



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

IMPACTO ECONÓMICO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS EN SU LUGAR DE CELEBRACIÓN

Autor: Guillermo Montejo García-Mochales

5º E-3C

Tutor: Prof. Pablo Vega

Madrid
Abril 2018

Índice de contenido

RESUMEN.....	5
ABREVIATURAS	6
1. INTRODUCCIÓN	7
A) Objetivos	8
B) Metodología y estructura del trabajo.....	8
2. IMPACTO ECONÓMICO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS.....	9
A) Tipos de eventos deportivos.....	9
A.1.) Clasificación de Gratton y Wilson	9
A.2.) Clasificación general.....	11
B) Instrumentos de medición del impacto económico	14
C) Problemática de medición del impacto económico	16
3. ANÁLISIS DE ARTÍCULOS Y ESTUDIOS CIENTÍFICOS	19
A) “Impacto económico de la celebración de un evento deportivo: Campeonato del Mundo de MotoGP en Valencia”	19
A.1.) Introducción	19
A.2.) Metodología	19
A.3. Resultados	21
A.4.) Conclusiones	25
B) “Impacto económico de la 32º America´s Cup. Valencia 2017”	26
B.1.) Introducción	26
B.2.) Metodología	27
B.3.) Resultados	28
B.4.) Conclusión.....	38
C) Comparativa y elección de metodología	39
4. ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA MARATÓN DE VALENCIA 2017.....	41
A) Introducción	41
B) Metodología	41

C) Desarrollo y Resultados	42
D) Conclusiones	48
5. CONCLUSIÓN FINAL	50
6. ANEXO.....	52
7. BIBLIOGRAFÍA.....	56

Índice de tablas

Tabla 1. Tipología de los eventos deportivos.....	10
Tabla 2. Clasificación general de los eventos deportivos.....	12
Tabla 3. Estudio sectorial de las ramas del turismo (miles de €) en la provincia de Valencia (2010) ...	22
Tabla 4. Distribución del gasto de los espectadores en el Gran Premio de Valencia.....	23
Tabla 5. Impacto económico de los espectadores del Gran Premio de 2010 en la economía valenciana (miles de €).....	24
Tabla 6. Distribución de la aportación al PIB por ramas del turismo (en miles de €).....	24
Tabla 7. Impacto económico por ramas turísticas de los espectadores del Gran Premio de 2010 (miles de €)	24
Tabla 8. Plan de inversión pública de la Comunidad Valenciana para la America´s Cup entre 2004 y 2007 (€).....	28
Tabla 9. Plan de inversión pública del Gobierno español para la America´s Cup entre 2004 y 2007 (€)	29
Tabla 10. Presupuesto de los equipos participantes (millones de €).....	30
Tabla 11. Análisis sectorial del gasto de los equipos participantes (millones de €).....	31
Tabla 12. Gasto de los asistentes a la America´s Cup entre 2004 y 2007 (€)	32
Tabla 13. Gasto de los Megayates entre 2004 y 2007 (€)	32
Tabla 14. Análisis de los gastos realizados por los medios de comunicación ().....	33
Tabla 15. Impacto económico de las inversiones de las AAPP (€).....	34
Tabla 16. Impacto económico de los equipos participantes (€)	35
Tabla 17. Impacto económico de los megayates (€)	35

Tabla 18. Impacto económico del gasto de la organización (€)	36
Tabla 19. Impacto económico de las inversiones y el gasto realizado para la organización de la America's Cup (€)	37
Tabla 20. Plan de inversión pública de la Comunidad Valenciana para la America's Cup entre 2004 y 2007 (€)	37
Tabla 21. Plan de inversión pública del Ayuntamiento de Valencia para la Maratón (€).....	42
Tabla 22. Plan de inversión de la organización de la Maratón de Valencia 2017 (€)	43
Tabla 23. Plan de los ingresos obtenidos mediante patrocinios (€)	43
Tabla 24. Plan de inversión de las inscripciones de los competidores en la Maratón de Valencia 2017(€)	44
Tabla 25. Análisis sectorial del gasto de los participantes en la Maratón de Valencia 2017 (€)	44
Tabla 26. Impacto económico del gasto del Ayuntamiento de Valencia en la maratón 2017 (€).....	45
Tabla 27. Impacto económico del gasto de la organización de la Maratón de Valencia (€).....	45
Tabla 28. Impacto económico del gasto de los patrocinadores de la Maratón de Valencia 2017 (€) ...	46
Tabla 29. Impacto económico del gasto de las inscripciones de los corredores (€).....	46
Tabla 30. Impacto económico del gasto de los participantes en la Maratón 2017 (€)	47
Tabla 31. Impacto económico de las inversiones y el gasto realizado para la organización de la Maratón de Valencia 2017 (€)	48

Índice de gráficos

Gráfico 1. Distribución del empleo en el sector turístico valenciano (2010).....	22
Gráfico 2. Impacto sobre la renta de la Copa América	38
Gráfico 3. Impacto sobre el empleo de la Copa América.....	38
Gráfico 4. Estructura de una tabla de input	54

RESUMEN

Este estudio analiza el impacto económico que tienen los eventos deportivos en los lugares de celebración, particularizando en la influencia sobre el sector turístico español y el beneficio que provoca el desarrollo de competiciones y pruebas deportivas. El análisis se centra en el estudio de tres eventos deportivos de diferentes características, estudiados mediante la utilización de una misma metodología, permitiendo comparar los resultados obtenidos de manera objetiva.

El sector turístico es el motor de la economía española y los eventos deportivos constituyen una de las principales fuentes de ingresos y atracciones de nuestro país debido a la cultura y a la orografía española. La celebración de los JJOO de Barcelona 92 supuso el despegue económico y social de España como país, no solo por el éxito que tuvo la celebración del evento deportivo en sí, si no por los efectos posteriores a nivel económico, industrial y cultural que hoy en día, todavía, perduran. La cuantificación del impacto económico del evento es la clave que permite catalogarlo como un éxito o un fracaso, y las tablas input output el instrumento seleccionado para estudiarlo.

Palabras clave: impacto económico, evento deportivo, tabla input-output, inversión, gasto, efecto directo, efecto indirecto e inducido, producción, renta, empleo, Valencia , herramienta.

ABSTRACT

This report analyzes the economic impact of sporting events in the places where they take place, particularly in case of the Spanish tourism sector and the profits it causes in it. The analysis focuses on the study of three sporting events of different characteristics through the use of the same methodology, allowing to compare the results obtained objectively.

The tourism sector is the driver of the Spanish economy and sporting events are one of the main sources of income and attraction of our country due to the culture and the Spanish orography. The celebration of the Olympic Games of Barcelona 92 caused the economic and social upturn of Spain, not only because of holding the sports, but also because of the subsequent economic, industrial and cultural effects that today still remains. The quantification of the economic impact of the event is the key to classify it as a success or a failure, and the input-output tables, the instrument to study it

Key words: economic impact, sports event, input-output table, investment, cost, direct effect, indirect and induced effect, production, income, employment, Valencia, tool.

ABREVIATURAS

AC	America´s Cup
ACB	Análisis Coste Beneficio
CEV	Campeonato de España de Velocidad
EEUU	Estados Unidos
EGC	Equilibrio General Computable
FIFA	Federación Internacional de Fútbol
GP	Gran Premio
IAAF	Federación Internacional de Atletismo
INE	Instituto Nacional de Estadística
MotoGP	Competición de motociclismo
MVC	Método de Valoración Contingente
PIB	Producto Interior Bruto
TIO	Tabla input-output
UEFA	Unión de Asociaciones Europeas de Futbol
Vab	Valor Añadido Bruto
VabPm	Valor Añadido Bruto a Precio de mercado
VIP	“Very important person”
RAS	Método de actualización de las TIO

1. INTRODUCCIÓN

El propósito general de este trabajo es el estudio del impacto económico que genera la celebración de un evento deportivo en una localidad geográfica determinada. El motivo de la elección de este tema surge debido a la gran atracción que genera hoy en día el mundo del deporte en toda la sociedad. Solo hace falta encender el televisor u ojear un periódico para darse cuenta del interés que produce y el dinero que se genera a su alrededor. En la cumbre de este universo paralelo que constituye el deporte, se sitúan los grandes eventos (JJOO, Mundiales de fútbol, natación, baloncesto...)

Este tipo de eventos, que se celebran con una periodicidad determinada, no solo generan un impacto deportivo y económico en sus participantes, sino también en todas aquellas personas relacionadas con ellos (aficionados, comerciantes, voluntarios, servicios públicos). A lo largo de los últimos años hemos podido comprobar los diversos efectos que puede generar su celebración y los resultados que provocan en la economía de la zona donde se realizan. Desde graves crisis económicas como la que se produjo en Grecia después de sus JJOO en 2004, hasta el éxito rotundo que supuso la celebración de este mismo evento en Londres 2012.

Centrándonos en el aspecto puramente económico, un gran evento deportivo produce efectos para la ciudad que pueden llegar a superar las medidas políticas adoptadas por un determinado gobierno. La modernización y creación de infraestructuras, el crecimiento y generación de empleo o la mejora del turismo son solo algunos ejemplos de los efectos positivos que pueden suponer a una población la celebración de estos eventos.

Nuestro país reúne los dos condicionantes más importantes relacionados con la celebración de competiciones deportivas. Por un lado, existe una gran afición al deporte como consecuencia de nuestra forma de vida y cultura. Por otro lado, nuestra economía, con gran experiencia y excelentes infraestructuras en el sector del turismo, acoge de manera muy positiva la celebración de este tipo de competiciones.

Uno de los máximos exponentes del impacto positivo que poseen los eventos deportivos a escala mundial son los JJOO celebrados en Barcelona 92. Estas olimpiadas supusieron un antes y un después para este país, y para el movimiento organizativo olímpico.

Todos los motivos anteriormente descritos, así como mi profundo amor por el mundo del deporte, han justificado la elección de este tema en particular.

A) Objetivos

El objetivo general consiste analizar el impacto económico de los grandes eventos deportivos en la economía de una determinada población, concretándose en los siguientes objetivos específicos:

- Analizar las variables utilizadas históricamente en los estudios para determinar las repercusiones económicas de los eventos deportivos en la zona geográfica donde se celebran.

El objeto inicial de estudio de mi trabajo serán los informes profesionales y artículos académicos en los que se analizan el impacto económico que han generado determinadas celebraciones deportivas en sus respectivas ciudades.

- Analizar si los efectos económicos de la celebración del evento son cuantificables o no.

La última Copa del Mundo de fútbol celebrado en Brasil fue un éxito de asistencia de público, generación de empleo temporal y desarrollo del turismo. Sin embargo, tres años después, el país está envuelto en una grave crisis económica y política. El objetivo es establecer si se pueden determinar las consecuencias económicas debido a las medidas adoptadas en la organización del evento.

- Aplicar las conclusiones extraídas en los apartados anteriores a eventos deportivos celebrados o por celebrar en nuestro país.

Concretamente, el evento deportivo a estudiar será la Maratón de Valencia del año 2017. La justificación para la elección de este evento se basa en la relación con las otras dos pruebas cuyos artículos son analizados, todos ellos desarrollados en Valencia. El objetivo es encontrar los diferentes efectos que se producen en una misma sede en función del tipo de evento.

B) Metodología y estructura del trabajo

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados en este proyecto se va a llevar a cabo una investigación en tres fases: revisión de artículos científicos, resumen de los resultados obtenidos y aplicación al marco concreto, en este caso, la maratón de Valencia celebrada en el año 2017.

La revisión de artículos científicos pasa por determinar cuáles son los estudios que más se acercan a las cuestiones que se tratan de resolver en este trabajo. Existe una gran variedad de literatura relativa a la gestión, marketing, estrategia e impacto económico de los eventos deportivos. Una vez realizada la investigación pertinente, se trata de determinar cuáles son las variables más influyentes y su importancia relativa en la celebración del evento. Se buscará saber si esas variables y conclusiones son aplicables a eventos de determinados tamaños, deportes y zonas geográficas. En último lugar, el trabajo concluirá analizando de manera individualizada un evento a modo de aplicación práctica.

2. IMPACTO ECONÓMICO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS.

A) Tipos de eventos deportivos

Los eventos deportivos son únicos y característicos. El estudio del impacto económico que puede producir un acontecimiento determinado en una localidad concreta requiere un conocimiento del objeto a estudiar. Las características propias de cada evento son las que determinaran las consecuencias económicas y sociales para el territorio que lo albergue.

Con este objetivo, se proponen una serie de clasificaciones de eventos deportivos atendiendo a diferentes requisitos. Todas ellas se relacionan con el posible impacto económico.

A.1.) Clasificación de Gratton y Wilson

En este apartado se estudia la propuesta realizada inicialmente por Gratton en el año 2000, y posteriormente actualizada por Wilson en el 2006. Su clasificación se basaba principalmente en diferenciar las características generales del evento y las características particulares económicas. Atendiendo a estos criterios, dividieron los eventos en 4 tipos (Gratton , Shibili, & Coleman, 2006):

- **Eventos A:** Se trata de eventos irregulares y únicos, de ámbito geográfico internacional que generan un gran interés mediático y una actividad económica de suma importancia. Por ejemplo, la celebración de la Copa Mundial de la FIFA o los JJOO
- **Eventos B:** Se trata de eventos de con una gran afluencia de público y espectadores, que forman parte de un ciclo de competiciones que se desarrollan de forma anual a nivel nacional o continental. Al igual que las anteriores, generan un gran impacto económico y su interés mediático es muy importante. Por ejemplo, los partidos de la UEFA Champions League o las pruebas del Campeonato del mundo de Velocidad de MotoGP.
- **Eventos C:** Se trata de eventos con afluencia de público nacional, de ámbito geográfico internacional (tanto participantes como espectadores) pero cuyo impacto económico en la localidad es reducido. Por ejemplo: La maratón de Sevilla o la San Silvestre Vallecana. Dentro de esta categoría, se pueden diferenciar dos subtipos atendiendo a si el evento es de carácter irregular (C1) o regular (C2).
- **Eventos D:** Se trata de eventos con gran asistencia de competidores, pero con escasa afluencia de público. Este tipo de pruebas forman parte de un ciclo de competiciones que se celebran de manera anual a nivel nacional. Por ejemplo, el Campeonato de España de Velocidad (CEV). Dentro de esta categoría se pueden diferenciar dos subtipos atendiendo a si el evento es de carácter irregular (D1) o regular (D2).

- **Eventos E:** Esta nueva clasificación fue introducida por Wilson en el año 2006, para hacer referencia a los eventos que se desarrollan de manera regular, su impacto económico es muy escaso y sus participantes, limitados

Tabla 1. Tipología de los eventos deportivos

Tipo de evento	Características generales	Características económicas
Tipo A	Irregulares, carácter especial y únicos	Frecuencia de celebración baja
	Gran asistencia de espectadores internacionales	Impacto económico muy alto
	Gran interés mediático	Gran competitividad por ganar la candidatura
Tipo B	Regulares	Frecuencia de celebración media
	Gran asistencia de espectadores nacionales	Impacto económico alto
	Gran interés mediático	Escasa competitividad por ganar la candidatura
Tipo C1	Irregulares/ Regulares con cambio de sede	Frecuencia de celebración alta
	Asistencia de espectadores nacionales y competidores internacionales	Actividad económica escasa Incertidumbre sobre el impacto económico
Tipo C2	Regulares	Frecuencia de celebración alta
	Asistencia de espectadores nacionales y competidores internacionales	Actividad económica escasa Incertidumbre sobre el impacto económico
Tipo D1	Irregulares/ Regulares con cambio de sede	Frecuencia de celebración alta
	Pocos espectadores nacionales y ninguno internacional	Actividad económica escasa Los motivos de concesión no son económicos
Tipo D2	Regulares	Frecuencia de celebración alta
	Pocos espectadores nacionales y ninguno internacional	Actividad económica escaso Los motivos de concesión no son económicos
Tipo E	Regulares/ Irregulares/ Regulares con cambio de sede	Frecuencia de celebración alta
	Poca asistencia de competidores y espectadores	Actividad económica muy escasa
	No hay interés mediático	Los motivos de concesión no son económicos

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del artículo "Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos"

Cada una de las características que han sido utilizadas para diferenciar los tipos de eventos tienen su justificación en el mayor o menor impacto que pueden generar (Barajas & Salgado, 2012). Las causas de las características son:

- La principal característica de un evento es el mayor o menor **número de aficionados o participantes** que asisten a él. Permiten observar a la importancia que tiene el evento. No debemos equiparar el hecho de que un evento sea multitudinario con el hecho de que sea un éxito desde el punto de vista económico (Gratton , Shibili, & Coleman, 2006). Por ejemplo, las carreras populares suelen doblar en asistentes al número de aficionados que acuden a un partido de Primera División, pero su impacto económico es muy reducido en comparación al del fútbol.
- **La regularidad o irregularidad** de un evento hace referencia a la periodicidad con la que se celebra el evento. Los eventos con carácter regular se suelen celebrar cada año o cada menos tiempo a nivel nacional (ligas nacionales). Los eventos con carácter irregular se celebran cada dos o cuatro años (Europeos, Mundiales, JJOO...) o de forma totalmente excepcional (combates de boxeo por el título). Además, los eventos irregulares cambian de sede cada vez que se celebran. Por último, podríamos introducir un tercer tipo de evento, mezcla de los dos anteriores, que serían los eventos que se celebran de forma regular, pero alternado su sede (como sucede con la Copa del Rey de baloncesto)
- **El interés mediático** hace referencia al alcance y atención que despierta en la opinión pública la celebración del evento. Es muy común pensar que esta variable puede estar directamente relacionada con el impacto económico del evento, puesto que, a mayor interés, mayor demanda y mayor cantidad de dinero está dispuesto a pagar el aficionado medio por acudir a él.
- La **frecuencia de celebración** hace referencia al número de veces que se realizan un evento del mismo tipo en la misma localidad. Es de suponer, que la celebración de un Mundial de fútbol en un país se producirá 1 vez en la historia o 2 como máximo. En cambio, la final de una Copa del Rey de Fútbol se puede repetir a lo largo de los años en diferentes ciudades de nuestro país.
- La **capacidad económica** de un determinado evento es una característica a tener muy en cuenta por las entidades públicas y privadas a la hora de determinar la cuantía de las aportaciones que van a realizar, ante la posibilidad de que esa inversión no sea recuperable.
- Por último, Gratton hace hincapié en los **eventos del Tipo C**, ya que considera que es muy difícil estimar su impacto económico ante la incertidumbre que existe sobre el interés del público en este tipo de eventos (Gratton , Shibili, & Coleman, 2006).

A.2.) Clasificación general

Una vez analizada la tipología de los eventos según Gratton y Wilson, el estudio se centra en la clasificación tradicional de los eventos deportivos. Esta clasificación a su vez también puede ser estudiada desde el punto de vista económico (Barajas & Salgado, 2012).

Tabla 2. Clasificación general de los eventos deportivos

Factor	Carácter
Ámbito geográfico	Local, Inter distritos, autonómico, nacional o internacional
Duración del evento	1 día, 2 días, 1 semana, 20 días, 1 mes, anual
Participantes	Edad: Senior, adolescentes o niños
	Género: Masculino o Femenino
	Categoría deportiva: Profesional, amateur o deporte base
	Número de participantes
Federación	Federado o no federado
Espacio	Indoor o Outdoor
Infraestructuras	Ya construidas o por construir
Periodicidad de celebración	Regular, irregular o regular con cambio de sede

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del artículo “Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos”

- El **ámbito geográfico** nos indica el alcance y el tipo de competidores del evento. Este factor suele tener una relación directa con el impacto económico, creciendo de manera proporcional el alcance económico a medida que aumenta el ámbito geográfico. Un campeonato de carácter internacional suele generar más ingresos que una competición municipal debido a que por lo menos es necesario que los participantes inviertan en transporte, manutención y hospedaje.
- La **duración del evento** es un factor que difícilmente puede predecir la influencia económica de la prueba. Se dan casos de eventos de dos o tres horas, como la Final de la Champions League, cuyo nivel de inversión y producción económica es infinitamente superior a eventos que duran una semana, como los Campeonatos de España de Atletismo.
- El **tipo de evento** es un factor que nos indica si nos encontramos ante una liga, campeonato o prueba. Las ligas son competiciones que se celebran de manera regular durante todo el año por lo que sus consecuencias económicas se prorratean durante todo este periodo. Empleos de larga duración, inversión a largo plazo o infraestructuras permanentes son algunas de las consecuencias de los principales campeonatos ligeros. Por otro lado, las competiciones son eventos de carácter irregular que se concentran en un periodo corto de días, (su duración media es de un par de semanas, llegando al mes en competiciones extraordinarias). En este caso, sus efectos sobre la economía suelen ser de carácter instantáneo, prolongándose muy poco en el tiempo. En el caso último de las pruebas, sus efectos económicos se concentran en el día de celebración del evento y en las fechas previas.
- Las **características personales** de los participantes hacen referencia a la edad de estos, a su sexo y a la categoría deportiva en la que compiten (solemos distinguir entre amateurs y profesionales, pudiendo subdividir estas categorías en otras más específicas. El deporte profesional masculino es

considerado como la categoría de mayor interés e impacto económico debido a que suele ser el ámbito en el que se desarrolla un deporte a máximo nivel. En los últimos años, el desarrollo del deporte femenino ha alcanzado cotas insospechadas, pero todavía se encuentra muy alejado del interés y los ingresos que generan los deportes de hombres. Por otro lado, el deporte amateur ha experimentado un gran crecimiento en los últimos 50 años, no solo en cantidad, sino también en calidad. La sociedad ya no se limita a jugar su partido semanal con los amigos, sino que es capaz de prepararse y organizar un viaje con meses de antelación para disputar la maratón de Nueva York. (Barajas & Salgado, 2012)

- La categoría de **evento federado** tiene una gran similitud con la categoría anterior. Los eventos federados suelen estar atribuidos al pago de una cuota para formar parte de la institución y a un mayor nivel de exigencia deportiva, que una persona no federada. La federación garantiza la profesionalización del evento y su relación con eventos de similar categoría a nivel nacional e internacional.
- El **tipo de espectadores** establece el origen de las personas que acuden al evento presencialmente. Las competiciones que promueven el desplazamiento de aficionados de manera nacional o, especialmente internacional, generan un mayor grado de interés, y además el gasto producido en la región es mayor en comparación con los aficionados locales (como se ha comentado anteriormente, este tipo de desplazamiento requiere de alojamiento, manutención y desplazamiento...). El impacto económico de las competiciones que únicamente atraen a espectadores locales suele ser más reducido, debido a que generan menor interés, los competidores suelen ser locales o nacionales y los espectadores no se tienen que desplazar de localidad y, por lo tanto, no tienen que realizar una inversión para asistir (Barajas & Salgado, 2012).
- La celebración de un evento en un **espacio abierto o cerrado** se debe estudiar desde diferentes puntos. Por un lado, los espacios cerrados requieren de una infraestructura que debe ser construida en el lugar de celebración, pero también debe ser amortizado una vez finalizada la competición. Las infraestructuras muy especializadas tienen difícil salida una vez terminado el evento, debido a los problemas para celebrar otro tipo de actos diferentes al deporte para el que fue creado. Por otro lado, las condiciones climatológicas en los espacios abiertos pueden provocar que no se lleguen a celebrar las competiciones o que atraigan a un menor número de espectadores.
- La **periodicidad** a la hora de celebrar el evento determina el tipo de organización y el funcionamiento de este. En los eventos que se celebran de manera regular, las organizaciones tienen la oportunidad de aprender de sus errores y mejorar año a año. En el caso de los eventos irregulares, las organizaciones solo tienen una única oportunidad para celebrar la competición, los gastos pueden ser mayores que los ingresos debido a la falta de experiencia y sus efectos económicos sean de carácter temporal (Barajas & Salgado, 2012)

Como se puede observar, el conocimiento de estas dos clasificaciones es indispensable para los estudios de impacto económico. En primer lugar, permite fijarse una idea preconcebida de cómo va a desarrollarse el estudio, cual es la hipótesis con la que se va a trabajar, y vislumbrar cual pueden ser los puntos a explotar y cuál puede ser el resultado. En segundo lugar, las características del evento ayudan a determinar la metodología a emplear durante el trabajo.

B) Instrumentos de medición del impacto económico

Los estudios de impacto económico pueden llevarse a cabo mediante distintos métodos de medición. Este tipo de metodologías no son excluyentes, es más, en varias ocasiones resulta de gran utilidad que se complementen. (Barajas & Salgado, 2012). Por ejemplo, la utilización de Tablas Input-Output aportan un resumen muy útil de todos los datos que se pueden obtener a través de un Análisis Coste-Beneficio o en un Análisis Sectorial- Regional.

- Tablas Input-Output

Este tipo de tablas permiten enfocar el estudio de una manera macroeconómica a nivel nacional o regional, dando la posibilidad de crear modelos de predicción y simulación del futuro impacto en eventos que se van a celebrar (Pedrosa & Salvador, 2003).

El objetivo de este instrumento es mostrar la situación económica diferenciando por las ramas e industrias que se ven afectadas tanto de manera directa como indirecta por el acontecimiento deportivo. Utiliza tablas estadísticas de entrada y salida en las que se deben incluir tres tipos de datos: los inputs primarios, los consumos intermedios y relaciones entre las industrias, y las demandas finales (Lera, 2010).

Porter y Fletcher (2008) establecieron que las tablas Input-Output se debían aplicar a grandes eventos que se celebren de forma regular y cuya duración sea prolongada. Su utilización para estos acontecimientos se justifica en la curva de la oferta, la cual es totalmente elástica. Utilizar las tablas Input-Output para eventos de corta duración podría provocar que los resultados se alejaran de la realidad y las ganancias se calcularan de una manera desproporcionada.

- Cuentas Satélite

Las Cuentas Satélite son tablas estadísticas creadas en base a los criterios de la Contabilidad Nacional, que aportan indicadores y parámetros de un determinado campo o actividad económica. Mediante este instrumento se pueden estimar las demandas y consumos que se han producido en un acontecimiento concreto, o calcular todo el valor añadido al PIB que ha producido esa competición en la localidad de celebración (Kurscheidt, 2000).

La información que aportan las cuentas satélites es muy útil para para el análisis de los eventos deportivos ya que muestran una visión conjunta de la relación existente entre la economía de un determinado sector y las ramas de la actividad (Lera, 2010). El gran problema de esta herramienta

es su carácter estático, impidiendo evaluar los efectos a largo plazo, constituyéndose en el método ideal para estudiar los acontecimientos que se celebran de manera puntual, de escasa duración y con efectos a muy corto plazo.

A nivel europeo, ha surgido la iniciativa “Sport & Economics” con el fin de homogeneizar la forma de elaborar las cuentas satélites. Esta medida permite realizar comparaciones entre los datos económicos del deporte de los diferentes países de la UE (Gratton C. , 2011).

- Modelo de Equilibrio General Computable (EGC)

Este instrumento está formado por un conjunto de ecuaciones que representan la producción, el consumo, el comercio del sector privado y el comercio internacional. En ocasiones se ha utilizado también para analizar el impacto del turismo. La aplicación de esta herramienta requiere de la utilización de los modelos generales walrasianos, los cuales parten de la premisa de que todos los agentes económicos buscan optimizar su comportamiento. Rodríguez (2011) afirma que los efectos producidos por los eventos de pequeño tamaño no pueden ser recogidos por este modelo, ya que es muy difícil que su influencia se note en aspectos macroeconómicos tan importantes.

- Análisis Coste- Beneficio (ACB)

Este análisis se caracteriza no solo por ser un método válido para analizar el impacto económico de un acontecimiento, sino porque además permite calcular su viabilidad al comparar los rendimientos obtenidos con sus costes.

El objetivo del ACB es muy simple: compara el beneficio obtenido con el acontecimiento (entendiendo como beneficio, el aumento del consumo local) con los costes que implica la celebración del evento. Permite tomar una decisión lógica conforme a los criterios de coste de oportunidad y eficacia a la hora de asignar recursos (Kessenne, 2005).

El análisis Coste- Beneficio es adecuado para casi cualquier evento deportivo, independientemente de su duración, tamaño o regularidad, aunque suelen ser más fiables sus resultados a largo plazo, especialmente si el evento se celebra varias veces durante un año (Barajas & Salgado, 2012).

- Método de Valoración Contingente (MVC)

El Método de Valoración Contingente es complementario a los otros métodos estudiados ya que ayuda a conocer cuál es la disposición que tiene un espectador a pagar por asistir a un evento o de la población de una localidad para la construcción de un recinto deportivo.

El método consiste en atender a la reacción de un individuo ante posibles cambios en los precios o en las cantidades de los servicios. El objetivo es encontrar una manera de valorar económicamente bienes para los que aparentemente no existe un mercado en el que se les pueda situar (Leal Rojas, 2005)

- Análisis Sectorial-Regional

El análisis sectorial-regional también se constituye como un método complementario a los anteriores más que como un sistema de evaluación del impacto económico. Se trata de una herramienta que permite realizar estudios monográficos de un evento deportivo exclusivo, un club o una cuestión determinada de un deporte, como puede ser su gestión, rentabilidad, búsqueda de financiación... Permite obtener información detallada sobre la oferta y la demanda de bienes y servicios deportivos, para descubrir la influencia que tiene el mundo del deporte en la zona que se está estudiando (Barajas & Salgado, 2012). Al igual que sucede con el método de valoración contingente, se puede utilizar con cualquier tipo de carácter: local nacional o internacional.

C) Problemática de medición del impacto económico

A la hora de aplicar los diferentes métodos que existen para determinar el impacto económico de un evento deportivo, los investigadores se encuentran con una gran cantidad de inconvenientes, provocando que su tarea no sea fácil y pudiendo llegar a tener problemas de valoración. Esta situación fue descrita en el año 2003 por los investigadores Pedrosa y Salvador (2003) dando lugar a tres tipos de errores: conceptuales, estadísticos y metodológicos.

1. Problemas conceptuales:

¿Qué es el deporte? Aparentemente esta cuestión parece sencilla y fácil de resolver. Sin embargo, existen grandes variaciones a la hora de definir este concepto, afectando negativamente al análisis económico del deporte. En EEUU el concepto se limita a la práctica deportiva de forma organizada, a diferencia de Europa, donde se incluyen las actividades físicas que cada uno realiza individualmente y aquellas para las que no existe una organización previa (la “pachanga “del domingo). De forma general, aún no existe una clara concepción del sector deportivo, dando lugar a la convivencia de estructuras de todo tipo y surgiendo dificultades para valorar las magnitudes económicas asociados a estos.

En los últimos tiempos, iniciativas como “Sport & Economics” y la elaboración de Libro Blanco del Deporte por parte de la Comisión Europea buscan la unificación de conceptos y metodologías. Lera (2010) afirma que a través de estas iniciativas se llegó a una definición conjunta de lo que se puede entender como deporte, para posteriormente recoger todas las actividades económicas relacionadas con él.

2. Problemas estadísticos:

Las estadísticas del mundo del deporte relacionadas con la economía son pocas, deficientes y dispersas. A eso se le añade el problema de indefinición anteriormente descrito. Si no existe unanimidad en el concepto, las estadísticas no se pueden comparar. Realizar un análisis de impacto de un acontecimiento deportivo precisa de la obtención de información que no siempre está disponible

En primer lugar, existen problemas para encontrar la información desgranada de las partidas que corresponden al deporte en las Tablas Input-Output o en la Contabilidad Nacional.

En segundo lugar, es difícil definir el mercado a estudiar, ya que las empresas que se dedican en exclusiva al mundo del deporte son pocas. La mayoría combinan estas actividades con otras de carácter no deportivo, siendo difícil diferenciarlas. Este mismo problema surge con los consumidores que obtienen productos para prácticas no deportivas o que únicamente los compran por moda. (Barajas & Salgado, 2012)

En último lugar, la realización de encuestas y entrevistas es el método más utilizado para evaluar los resultados económicos de un acontecimiento deportivo. La obtención de resultados fiables requiere utilizar este método tantas veces como sean necesarias para alcanzar una muestra lo suficientemente representativa como para que los resultados que se obtengan sean fiables. Este proceso suele requerir una gran inversión de capital y de tiempo que en muchas ocasiones provoca que se limite el muestreo a menos personas y que se extrapolen los resultados de manera errónea.

3. Problemas metodológicos

Independientemente de la metodología que se utiliza, todo estudio va a presentar tres carencias: Efecto sustitución, desplazamiento (*crowdfunding out*) y fuga (*leakages*) (Matheson, 2006)

- El efecto sustitución se produce cuando el gasto que tiene lugar en la ciudad o localidad donde se celebra el evento no es únicamente atribuible a la celebración del evento, sino que también se hubiera producido en el caso de que no se celebrara la competición en esas fechas. Por este motivo no se puede considerar como una nueva entrada de capital que se produce, si no como una partida que sustituye a otra.
- El efecto desplazamiento o *crowdfunding out* hace referencia al gasto que se deja de producir en la sede del evento debido a la celebración de la competición. Se trata de un efecto disuasorio que se produce sobre los potenciales clientes debido al acontecimiento deportivo.
- Finalmente, el efecto fuga o *leakages* se produce cuando el impacto directo que tiene el evento deportivo (los gastos de consumidores que van a parar a empresas directamente relacionadas con el evento deportivo) no se traduce en el aumento del impacto indirecto (empresas que tienen relaciones comerciales con las empresas directamente relacionadas con el evento)

Además de estos tres efectos, Crompton (1995 y 2006) enumeró otros ocho errores que se cometen a la hora de evaluar el impacto económico:

- Utilización de las ventas en lugar de los ingresos a la hora de calcular los multiplicadores
- Alterar los multiplicadores del empleo
- No definir el área de interés de manera precisa
- Incluir a los espectadores residentes en la localidad de celebración
- Incluir a los espectadores que están ahí por casualidad

- Considerar todos los beneficios económicos como beneficios de explotación
- Omitir el coste de oportunidad
- Omitir los costes en general

Howard y Crompton (2005) desarrollan cuatro principios de inviolabilidad para evitar cometer estos errores:

- No incluir a los residentes locales: Únicamente se debe tener en cuenta el dinero nuevo que se introduce en la economía por los asistentes de otras localidades diferentes a las de la sede.
- No incluir a los *time switchers* y *casuals*. Estos conceptos hacen referencia a las personas que tenían pensado visitar la localidad independientemente de la celebración del evento en esas fechas y a las personas que ya estaban en la localidad y deciden acercarse al evento únicamente por cuestiones de curiosidad.
- No usar las ventas como indicador del gasto de los visitantes, debido a que los mayores efectos sobre los ingresos no tienen por qué estar generados a partir de un incremento de las ventas.
- Comprobar si la creación de empleo es real, el tipo de contratación que se produce y los motivos que llevan a ello. Muchas veces las previsiones de contratación no se cumplen y aun así los hosteleros son capaces de hacer frente a la demanda del evento.

4. ANÁLISIS DE ARTÍCULOS Y ESTUDIOS CIENTÍFICOS

A) “Impacto económico de la celebración de un evento deportivo: Campeonato del Mundo de MotoGP en Valencia”

A.1.) Introducción

El primer artículo científico estudiado fue elaborado por María Luisa Martí y Rosa Puertas para analizar el impacto económico que generaba el Campeonato de MotoGP en la provincia de Valencia, que se celebra anualmente durante un fin de semana de noviembre.

El Gran Premio de la Comunidad Valencia es un evento de tipo B. Constituye una de las 16 pruebas del Campeonato del Mundo de Velocidad. Es una carrera que se celebra anualmente durante tres días y que genera un gran interés mediático (tanto de espectadores como de telespectadores), no solo por ser una prueba del mayor espectáculo del mundo de velocidad, sino porque además es la última carrera del campeonato y suele resolver el título. El impacto económico en la región es considerable y la competencia entre las diferentes sedes por hacerse con su celebración es limitada debido al coste que supone la construcción de una nueva infraestructura como es un circuito, y su posterior recuperación (el caso de España, con 4 circuitos y pruebas diferentes, solo es explicable debido a la gran tradición y afición que hay por el motociclismo en nuestro país).

La razón para escoger este artículo concreto se enmarca en el estudio de los eventos deportivos realizados en Valencia. Tanto el artículo que posteriormente se estudiará, relativo a la America’s Cup; como el evento final a investigar, el maratón de Valencia, se desarrollan en la capital del Turia. Esta localización común nos permitirá ver cómo afectan económicamente tres eventos de distinto tipo sobre un mismo territorio, lo que facilita el análisis comparativo.

El Gran Premio de la Comunidad Valenciana constituye la última prueba del Campeonato de Velocidad de MotoGP, competición más antigua del motociclismo mundial y que se celebra desde el año 1949. El circuito Ricardo Tormo, situado a 25 minutos del centro de la ciudad, es la sede del evento que durante tres días alberga a los mejores pilotos del panorama actual. El evento vivió su mejor época en los años previos a la crisis económica, llegando a alcanzar los 200.000 espectadores en 2008. Sin embargo, al tratarse un bien que no es de primera necesidad, los espectadores descendieron paulatinamente hasta alcanzar los 80.774 en 2010. El artículo se centra en este último año y debe tenerse en cuenta la situación económica que se atravesaba en ese momento para comprender sus resultados

A.2.) Metodología

Martí Selva y Puertas Medinas utilizan como herramienta básica las tablas Input-Output para analizar el impacto del Gran Premio. Como se ha descrito anteriormente, es una metodología muy utilizada para

evaluar el efecto económico en la zona y para analizar las diferentes inversiones que se realizan en la sede.

La herramienta clave utilizada es la tabla TIO (Input-Output) de la Provincia de Valencia para el año 2010. Esta tabla se elabora a partir de la de la TIO de la Comunidad Valenciana del año 2000. La TIO del año 2000(en el anexo se muestra cómo se obtiene la TIO) se actualiza mediante el método RAS (método que se explicara a continuación). La TIO de la Comunidad Valenciana incorpora información de 84 sectores de actividad. Las investigadoras escogieron las ramas de actividad que se correspondían únicamente con el turismo, a partir de las cuentas satélites que publicaba el INE. Por último, se vuelve a utilizar el método RAS para transformar la TIO de la Comunidad Valenciana en la TIO de la provincia de Valencia. El motivo de esta transformación es el carácter regional que deciden dar a su estudio a fin de poder ser más precisas y concisas en los resultados. Este proceso da lugar a la TIO de turismo de la provincia de Valencia del año 2010 (Stone, 1969)

El método RAS es considerado como el elemento idóneo para la estimación de las matrices Input-Output. La fórmula es muy sencilla:

$$A1 = R \times A0 \times S$$

- A1 es la matriz de transacciones estimada
- R y S son las matrices diagonales necesarias para poder transformar y actualizar la matriz de partida A0
- A0 es la matriz de transacciones originales

El procedimiento es el siguiente:

1. Se toma la TIO de la Comunidad Valenciana del año 2000 de los bloques 2 y 3 (la de los inputus primarios y la de las demandas de los consumidores finales) actualizándolas al año 2010 utilizando la máxima información posible: importaciones, exportaciones, salarios, seguridad social.
2. Analizar la TIO del bloque I con todas las relaciones de los diferentes sectores entre si (esta tabla explica lo que genera en cada sector las actividades económicas de otro sector)
3. Una vez actualizados la TIO del año 2000 de los bloques 2 y 3, se puede utilizar la técnica RAS para actualizar el contenido del bloque 1. Para ello es necesario que la matriz de relaciones intersectoriales del año 2000 también se actualice al año 2010.

Por otro lado, el modelo de cantidades de Leontif es utilizado por las autoras para cuantificar el efecto de retroalimentación que se produce en un sistema productivo a partir de una alteración en la demanda final, como sucede en el caso estudiado. El aumento de la demanda derivado del GP de MotoGP son los

gastos realizados por los espectadores. Debemos destacar que este estudio no tiene en cuenta en cuanto el gasto de las Administraciones Públicas ni los ingresos televisivos a efectos de cuantificar su impacto económico en la provincia de Valencia Este modelo se basa en la presunción de que en el aumento de la demanda final es transmisible, de modo que la producción no solo debe aumentar en una cantidad necesaria para satisfacer esa demanda final, sino en una superior para poder alcanzar la satisfacción de las demandas intermedias

Este modelo establece tres tipos de efectos de una actividad económica sobre las diferentes ramas (Gonzalez, 2010):

- El efecto directo es la producción que deben realizar los diferentes agentes económicos para satisfacer una modificación de la demanda final de sus servicios
- El efecto indirecto indica el impacto derivado de las actividades económicas que se generan entre los agentes que originalmente han sido afectados por el evento objeto de estudio, y el resto de los sectores.
- El efecto inducido es la capacidad de consumo nueva que se genera en los agentes y empresas directamente relacionados una rama. Es un efecto multiplicador sobre la economía de los efectos directos e indirectos

A.3. Resultados

Para entender los resultados del estudio, en primer lugar, se hace un resumen de los de la TIO del turismo de la provincia de Valencia, mostrando las ramas que tienen una mayor influencia en el sector valenciano.

Analizando cuales son las principales fuentes de “producción de valor añadido” (Bloque 2 TIO) del turismo valenciano en el año 2010, se observa que los ingresos generados por los “restaurantes y similares”, “las actividades inmobiliarias” y constituyen la base de su sector al ser las que mayor Valor Añadido a precio de mercado generan para la provincia (Martí Selva & Puertas Medina, 2012).

Por otro lado, actividades como “los servicios culturales, recreativos y deportivos” y “las actividades anexas al transporte” destacan en el aspecto de los consumos intermedios, entendiendo estos como la suma de los gastos que realiza una rama del turismo con las otras ramas (relaciones intersectoriales)

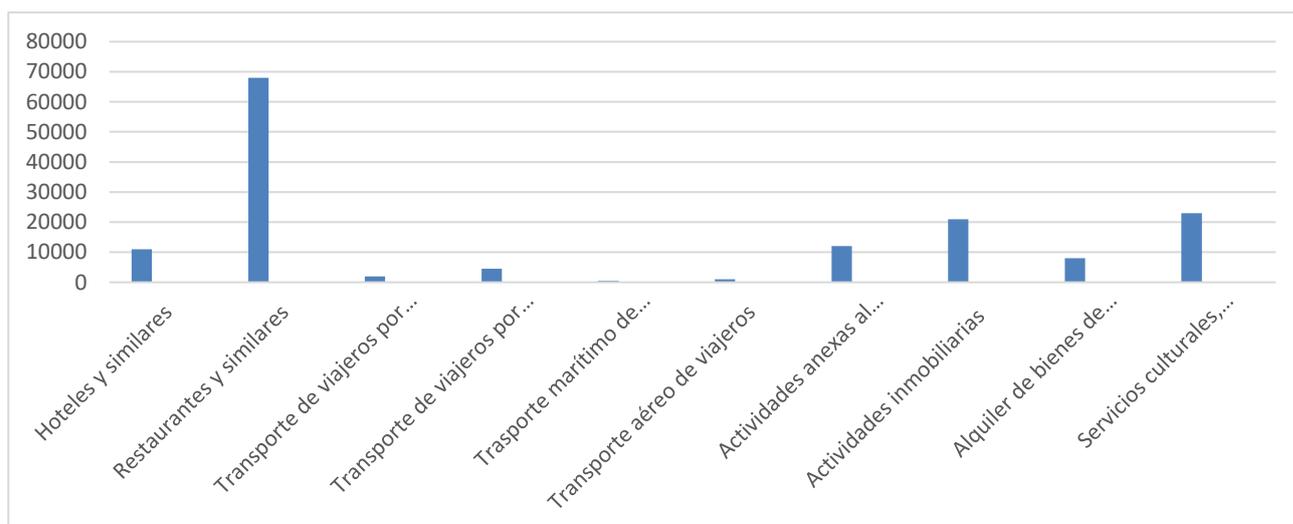
Muy relacionado con el Valor Añadido a precio de mercado (VABpm) que generan la hostelería y los servicios culturales y deportivos, se encuentra el nivel de empleo que crean. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que el número de empleos que se generan en estas ramas no van solo ligadas al turismo, sino también a la demanda interna que se genera en la provincia.

Tabla 3. Estudio sectorial de las ramas del turismo (miles de €) en la provincia de Valencia (2010)

Rama del turismo	VAB pm	Consumos intermedios
Hoteles y similares	314.904	10.739
Restaurantes y similares	2.395.074	97.679
Transporte de viajeros por ferrocarril	232.521	6.071
Transporte de viajeros por carretera	207.035	36.073
Trasporte marítimo de viajeros	2.740	10.375
Transporte aéreo de viajeros	40.175	39.092
Actividades anexas al transporte	827.835	337.404
Actividades inmobiliarias	5.624.918	198.638
Alquiler de bienes de transporte	694.931	59.359
Servicios culturales, recreativos y deportivos	1.048.838	542.134

Fuente: "Impacto económico de un evento deportivo: Campeonato del mundo de MotoGP"

Gráfico 1. Distribución del empleo en el sector turístico valenciano (2010)



Fuente: "Impacto económico de un evento deportivo: Campeonato del mundo de MotoGP"

El Bloque III indica la demanda de los consumidores finales, refrendando los datos aportados por las relaciones intersectoriales, y apuntando que las actividades inmobiliarias, la hostelería y las actividades de transporte son los motores del turismo de la región.

En segundo lugar, este apartado se centra en analizar cómo ha sido el impacto del Gran Premio de motociclismo en la demanda de los consumidores finales, como se debe cuantificar y cuál es su influencia sobre las cifras globales del turismo 2010.

El método de obtención de los resultados fue la realización de más de 200 encuestas por las autoras a los asistentes al evento, extrapolando los resultados a los 80.000 asistentes de ese año. Se preguntaron cuestiones como la edad, el sexo, el método de desplazamiento, el coste de la entrada, el gasto en alojamiento, restauración y ocio, y la compra de merchandising (Martí Selva & Puertas Medina, 2012).

Tabla 4. Distribución del gasto de los espectadores en el Gran Premio de Valencia 2010

Partidas	Gasto Total	Gasto por persona
Entrada	5.106.022	76,20
Alojamiento	3.445.304	10,,95
Comidas	3.277.890	45,12
Transporte Carretera	1.807.713	30,82
Transporte ferrocarril	36.325	23,00
Transporte Aereo	1.960.687	395,00
Merchandaising	1.946.021	40,30
Ocio	1.416.929	62,80
Otros gastos	606.933	46,38

Fuente: "Impacto económico de un evento deportivo : Campeonato del mundo de MotoGP"

Según esta tabla, los gastos de mayor cuantía son las entradas, cuyos precios oscilaban entre los 25 y los 900 euros, y el alojamiento. La opción más elegida fue el alojamiento en hoteles de 2 o 3 estrellas (16.5% de los encuestados), seguida del hospedaje en camping (11%) y el hotel de 4 estrellas (7%). Respecto al desplazamiento, los gastos más cuantiosos son los de transporte aéreo, achacables a los espectadores que se desplazaron desde el extranjero. Los españoles en cambio prefirieron la opción del transporte por carretera o tren, desembolsando una media de 30.28€. Por último, los gastos en merchandaising hacen referencia a la compra de camisetas, gorras, pañuelos...

Mediante el modelo de Cantidades de LEONTIF obtuvieron el impacto concreto de los espectadores en las siguientes macromagnitudes. Salarios, beneficios, ingresos fiscales, PIB, producción y empleos; pudiendo diferenciar su efecto directo, indirecto e inducido. Todos estos resultados se centran en el sector turístico y no se tiene en cuenta el efecto arrastre sobre el resto de la economía (Martí Selva & Puertas Medina, 2012).

Tabla 5. Impacto económico de los espectadores del Gran Premio de 2010 en la economía valenciana (miles de €)

Parámetro	Directo	Indirecto	Inducido	Totales	% respecto a Valencia 2010
Salarios	7.438	278	3.191	10.907	0,314%
Beneficios empresariales	8.317	391	7.383	16.090	0,210%
Ingresos fiscales	18	16	221	256	0,101%
PIB	15.694	685	10.697	27.077	0,240%
Producción total	22.633	1.014	12.484	36.132	0,263%
Empleos (nº de personas)	421	13	142	575	0,374%

Fuente: "Impacto económico de un evento deportivo: Campeonato del mundo de MotoGP"

Tabla 6. Distribución de la aportación al PIB por ramas del turismo (en miles de €)

Rama del turismo	Directo	Indirecto	Inducido
Hoteles y similares	2.944	21	253
Restaurantes y similares	3.308	13	2.462
Transporte de viajeros por ferrocarril	22	0	230
Transporte de viajeros por carretera	1.505	20	206
Trasporte marítimo de viajeros	0	0	6
Transporte aéreo de viajeros	505	0	3
Actividades anexas al transporte	100	49	330
Actividades inmobiliarias	406	106	5.793
Alquiler de bienes de transporte	384	80	503
Servicios culturales, recreativos y deportivos	6.520	397	912
TOTAL	15.694	685	10.697

Fuente: "Impacto económico de un evento deportivo : Campeonato del mundo de MotoGP"

Tabla 7. Impacto económico por ramas turísticas de los espectadores del Gran Premio de 2010 (miles de €)

Rama del turismo	Directo	Indirecto	Inducido
Hoteles y similares	35	8	59
Restaurantes y similares	238	3	17
Transporte de viajeros por ferrocarril	1	0	1
Transporte de viajeros por carretera	229	3	34
Trasporte marítimo de viajeros	5	0	9
Transporte aéreo de viajeros	24	0	2
Actividades anexas al transporte	248	23	121
Actividades inmobiliarias	515	25	345
Alquiler de bienes de transporte	600	23	79
Servicios culturales, recreativos y deportivos	2.518	153	352

Fuente: "Impacto económico de un evento deportivo: Campeonato del mundo de MotoGP"

Martí Selva & Puertas Medina (2012) realizan un resumen de los resultados con los siguientes efectos:

- El efecto directo fue el más significativo, incrementando la demanda de los sectores que se veían directamente afectados por el gasto de los espectadores. El PIB sufre un aumento en más de 15 millones de €, siendo su distribución entre salarios y beneficios muy parecida. Los ingresos fiscales sufren una rebaja importante debido a las subvenciones al transporte que se otorgaron para la celebración del evento
- El efecto indirecto es escaso. Las razones que pueden justificar esta situación es la bajada del número de espectadores y la capacidad de los agentes económicos directamente afectados, los cuales se encontraban preparados para albergar un evento de mayor envergadura y no requieren de gastos suplementarios que hubieran afectado al efecto indirecto
- El impacto inducido asume que el 70% de las rentas generadas para el evento ha sido destinadas a satisfacer la demanda interna, dando lugar a nuevas demandas en el resto de los sectores.

La última columna de la tabla 5 permite comparar los resultados globales del turismo valenciano con las aportaciones realizadas por el evento de MotoGP. La carrera aporta el 0.24% del PIB de la provincia y el 0.3% de los salarios.

A través del análisis TIO se pueden ver las ventajas concretas de cada sector del turismo analizado de la misma manera que antes se ha mostrado su influencia sobre el PIB o el empleo (tabla 6)

Los servicios culturales recreativos y deportivos son las ramas más beneficiadas por el evento, con el 57% del gasto, debido a que las entradas para el circuito constituyen el mayor desembolso.

El efecto indirecto pierde valor frente al directo como se ha comentado anteriormente, debido al ámbito geográfico de estudio y a la falta de segundas relaciones intersectoriales para cubrir la demanda de los espectadores (no hacen falta)

Por último, esta tabla demuestra que las rentas generadas en la localidad sí que han sido destinadas en su mayor parte a aumentar la demanda interna de Valencia, siendo el sector de las actividades inmobiliarias el que más se ha visto favorecido

A.4.) Conclusiones

Las conclusiones aportadas en el estudio se basan única y exclusivamente en el impacto económico del gasto que realizaron los 80.000 espectadores que acudieron al evento.

Un evento de este tipo siempre va a tener un impacto positivo, máxime si se llevan más de 30 años celebrándose en la misma localidad. Sin embargo, el hecho de haberse realizado durante un momento de crisis económica podría sembrar la duda sobre su idoneidad. A pesar de que los resultados se han visto mermados claramente (pasando de los habituales 200.000 espectadores a los 80.000 del año estudiado),

la carrera provocó un aumento del PIB de la provincia por importe superior a los 27 millones de euros. Es de suma importancia recordar que el impacto se limita a la provincia de Valencia, sin tener en cuenta los efectos positivos que se generan en el resto de la comunidad valenciana como los inputs de fuera de Valencia que son necesarios para celebrar esta competición.

También es importante tener en cuenta que no se han incluido los gastos derivados del mantenimiento del circuito y la organización, los cuales no son necesarios para analizar el impacto económico, pero sí para determinar su viabilidad como evento.

La conclusión final que se expone en el artículo es que los acontecimientos deportivos, aparte de provocar un crecimiento económico, son el escenario perfecto para conocer el comportamiento exacto de la economía de la zona.

B) “Impacto económico de la 32ª América’s Cup. Valencia 2017”

B.1.) Introducción

El estudio es realizado por un cuerpo de investigadores de la Universidad de Valencia dirigidos por Joaquín Maudos, en colaboración con el IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas). El informe se asocia a la celebración de la 32ª edición de la América’s Cup, celebrada en Valencia en el año 2007.

La Copa América se encuadra dentro de los eventos de tipo A. Es una competición que se celebra de manera excepcional, cada cuatro años, en la sede que el equipo campeón estipule. Su duración es de dos meses, aunque su preparación lleva varios años. Se trata de la competición de vela más famosa del mundo, por lo que el impacto económico que se deriva de ella es muy importante. Su carácter glamuroso y la presencia de espectadores y participantes de todos los lugares del mundo son los principales atractivos de la competición. La dificultad y la competitividad para albergar este evento se hace patente en el caso de Valencia, donde Comunidad y Ayuntamiento estuvieron negociando más de dos años con la Federación Suiza de Deportes Náuticos para conseguir albergar su celebración.

En línea con lo que se ha establecido anteriormente, el motivo de elección de este evento para su estudio es la consideración por la sociedad valenciana como el mayor acontecimiento deportivo celebrado en su ciudad. Una vez analizado un evento con carácter anual como es el mundial de motociclismo, se busca ver el impacto económico que produjo un evento comparable a la celebración de JJOO o Mundiales de la FIFA (en términos de interés mediático).

La historia de la Copa América se inicia en el año 1851, siendo una competición que buscaba demostrar el poderío de los barcos ingleses. Como premio por ganar la regata se recibía una copa por valor de 100

guineas, motivo por el que el trofeo de hoy en día recibe su nombre. La primera edición tuvo como ganador un velero con pabellón estadounidense, elemento que provocó que la 2ª edición se celebrara en aguas americanas y que daba lugar a los cambios de sede que se producen actualmente cada 4 años. El programa de la 32ª edición de la America's Cup ha abarcado 4 años, comprendiendo los Louis Vuitton Acts (repartidos entre 2004 y 2007), la Louis Vuitton Cup (celebrada entre abril y junio de 2007) y la America's Cup Match (celebrado entre Junio y Julio 2017). La propia competición se inicia con la Luis Vuitton Cup, en la que los equipos participantes compiten hasta encontrar el ganador que puede desafiar al anterior campeón. Esta última regata es la America's Cup Match, en la que se decide quien se llevará a casa la Copa de las Cien Guineas

B.2.) Metodología

El estudio realizado por la Universidad de Valencia calcula el impacto de los Louis Vuitton Acts, la Luis Vuitton Cup y la America's Cup Match. El trabajo analiza el impacto económico mediante el estudio de producción, renta y empleo asociado al volumen de gasto que se ha realizado. Para esta cuestión se utiliza el mismo método que en el artículo sobre el impacto económico del Campeonato de MotoGP: las tablas Input- Output (Anexo)

El estudio desgrana los impactos económicos asociados a las inversiones que realizaron los distintos agentes. Las Administraciones Públicas buscaron proporcionar las infraestructuras necesarias para albergar el evento, realizando fuertes inversiones instituciones como el Gobierno Valenciano, el Consorcio de Valencia, el Gobierno Español y el Ayuntamiento de Valencia. Los gastos realizados por la organización, los equipos participantes y medios de comunicación están referidos al periodo de los tres años que conlleva la organización y la celebración del evento, ante la imposibilidad de prorratear las partidas. Por último, se incluyen los ingresos derivados de los visitantes (espectadores de las regatas) y los megayates (a efectos de impacto económico, se les considera un tipo de clientes VIP)

A la hora de estimar los impactos, se tuvo en cuenta que una parte de la demanda asociada al gasto y las inversiones se satisface mediante productos y servicios de fuera de la Comunidad Valenciana y por lo tanto no deben ser tenidos en cuenta para el cálculo del impacto. Debido a la falta de información suficiente para deducir la cuantía de las inversiones que proceden de fuera de la Comunidad Valenciana, se utiliza la información referente a la propensión a importar del marco TIO de la Comunidad Valenciana. De esta manera, el vector de la demanda final se multiplica por $(1 - \text{la propensión a importar de cada sector productivo de la TIO})$ (Maudos J. , 2007)

Por último, se da entender que la elección de los métodos de cuantificación del impacto económico provoca que se dejen fuera del impacto aspectos como la proyección internacional de Valencia o el efecto sobre la producción derivado de las nuevas infraestructuras creadas.

B.3.) Resultados

El análisis de los resultados que aporta Maudos (2007) se realiza mediante un estudio de todos los gastos que se producen en torno a la Copa América y el cálculo posterior de su impacto económico.

➤ Gastos e inversiones

En primer lugar, se realiza un análisis completo de todos los gastos que realizan las Administraciones Públicas. Debido a la cantidad de participantes e información que se provee en el estudio, se procede a hacer un resumen de las partidas más importantes

- **Generalitat Valenciana**

La tabla 8 muestra la distribución por concejalías del gasto realizado para llevar a cabo las acciones de adecuación de la ciudad. En este caso únicamente se tienen en cuenta las acciones directas, excluyendo las acciones indirectas. El montante más importante corresponde a las actuaciones de la Concejalía de Infraestructuras y Transporte, concentrado casi el 80% del volumen total de las inversiones. Sus principales actuaciones se realizaron en los ámbitos metropolitanos y en los grandes ejes de comunicación por motivos logísticos. Del resto de Concejalías, las principales inversiones se realizaron en materia de territorio y vivienda y en cuestiones de turismo.

Del Plan de Acción de la Generalitat Valenciana se han deducido aquellas acciones que se hubieran llevado a cabo independientemente de la celebración de la América's Cup. (Maudos J. , 2007)

Tabla 8. Plan de inversión pública de la Comunidad Valenciana para la América's Cup entre 2004 y 2007 (€)

Conselleria	Acciones directas	Porcentaje
Infraestructuras y transporte	921.605.431	73,91
Territorio y Vivienda	48.758.035	3,91
Turismo	90.144.519	7,23
Economía, Hacienda y Empleo	32.110.219	2,58
Sanidad	42.461.102	3,41
Educación, Cultura y Deporte	44.748.885	3,59
Empresa y Ciencia	15.497.208	1,24
Justicia y AAPP	21.731.397	1,74
Bienestar Social	19.387.973	1,55
Agricultura y Pesca	10.4004.185	0,83
Cooperación y Participación	20.432	0,00
TOTAL, INVERSIÓN	1.246.869.387	100,00

Fuente: Comisión especial de la América's Cup

- **Consortio Valencia 2007**

Este organismo se encargaba de llevar a cabo la construcción de las infraestructuras necesarias para el evento. De toda la información que se provee, se desprende que el total de las inversiones es de 410.1 millones de euros destinándose su mayoría a la construcción de las bases de los equipos participantes, edificios (centros de comunicación, sede de la organización, salas de invitados...) y a la adecuación del puerto para las regatas. A efectos de calcular su impacto económico, hay que tener en cuenta el gasto corriente del Consorcio. A lo largo de los cuatro años, la cifra de estos gastos asciende a 16.9 millones, de los cuales 4 millones serían las partidas de sueldos y salarios

- **Inversiones del Gobierno central**

El gasto realizado por el Gobierno español se concentra en el aeropuerto de Valencia y en el resto de puertos de la Comunidad Valenciana, excluyendo el de la propia ciudad de Valencia. Se debe mencionar que las inversiones realizadas en el AVE Madrid-Valencia no se han cuantificado debido a que la finalización de las obras fue muy posterior a la celebración de la America's Cup. Además, el ejecutivo ha realizado otras inversiones en infraestructuras como se puede observar en la tabla 9.

Tabla 9. Plan de inversión pública del Gobierno español para la America's Cup entre 2004 y 2007 (€)

Partidas	Euros	Porcentaje
Ministerio de Fomento	215.956.157	74,87
• Aeropuerto de Manises	122.000.000	42,30
• Carreteras	32.000.000	11,09
• Ferrocarriles	51.596.157	17,89
• Inversiones en Gandía	10.360.000	3,59
Puertos del Estado	51.800.000	17,96
• Valencia	38.322.000	13,29
• Gandía	13.468.000	4,67
Reforma del parador de Soler	15.500.000	5,37
Oficina estatal de la Copa América	5.183.274	1,80
TOTAL	288.439.430	100,00

Fuente: Ministerio de Fomento

- **Ayuntamiento de Valencia**

La inversión del ayuntamiento es de 50,8 millones, destinados a adecuar la ciudad. Las partidas más importantes se destinaron a la ordenación de las vías de la zona marítima (10.35 millones, un 21%), la

urbanización del centro histórico, la renovación de aceras y calzadas. El resto de las aportaciones se destinaron a la construcción de jardines, restauración de puentes y monumentos y construcción de instalaciones deportivas

Una vez desmenuzadas las partidas públicas, se investiga la inversión realizada por los equipos participantes. En la edición de 2007, los equipos participantes fueron 12, aumentando en tres escuadras respecto a la edición anterior. Para obtener esta información, fue necesario elaborar un cuestionario y someterlo a los equipos participantes, ya que sus presupuestos son información confidencial.

Tabla 10. Presupuesto de los equipos participantes (millones de €)

Equipos	Presupuesto	Presupuesto Comunidad Valenciana
Team Alinghi	120	48
BMW Oracle	120	48
+ 39 Challenge	40	16
Team Shosholoza	35	14
Emirates Team	110	44
Luna Rossa	110	44
Areva Challenge	40	16
Victory Challenge	50	20
Desafío Español	60	45
Capitalia Team	60	24
United Internet	55	22
China Team	35	14
TOTAL	835	355

Fuente: Estudio Universidad de Valencia

El cuestionario preguntaba expresamente por la cuantía que se destinaba a la Comunidad Valenciana. En general, el 40% del presupuesto de los equipos se invertiría en suelo valenciano, salvo en el caso del equipo español, cuya cuantía subía hasta el 75%. En la tabla 11 se encuentra una distribución pormenorizada de los gastos de los equipos.

Tabla 11. Análisis sectorial del gasto de los equipos participantes (millones de €)

Sector	Porcentaje	Gasto previsto
Alojamiento	10,50	37,28
Restauración	1,50	5,33
Transporte	1,75	6,21
Comercio	1,00	3,55
Ocio	0,50	1,78
Infraestructuras	47,50	168,63
Construcción barco	27,50	97,63
Marketing y publicidad	5,75	20,41
Servicios a empresas y familias	1,00	3,55
Otros	3,00	10,65
TOTAL	100	355

Fuente: Comisión especial de la America´s Cup

El gasto de los visitantes de la competición constituye el problema fundamental para los investigadores a la hora de analizar la America´s Cup. Debido a la cantidad de eventos que componen la competición, se estudió su impacto económico considerando que la competición era divisible en 13 actos entre los años 2004 y 2007, y analizando tres tipos de variables: el número de visitantes, el gasto medio de los visitantes y la intención de la visita (para saber si el gasto era atribuible a la Copa América). La información se obtuvo directamente de las encuestas realizadas por el Consorcio de Valencia.

Analizando las tres variables en cada uno de los 13 actos se obtuvo la información que aparece resumida en la tabla 12. La cifra es únicamente la suma resultante de cada una de las fases de la competición. En la tabla se diferencia el gasto turístico total de los visitantes que asistieron a los pantalanes del puerto los días de competición del gasto imputable a la America´s Cup gracias al análisis de la intención de los visitantes.

Las aguas valencianas acogieron un total de 95 días de regatas, alcanzando los 2.476.300 espectadores, con una media de 58.251 visitas los días de America´s Cup Match. El gasto turístico acumulado durante los días en los que se celebraron regatas entre los años 2004 y 2007 es de 208,87 millones de euros.

Tabla 12. Gasto de los asistentes a la America's Cup entre 2004 y 2007 (€)

Actos	Días de regatas	Visitas totales	Visitas diarias	Gasto total	Gasto atribuible a la America's Cup
2 y 3 (2004)	13	212.957	16.381	5.282.452	2.346.522
4 y 5 (2005)	10	78.087	7.809	2.003.412	892.456
10, 11 Y 12 (2006)	22	444.873	20.222	25.226.391	13.565.342
13 (2007)	5	230.000	46.000	43.620.856	36.964.908
Louis Vuitton Cup	37	1.044.373	28.226	59.058.820	28.861.784
America's Cup Match	8	466.010	58.251	73.551.539	40.717.260
TOTAL	95	2.476.300	26.066	208.743.470	123.876.890

Fuente: Estudio de la Universidad de Valencia

Durante la edición de 2003, una de las principales fuentes de ingresos fueron los megayates, barcos de más de 25 metros de eslora. Según la información facilitada por la organización, 90 megayates han visitado la capital del Turia durante los eventos correspondientes a la competición. La estimación de su gasto se realizó mediante los resultados de la America's Cup de 2003, utilizando la cifra de gasto medio. En Auckland, el gasto diario de cada megayate ascendió a los 7.557 euros.

Tabla 13. Gasto de los Megayates entre 2004 y 2007 (€)

Acto	Nº de megayates	Estancia (días)	Megayates x Estancia	Gasto total
2 y 3 (2004)	11	20	220	1.662.516
4 y 5 (2005)	28	15	420	3.173.894
10 y 11 (2006)	19	14	266	2.010.133
12 (2006)	27	13	351	2.652.469
13 (2007)	30	5	150	1.133.534
Louis Vuitton Cup	32	45	1.440	10.881.924
America's Cup Match	40	12	480	3.627.308
TOTAL	187	124	3.327	25.141.778

Fuente: Estudio de la Universidad de Valencia

Finalmente, el informe contabiliza los gastos que se derivan de los medios de comunicación que cubren el evento y la propia organización. Por un lado, 1.297 personas se registraron en el Media Center del puerto. Para calcular su impacto económico, se realizó una encuesta entre los medios, obteniendo una media de 67 días de estancia por periodista. Calcular el gasto medio no fue tarea fácil y tuvieron que acudir a fuentes externas para su obtención. El Instituto de Estudios Turísticos estimó el gasto diario en 143,3 euros. En la tabla 14 se puede observar su distribución por sectores.

Por otro lado, el gasto de la organización (AC Management) ascendió a 195 millones, con unos ingresos estimados de 210 millones, y en consecuencia un beneficio de 154 millones de euros.

Tabla 14. Análisis de los gastos realizados por los medios de comunicación (€)

Partida	Porcentaje	Gasto previsto
Alojamiento y restauración	21	3.523.998
Comercio al por menor	18	2.936.665
Servicios empresariales	18	2.936.655
Servicios Culturales	14	2.349.322
Transporte aéreo	9	1.409.599
Maquinaria	8	1.350.866
Transporte marítimo y ferrocarril	6	939.733
Comunicaciones	2	293.666
Otros	4	704.800
TOTAL	100	16.445.323

Fuente: Estudio de la Universidad de Valencia

➤ **Impacto económico**

El cálculo de los impactos directos se efectúa a partir de la TIO. Concretamente, los impactos directos se estiman a partir de la ratio VAB/producción para cada uno de los sectores productivos. Los impactos totales se calculan de los multiplicadores del tipo II (anexo), permitiendo calcular los indirectos e inducidos a partir de la relación entre los impactos directos y los totales. Del mismo modo, los impactos totales sobre el empleo se obtienen a partir de la ratio empleo/producción por sector de actividad.

- **Administraciones Públicas**

El estudio realiza una descripción pormenorizada de los diferentes impactos económicos que producen los gastos de las diferentes Administraciones Públicas. Se considera que esta especificación es innecesaria ya que en el anterior apartado ya se describieron los diferentes tipos de inversión que realizó cada agente. Por esta razón, se procede a realizar un resumen del impacto económico de todas las inversiones del sector público.

Tabla 15. Impacto económico de las inversiones de las AAPP (€)

IMPACTO	Generalitat Valenciana	Consortio Valencia	Gobierno Central	Ayuntamiento de Valencia	TOTAL
Impacto Output					
• Directo	1.223.874.971	431.875.985	283.256.157	63.797.480	2.002.804.593
• Indirecto	1.437.193.941	513.038.444	337.365.722	75.821.662	2.363.419.769
Total	2.661.068.912	944.914.429	620.621.879	139.619.142	4.366.224.362
Impacto Renta					
• Directo	570.441.093	170.307.363	112.830.189	25.364.162	878.942.807
• Indirecto e Inducido	706.683.866	242.195.253	157.329.033	35.369.037	1.141.577.189
Total	1.277.124.959	412.502.616	270.159.222	60.733.199	2.020.519.996
Impacto empleo	34.924	11.856	7.763	1.744	56.287

Fuente: Elaboración propia partir de los datos de la Universidad de Valencia

Como se puede observar, el impacto directo total sobre la producción de las inversiones de las Administraciones Públicas es de más de 2.000 millones de euros. A partir de esta partida inicial, los efectos indirectos e inducidos llegan hasta los 2.363 millones de euros, por lo que el impacto total de las acciones que realiza el sector público es de 4.366 millones. Cabe destacar, que la Generalitat Valenciana es responsable de más del 50% del impacto económico que se produce sobre la producción.

Desde el punto de vista de la renta, el efecto total de las inversiones del sector público es de más de 2.000 millones, siendo más importante el efecto indirecto que se producen debido a las inversiones directas, que el propio efecto directo.

Por último, el gasto público destinado durante los periodos 2004 a 2007 ha permitido la creación de 56.287 puestos de trabajo. Faltaría determinar cuál es la duración de estos empleos y la calidad de estos.

• Equipos Participantes

Como se mencionó anteriormente, la parte del presupuesto de los equipos que se destinaba a la Comunidad Valenciana fue la partida utilizada para el cálculo del impacto económico. Como se puede ver en la tabla 16, el impacto directo asciende hasta los 306,4 millones, siendo el impacto total sobre la renta de 640,8 millones de euros.

Las cifras del impacto sobre la renta muestran que el efecto total asciende hasta los 307 millones de los cuales 139.6 millones son directos y 167 millones proviene de los efectos inducidos e indirectos.

Respecto al empleo, se calculó que el gasto de los equipos participantes ayudaría a la creación de casi 8.000 puestos de trabajo en la Comunidad Valenciana.

Tabla 16. Impacto económico de los equipos participantes (€)

	Impacto económico
Impacto Output	
• Directo	306.337.714
• Indirecto	334.387.938
Total	640.765.652
Impacto Renta	
• Directo	139.576.669
• Indirecto e Inducido	167.651.831
Total	307.228.501
Impacto empleo	34.924

Fuente: Estudio de la Universidad de Valencia

- **Visitantes y megayates**

El motivo de analizar estos dos agentes económicos de manera conjunta es sus características similares, ya que consideramos los megayates un tipo de turismo de alta clase.

El impacto total de los visitantes que acudieron al evento entre los años 2004 y 2007 es de 257 millones de euros, a los que deben sumársele los 29 millones que gastaron los espectadores que acudieron en megayates durante los tres meses de 2007 que duró la competición. Destaca el impacto directo del gasto de los visitantes, que provocó que el gasto indirecto e inducido fuera de igual cuantía

Desde el punto de vista de la renta, los espectadores (visitantes + megayates) provocaron un efecto directo de 86 millones de euros sobre el valor añadido, dando lugar a un impacto total de más de 174 millones de euros. Gracias al sector turístico se crearon casi 4.000 puestos de trabajos.

Tabla 17. Impacto económico de los megayates (€)

IMPACTO	Visitantes	Megayates	TOTAL
Impacto Output			
• Directo	122.070.061	14.027.996	136.098.057
• Indirecto	135.329.902	15.234.309	150.564.211
Total	257.399.963	29.262.305	286.662.268
Impacto Renta			
• Directo	76.449.675	9.664.584	86.114.259
• Indirecto e Inducido	79.383.536	8.933.434	88.316.970
Total	155.833.211	18.598.018	174.431.229
Impacto empleo	3.382	403	3.785

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Universidad de Valencia

- **Medios de comunicación**

El impacto económico de los medios de comunicación es muy reducido en comparación con el de otros agentes económicos. Su impacto total sobre la producción en los 4 años (aunque su efecto principal se concentra en los tres meses de competición) es de 28 millones de euros. Su impacto sobre la renta es de 18 millones de euros y permite la creación de 375 puestos de trabajo.

- **Organización**

La empresa AC Management, organizadora del evento, tuvo una gran repercusión en la economía valenciana. Como se puede observar en la tabla 18, las inversiones que se derivan de su actividad provocaron un impacto económico de casi 200 millones de euros. Su efecto sobre el nivel de renta fue de 99.6 millones de euros y permitió la creación de 2.614 puestos de trabajos.

Tabla 18. Impacto económico del gasto de la organización (€)

IMPACTO	Impacto gasto de la organización
Impacto Output	
• Directo	90.499.562
• Indirecto	103.783.408
Total	194.282.969
Impacto Renta	
• Directo	41.024.130
• Indirecto e Inducido	58.636.439
Total	99.660.569
Impacto empleo	2.614

Fuente: Estudio de la Universidad de Valencia

- **Impacto global**

A lo largo de todo el estudio se ha recogido el impacto de los inversiones y gasto corriente de los diferentes agentes económicos involucrados en la celebración del evento deportivo. La tabla 19 muestra toda la información anteriormente explicada de una manera resumida, con el finde poder responder a la pregunta que origina todo estudio de impacto económico: saber cuál es el efecto total de la competición sobre una determinada economía.

Tabla 19. Impacto económico de las inversiones y el gasto realizado para la organización de la America's Cup (€)

AGENTES	Output		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Nº	%
AA.PP						
Comunidad Valenciana	2.661.068.912	48,24	1.277.124.958	48,76	34.924	49,22
Consortio Valencia	944.914.429	17,13	412.502.616	15,75	11.856	16,71
Gobierno Central	620.621.879	11,25	270.159.222	10,31	7.763	10,94
Ayuntamiento de Valencia	139.619.143	2,53	60.733.199	2,32	1.744	2,46
Equipos	640.765.652	11,62	307.228.501	11,73	7.892	11,12
Visitantes	257.399.963	4,67	155.833.211	5,95	3.382	4,77
Megayates	29.262.305	0,53	18.598.018	0,71	403	0,57
Medios de comunicación	28.066.896	0,51	17.488.464	0,67	375	0,53
Organizadores	194.282.969	3,52	99.660.569	3,80	2.614	3,68
TOTAL	5.516.002.148	100,00	2.619.328.758	100,00	70.953	100,00

Fuente: Elaboración propia

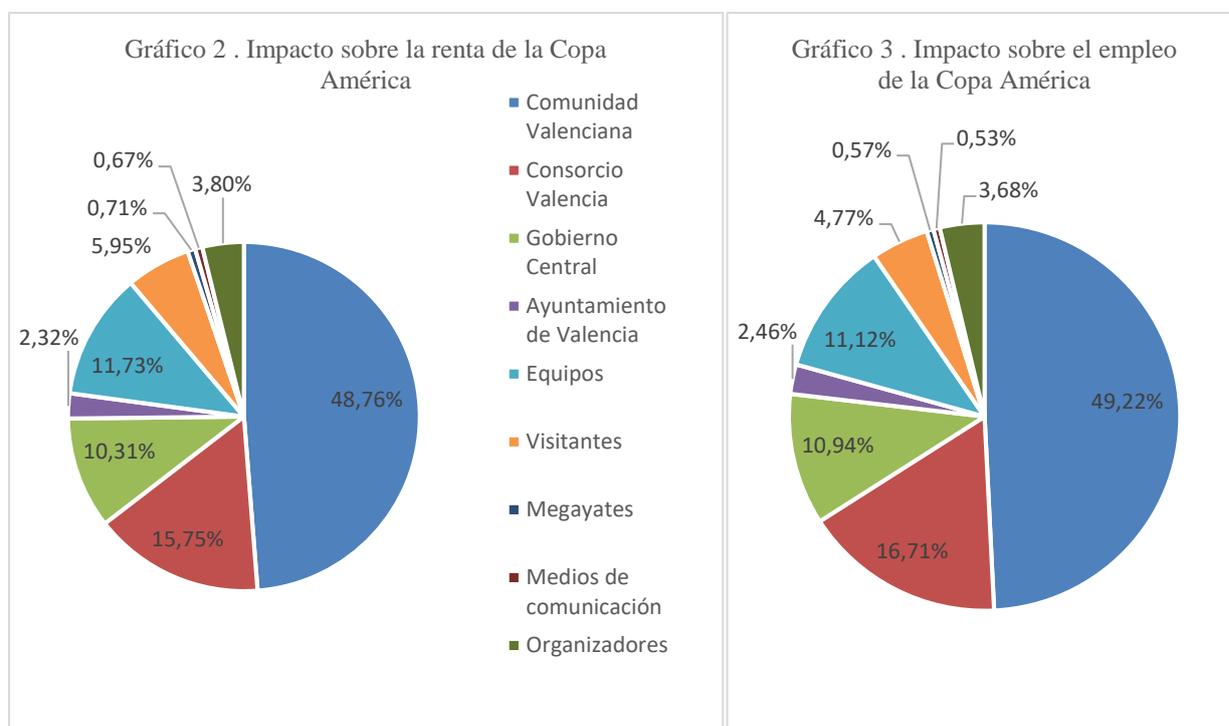
La Copa América provoca un aumento de la producción de la Comunidad Valenciana de 5.516 millones de euros. En términos de valor añadido, la renta de la comunidad levantina aumenta en 2.619, millones de euros y se crean casi 71.000 puestos de trabajo. Se realiza una comparativa con las cifras absolutas de la Comunidad Valenciana, llegando a la conclusión de que el evento deportivo supone el 2,67 % del PIB valenciano y el 3,29 % del empleo de la Comunidad (tabla 20)

Tabla 20. Plan de inversión pública de la Comunidad Valenciana para la America's Cup entre 2004 y 2007 (€)

Tipo de Impacto	Porcentaje
Impacto renta	
• Directo	1,18
• Indirecto e inducido	1,50
Total	2,67
Impacto empleo	3,29

Fuente: Estudio de la Universidad de Valencia

En los gráficos 2 y 3 se observan la distribución del impacto económico sobre la renta y sobre el empleo, diferenciando por agentes económicos. En ambos casos, las Administraciones Públicas son responsables de casi el 75% del impacto económico, siendo el gobierno de la Comunidad Valenciana la administración más importante (casi el 50%)



Fuente: Estudio de la Universidad de Valencia

B.4.) Conclusión

La celebración de la Copa América, uno de los eventos deportivos con mayor repercusión e interés mediático del mundo, supone un impacto de tal magnitud que genera grandes repercusiones sobre la producción, la renta y el nivel de empleo de una localidad, en este caso la de la Comunidad de Valencia. El objetivo del estudio elaborado por la Universidad de Valencia es cuantificar el impacto en la economía que se produce por este evento entre los años 2007 y 2008. Para ello se parte de la metodología Input-Output y se obtienen los impactos tanto a nivel agregado como desagregado.

La celebración de la competición de vela ha supuesto un efecto económico de tal envergadura que se puede establecer que, por cada año de celebración de la Copa América, el PIB de la Comunidad de Valencia ha aumentado un 1%, generándose un total de 5.516 millones de producción, 2.619 millones de renta y creándose casi 74.000 puestos de trabajo nuevos. Si se realizara una comparativa con la anterior edición de la Copa América, cuya celebración tuvo lugar en Nueva Zelanda, se observaría que el impacto económico de la edición valencia es muy superior, principalmente debido a la necesidad de

construir todas las infraestructuras necesarias para la celebración del evento y la presencia de un mayor número de equipos y nacionalidades presentes (Market Economics Ltd, 2003)

C) Comparativa y elección de metodología

- **Gran Premio de MotoGP**

El estudio realizado por Martí Selva y Puertas Medina referente al Gran Premio de MotoGP constituye un análisis incompleto del impacto económico del Gran Premio de la Comunidad Valenciana, basándose únicamente en la figura del espectador, considerado como la única fuente de ingresos e impacto económico para la provincia. En este estudio no se entran a valorar el impacto de los derechos de televisión, elemento considerado hoy en día como la principal fuente de ingresos de los deportes y que provoca la visibilidad y promoción tanto del evento como de la localidad de acogida. Tampoco se entiende como no pueden entrar a estudiar el impacto que suponen los gastos que realiza tanto la administración estatal como autónoma para la celebración del evento y que claramente tienen una repercusión en las empresas valencianas y en el nivel de empleo.

Por otro lado, la limitación del estudio a la provincia de Valencia, sin tener en cuenta el resto de la Comunidad Valenciana puede provocar que se disparen sus perspectivas de impacto económico, debido a que la TIO original objeto de estudio era de la Comunidad Valenciana del año 2000.

Finalmente, analizando de manera detallada la información proporcionado en las tablas y gráficos, se echa en falta una comparativa porcentual del incremento que supone para cada rama del turismo la celebración del evento en comparación con el habitual valor de la producción total de cada sector.

- **America's Cup**

El trabajo realizado por la Universidad de Valencia referente al impacto económico que provocó la celebración de la Copa América de Vela en la Comunidad de Valencia es un análisis muy profundo y explicativo. Por un lado, se busca analizar todas y cada una de las actividades que se produjeron y que pueden tener mínimamente impacto en la economía, incluyendo las inversiones de las Administraciones Públicas. Se busca explicar de manera separada los actos que componen la competición a fin de ver los diferentes impactos que se producían en la economía en función de si era un día de regatas o de preparación. El análisis no se limita a la ciudad de Valencia, sino a toda la Comunidad y se separan las inversiones globales de las que únicamente se iban a realizar dentro de la comunidad, evitando de esta manera que se disparen las proyecciones económicas. La TIO utilizada para desarrollar el método de cuantificación del impacto económico es la de los años de celebración del evento, por lo que no hace falta actualizarla. Por último, cabe destacar que aquí tampoco se analizan la repercusión de los ingresos

televisivos que podría tener sobre la ciudad, a pesar de que si se analizan de manera separada los ingresos provenientes de los medios de comunicación

- **Elección de metodología**

Una vez analizadas las dos maneras diferentes de estudiar el impacto económico de un evento, se considera más oportuno utilizar la forma de trabajo aplicada en el estudio “Impacto económico de la 32ª America’s Cup Valencia 2007” para el análisis del impacto económico que supone la celebración de la maratón de Valencia en el año 2017. Las razones que justifican su elección son:

- La utilización de la metodología Input Output
- El análisis de todos los agentes económicos que intervinieron en la organización del evento, no solo el gasto de los espectadores. Limitar el análisis de su impacto únicamente al gasto realizado por los aficionados supone tener muy pocas variables en cuenta
- El análisis del impacto en Comunidad Valenciana, no solo en la provincia, permitiendo compara los resultados de la Copa América con los de la Maratón.
- A la hora de calcular el impacto, se tiene en cuenta que existe una parte de la demanda que no se cubre con los productos de la Comunidad Valenciana, sino mediante importaciones

5. ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA MARATÓN DE VALENCIA 2017

A) Introducción

La Maratón de Valencia Alfonso Trinidad celebrado en el año 2017 es el evento elegido para analizar en este trabajo y poner en práctica lo aprendido. El motivo de su elección es el lugar de celebración, la ciudad de Valencia, sede también de los otros dos acontecimientos analizados. Al tratarse de un evento con unas características totalmente diferentes a las de la Copa América y del Gran Premio de MotoGP, se podrán observar las similitudes y diferencias que se producen en la misma sede.

La maratón de Valencia es un evento del tipo C2. Se celebra anualmente en la misma ciudad y atrae a participantes de todos los lugares del planeta, predominando los de origen nacional. El tipo de espectadores que acuden a la prueba son locales, debido a que el interés mediático que genera es medio, no siendo comparable con el de otras maratones como la de Nueva York o la de Londres. El impacto económico que presumiblemente se generará es de nivel medio, siendo los participantes y la organización los principales artífices de este impacto.

Esta maratón es uno de los principales eventos que acoge la ciudad de Valencia, consolidándose en los últimos años como un referente mundial dentro de las carreras a pie. En los dos últimos años, la prueba ha recibido la máxima calificación otorgada por la Federación Internacional de Atletismo (IAAF) situándola a la altura de las competiciones más importantes del mundo “runner”. El número de participantes no ha dejado de crecer en los últimos años, hasta situarse cerca de los 28.000, los cuales se dividen entre los corredores que deciden participar en la prueba completa y los que únicamente desean participar en la prueba de los 10 km. Las condiciones que posee la ciudad (clima, relieve, etc...) así como el tipo de circuito en el que se compite, contribuyen sin ninguna duda al éxito de la carrera.

B) Metodología

Se busca analizar el impacto económico mediante el análisis de producción, renta y empleo según el volumen de gasto que se ha producido. Al igual que en los estudios anteriores, el método elegido se corresponde con el de las tablas Input-Output explicado en el anexo.

Las fuentes de información para la obtención de los datos son dos. Por un lado, el Ayuntamiento de Valencia provee estudios de participación y encuestas sobre el desarrollo de la maratón después de celebrarse cada edición. Por otro lado, existen estudios de impacto económico realizados en años anteriores que pueden permitir estimar las partidas de las que desconozcamos su existencia

El estudio muestra los impactos económicos asociados a las inversiones que realizan los agentes económicos: por un lado, las Administraciones Públicas, la organización y patrocinadores; y por otro el gasto proveniente de los participantes. Como se explicará posteriormente, en este caso no se tendrá en cuenta el impacto de los espectadores que acuden, debido al escaso interés mediático que genera este

evento en espectadores que deban desplazarse para acudir a él. Tampoco se tienen en cuenta los gastos derivados de los medios de comunicación e ingresos televisivos ya que su cobertura es a nivel nacional y su celebración se realiza en un día. Las Administraciones Públicas buscan promocionar y ayudar en la organización del evento, siendo el ayuntamiento de Valencia el principal benefactor de este evento. La organización destina todas sus inversiones a la creación y desarrollo del evento, dotando a la competición de la infraestructura necesaria. Los gastos realizados por todos los agentes están referidos tanto al día de celebración de la prueba como a los días previos en los que se organiza y llegan los participantes. (Maudos J. , 2016)

La hora de calcular el impacto económico, se tiene en cuenta que una parte de la demanda asociada al gasto y las inversiones se satisface mediante productos y servicios de fuera de la Comunidad Valenciana y por lo tanto no deben ser tenidos en cuenta para el cálculo del impacto. Al igual que en el estudio de la Copa América, la falta de información suficiente para deducir la cuantía de las inversiones que proceden de fuera de la Comunidad Valenciana provoca que se tenga que utilizar la información referente a la propensión a importar del marco TIO de la Comunidad Valenciana.

C) Desarrollo y Resultados

Para calcular el impacto económico, primero se analizan las inversiones y el nivel de gasto que se produce debido a la maratón, para posteriormente observar cómo afectan a la economía local.

➤ Gastos e inversiones

- Ayuntamiento de Valencia

La administración pública valenciana invierte 344.697 euros, de los cuales el 70% se invierten en el sector industrial. La celebración de la maratón de Valencia no requiere la construcción de nuevas infraestructuras, razón por la cual esta partida apenas recibe inversión municipal. Finalmente, las empresas que proveen servicios necesarios para la celebración del evento reciben el resto de las ayudas públicas

Tabla 21. Plan de inversión pública del Ayuntamiento de Valencia para la Maratón (€)

Sector	Presupuesto	Porcentaje
Agricultura, ganadería y pesca	0	0,00
Energía	0	0,00
Industria	247.288	71,74
Construcción	763	0,22
Servicios	96.646	28,04
Economías domésticas	0	0,00
TOTAL	344.697	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ayuntamiento de Valencia

- **Organización**

La empresa organizadora destina la mayor parte de su presupuesto al sector servicios, necesario para la preparar el desarrollo de la prueba. Destaca también la partida de “economías domésticas “, la cual hace referencia a los sueldos y salarios que se generan y que se explica en el anexo .

Tabla 22. Plan de inversión de la organización de la Maratón de Valencia 2017 (€)

Sector	Presupuesto	Porcentaje
Agricultura, ganadería y pesca	237	0,02
Energía	2.976	0,19
Industria	95.111	6,22
Construcción	294	0,02
Servicios	483.229	31,61
Economías domésticas	946.924	61,94
TOTAL	1.528.770	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ayuntamiento de Valencia

- **Patrocinadores**

Las aportaciones de los patrocinadores tienen una utilidad muy similar a la de la organización, ya que es la encargada de gestionar el destino de las partidas de los sponsors.

Tabla 23. Plan de los ingresos obtenidos mediante patrocinios (€)

Sector	Presupuesto	Porcentaje
Agricultura, ganadería y pesca	0	0,00
Energía	0	0,00
Industria	0	0,00
Construcción	0	0,00
Servicios	193.291	37,98
Economías domésticas	315.641	62,02
TOTAL	508.933	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ayuntamiento de Valencia

- **Inscripciones**

Las inscripciones son las aportaciones que realizan los participantes únicamente por tomar parte en la carrera. Esta partida se separa del gasto de los participantes para tener en cuenta que impacto produce su mera participación en la prueba. La distribución de estos gastos es muy similar al de la propia organización.

Tabla 24. Plan de inversión de las inscripciones de los competidores en la Maratón de Valencia 2017(€)

Sector	Presupuesto	Porcentaje
Agricultura, ganadería y pesca	0	0,00
Energía	0	0,00
Industria	0	0,00
Construcción	0	0,00
Servicios	212.621	25,19
Economías domésticas	631.283	74,81
TOTAL	843.903	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ayuntamiento de Valencia

- **Participantes**

El gasto realizado por los competidores asistentes a la prueba se cifra en 16.756.279 euros, la mayoría de ellos invertidos en el sector servicios. Cada participante nacional invirtió una media de 205,40 euros, mientras que los extranjeros que desearon acudir a la prueba desembolsaron una media de 950,28 euros. Esta partida incluye los gastos de restauración, hostelería, transporte y cultura y ocio.

Tabla 25. Análisis sectorial del gasto de los participantes en la Maratón de Valencia 2017 (€)

Sector	Presupuesto	Porcentaje
Agricultura, ganadería y pesca	0	0,00
Energía	0	0,00
Industria	696.966	4,16
Construcción	0	0,00
Servicios	16.059.313	95,84
Economías domésticas	0	0,00
TOTAL	16.756.279	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ayuntamiento de Valencia

➤ **Impacto económico**

Siguiendo la metodología de las Tablas Input-Output utilizada en el estudio de la Copa América de Vela, se procede a calcular el impacto directo a través del ratio del Valor añadido Bruto/producción en cada uno de los sectores productivos. A partir de los multiplicadores del tipo II, se pueden calcular los impactos totales. La diferencia entre los impactos totales y el impacto directo da lugar a los impactos indirectos e inducidos. Por otro lado, los impactos totales sobre el empleo se obtienen de otra ratio, el de empleo/producción por sector de actividad.

- **Ayuntamiento**

Las Administraciones Públicas no generan un gran impacto económico en esta edición de la maratón. Su justificación se encuentra en las escasas ayudas públicas que se otorgan a la carrera. Tanto el impacto sobre la renta como sobre la producción se sitúan en torno al millón de euros. En términos de creación de empleo, son 12 los nuevos puestos de trabajo que se producen.

Tabla 26. Impacto económico del gasto del Ayuntamiento de Valencia en la maratón 2017 (€)

IMPACTO	Impacto del gasto
Impacto Output	
• Directo	344.697
• Indirecto	441.991
Total	786.668
Impacto Renta	
• Directo	146.848
• Indirecto e Inducido	272.717
Total	419.565
Impacto empleo	12

Fuente: Elaboración propia

- **Organización**

La organización del evento provoca un incremento del valor añadido de 1,8 millones de euros, creando cerca de 39 puestos de trabajo (se debería estudiar el tipo de contratación que se produce debido a que la duración del evento es muy corta). La producción de la Comunidad Valenciana se ve aumentada en 3,4 millones de euros.

Tabla 27. Impacto económico del gasto de la organización de la Maratón de Valencia (€)

IMPACTO	Impacto del gasto
Impacto Output	
• Directo	1.528.770
• Indirecto	1.961.239
Total	3.490.009
Impacto Renta	
• Directo	651.465
• Indirecto e Inducido	1.209.864
Total	1.861.330
Impacto empleo	39

Fuente: Elaboración propia

- **Patrocinadores**

El impacto económico de los patrocinadores se obtiene a partir de los gastos en los que la organización ha declarado que incurren estos agentes económicos. Su impacto económico se deriva de las actividades de esponsorización del evento. El impacto sobre el nivel de producción es de 1,1 millones de euros y el valor añadido al nivel de renta se sitúa en los 615.598 euros. Las empresas patrocinadoras permitieron la creación de 17 puestos de trabajo en la Maratón de Valencia 2017

Tabla 28. Impacto económico del gasto de los patrocinadores de la Maratón de Valencia 2017 (€)

IMPACTO	Impacto del gasto
Impacto Output	
• Directo	508.932
• Indirecto	645.320
Total	1.154.252
Impacto Renta	
• Directo	277.019
• Indirecto e Inducido	338.579
Total	615.598
Impacto empleo	17

Fuente: Elaboración propia

- **Inscripciones**

El impacto económico de las inscripciones hace referencia al efecto que se genera en la economía producido por la utilización del dinero de las inscripciones. Junto con el gasto de los participantes y la organización, es la mayor fuente de generación económica. Se considera que no provoca la creación de ningún puesto de trabajo de manera directa porque sus funciones son asumidas por la propia organización.

Tabla 29. Impacto económico del gasto de las inscripciones de los corredores (€)

IMPACTO	Impacto del gasto
Impacto Output	
• Directo	843.903
• Indirecto	1.082.305
Total	1.926.208
Impacto Renta	
• Directo	359.557

• Indirecto e Inducido	667.749
Total	1.027.306
Impacto empleo	0

Fuente: Elaboración propia

• Participantes

El impacto económico de los participantes es muy importante en esta edición. Para calcular el impacto económico se parte de la encuesta realizada a todos los corredores sobre los gastos que iban a realizar para poder participar en la prueba. En términos de producción se generan 34,8 millones de euros, la mayoría de ellos se generan en el sector de la hostelería y en el de las actividades inmobiliarias. El valor añadido en términos de renta alcanza casi los 9 millones de euros y se crearon 362 nuevos puestos de trabajo, de los cuales la mitad de ellos se generaron en restaurantes y hoteles. Debe mencionarse que los participantes suelen acudir acompañados de algún familiar cuando provienen de otras ciudades y provincias. La variedad de los tipos de participantes que acuden a la prueba no ha permitido cuantificar su impacto económico.

Tabla 30. Impacto económico del gasto de los participantes en la Maratón 2017 (€)

IMPACTO	Impacto del gasto
Impacto Output	
• Directo	16.756.279
• Indirecto	18.071.390
Total	34.827.669
Impacto Renta	
• Directo	4.254.222
• Indirecto e Inducido	4.657.827
Total	8.812.049
Impacto empleo	362

Fuente: Elaboración propia

• Impacto global

Una vez analizado cada partida de impacto económico de cada agente, se muestra de manera resumida esta tabla con el contenido del impacto global económico en términos de producción, renta y empleo de la edición de 2017 del evento deportivo disputado en la ciudad de Valencia

Tabla 31. Impacto económico del gasto realizado para la organización de la Maratón de Valencia 2017 (€)

AGENTES	Output		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Nº	%
Ayuntamiento	786.668	3,08	419.565	3,29	12	2,79
Organización	3.490.009	14,15	1.861.330	14,61	39	9,06
Patrocinadores	1.154.252	4,08	615.598	4,83	17	3,95
Inscripciones	1.926.208	8,42	1.027.306	8,06	0	0,00
Participantes	34.827.669	70,26	8.812.049	69,19	362	84,19
TOTAL	42.184.806	100,00	12.735.848	100,00	430	100,00

Fuente: Elaboración propia

La edición de 2017 provocó un impacto sobre la producción de la Comunidad Valenciana de 42 millones de euros, llegándose a crear 430 nuevos puestos de trabajo. En términos de valor añadido, el impacto sobre la renta de la Comunidad alcanza los 12 millones de euros. Como se ha comprobado a lo largo de todo el estudio, destacan los participantes como la mayor fuente del impacto económico. Esta cuestión se justifica en el carácter popular del evento y en la falta de interés mediático que genera.

D) Conclusiones

La celebración de la edición de 2017 de la Maratón de Valencia supone un fuerte impacto económico para la Comunidad Valenciana. El impacto del evento no es comparable al de los otros dos realizados en la capital del Turia, pero tampoco es comparable la tipología de evento que se analiza (debe recordarse que las maratones no son eventos deportivos que provoquen un gran interés mediático ni atraigan una gran cantidad de espectadores)

El impacto económico se ha cuantificado mediante la metodología Input-Output, llegando a la conclusión de que el evento ha producido 42,18 millones de euros en producción y 12,7 millones en renta. Además, ha permitido la creación de 430 nuevos puestos de trabajo. No se puede realizar una comparación precisa con el estudio realizado por la Universidad de Valencia de la edición anterior debido a que se utilizó una Tabla Input- Output del sector turístico valenciano del año 2000, en comparación con la utilizada en este estudio que es del año 2010.

Por último, se debe destacar que el reducido impacto del evento se debe a dos circunstancias. En primer lugar, la mayor parte del gasto es producido por los participantes, en lugar de por las Administraciones Públicas y espectadores, por lo que sus partidas se concentran en muy pocos días (los más cercanos a la

celebración del evento). Por otro lado, las características del deporte y del tipo de evento, como se ha comentado anteriormente, no hacen posible pensar que se pueda pensar en aumentar el impacto económico del evento más allá de conseguir que aumente el número de corredores.

6. CONCLUSIÓN FINAL

El sector turístico constituye el principal motor de la economía española y la afición por el deporte es uno de los elementos más característicos de la cultura hispánica. Esta afición, junto con el buen clima y la orografía de la Península Ibérica permiten que nuestro país albergue miles de competiciones deportivas anualmente. Los eventos deportivos producen un impacto económico en los lugares de celebración que permite justificar la necesidad de organizarlo. El estudio de tres eventos desarrollados en la misma localización buscaba poder comparar los diferentes impactos atendiendo a las diferentes tipologías de eventos y a las diferentes épocas temporales en las que se llevaron a cabo.

La diferente tipología del evento ha permitido comprender que los eventos del tipo A, como el caso de la Copa América, tienen un tremendo interés mediático, atrayendo espectadores y competidores de todos los rincones del mundo. El impacto económico de la América's Cup provocó un aumento de un 1% el PIB de toda una Comunidad Autónoma, a pesar de que se trate de una competición que tenga un carácter irregular y no ser un deporte de máxima audiencia como es la vela. El Gran Premio de MotoGP (evento de clase B) también es un evento de gran interés mediático, pero su carácter anual, regularidad y limitación de infraestructuras, provocan que su impacto económico se limite, siendo más consistente con el paso de los años. No obstante, la creación de 575 puestos de trabajo y la aportación de un 0.2% al PIB anual de Valencia en único fin de semana debe considerarse un éxito de por sí. Finalmente, los eventos del tipo C, como la Maratón de Valencia, provocan un impacto más limitado en la actividad económica, derivado del gasto de sus participantes principalmente, a pesar de los esfuerzos de las federaciones y de los organizadores de generar mayor interés mediático.

Desde el punto de vista académico, se han analizado las distintas formas y herramientas que han surgido a lo largo de la historia para intentar cuantificar el impacto en la economía de las pruebas deportivas, así como los elementos de los eventos que determinan que sea mayor o menor su atractivo económico. El análisis de dos artículos científicos ha permitido observar dos maneras de realizar el estudio de impacto mediante la utilización del mismo instrumento de medición (las tablas Input-Output), haciendo comprender que esta metodología resulta muy útil independiente del tipo de evento que se estudie (basta con limitar el número de agentes económicos que realizan gasto e inversión) y el tamaño de la sede (el estudio se puede limitar a una provincia o estudiar su interacción con el resto de la comunidad autónoma). Además, se ha podido estudiar la distribución del impacto por sectores turísticos, llegando a la conclusión de que las principales ramas beneficiadas por el impacto en las competiciones deportivas son las inversiones en infraestructuras (en el caso de que sea necesario la construcción de las instalaciones para la celebración del evento) y los gastos en hostelería e inversiones inmobiliarias de los participantes y espectadores. También ha quedado reflejado la importancia del sector público, tanto como principal motor del interés mediático que se puede generar, como principal inversor de los grandes eventos (casi el 70 % de las inversiones realizadas en la Copa América provenían de fondos públicos). Sin embargo,

la metodología Input-Output ha planteado alguna duda sobre si el impacto cuantificado no se exagera en los casos de eventos deportivos de corta duración. Este razonamiento es el que ha llevado a seleccionar la TIO como herramienta para analizar la Maratón de Valencia.

Las características estudiadas han permitido analizar un tipo de evento de menor complejidad, como es el caso de una maratón, cuya celebración se encuentra al alcance de un mayor número de localidades. La elección se justificaba en la búsqueda de conocer el impacto que puede generar un tipo de evento que se celebra de manera habitual en las ciudades españolas. El estudio ha determinado que, tanto el impacto directo como el impacto inducido e indirecto que se genera en la actividad económica, justifican el pequeño gasto que realizan tanto las Administraciones Públicas como los patrocinadores.

Por último, debe destacarse el horizonte temporal en que se celebran los eventos deportivos para poder analizar de forma comparativa. Se escogen eventos en los años 2007 y 2010 debido a que son las únicas ediciones analizadas a través de artículos científicos en la Comunidad Valenciana. El estudio del Gran Premio de MotoGP se lleva a cabo sobre la edición de 2010, en plena crisis económica y financiera, cuando el número de asistentes se ven reducidos a la mitad; mientras que la edición de la América's Cup se remonta al 2007, momento de máximo auge económico y en el que dinero público y privado fluía con facilidad. Estas circunstancias hacen que la comparación directa pueda verse afectada por los factores coyunturales del entorno económico, pero la utilización de una metodología tan analítica con la TIO permite disminuir esta limitación.

7. ANEXO

El presente anexo tiene la finalidad de explicar el funcionamiento de las tablas Input-Output (Maudos J., 2016) como instrumento de medida del impacto económico utilizados en los tres eventos deportivos. Los impactos económicos a estimar en todo evento deportivo son los impactos directos, indirectos e inducidos. Estos dos últimos, requieren de la metodología input-output.

Para comenzar el análisis se parte de la última tabla disponible input-output oficial de la Comunidad Valenciana, en este caso la del año 2000 (salvo en el caso de la maratón de Valencia de 2017, en la que el IVE realizó una actualización de la TIO de 2000 mediante el método EURO para alcanzar los datos del año 2010). Esta tabla incluye la estructura productiva de una determinada comunidad autónoma en la que se establecen los inputs necesarios que un sector demanda del resto de la economía para satisfacer su propia producción. De esta manera se puede calcular el impacto que se produce en la producción, la renta y el empleo debido a un aumento en la demanda final (gasto asociado a la celebración de los tres eventos deportivos diferentes)

El método Input-Output permite calcular los impactos de maneras diferentes, estudiándolo de manera agregada (como es el caso que se ha realizado en los estudios de la Copa América y del Maratón de Valencia) o por ramas del turismo (como se realiza en el estudio del Gran Premio de Moto GP)

Los impactos directos sobre la producción son equivalentes a los gastos directos que realizan los agentes económicos que intervienen en la celebración y organización del evento. En el caso del valor añadido (renta), los impactos directos se estiman a partir de la propia tabla input-output en base a la proporción que la renta representa de la producción de cada sector. El empleo por su parte se obtiene a partir del ratio empleo/producción que también establece la TIO.

Los impactos directos no son los únicos importantes como hemos visto. La actividad económica conlleva la existencia de efectos multiplicadores (efectos keynesianos) que provocan impactos indirectos e inducidos en la economía. Existen tanto multiplicadores del tipo I, como multiplicadores del tipo II que permiten calcular los efectos adicionales inducidos a través del consumo de las economías domésticas (este tipo de multiplicadores son tenidos muy en cuenta en el estudio del maratón). Los impactos totales se pueden obtener a partir de los multiplicadores del tipo II. Obteniendo los impactos totales y los impactos directos, se obtiene por diferencia los impactos indirectos e inducidos.

La estructura de las tablas input-output se encuentra en el gráfico 3. La TIO recoge los flujos de transacciones entre los diferentes sectores de una determinada región (Comunidad Autónoma en este caso) en un determinado año, junto con los vectores de la demanda final y los inputs primarios. El vector de output sectorial viene definido por una ecuación en forma matricial, en base al modelo de cantidades del sistema cerrado de Leontief:

$$X = AX + Y$$

$$A = [a_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_j}]$$

Con lo que el vector de output sectorial es:

$$X = [I - A]^{-1}Y$$

donde:

- X es el vector del output sectorial (n x 1)
- A es la matriz de los coeficientes técnicos (n x n)
- (I-A) es la matriz tecnológica
- Y es el vector de la demanda final (n x 1)

Estableciendo que los coeficientes técnicos son constantes y proporcionales, el sistema de cantidades permite determinar cuáles son los efectos que se producen sobre la producción, renta y empleo al variar la demanda final. Es necesario extender el modelo básico de Leontif para incluir los requerimientos de inputs primarios en la demanda final, además de las cantidades que determinan las demandas intermedias que ya se encuentran en el modelo. De esta manera obtenemos los multiplicadores input y output

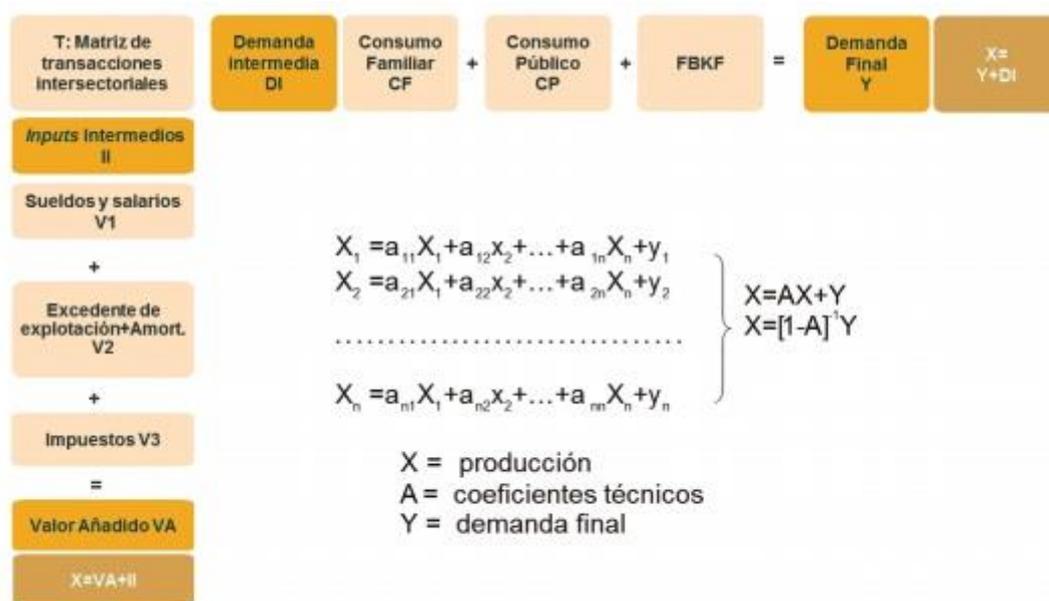
Multiplicadores de output: B se puede definir como la inversa de la matriz tecnológica

$$B = [I - A]^{-1}$$

Cada elemento de la matriz B, b_{ij} , indica el incremento que se produce en la producción del sector i necesario para poder satisfacer el incremento en la demanda final de j. Por lo tanto, la suma de una columna de la matriz B indica la producción necesaria de todos los sectores de la economía para poder satisfacer la demanda final de j. De esta manera se produce una estimación del impacto que tiene en una economía el incremento total de la demanda final de un sector determinado. La fórmula de los multiplicadores del output es:

$$MO_j = \sum_{i=1}^n b_{ij}$$

Gráfico 4. Estructura de una tabla de input



Fuente: Estudio “36ª Maratón Valencia Trinidad Alfonso”

Multiplicadores de renta: Indican la capacidad de producir renta derivada de cambios en la demanda final. Al igual que sucede en el multiplicador Keynesiano, el aumento inicial de la renta debido a los cambios en la demanda final tiene unos efectos inducidos en el consumo de las economías domésticas que provoca a su vez otro aumento de la demanda final. Este proceso de interacción entre la renta y el consumo se produce sucesivamente hasta la desaparición definitiva de los efectos inducidos. La inclusión o no de este efecto inducido es la diferencia entre el efecto multiplicador I (no contiene efecto inducido, solo el directo y el indirecto) y el multiplicador de la renta tipo II (contiene el efecto directo, indirecto e inducido de aumentos en la demanda final). La fórmula del multiplicador de la renta tipo I se define como

$$MR_j^I = \sum_{i=1}^n v_i b_{ij}$$

$$MR^I = v'B$$

donde V_i es la capacidad de generar renta por unidad de output en el sector i (valor añadido en el sector i / producción en el sector i).

Para determinar los multiplicadores de la renta del tipo II es necesario ampliar la matriz de relaciones intersectoriales incluyendo el sector de las economías domésticas como si fuera un sector más. Los elementos de la nueva fila de la matriz T^* , indican la renta domestica generada de forma directa al aumentar una unidad del sector j . Los elementos de la última columna de la nueva matriz representan las necesidades de producto i para la obtención final de una unidad de consumo privado. La nueva matriz de relaciones intersectoriales se puede expresar como:

Donde:

- Y es el valor añadido
- Cf es el vector de coeficientes de los consumos de los hogares
- CF es el vector de consumo de los hogares
- Y es la renta familiar
- RE son las rentas recibidas del exterior
- α es el vector de ratios renta/producto

La matriz inversa de Leontif B^* es igual a

$$B^* = \begin{bmatrix} A & cf \\ \alpha' & 0 \end{bmatrix}^{-1}$$

A raíz de esto, los multiplicadores de la renta tipo II pueden escribirse como

$$MR_j^{II} = b_{n+1,j}^*$$

Multiplicadores de empleo: Al igual que lo que sucede con los multiplicadores de la renta, los multiplicadores de empleo se pueden calcular teniendo en cuenta únicamente los efectos directos e indirectos (multiplicadores del tipo I) o teniendo en cuenta también los efectos inducidos por el aumento de la renta (multiplicadores del tipo II). Los multiplicadores del empleo del tipo I son:

$$ME_j^I = \sum_{i=1}^n I_i b_{ij}$$

$$ME^I = I'B$$

donde I_i es el coeficiente de trabajo calculado como empleo/output del sector i y el vector I contiene los coeficientes de trabajo de los distintos sectores. Para obtener el multiplicador del empleo tipo II solo sería necesario sustituir los coeficientes de la matriz inversa de Leontif por los coeficientes de la matriz B^*

8. BIBLIOGRAFÍA

- Barajas, Á., & Salgado, J. (2012). *Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos*. Estudios de Economía Aplicada.
- Crompton, J. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 15-35.
- Crompton, J. (2006). Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans? *Journal of Travel Research*, 67-82.
- Estadística, I. V. (2008). *Marco input-output y contabilidad regional de la Comunidad Valenciana 2000*.
- Gonzalez, M. (2010). Impacto económico de los hoteles: Aplicación a la. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 319-338.
- Gratton, C., Shibili, S., & Coleman, R. (2006). *The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK*. Board of the Sociological Review.
- Gratton, C. (2011). Sport Satellite Accounts: The European Project. *The 19th Conference of European Association for Sport Management*, (págs. 287-288).
- Howard, D., & Crompton, J. (2005). *Financing Sports 2nd Edition, Morgan-town*. Fitness Information Technolog.
- Kessenne, S. (2005). Do We Need an Economic Impact Study or a Cost-Benefit Analysis of a Sports Event? *European Sport Management Quarterly*, 133-142.
- Kurscheidt, M. (2000). Le poids macroéconomique du sport et le spectacle sportif: méthodologie, résultats empiriques et perspectives économiques pour le cas de l'Allemagne. *Reflets et perspectives de la vie économique*, 47-60.
- Leal Rojas, C. (2005). *Valoración económica del medio ambiente: Caso de la reserva de la biosfera de los tuxtlas*. Tesis Licenciatura. Departamento de Economía, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas.
- Lera, F. (2010). *Una aproximación al Deporte desde la Economía. El Papel de la Fundación Observatorio Económico del Deporte (FOED)*.
- Market Economics Ltd. (2003). *The economic impact of the 2003 America's Cup Defence*. Ministry of Tourism.
- Martí Selva, M., & Puertas Medina, R. (2012). *Impacto económico de un evento deportivo: Campeonato del mundo de MotoGP*. Estudios de Economía Aplicada.
- Matheson, V. (2006). *Mega-Events: The effect of the world's biggest sporting events on local, regional, and national economies*. Department of Economics, College of the Holy Cross.
- Maudos, J. (2007). *Impacto económico de la 32ª Americas Cup Valencia 2007*. Informe final IVIE.

- Maudos, J. (2016). *36 MARATÓN VALENCIA TRINIDAD ALFONSO 2016*.
- Pedrosa, R., & Salvador, J. (2003). El impacto del de-porte en la economía: Problemas de medición. *Revista Asturiana de Economía*, 61-80.
- Porter, P. K., & Fletcher, D. (2008). The economic impact of the Olympic Games: Exante predictions and ex-post reality. *Journal of Sport Management*, 470-486.
- Rodriguez Guerrero. (2011). *Análisis del impacto económico de la celebración del campeonato del mundo de patinaje de velocidad (CMPV) celebrado en Gijón. 4-12 septiembre de 2008*. Fundación Observatorio Económico del Deporte.
- Stone, R. (1969). L'analisi dei Sistema Economici". *D'Adda, C., y Filippini*.
- Wilson, R. (2006). *The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study or four swimming events*. Managing Leisure.