

INTRODUCCIÓN.

EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

El turismo genera un importante impacto en la economía, tanto a nivel mundial como en los principales destinos turísticos del mundo. De una manera más concreta, la World Travel and Tourism Council (2016) estima que el sector turístico contribuyó con 7.170 billones (US\$) al PIB mundial en el año 2015, lo que representa aproximadamente el 9'8%. Las previsiones indican que la contribución turística a la economía seguirá creciendo alrededor de un 4% anual hasta 2026, año en que se alcanzará la cifra de 10.986 billones (US\$), es decir, un 10'8% del PIB mundial. En términos de empleo, la aportación del sector turístico se estima en cerca de 284 millones de puestos de trabajo en el mundo, lo que representa el 9'5%. Las previsiones hasta 2026 señalan un crecimiento del 2'5% por año, hasta llegar a los 370 millones en 2026, aproximadamente un 11% de todos los empleos del sistema económico mundial.

En el caso de España, los cálculos del INE estiman un peso del turismo de 119.011 millones de euros en 2015, lo que supuso el 11,1% del PIB. En cuanto al empleo, las ramas características del turismo generaron 2,49 millones de puestos de trabajo, el 13,0% del empleo total de ese año.

Esta gran aportación del turismo al sistema económico no ha pasado desapercibida para los investigadores, siendo la valoración del impacto económico de las actividades turísticas un tema muy tratado en la literatura científica y académica. Entre las numerosas aportaciones relacionadas con la importancia del turismo como generador de beneficios económicos destacan las de Dwyer, Forsyth y Spurr (2004), Wagner, (1997), Zhou, Yanagida, Chakravorty y Leung (1997), Johnson y Moore (1993), Kottke (1988) y Liu, Var y Timur (1984).

Todos estos trabajos tratan de estimar la contribución económica del sector turístico en general. Pero cada vez es más frecuente la realización de estudios para valorar el impacto económico de ciertos eventos turísticos. En este sentido, existen desde trabajos que tratan de aportar una guía de actuación para valorar el impacto de eventos en general (Della Lucia, 2013; Dwyer, Forsyth y Spurr 2006; Tyrrell y Johnston, 2001; Mules y Faulkner, 1996), hasta otros centrados

en el análisis de ciertos eventos culturales en particular (Tohmo, 2005; Kim, Chon y Chung, 2003; Crompton, Lee y Shuster, 2001; McHone y Rungeling, 2000), aunque posiblemente los más numerosos sean los que han puesto el foco en los eventos deportivos (Kurtzman, 2005; Lee y Taylor, 2005; Preuss, 2005; Daniels y Norman, 2003; Gelan, 2003; Walo, Bull y Breen, 1996; Crompton, 1995; Faulkner y Raybould, 1995; Burgan y Mules, 1992).

La comunidad científica española no ha permanecido ajena a este proceso. La celebración en nuestro país de eventos deportivos con gran proyección internacional o el reconocimiento mundial de algunos deportistas y equipos españoles en determinadas disciplinas, han generado importantes recursos económicos para la nación. Así lo han determinado en sus estudios Brunet (1995), que analizó el impacto de los Juegos Olímpicos de Barcelona'92; Hurtado, Sanz y Cantuche (2007), que estudiaron el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006; Maudos (2007), que estimó el impacto económico de la 32ª America's Cup en Valencia en 2007; Martí-Selva y Puertas-Medina (2012), que calcularon el impacto económico del Campeonato del Mundo de Moto GP en Valencia; Nicolau (2012), que valoró el impacto sobre la "marca España" y la atracción de turistas, generado por el hecho de que la selección española de fútbol ganara la Copa del Mundo de la FIFA en 2010; y Rodríguez-Guerrero y Baños-Pino (2013), que estudiaron el impacto económico de la semifinal de la Copa Davis entre España y Estados Unidos.

Como quiera que España es un país rico en tradiciones culturales, no es de extrañar que también exista cierta preocupación por valorar el impacto económico generado por algunas de ellas. Así ocurre, por ejemplo, con la Feria de Abril de Sevilla (Palma, Palma, García y Franco, 2005; Palma, Palma y Navarro, 2014), o su Semana Santa (Confederación de Empresarios de Sevilla, 2008), con las Fallas de Valencia (Interagrupación de Fallas de Valencia, 2008), con el Año Xacobeo de Santiago de Compostela (Ulloa y Ruiz, 2010) o con los San Fermín de Pamplona (UCTL, Unión de Criadores de Toros de Lidia, y la Economía del Toro, 2014).

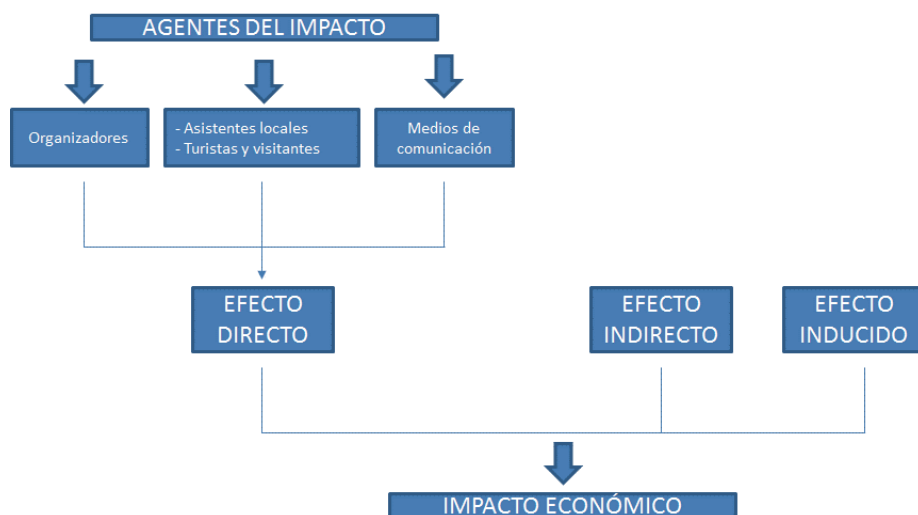
Barajas, Salgado y Sánchez (2012) hacen una relación de los diferentes métodos que pueden utilizarse para estimar el impacto económico de un evento cultural o deportivo, entre los cuales se encuentran las cuentas satélite y las tablas input-output, ideadas estas últimas por el economista norteamericano de origen ruso Wassily Leontief (1936, 1966). En cualquier caso, con independencia de que se utilice uno u otro método, lo que está claro es que es posible distinguir tres tipos diferentes de impacto económico producido por un evento: directo, indirecto e inducido.

Desde el punto de vista del turismo considerado en su sentido más amplio, Fletcher (1989) y Freeman y Sultan (1997) determinan que el efecto directo

hace referencia al impacto económico del gasto turístico sobre las empresas que atienden directamente dicha demanda, es decir, restaurantes, hoteles, comercio, etc.; el impacto indirecto se refiere al efecto arrastre que genera la demanda de inputs por parte de los citados agentes turísticos para satisfacer las necesidades de sus visitantes y, por lo tanto, se vincula a las relaciones intersectoriales que tienen lugar en el sistema económico a partir del impacto directo; y por último, el impacto inducido se relaciona con el gasto que se efectúa con las rentas generadas como consecuencia de los impactos directos e indirectos. A modo de síntesis, y siguiendo a Fletcher (1989), el gasto turístico efectuado inicialmente genera mayor producción e ingresos en la economía, lo cual incrementa los niveles de empleo y de ingresos en los hogares, y a su vez revierte nuevamente en forma de gasto, lo cual se traduce en un efecto económico inducido.

Ahora bien, en el caso particular de los eventos deportivos o culturales, el impacto económico directo no puede atribuirse solamente al gasto generado por los turistas. Como indican Barajas, Coates y Sánchez (2016), también sería necesario considerar el gasto generado por los propios organizadores del evento, así como por otros agentes participantes en el mismo, por ejemplo, los medios de comunicación. La figura 1 refleja los distintos tipos de impacto, así como los agentes participantes en su generación, para los eventos.

Figura 1. El impacto económico de un evento turístico



Fuente: elaboración propia.

El objetivo de este trabajo es evaluar el impacto directo que dos eventos turísticos de gran relevancia en la Comunidad Valenciana, como son las Fallas de Valencia y Las Hogueras de San Juan en Alicante, tienen en el sector turístico de ambas ciudades. En otras palabras, se trata de estimar el impacto económico directo que los turistas visitantes a cualquiera de estos eventos generan en las respectivas ciudades organizadoras. Esa es la razón por la que el título del trabajo hace referencia explícitamente al impacto turístico generado por ambos eventos. En las próximas páginas se describe cómo se ha llevado a cabo el trabajo en cada caso, así como los resultados obtenidos.