



LOS EVENTOS DEPORTIVOS COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA: ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y DEPORTIVO



Dr. Juan Luis Paramio Salcines
Profesor Titular de Gestión Deportiva
V Jornada de AGEDECYL
El Deporte y su Impacto Socioeconómico
Valladolid, 11 de Diciembre de 2015



CONTENIDOS

1. El sector del deporte turismo de eventos a nivel internacional y en España: Posicionamiento estratégico de ciudades y países

2. Potenciales beneficios y costes inherentes al uso de eventos como estrategia urbana

3. Estudios de Impacto Económico de los Eventos: Caso del Mundial de Rallies RACC Cataluña 2007 en Salou, Tarragona

Barcelona: Referente mundial en el uso estratégico de los eventos deportivos

- ❑ Previamente a los **Juegos Olímpicos de 1992**, la ciudad era capaz de atraer sólo a **1,73 millones de turistas** (1990)
- ❑ **Tras los JJ.OO. de 1992**, Barcelona se ha consolidado como un **destino turístico a nivel internacional**
- ❑ 6ª ciudad más visitada en Europa (tras Londres, París, Berlín, Roma y **Madrid**) con **7,8 millones de turistas (2014)** (Barcelona Turisme, 2014).
- ❑ Más de **1.5 millones** visitaron el **Museo del FC Barcelona** (2014)

@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015



Estadístiques de turisme a Barcelona i comarques

Estadísticas de turismo en Barcelona y comarcas

Tourism statistics in Barcelona and regions

Sintèsi / Síntesis / Synthesis



Posicionamiento de Comunidades Autónomas y el Deporte Turismo Activo y de Eventos Deportivos



CATALUNYA DESTINOS DE TURISMO DEPORTIVO



ECONOMÍA

España atrae a nueve millones de turistas deportivos durante el verano

ABC / MADRID
Día 04/08/2014 - 04.16h

Las buenas condiciones climáticas e infraestructurales para la práctica deportiva convierten a nuestro país en uno de los principales destinos



ABC

El deporte de aventura es uno de los más demandados

A la vez que aumenta el número de adeptos al turismo deportivo, **nuestro país se perfila como uno de los principales destinos para este tipo de prácticas**. Las buenas condiciones climáticas e infraestructurales para la práctica deportiva convierten a España en un reclamo para los turistas, según José Ignacio Marcet, Presidente de la Fundación Marcet. Además, Marcet ha precisado, nuestro país es un referente del deporte a nivel internacional.

Según el balance de turismo publicado por el Instituto de Estudios sobre Turismo, **los españoles realizan 2.275.000 viajes por motivos vinculados al deporte** (turismo interior), una cifra que representa el 2,6% del total de viajes realizados en nuestro país con una cifra de negocio de 523 millones de euros. En cuanto a los turistas internacionales que realizan actividades deportivas en España (turismo exterior), la cifra asciende a 9.039.000 según el Instituto de Estudios Turísticos y EGATUR (Encuesta del Gasto Turístico).

Entre las razones por las que este tipo de turismo está en auge destacan las condiciones climáticas y naturales de España según argumenta el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. El fenómeno está, no

**1. Sector de Deporte Turismo de Eventos a nivel internacional y en España:
Posicionamiento Estratégico de Ciudades y Países**

**Deporte
Turismo Activo**

**Deporte Turismo de
Eventos Deportivos
(Event Sport Tourism)**

**Tipología de Deporte
Turismo (Sport Tourism)**

**Deporte Turismo Asociado
a la Nostalgia (Nostalgia
Sports Tourism)**

Turistas que viajan fuera de su lugar habitual de residencia para específicamente presenciar un evento deportivo.

El componente turístico del usuario puede ser muy variado, desde casi inexistente, que implica únicamente presenciar el evento, hasta muy intenso, donde además de planificar el viaje para presenciar el evento, se aprovecha para visitar el destino

Fuente: Gibson (1998, 2003, 2008) y Gibson y Fairley (2014)

@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015

Posición Estratégica como dinamizador del turismo y del deporte turismo en países y ciudades de todo tipo, incluido España (Hosteltur, 2005; MECD, 2013, 2014, 2015)

El **deporte turismo** supone ya la nada desdeñable cifra del 32% de la industria turística global (450.000 millones de euros), con un crecimiento del 14% (OMT, 2015)

La **globalización del deporte turismo de eventos deportivos** en ciudades y países de todo tipo

Aumento del **número de turistas deportivos** que justifican su viaje fuera de su lugar de residencia a cualquier lugar del mundo para asistir a acontecimientos deportivos

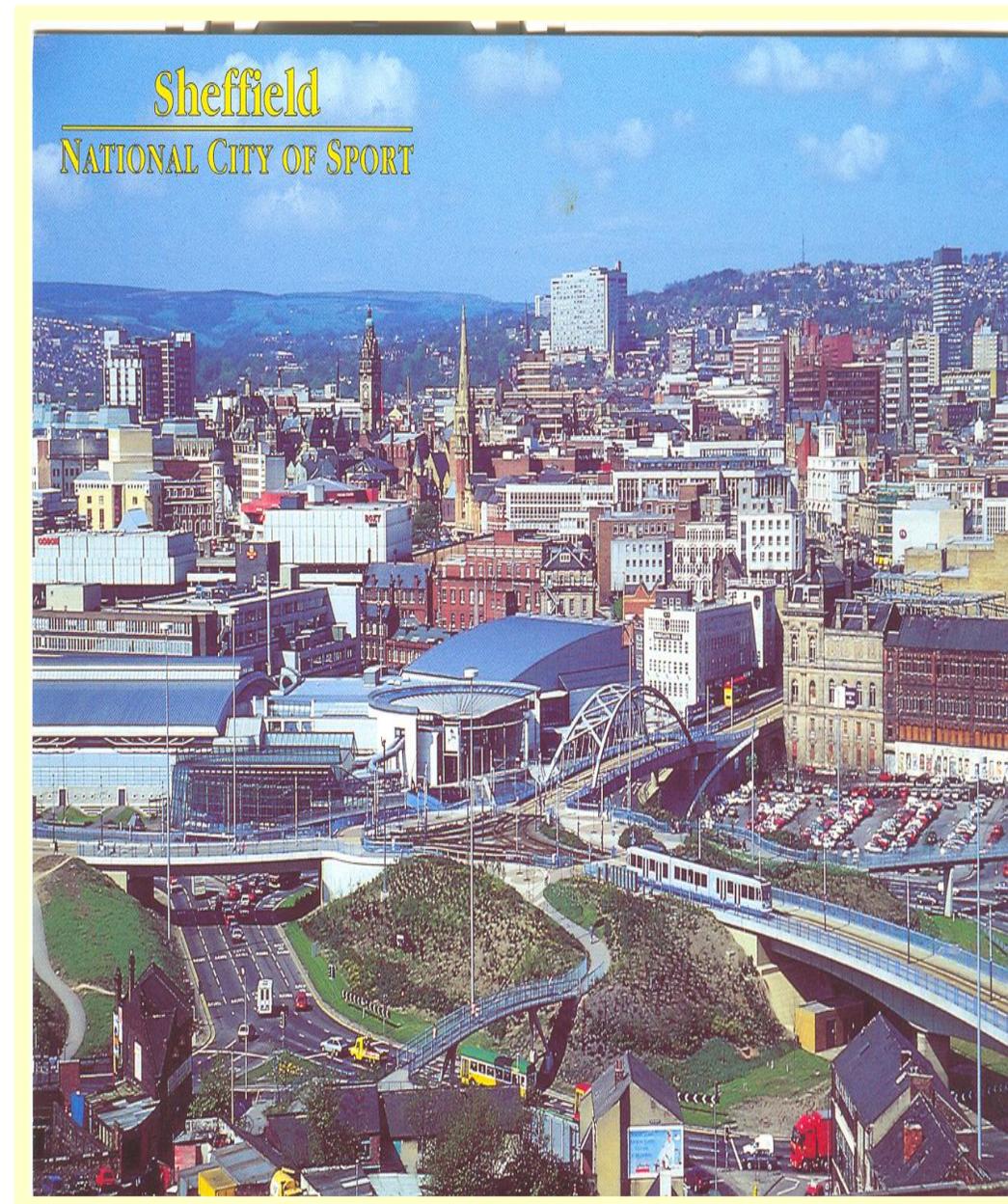
Ciudades como 'centros de entretenimiento y espectáculo' (Harvey, 1990, Law, 2002; Paddison, 1993; Zukin, 1998; Zukin *et al.*, 1998)

'ciudades del deporte' (Henry y Paramio-Salcines, 1999; Gratton y Henry, 2001; Smith, 2010)

'destinos de turismo deportivo' (Fernández Alles, 2014; Higham, 2005)

'ciudades para la bicicleta' (Berridge, 2012; Walker, 2015)

Los eventos deportivos se han convertido en un medio eficaz para generar diferentes impactos 'tangibles' e 'intangibles', entre los que destaca la atracción de turistas y la reinvencción de la identidad urbana



Es clave seleccionar adecuadamente el evento deportivo (Bramwell, 1997; Berridge, 2012; Law, 2002; Getz, 1998, 2003, 2008; Page, 1995; Higham, 2005; Masterman, 2009; Weed y Bull, 2004; Weed, 2008; Smith, 2012).

El prestigio de un evento y sus características distintivas son factores que pueden influir en:

- a) el número de personas que se desplacen fuera de su lugar de residencia debido al evento
- b) la duración de su estancia en establecimientos hoteleros en el destino
- c) su nivel de gasto
- d) el grado de exposición mediática del evento y por extensión, de la imagen de la ciudad por parte de diferentes medios de comunicación

Relación directa entre la imagen de la ciudad organizadora del evento que tienen los potenciales turistas y su intención real de visitarla (Gibson, 2003).

❑ La asistencia a eventos deportivos constituye una de las principales razones que conducen a los potenciales turistas a viajar (Law, 2002; Gibson, 2003; Higham, 2005; Page, 1995; Standeven y DeKnop, 1999).

❑ No debemos de olvidar que los visitantes que acuden a los eventos deportivos se caracterizan por su fidelidad al destino y por su gasto elevado durante su estancia (Hosteltur, 2005).

Aficionados con discapacidad del Schalke 04 y sus acompañantes en Old Trafford, 11 Mayo 2011



Deporte Turismo de eventos deportivos: Indicadores de Evaluación

- Impacto Económico atribuible al evento en la localidad o ciudad
- Gasto Económico atribuible a diferentes colectivos (espectadores, participantes, medios de comunicación, equipos técnicos...etc)
- Nivel de Asistencia de visitantes nacionales e internacionales (incluyendo medios de comunicación, personal técnico, equipos....)
- Estimación de Ocupación Hotelera vinculada a la celebración del evento
- N° de Días de Estancia en la Ciudad con ocasión del Evento (Estancia media de individuos/grupo.....)
- N° de Años de Participación/Asistencia al Evento (Fidelidad/Calidad del Servicio)

UK Sport will work in partnership to lead sport in the UK to world-class success



INTRODUCTION

- //01 Running Events – Some Key Questions
- //02 Writing Your Major Event Strategy
- //03 Preparing a Bid
- //04 A Suggested Business Plan Template
- //05 Insurance & Legal Issues
- //06 Security & Policing
- //07 Television & Media
- //08 Marketing & Sponsorship
- //09 Health & Safety and Risk Assessment
- //10 Data Protection
- //11 Volunteers
- //12 Ethical Considerations
- //13 Anti-Doping
- //14 Environment
- //15 Tourism and Sporting Events
- //16 The Economic Impact of Major Events
- //17 Sports Development
- //18 UK Sport's World Class Events Programme
- //19 Support Services
- //20 Directory of Useful Contacts & Resources
- //21 Checklist & Practical Last Thoughts
- //22 Further Reading

El sector de los eventos deportivos contribuye con más de **15.000 millones de libras (€ 20.7637 millones)** por año al turismo nacional (Department for Culture, Media & Sport, 2015).

La Premier League es capaz de atraer a **800.000 visitantes** anuales de diferentes países, entre los que destaca la India, en el año **2014**.

Traslación económica con un **gasto total estimado de 684 millones de libras (951,07 millones de euros)** y con un **gasto medio por visitante de 855 libras (1.188,85 euros)** durante su estancia,

superior al gasto medio de un turista que visita el país y que se cifra en 636 libras (905, 06 euros), según señala el informe *Football tourism scores for Britain* (Phillips, 2015).

Main source countries of visits to the UK for the Olympics 2012

How many people visited the UK from each country with main purpose being Olympics-related



Source: International Passenger Survey, ONS V2 19/03/2013

www.ons.gov.uk

Office for
National Statistics

Los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres 2012 y el Campeonato del Mundo de Rugby 2015 representan un punto de inflexión en el uso estratégico de los eventos y el turismo urbano.

El país recibió **698.000 visitantes** para seguir en directo los Juegos Olímpicos y Paralímpicos (Office for National Statistics, 2015).

El Campeonato del Mundo de Rugby 2015 con la llegada estimada de más de 466,000 turistas internacionales durante su celebración (18 sept- 31 octubre) y con un gasto estimado de 869 millones de libras (€1.201,36 millones) (Ernst & Young, 2014).



Reino Unido ha organizado más de 70 eventos deportivos de carácter internacional en los últimos años

Grand Départ Tour de France (GDTF) 2007 en Londres y en el 2014 en York

Campeonato del Mundo de Rugby 2015

Campeonato del Mundo de Atletismo 2017 o la Copa del Mundo de Cricket 2019 (UK Sport, 2015a, b).

UK Sport planea **invertir más de 50 millones de libras** (€70.7 millones) hasta el año 2023, con el objetivo principal de atraer más de 100 eventos deportivos.

El gobierno espera conseguir un **impacto económico estimado en más de 500 millones de libras** (700,2 millones de euros).

Entrada y Gasto total de turistas no residentes que realizaron actividades con destino España en año 2014				
	Turistas	%Variación interanual	Gasto total	%Variación interanual
Realizó actividades deportivas	9.248.495	11,2	9.821.603.807	10,7
Golf	986.244	-3,7	1.269.368.599	-3,7
Esquí - nieve	142.646	94,1	165.540.028	121,5
Deportes náuticos	3.028.555	12,0	3.012.192.233	8,9
Caza				
Senderismo, montañismo	3.090.309	10,2	3.073.519.512	9,4
Deporte de aventura	502.849	39,3	531.158.533	52,0
Otros deportes	4.558.898	15,2	4.935.941.430	13,8
Asistencia a espectáculos deportivos	1.900.831	18,5	2.467.465.650	22,5
Actividades culturales	36.403.932	11,4	39.111.281.050	11,3
Visitas culturales	33.414.666	13,3	36.309.193.894	13,3
Asistencia a espectáculos culturales	5.955.088	2,9	8.498.253.389	10,2
Otras actividades culturales	12.320.012	-13,3	15.268.423.391	-8,6
Servicios tipo balnearios, talasoterapia	2.426.111	7,0	2.911.336.443	5,0
Visitas a parques temáticos	7.401.534	14,6	7.765.030.009	9,8
Visitas a casinos, salas de juego	849.860	36,8	1.104.475.328	42,6
Actividades gastronómicas: alta gastronomía, visitas a bodegas, etc.	9.491.286	28,6	10.675.127.953	23,8
Actividades de diversión (discotecas, clubes)	13.632.472	12,9	14.601.499.015	12,9
Visitas a familiares	6.866.779	9,1	5.630.741.803	2,7
Realizan compras	43.686.921	6,4	47.119.342.585	5,9
No realiza actividades	7.491.796	-4,9	5.094.863.727	-6,3
Total general	64.995.283	7,1	63.093.626.606	6,5

Fuente: Comunicación personal del Instituto de Turismo de España (20 de Agosto de 2015) proveniente de Egatur (2014)

No ha existido un reconocimiento del potencial real del deporte turismo como actividad económica y como dinamizador del turismo.

El conjunto de los turistas residentes en España realizaron 2.863,2 miles de viajes principalmente por motivos relacionados con el deporte con un gasto turístico total de 583,1 millones de euros (2013).

En 2009, dichos indicadores han ido gradualmente aumentando desde los 2.069,5 miles de viajes y un gasto de 460 millones de euros.

Son precisamente los turistas deportivos internacionales nuestro público objetivo.

En el año 2014, de los cerca de 65 millones de turistas extranjeros que llegaron a nuestro país, 4,3 millones más que el año anterior (Frontur, 2014), se estima que 9,2 millones (14,6%) fueron deportistas-turistas, principalmente del Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Holanda.

El 'deporte turismo activo' tiene asimismo un peso importante en el gasto de los turistas extranjeros, contabilizándose un gasto total asociado de 10.231,1 millones de euros.

El uso estratégico de los eventos en España:

- **Barcelona** (Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 1992) (Álvarez del Blanco, 1993, Barcelona Turisme, 2014)
- **Madrid** (candidaturas olímpicas de 2012, 2016 y 2020) (Paramio-Salcines, 2013)
- **Sevilla** (Candidaturas Olímpicas 2004, 2008 y 2012 o la Final de Copa Davis, 2004)
- **Valencia** (America's Cup 2007 y 2010)
- **Jerez de la Frontera** (Gran Premio de Motociclismo de España) (Fernández Alles, 2014)
- **Orense** (Rally de Ourense) (Sánchez, Barajas y Alén, 2013),
- **Lanzarote** (Ironman Club La Santa)
- **Tarragona** (Juegos del Mediterráneo 2017) (Año, Calabuig, Ayora, Parra y Duclos, 2013).

Siendo una ciudad como **Madrid** donde se celebraban un nº reducido de eventos, uno de los efectos positivos de las candidaturas olímpicas de 2012, 2016 y 2020 ha sido el aumento de eventos en la ciudad:

Más de 250 eventos en la última década, incluyendo:

- ❑ Campeonato Europa de Atletismo Indoor y Campeonatos Mundiales de Ciclismo en Ruta, Taekwondo y Tiro con Arco (2005)
- ❑ Campeonatos del Mundo de Hockey femenino o de Bádminton (2006)
- ❑ Campeonato Europeo de Baloncesto (2007), la final de la Euro Liga de Baloncesto, Campeonato del Mundo de Gimnasia o la Copa Federación de Tenis (2008), Master Series de Tenis, carreras populares, la final de la Champion League de junio del 2010 en el Estadio Santiago Bernabéu o la final de la EuroLeague de Baloncesto en el Barclays Arena (Paramio Salcines, 2013).

IRONMAN La Santa Sport (1992-..)

Sport for 365 days of the year

Welcome to Lanzarote, a unique destination for sports lovers the whole year round, thanks to its perfect climate and amazing natural beauty

IRONMAN LANZAROTE CANARIAS-SPAIN

May 23rd 2015
PUERTO DEL CARMEN, LANZAROTE

INFORMATION
WWW.IRONMANLANZAROTE.COM

Canary Islands
EUROPEAN SPORTS DESTINATION

www.turismoencanarias.com
www.turismoencanarias.com
www.eurosporsportdestination.com

Canary Islands
EUROPEAN SPORTS DESTINATION

IRONMAN and tri-iron are registered trademarks of World Triathlon Corporation, Phoenix, Arizona, USA

Prueba de su potencial económico, deportivo y turístico

Más de 2.000 atletas

Asistencia de 6.500 acompañantes (estancia media de 7 a 10 días)

60 medios de comunicación

@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015

2. Potenciales Impactos Positivos y Negativos en las Ciudades que organizan un evento

Beneficios económicos a las ciudades que los albergan

Incremento del déficit público a resultas de una gestión deficiente

Número elevado de turistas y nuevas empresas a la ciudad

Reducción en los servicios públicos básicos durante el evento

Mayor visibilidad internacional de la ciudad como destino de turismo deportivo

Congestionamientos de tráfico

Todos los residentes se verán directa o indirectamente beneficiados por dichos proyectos

Aumento de precios en los servicios básicos

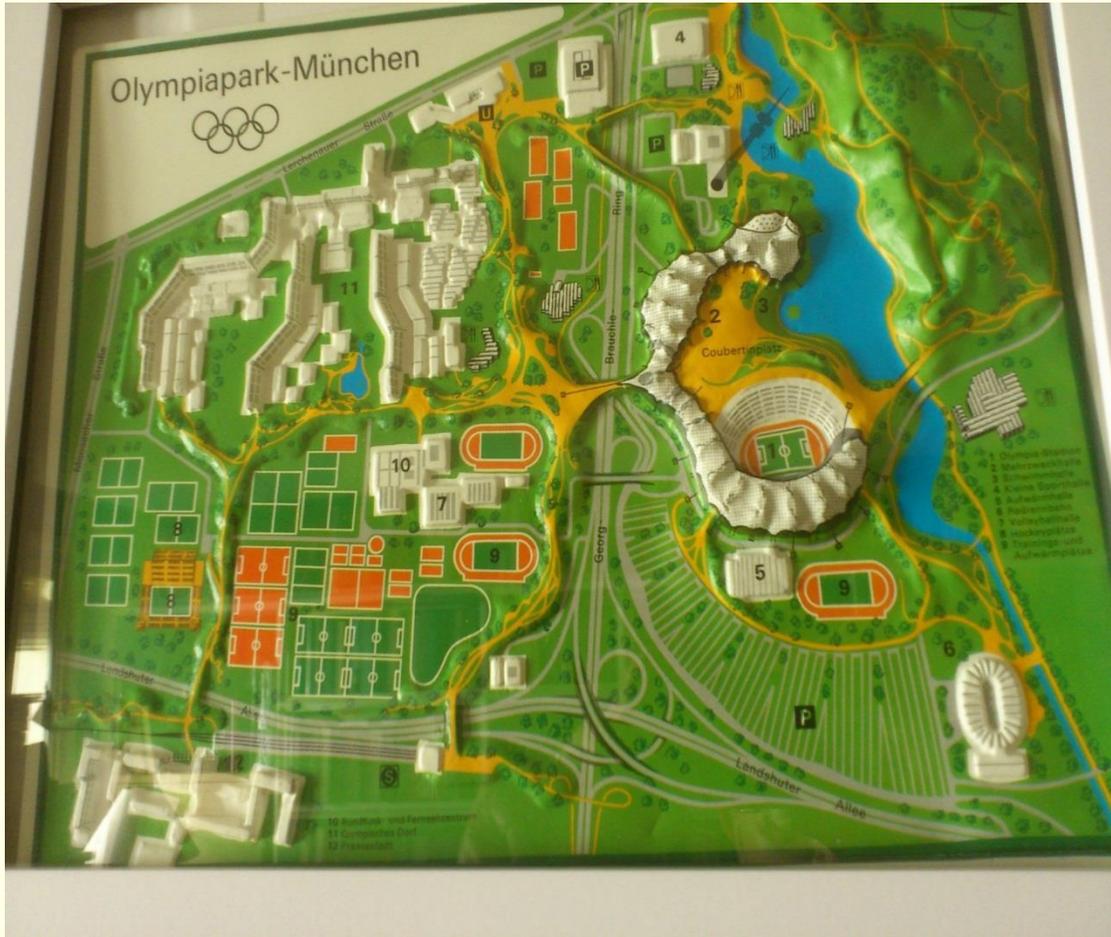
La financiación pública será mínima en comparación con las inversiones privadas o de otros niveles de gobierno

Desplazamiento de ciudadanos de ciertas partes de la ciudad

Beneficios psicológicos, sociales y simbólicos para la ciudad

Falta de ingresos por la gestión de las instalaciones que se utilizan para el evento

Eventos como catalizador de la construcción de instalaciones deportivas: Regeneración Urbana de zonas en declive







Juegos Olímpicos y Transformación Urbanística

Parque Olímpico, Straford, Londres 2012



@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015

Jardín del Turia, Valencia



@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015

GRAND DÉPART

1-5 JULY 2015

UTRECHT 2015

GRAND DÉPART

THE OFFICIAL PROGRAMME

TOURDEFRANCEUTRECHT.COM

#TDFUTRECHT

Factsheet

The Netherlands: cycling country

2.9 km average daily distance cycled by the Dutch

25% of home-work commuting is done by bike

1.4 million electric bikes in 2014

Bron: Source: Statistics Netherlands, National Institute for Public Health and the Environment (RIVM), BOWAG-RAI, GfK Panel Services, Dutch Cyclists Union. Publication date: 1 July 2015

35,000 km total length of Dutch cycle paths

Average distance cycled per person per day by age group, 2014

Age group	Average distance (km)
12-14 yrs	~6.5
15-24 yrs	~4.5
25-44 yrs	~3.5
45-64 yrs	~3.0
65 yrs or older	~2.5

Provinces with the most and least metres of cycle paths per ha of land area, 2013

Province	Metres per ha
South Holland	~18
North Holland	~16
Utrecht	~14
Netherlands	~10
Zeealand	~8
Groningen	~7
Friesland	~6

Source: Fietsersbond, Statistics Netherlands.

240,000 Dutch practise cycling as a sport

Distance cycled per person pay day, by motive, 2014

Motive	Percentage
Recreation, restaurants and cafés, visiting friends or relatives, etc.	41%
To and from work, incl. work-related trips	23%
Shopping, hairdressers, etc.	17%
Education, course	15%
Other reason	4%

1,000 km average distance cycled per person per year
2,000 km average distance cycled per teenager per year

Traffic deaths, 1996-2014

Year	Cyclists	Total
1996	~250	~1250
1998	~250	~1200
2000	~250	~1150
2002	~250	~1100
2004	~250	~1050
2006	~250	~1000
2008	~250	~950
2010	~250	~900
2012	~250	~850
2014	~250	~800

558,000 Dutch victims of bike theft

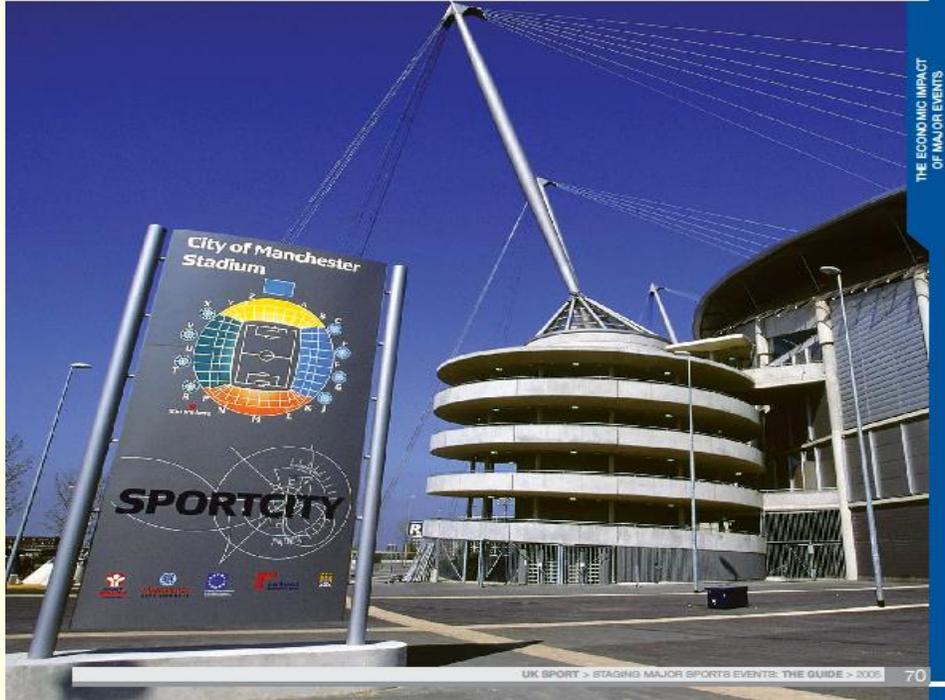
ATENAS 2004. ESTADIO OLIMPICO



3. Estudios de Impacto Económico de los Eventos: Caso del Mundial de Rallies RACC Cataluña 2007 en Salou, Tarragona



THE ECONOMIC IMPACT OF MAJOR EVENTS



THE ECONOMIC IMPACT
OF MAJOR EVENTS



2007 World Rally Championship

An evaluation of the economic impact
of the 2007 Rally RACC Catalunya-Costa
Daurada on the city of Salou

Final Report

Prepared for the University of Ulster, Northern Ireland on
behalf of the Federation Internationale de L'Automobile

By

Dr. Juan Luis Paramio, Dr. Jose Luis Zofio and Dr. Carlos Campos

Research Team of Universidad Autónoma of Madrid, Spain

15 December 2007

La mayoría de estudios se centra en analizar la asistencia a grandes eventos deportivos y en particular, su impacto económico, desde Juegos Olímpicos a Campeonatos del Mundo o la asistencia a torneos

En Norteamérica se estima que el 70% de los visitantes provienen de zonas limítrofes (Crompton, 1995)

Necesidad de analizar otros tipos de eventos

Impacto Económico del evento

se centra en evaluar el incremento económico en la ciudad o lugar donde se celebra dicho evento y que está **directamente** relacionado con la organización y gestión del evento y que no se habría dado si no se hubiera organizado dicho evento.

De la revisión bibliográfica sobre los impactos económicos de eventos, se destaca que una de las principales deficiencias se encuentra en la falta de una metodología coherente (Watkins y O'Neill, 2006; Anderson, 2005).

Watkins y O'Neill (2006) al analizar los datos extraídos del estudio de impacto económico realizado en relación con la celebración de la Ryder Cup en Irlanda en el año 2006 señalan que

‘Muchos estudios de impacto económico se caracterizan por no seguir una metodología coherente ni una aproximación conservadora, y se realizan fundamentalmente con fines de relaciones públicas’ (p. 1)

- Lo cual puede confundir tanto a los organizadores y al público en general sobre el impacto real de un evento.

*‘Es posible calcular de forma razonablemente rápida el gasto adicional generado en una ciudad por un evento, usando una **metodología básica** basada en **tres métodos** como son la administración de **encuestas personales**, un **trabajo de recogida de datos** y la realización de **entrevistas**’ (UK Sports, 1999, 2005, 2015).*

El uso conjunto de los métodos mencionados nos permite asegurar que los resultados alcanzados tengan cierta validez y se puedan contrastar con diferentes fuentes.



@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015

La Universidad del Ulster (Gran Bretaña), en representación de la Federación Internacional de Rallies, está analizando el *Impacto Económico de todas las pruebas del Mundial*. Con este fin y en nombre de la organización del Rally RACC-Costa Daurada 2007, le agradeceríamos su colaboración para completar este cuestionario.

Cuestionario para Espectadores

1. Indique su nacionalidad

2. Indique dónde reside habitualmente (ciudad/país)

3. Indique su Edad

Sexo HOMBRE

MUJER

Profesión

Nivel de Estudios

4. Señale cómo se ha desplazado al Rally y su coste (en €)

Medio de Locomoción			Gasto (€)
4.1. Coche Privado <input type="checkbox"/>	4.2 Coche de Alquiler <input type="checkbox"/>		
4.3 Avión Aeropuerto de Reus <input type="checkbox"/>	Aeropuerto del Prat <input type="checkbox"/>	Otro Aeropuerto <input type="checkbox"/>	
A. Vuelo Regular <input type="checkbox"/>	B. Charter <input type="checkbox"/>	C. Compañía Bajo Coste <input type="checkbox"/>	
4.4. Tren <input type="checkbox"/>	4.5. Autobús <input type="checkbox"/>	4.6. Otros <input type="checkbox"/>	

5. ¿Está siguiendo Ud. en solitario el Rally? Si 1 No 2

(Si la respuesta es negativa vaya a la pregunta 6 y si es positiva, a la pregunta 9)

6. Si no ha viajado solo, indique cuántas personas han viajado con Ud. al Rally

7. Señale con un círculo la respuesta adecuada a las siguientes preguntas:

7.1. ¿Cuántas personas han viajado con Ud., pero no están siguiendo el Rally? 0...1...2...3...4...5...6+

7.2. ¿Cuántas personas adultas (mayores de 16 años) están con Ud. siguiendo el Rally? 0...1...2...3...4...5...6+

7.3. ¿Cuántos niños (menores de 16 años) están con Ud. siguiendo el Rally? 0...1...2...3...4...5...6+

8. Sus acompañantes ¿son de la misma nacionalidad y residencia? Si 1 No 2

9. ¿Ha viajado con anterioridad a la zona de celebración del Rally? Si 1 No 2

10. Si ya ha estado anteriormente, especifique el motivo del viaje

10.1. Asistencia al Rally

10.3. Ocio-Vacaciones

10.5. Actividades Culturales

10.7. Personal (Familiar, Salud, Compras)

10.9. Actividades Náuticas

10.2. Asistencia al Rally y Vacaciones

10.4. Trabajo, Negocios, Ferias y Congresos

10.6. Estudios

10.8. Práctica Golf

10.10. Otros

11. ¿Ha venido expresamente para seguir el Rally 2007? Si 1 No 2

12. Indique si es la primera vez que acude al Rally Si 1 No 2



@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015

Tipología de eventos deportivos en función del impacto económico

Eventos donde la relevancia del gasto es mayor por parte de colectivos de participantes (por ejemplo, deportes como la natación) (*'competitor-driven event'*) (*eventos para participantes*)

Eventos asociados a deportes como cricket, golf, atletismo o carreras de motor donde el gasto de los espectadores es preponderante sobre otros como participantes o medios de comunicación (*'spectator-driven event'*) (*eventos para espectadores*) (UK Sport, 1999, 2005) .

En aquellos eventos dominados principalmente por el número de competidores, la estimación del impacto económico es mucho más fácil, teniendo en cuenta que la mayoría de los grupos, bien sean equipos, atletas o medios de comunicación, ya están registrados y la organización dispone, con anterioridad, de dichos datos.

En eventos donde el gasto de los espectadores tiene mayor peso, la estimación del impacto económico de este colectivo es, en principio, más problemática al no tener una estimación exacta del número total de espectadores siguiendo *in situ* el evento.

A mayor peso de los espectadores en el gasto, mayor margen de error existe a la hora de predecir el impacto económico del evento.



ESTUDIO DE IMPACTO ECONOMICO

Junio de 2006



2007 Campeonato del Mundo de Rallys

Estimación del Impacto Económico
del Rally RACC 2007 Catalunya-Costa
Daurada en Salou-Tarragona

Informe

Preparado para el Real Automóvil de Catalunya

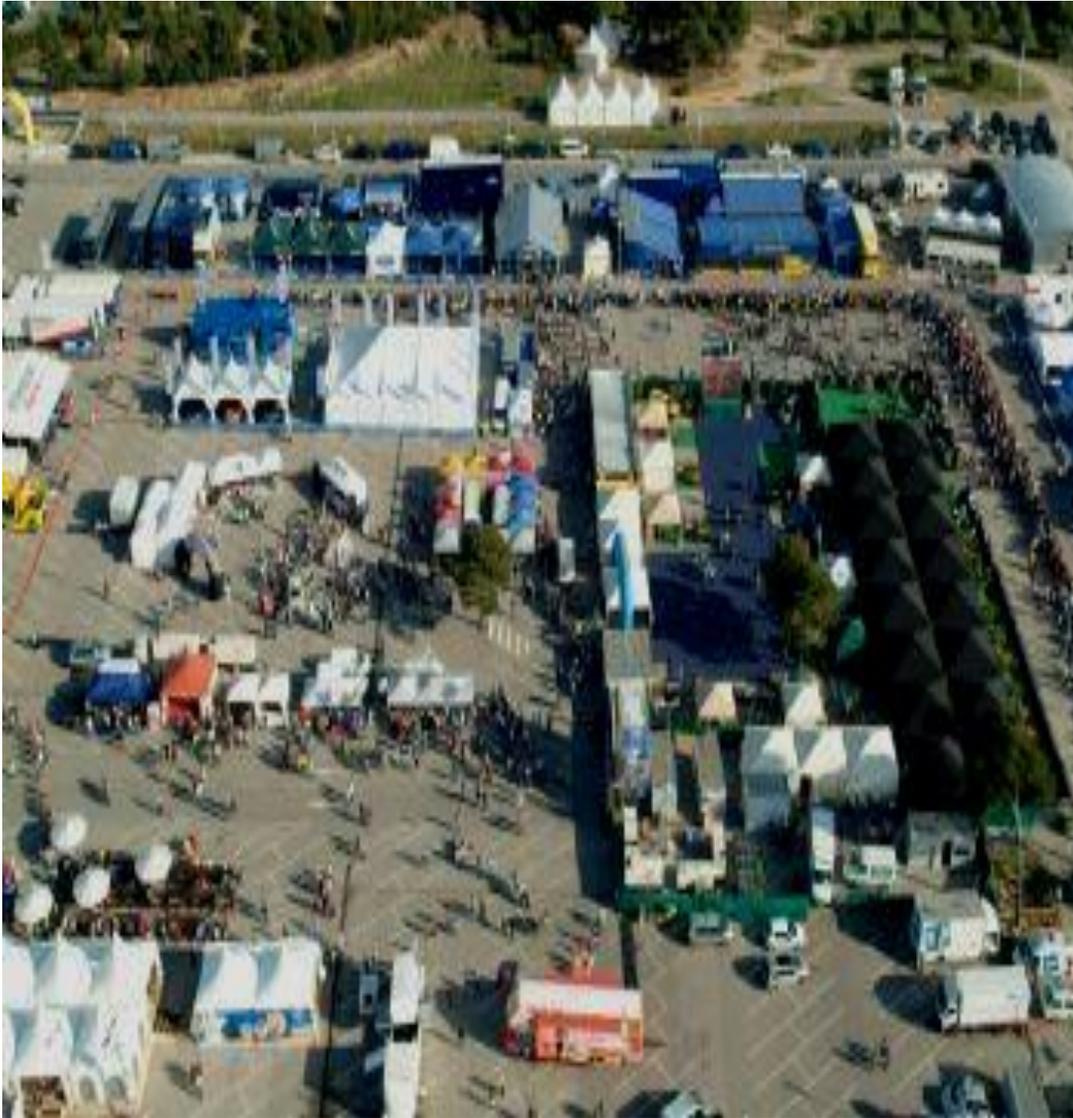
Por

Dr. Juan Luis Paramio, Dr. Jose Luis Zofio y Dr. Carlos Campos
Grupo de Investigación de la Universidad Autónoma de Madrid



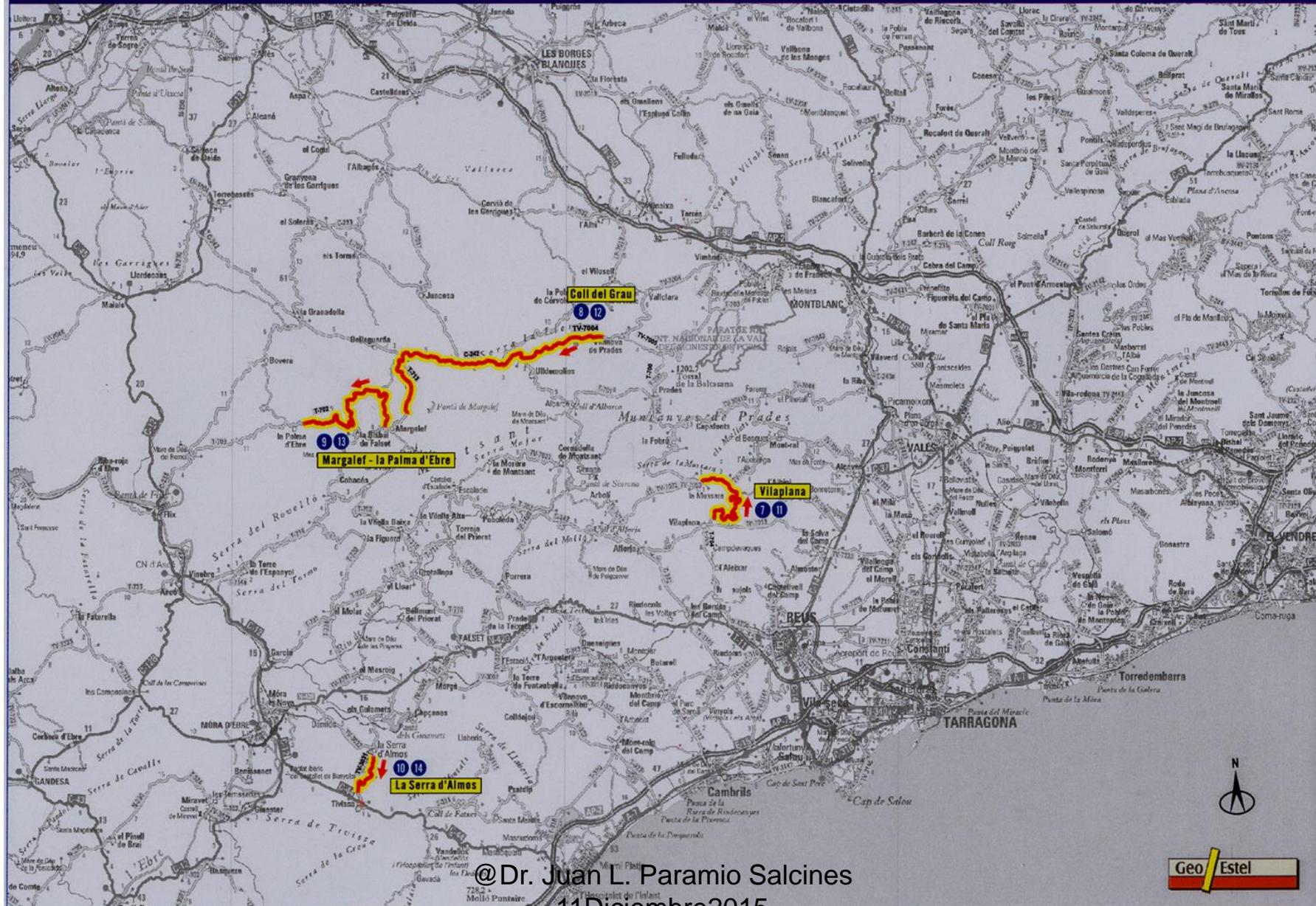
22 Diciembre 2007

EVITAR LA CONTABILIDAD DOBLE DE ESPECTADORES



@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015





@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015



@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015



@Dr. Juan L. Paramio Salcines
11Diciembre2015

NUMERO DE CAMAS VINCULADAS A LA CELEBRACION DEL 2007 RACC Rally

Year	Area	# Commercial Bed Nights	Occupancy Level	Days	Total Bed nights	Difference
2005	Costa Daurada	126.147	43%	4	216.973	24.134
2007	Costa Daurada	125.536	48%	4	241.107	

Fuente: Observatorio de Turismo de Costa Dorada

ESTIMACION DEL IMPACTO ECONOMICO ATRIBUIBLE A ESPECTADORES, EQUIPOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL RALLY RACC 2007

Categoría	Euros	Porcentaje
Espectadores	8.347.405	76,4
Equipos	2.361.000	21,6
Medios de Comunicación	222.526	2,0
Total Gasto	10.930.931	100,0



**A REPORT EXAMINING THE
SOCIO-ECONOMIC IMPACT OF THE
WORLD RALLY CHAMPIONSHIP
2007**



CONCLUSIONES

- ❑ El deporte turismo de eventos no debe ser sólo considerado como un sector productivo especializado y con un gran potencial de crecimiento a nivel global y en España, sino que también nos sirve para resaltar que los eventos tienen un gran potencial para atraer potenciales turistas al destino.
- ❑ Dicho posicionamiento se tiene que entender como parte de las estrategias que se están siguiendo para reactivar sus economías locales y no menos importante como un medio clave para reinventarse, adquirir una nueva identidad como 'destino de turismo deportivo' o como 'ciudad para la bicicleta' añadiendo más valor a su oferta a la vez que permite atraer a un segmento como el que representa el turista deportivo.

- ❑ Los eventos deportivos han de ser concebidos y planificados por las ciudades como grandes acontecimientos turísticos, formando parte de 'productos turísticos' con el fin de atraer a las ciudades que los acogen a un segmento muy atractivo y con gran movilidad como el que representa el turista deportivo
- ❑ Las autoridades deben examinar las demandas de los turistas desde la perspectiva de la demanda (consumidor), analizando cuáles son los públicos objetivos, los factores clave de la oferta de las ciudades así como las principales motivaciones por lo que potenciales turistas decidan desplazarse al destino, bien sea durante o después del mismo evento.

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCION

Juanluis.paramio@uam.es