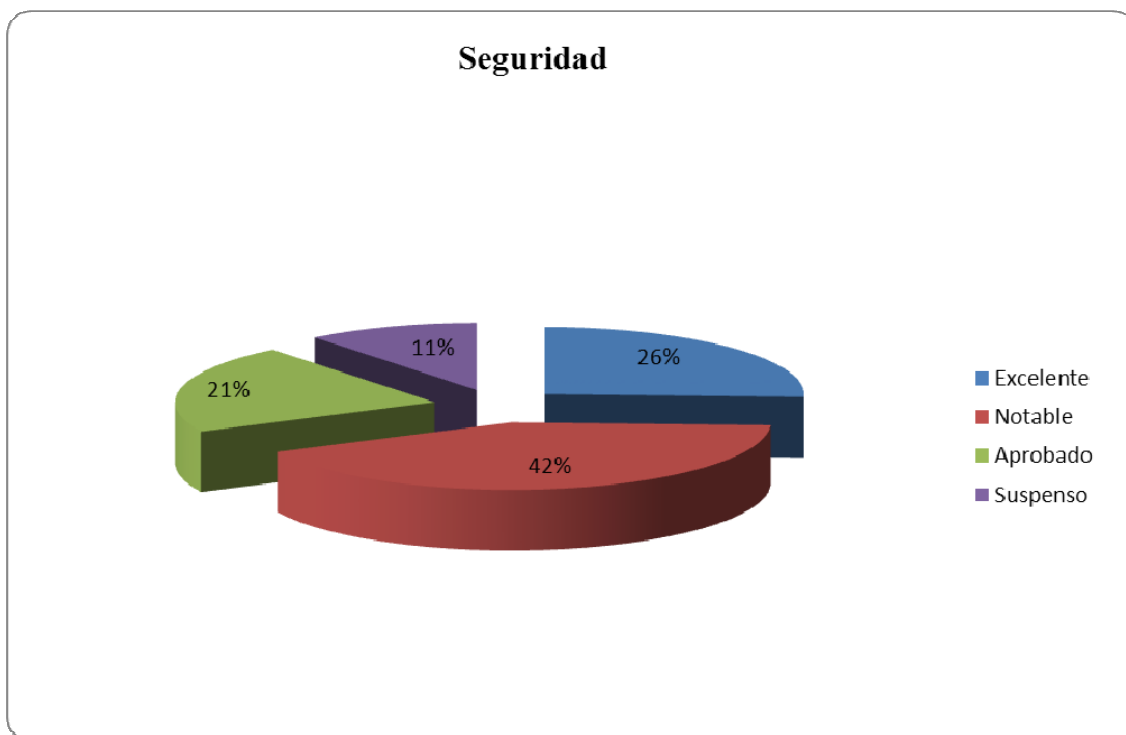
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.16**



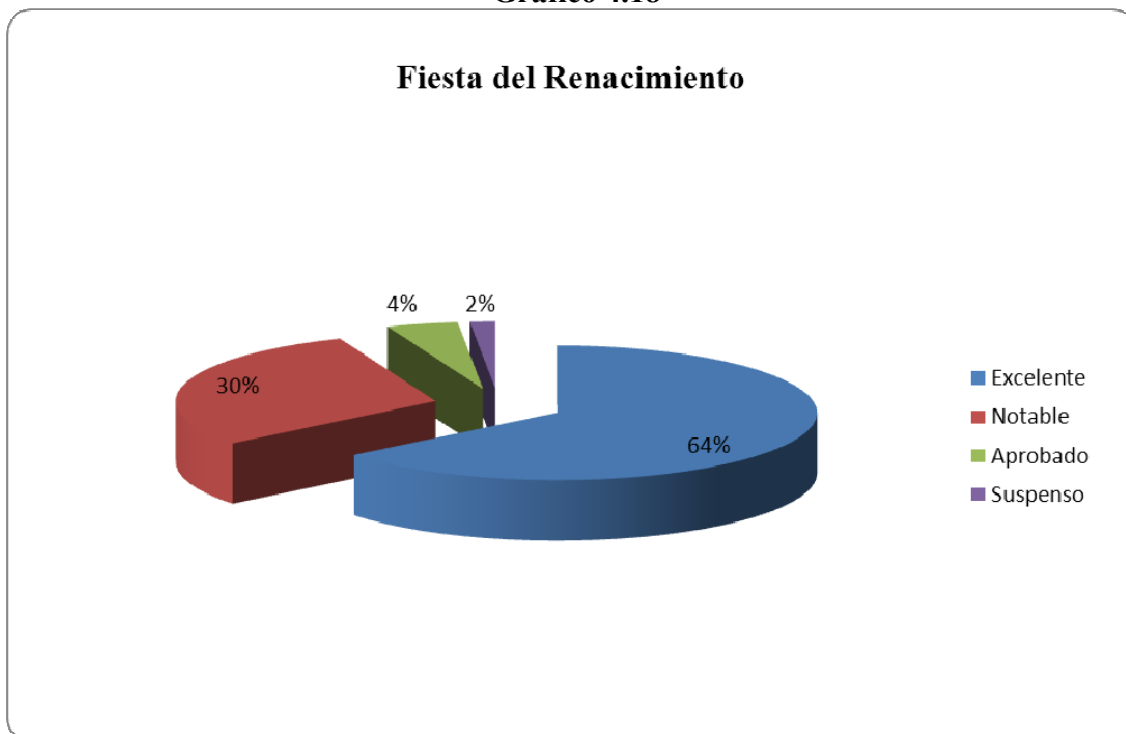
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.17**



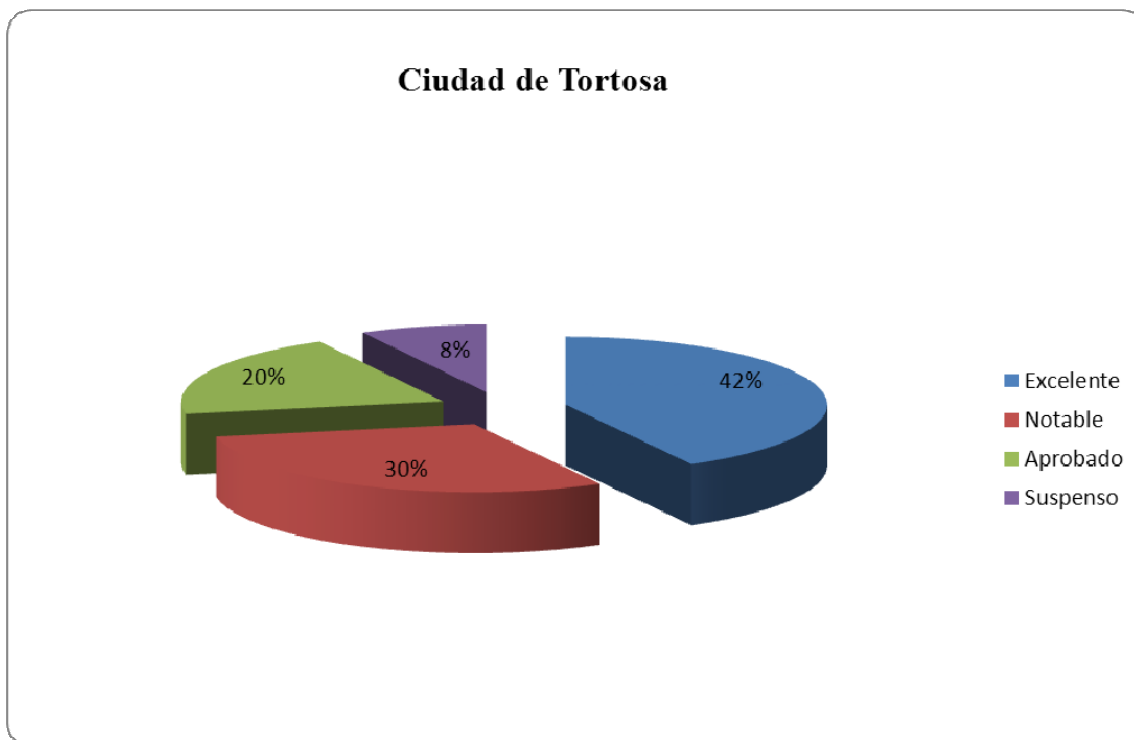
*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.18**



*Fuente: Elaboración propia*

**Gráfico 4.19**



*Fuente: Elaboración propia*

Si bien la Fiesta es muy valorada por el conjunto de los visitantes se pretende analizar a continuación si hay diferencias notables según la procedencia de los asistentes. Se han recalculado las medias para tres tipos de visitantes, los residentes en Tortosa, los procedentes de las Terres de l'Ebre y los procedentes de más allá de las Terres de l'Ebre.

Las medias de las características para las tres tipologías se detallan a continuación en la tabla 12.

Si se comparan los valores de las medias<sup>89</sup>, se observa que la valoración de los residentes en Tortosa es superior a la de los procedentes del resto de las Terres de l'Ebre en todas las características excepto en calidad del servicio, precios y ambientación. Las diferencias no son muy apreciables entre estos dos colectivos y sólo es significativa la diferencia de medias en los casos de la valoración de la ciudad de Tortosa (indicado en la tabla con el signo +). Sorprende que la valoración de Tortosa es significativamente mayor para los residentes en Tortosa que para el resto de los ebrenco y en los dos casos

<sup>89</sup> Los cálculos de diferencia de medias se han realizado a un nivel de significación del 5%.

bastante elevada. Este resultado contradice la percepción negativa de la ciudad de Tortosa por parte del territorio en general y de los tortosinos en particular al menos entre los encuestados asistentes a la Fiesta del Renacimiento.

**Tabla 4.24: Valoraciones según zonas de procedencia**

Residentes	Hospitalidad	Calidad Servicio	Gastronomía	Comercio	Precios	Aparcamiento
Tortosa	7,79 **	7,46	7,9	7,88**	5,71 **	3,05**
Tierras del Ebro	7,72&	7,53	7,71	7,78	5,89&	3,03&
No Tierras del Ebro	8,3 **&	7,7	8,1	7,54**	6,44**&	5,48**&

*Fuente: Elaboración propia*

Residentes	Ambientación	Espectáculos	Limpieza	Seguridad	Fiesta	Tortosa
Tortosa	8,44	8,37	7,22	6,91**	8,79	7,67+
Tierras del Ebro	8,56	8,27	7&	6,78&	8,83	7,1+&
No Tierras del Ebro	8,73	8,44	7,57&	7,48**&	8,74	7,98&

*Fuente: Elaboración propia*

Sustancialmente diferentes son las valoraciones de los no residentes en las Terres de l'Ebre que valoran casi todos los ítems de forma superior a los otros dos colectivos. Sólo se aprecian dos características en que su valoración es inferior:

- 1.-El comercio, parece lógico puesto que las zonas de procedencia son mayoritariamente áreas metropolitanas con un nivel de comercio muy elevado (resulta significativa la diferencia de medias respecto a los residentes en Tortosa), lo indicamos con un signo \* en la tabla}.
- 2.- La Fiesta del Renacimiento que tiene la valoración más alta en todos los grupos y con un nivel de dispersión muy pequeño entre ellos con valores de 8.83, 8.79 y 8.74.

Las diferencias positivas entre los no ebrenco y el resto resultan significativas en hospitalidad, aparcamiento (incluso aprueba), precios y seguridad. También es



significativa la diferencia de medias en este caso sólo respecto a los no tortosinos en limpieza y en valoración de Tortosa.

Este colectivo (más alejado de Tortosa ) es el que valora más la ciudad en su conjunto con una puntuación media de 7.98 , lo que ocurre sin duda al visitarla en el periodo de la Fiesta.

## **5.- Síntesis final**

**“Així és com donarem a la vida moderna, minada de violències i d’injustícies, una lliçó que li és molt necessària: la lliçó de les nostres aigües i l’exemple de la tradició catalana”**

**A. Bladé i Desumvila**



El análisis económico del sector turístico presenta un nivel de investigación que no está en consonancia con la importancia de dicha actividad en la economía. Si esta escasa investigación la extrapolamos al nivel de las Terres de l'Ebre, los estudios académicos del sector turístico son prácticamente inexistentes. Así, la presente tesis realiza una doble aportación. Por un lado contribuye a sugerir nuevos resultados y metodologías a aplicar en la valoración de bienes turísticos. Y por otro aporta el análisis de elementos creemos trascendentales para la economía del turismo de las Terres de l'Ebre, materializados, en concreto, en la valoración de dos de sus productos más exportables: el *Parc Natural del Delta de l'Ebre* y la *Festa del Renaixement* de Tortosa.

La estructura de la tesis ya ha detallado las conclusiones en cada capítulo por lo que aquí se presentan las consideraciones finales más relevantes de su conjunto:

- La realización de una revisión sistemática de los elementos fundamentales que configuran el turismo y el sector turístico de las Terres de l'Ebre. Se han analizado, con las bases de datos existentes, la oferta, la demanda, la significación del sector y las aportaciones en forma de actuaciones realizadas por las administraciones en los últimos años. Se ha prestado especial atención a la evolución más actual de dichas variables contrastando los incrementos en oferta y aportación al PIB de los últimos tiempos. La demanda ha seguido en sus indicadores una evolución más oscilante.
- Las actuaciones del plan de dinamización turística más vinculadas a las singularidades de las Terres de l'Ebre que a los recursos turísticos potenciales, no siempre han comportado incrementos sustanciales de la demanda. Dos excepciones a esta asignación de los recursos del plan son las actuaciones en el *Parc Natural del Delta de l'Ebre* y la *Festa del Renaixement*, que actúan como productos turísticos de primer orden del territorio y probables motores de otros productos complementarios, y en particular el primero.
- Valoración económica del uso recreativo del bien turístico natural más visitado de las Terres de l'Ebre, el *Parc Natural del Delta de l'Ebre*. La metodología aplicada ha sido el Método del Coste de Viaje (MCV), tanto en su modalidad

zonal como individual. La variante zonal ha implicado la utilización de una serie recogida por los centros de atención del parque y ha permitido la construcción de una serie temporalmente homogénea de valores con los que se ha estimado, en una primera aproximación, su valor recreativo. Se ha constatado un incremento sustancial del valor en una década. La variante individual ha implicado el análisis y explotación de una encuesta con datos micro del perfil del demandante del espacio natural. Se analizaron diferentes hipótesis metodológicas destacando la idoneidad del uso de las distribuciones binomiales (BNI y BNII), justificadas por la sobre dispersión de la variable número de visitas, versus la variante Poisson, que todavía hoy es la más utilizada en las aplicaciones turísticas. La comparación de los resultados de ambas variantes (zonal e individual), con las salvedades debidas al uso de dos bases de datos diferentes, otorga un valor sustancialmente mayor para el caso de la variante individual. El resultado, con la prudencia y restricción que guía la estimación, atribuye un valor al *Parc Natural del Delta de l'Ebre* en un orden de magnitud de 5 millones de € anuales para la hipótesis más conservadora de la modalidad individual.

- La modalidad individual permitió analizar la significación de las variables socioeconómicas en las ecuaciones de valoración. Se ha investigado la relación entre el número de visitas y la valoración realizada relativa a aspectos naturales y de servicios recogidos en la encuesta. Los valores obtenidos para estos parámetros valorativos no resultaron muy coherentes. Al sugerir un menor número de visitas a los que valoraban más satisfactoriamente las características naturales del espacio. La tipología de la encuesta permite, sin embargo, distinguir dos tipos de consumidores turísticos según la motivación de la visita. Los que accedían al espacio por su caracterización como espacio natural y los que su motivación principal era otra de las múltiples que presenta el espacio. La distinción de ambos perfiles supuso resultados más acordes con la tipología del visitante, al correlacionar de forma positiva la variable que incorpora el tipo de características más significadas de cada tipo de visitante y la frecuencia de su visita. También permitió estimar el valor del parque atribuible a su clasificación como espacio protegido en un 50% del valor total estimado por el MCV.

- Por otra parte, se ha llevado a cabo, por primera vez, la medición del impacto económico del primer evento turístico en importancia de las Terres de l'Ebre, la *Festa del Renaixement* de Tortosa. La metodología ha supuesto, en una primera fase y para la estimación del impacto directo, la elaboración de una encuesta, su recogida de datos y un análisis detallado de los datos micro obtenidos. El desarrollo paralelo de la adaptación metodológica y la aplicación práctica se explicita en las fases de cálculo a modo de una caja de herramientas para la investigación de impactos económicos para el caso de eventos turísticos de ámbito local. Se destaca la distinción de la aportación del impacto turístico (relevante en el caso estudiado al suponer aproximadamente el 50 % de global) frente al impacto económico neto.
- El multiplicador keynesiano, como factor del incremento del impacto directo, es utilizado para el caso de los impactos locales donde los efectos indirectos se consideran despreciables. Se procedió a la construcción del valor del multiplicador a través de la aproximación a los valores locales por un mecanismo de umbrales superiores. Se aportó una metodología alternativa basada en la reconstrucción parcial de la TIO en el territorio y para los sectores afectados por el impacto en las diversas fases. Esta metodología implicó llevar a cabo una nueva encuestación a los agentes referenciales (primarios y derivados) de la oferta del evento para determinar sus cadenas de valor intersectoriales e intraterritoriales. Los resultados resultaron sorprendentes al no ser despreciable ni el efecto indirecto ni el inducido asociado. La comparación de ambas metodologías (multiplicador versus construcción parcial TIO) justifica, en nuestro caso, el uso necesario de la segunda, poniendo en tela de juicio la argumentación de carácter general de que los efectos multiplicadores son muy reducidos en un fenómeno local. La elaboración de cadenas por tipo de gasto, además, permite distinguir los multiplicadores de cada partida y de cada tipología de asistente. Un resultado que también sorprende es el mayor efecto multiplicador en el gasto del residente. Los valores del impacto total obtenidos para el evento son del orden de 6 millones para el impacto económico y de 3 millones para el impacto turístico, lo que la convierte en el evento turístico más importante del municipio y de las Terres de l'Ebre.

La aportación práctica ha consistido pues en la valoración de dos bienes turísticos de las Terres de l'Ebre. Uno de carácter natural, *el Parc natural del Delta de l'Ebre* y otro de carácter cultural recreativo, *la Festa del Renaixement*. Ambos representan dos ejemplos de éxito de la conversión de los recursos propios del territorio en productos turísticos, como ha quedado constatado con los resultados de sus valoraciones. Esta aportación académica ha contado con el interés de los agentes y las instituciones que han financiado la adquisición y generación respectiva de las dos aplicaciones.

En última instancia este trabajo ha pretendido aportar algunas novedades metodológicas en la valoración de bienes turísticos que pueden servir de guía inicial para la realización de futuros estudios de valoración del inmenso inventario de espacios naturales y eventos locales del mundo, los ya existentes y los futuros.