

Campeonato Mundial de Patinaje Artístico Reus 2014: opinión de los participantes y legado económico

2014 World Figure Skating Championships in Reus: feedback from participants and economic legacy

Murillo, C.¹, Carles, M.², Llop, M.², Moya, X.¹, Planas, D.¹

1 Centre d'Estudis UPF Sports_Lab. Universitat Pompeu Fabra
2 Departament d'Economia. Universitat Rovira i Virgili y CREIP

Resumen: En 2014 se ha celebrado en Reus el Campeonato Mundial de Patinaje Artístico. Este evento acoge las distintas modalidades de patinaje. Participaron 1.200 deportistas y cerca de 20 mil espectadores. La satisfacción entre el público alcanzó la puntuación de 8,5, sobre 10, y 8,1 entre los deportistas. La fidelización se expresó favorablemente puesto que el 95% del público asistente y el 90% de los deportistas encuestados recomendarían a sus amigos y familiares la asistencia a un espectáculo parecido. El gasto directo estimado que ha revertido en el territorio es de 2,1 millones (euros). El multiplicador de la inversión es 3,22, mientras que el multiplicador relativo al consumo alcanza la cifra de 2,29 para el gasto de la organización y 2,71 para el gasto de asistentes. El efecto total se estima, para el conjunto de la economía de Cataluña, en 5,5 millones de euros. Los sectores más beneficiados son el turismo (22,8%), comercio (14,8%), servicios a empresas (14,2%) y transporte y comunicaciones (10%).

Palabras clave: Evento deportivo, Impacto económico, Multiplicadores del gasto, Satisfacción.

Abstract: The last days of September and beginning of October 2014 was held in the city of Reus Artistic Skating World Championships. This event welcomes the different types of skating and brought together about 1,200 athletes and 20 thousand spectators. The degree of satisfaction among athletes reached the score of 8.5 out of 10, while among the audience was 8.1 note. The loyalty expressed favorably since 95% of respondents would recommend attending a show of similar characteristics, while 90% of athletes are also evident in this sense. The estimated direct spending that has reversed in the territory is estimated at 2.1 million euros. The investment multiplier was 3.22, while the multiplier on the consumption reached the figure of 2.29 for the expenditure of the organization and spending 2.71 assistants. In overall, it is estimated for the whole economy of Catalonia a positive effect by 5.5 million euros. The most benefited sectors from these effects are tourism (22.8%), trade (14.8%), business services (14.2%) and transport and communications (10%).

Keywords: Sport event, Economic impact, Spending multipliers, Satisfaction.

El Campeonato Mundial de Patinaje Artístico de Reus 2014

La ciudad de Reus, en España, acogió entre los días 30 de septiembre y 11 de octubre del 2014 el Campeonato Mundial de Patinaje Artístico Junior y Senior. Esta competición se celebra anualmente y acoge distintas categorías y modalidades. Para ambas categorías (deportistas junior y senior) se disputan 4 modalidades diferentes tanto para hombres como mujeres (figuras obligatorias, patinaje libre, combinada y solo danza) y 2 mixtas (parejas artístico y parejas de danza), además del patinaje de precisión, grupos show pequeños, grupos show grandes y patinaje en línea masculino y femenino.

El campeonato celebrado en Reus congregó 1.200 deportistas de 32 delegaciones de los cinco continentes y se disputó en el Pabellón Olímpico de la ciudad de Reus, población de gran tradición en el deporte del patín. El número de espectadores que siguieron la competición en directo fue, aproxima-

madamente de 20 mil. La mayor parte de las localidades de acceso al recinto fueron vendidas por medios electrónicos.

Objetivos del estudio

El estudio, llevado a cabo por un grupo de investigación formado por profesores de las universidades Pompeu Fabra de Barcelona y Rovira y Virgili de Reus (Tarragona), tiene por objeto estimar la repercusión del Campeonato Mundial de Patinaje Artístico celebrado en Reus en el 2014 (CMPA Reus2014) bajo tres puntos de vista distintos: social, económico y mediático. En este trabajo se proporcionan los resultados de los dos primeros tipos de repercusiones. El impacto social se asoció a la satisfacción percibida por los participantes en el evento, mientras que la repercusión económica utilizó los datos de la organización, así como las estimaciones del gasto incurrido por los participantes.

La gran afluencia de público generó, como veremos a continuación, un aumento significativo de la demanda de servicios y, más específicamente, en alojamientos, restauración, compras, además de los gastos realizados por los organizados.

Dirección para correspondencia [Correspondence address]: Carles Murillo Fort. Universitat Pompeu Fabra. UPF Sports_Lab. C/ Ramón Trías Fargas, 25-27. 08008. Barcelona (España). E-mail: carles.murillo@upf.edu

res para posibilitar el buen desarrollo de la competición. La repercusión económica de esta actividad se dejó sentir fundamentalmente en la economía local (municipio, comarca y comarcas aledañas a la ciudad de Reus) como en el resto de Cataluña, tanto de manera directa como indirecta e inducida. La satisfacción percibida por los participantes (deportistas y público asistente) refleja la opinión que dicho colectivo tiene del CMPA Reus2014 tanto desde una perspectiva general como de algunos de sus ingredientes particulares.

Método

La satisfacción se mide mediante una encuesta a deportistas y espectadores que contiene 19 ítems, 2 preguntas de clasificación, un apartado con cuestiones relativas al gasto y dos preguntas acerca de las impresiones generales de la competición. Los ítems se refieren, adaptando la escala de medición de la calidad SERVQUAL (Parasuraman, Zeithmal y Berry, 1988 y 1994, y Cronin y Taylor, 1994) al ámbito deportivo (Calabuig et al., 2010, Howar et al., 1996, Larson y Steineman, 2009, McDonald et al., 1995, Theodorakis et al., 2001, Yoshida y James, 2011). La escala utilizada contempla 6 ítems para capturar los elementos tangibles, 3 de capacidad de respuesta, 3 de seguridad, 3 de fiabilidad, 2 de empatía y dos más referidos a la competición. Los aspectos tangibles se refieren a las instalaciones, equipos y apariencia de los integrantes de la organización y voluntariado; la dimensión denominada fiabilidad captura la forma en la que se proporciona respuesta adecuada y efectiva a las cuestiones planteadas por los participantes en el campeonato; la capacidad de respuesta mide la disposición del personal de apoyo para garantizar el servicio; la seguridad captura las habilidades del personal para transmitir a los usuarios del servicio confianza y credibilidad, mientras que, finalmente, la dimensión llamada empatía se refiere a la capacidad del personal para ofrecer una atención personalizada.

Todos estos ítems se valoran en una escala de Lickert de 5 puntos (excelente, muy bien, bien, regular, mal). Para cada ítem se ha calculado el porcentaje de respuestas positivas que se construye a partir del porcentaje de respuestas del tipo excelente, muy bien y bien sobre el total de respuestas (Aguado et al., 2011). Las preguntas de valoración global fueron tres: valoración general del CMPA Reus 2014 (medida en una escala arbitraria del 0 al 10), intención de volver a participar/asistir a una competición similar y la recomendación a un amigo/familiar con respuesta categórica (Sí, No, No estoy seguro/a).

El tamaño muestral es de 377 asistentes y 218 deportistas, lo que supone una estimación con un error máximo de estimación, respectivamente, del 5% y del 6%, con un nivel de confianza del 95%. La selección de los entrevistados se hace por conveniencia, al no disponer de un marco de muestra

definido completamente antes de la realización del trabajo de campo, para ninguno de los dos colectivos. El trabajo de campo coincidió con las fechas de celebración del campeonato y fue llevado a cabo por voluntarios previamente formados por integrantes del equipo de trabajo de este estudio y personal de la organización.

La satisfacción global se analiza mediante el porcentaje de respuestas afirmativas a las preguntas relativas a la intención de volver a asistir y/o recomendar la participación en un campeonato de similares características, así como con la puntuación otorgada a la valoración global. En este último caso se presentan los resultados de la puntuación media y el *net promoter score* (NPS), Reichheld (2003), que mide la diferencia entre la frecuencia relativa de “promotores” (puntuaciones 9 y 10) en relación con la de “detractores” (puntuaciones iguales o inferiores a 6).

La repercusión económica directa se refiere a los gastos incurridos por los distintos agentes económicos involucrados en el evento (organización, patrocinadores, deportistas, medios de comunicación y público), mientras que los efectos indirectos hacen alusión a las consecuencias que el aumento de la demanda de servicios anteriormente mencionados tiene sobre otros sectores de actividad económica. Estos otros sectores son beneficiarios indirectos del aumento de la actividad en los sectores más estrechamente relacionados con el fenómeno deportivo. Los efectos directos e indirectos generan rentas en buena parte de los agentes económicos implicados (empresas y personas físicas). El aumento de sus rentas significa que, por ejemplo, en tanto que consumidores, notarán un incremento de sus rentas que, en parte, irán destinadas a aumentar la demanda local y crear nueva actividad económica lo que se traduce en el denominado efecto inducido del evento deportivo. La satisfacción de los participantes redundará en el buen nombre de la competición, de las disciplinas deportivas que configuran el programa de actividades y, en definitiva, en el atractivo que supone para la ciudad haber albergado un campeonato del mundo y el buen recuerdo que aquéllos puedan guardar de Reus y del patinaje artístico.

Desde el punto de vista de la repercusión económica se trata de cuantificar los efectos económicos de manera agregada así como también el detalle del impacto en los distintos sectores o ramas de actividad. La metodología empleada se basa en la aplicación del análisis input-output (Pulido y Fontela, 1993, Miller y Blair, 2009). El marco input-output de una economía, en un territorio y tiempo determinados, describe el complejo entramado de las relaciones intersectoriales que existen en su sistema productivo. La información de los gastos en bienes de consumo y servicios y en inversiones que se han producido alrededor del evento deportivo permite luego estimar el efecto directo, indirecto e inducido agregado y también por sectores de actividad.

La idea básica del modelo input-output consiste en calcu-

lar cuál es la magnitud del efecto expansivo final que multiplica el aumento de la demanda directa (entendida como un shock exógeno asociado al evento deportivo). Las inversiones corren a cargo de la organización del campeonato, mientras que los gastos en bienes de consumo los llevan a cabo tanto los propios organizadores, como los participantes (deportistas, técnicos, preparadores, jueces), acompañantes, medios de comunicación y espectadores.

El efecto multiplicador se produce en la medida que los sectores relacionados con el gasto directo de organizadores, participantes y espectadores precisan de nuevos inputs y consumos intermedios de los otros sectores. Esta cadena de transmisión de relaciones económicas entre sectores provoca en definitiva un proceso expansivo como resultado de la interdependencia que se da entre los distintos sectores de actividad económica. La intención del análisis llevado a cabo no es otra que cuantificar los efectos económicos del evento deportivo en el territorio (Carles et. al., 2010, Llop, 2004). Este detalle es sumamente importante para definir los criterios de inclusión o exclusión de las distintas partidas de gasto de unos y otros agentes económicos. El objetivo del estudio consiste en estimar los efectos de la competición para el conjunto de Cataluña. En este sentido, por ejemplo, no se toman en consideración los gastos de viaje y alojamiento de participantes y espectadores si cualquiera de ellos hizo el pago correspondiente a este tipo de servicios fuera del ámbito de influencia económica del lugar de realización del campeonato. La referencia territorial es Cataluña, comunidad autónoma donde se encuentra enclavada la ciudad de Reus, puesto que se presume que la mayor parte de los proveedores de los bienes de consumo y servicios tienen su sede fiscal en dicho territorio. Esta hipótesis de trabajo implica que necesariamente el marco input-output utilizado para las estimaciones tiene como referencia a la economía de Cataluña.

Fuentes de información

El gasto directo generado por el Campeonato Mundial de Patinaje Artístico Reus 2014 se obtiene de dos fuentes distintas:

- El gasto en inversiones. Se trata del gasto que tiene un efecto prolongado en el tiempo y que se refiere a las obras de infraestructura o elementos fijos, independientemente de cuál sea su forma de financiación.
- El gasto en consumo se refiere a los gastos corrientes en bienes y servicios de consumo final, independientemente del agente económico (empresa o persona física) que la demanda y su relación con el campeonato (participantes, organizadores, espectadores).

Las fuentes de información consultadas para la cuantificación de los gastos de inversión y de consumo corriente son las siguientes:

- Presupuesto oficial del Campeonato Mundial de Patinaje Artístico Reus 2014, elaborado y facilitado por el comité organizador. Esta base informativa ha proporcionado las cifras del gasto en consumos de los organizadores (excepto los de alojamientos y transporte), así como también las cifras de las inversiones.
- Agencia de viajes oficial del campeonato (Viajes El Corte Inglés S.A., VECISA) para los gastos de alojamiento, manutención y transporte de la mayor parte de los participantes y organizadores.
- Encuesta a los participantes y espectadores. Esta encuesta, de elaboración propia, se realizó durante el campeonato. El cuestionario se refiere principalmente a la satisfacción de los participantes y espectadores con el campeonato y, complementariamente, incluye información sobre el gasto incurrido en los días de su desarrollo. Esta información permite estimar el gasto por persona y día, distinguiendo por tipo de persona (participante o espectador, lugar de procedencia, edad y género).

Entre los criterios utilizados para llevar a cabo la estimación del gasto incurrido está, como anticipábamos anteriormente, la afectación territorial. Los gastos considerados en el estudio tienen en cuenta el ámbito territorial donde se producen.

Satisfacción

La muestra efectiva es de 420 personas (67% son mujeres y 33% hombres) en el caso de los asistentes como espectadores a cualquiera de las sesiones del campeonato, con una edad promedio de 34,5 años. El 34% de los entrevistados son vecinos de la ciudad de Reus, el 19% de las poblaciones cercanas, mientras que el 18% son habitantes de la provincia de Barcelona. El grado de satisfacción global sobre el campeonato merece, para el colectivo de espectadores, una puntuación media de 8,47 (en una escala del 0 al 10), mientras que el 98,75% responden afirmativamente a la pregunta relativa a la intención de volver a asistir a un espectáculo similar, y el 97,25% dicen que lo recomendaría a familiares y amigos.

Por su parte, se entrevistó también a una muestra de los deportistas, en el sentido amplio del término, que participaron en el evento. Los deportistas finalmente entrevistados fueron 202 (60% son mujeres y el resto son hombres), con una edad media de 24,5 años. El 31% de los deportistas encuestados son españoles, el 16,5% son italianos, el 12,5% son argentinos, el 10,5% portugueses y el 9,5% colombianos. La satisfacción global expresada por los entrevistados (véase la tabla 1) supone una puntuación media de 8,1; el 86,5% manifiestan su intención de volver a participar en una competición similar, mientras que finalmente también el 86,5% dicen que recomendarían esta experiencia a sus amigos y familiares.

Tabla 1. Valoración de la satisfacción general de los participantes.

SATISFACCIÓN GENERAL	PÚBLICO	DEPORTISTAS
Valoración global	8,47	8,1
Intención de asistir de nuevo	98,75%	98,0%
Recomendaría a un amigo/familiar	97,25%	86,5%
<i>Net Promoter Score</i>	46,7	33,2

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta.

La valoración global de la satisfacción permite calcular el denominado *Net Promoter Score* (NPS) que se obtiene de la diferencia entre la frecuencia relativa de los promotores (es decir aquellos entrevistados que se muestran claramente a favor del evento puntuándolo con las notas más elevadas, 9 ó 10), y la de los detractores (identificados como aquellos entrevistados que proporcionan puntuaciones iguales o menores a 6 puntos en la escala de 0 á 10). El número de personas que dieron una puntuación entre 9 y 10, entre el público asistente, fue igual

a 211, mientras que tan solo 15 dieron una nota de 6 o menos. Entre los deportistas entrevistados, 99 dieron puntuaciones de 9 ó 10 mientras que 32 calificaron la satisfacción global con 6 o menos puntos. De este modo, se obtiene el NPS sin más que hacer el siguiente cálculo:

$$\% \text{NPS}_{\text{PÚBLICO}} = (211 - 15)/420 = 50,2\% - 3,6\% = 46,7\%$$

$$\% \text{NPS}_{\text{DEPORTISTAS}} = (99 - 32)/202 = 49,0\% - 15,8\% = 33,2\%$$

NPS suele expresarse multiplicando la cifra resultante del cálculo anterior por 110. Vemos que, en nuestro caso, existe una clara diferencia entre el valor del NPS entre el público (NPS=46,9) y los deportistas (NPS=33).

La tabla 2 expone, por su parte, los resultados de la explotación de los datos de la encuesta por lo que se refiere a las percepciones de los deportistas y del público asistente en cuanto al funcionamiento de la competición en las dimensiones antes enunciadas.

Tabla 2. Percepción del público asistente y de los deportistas al funcionamiento del campeonato y su organización (en % de respuestas positivas a los ítems del cuestionario).

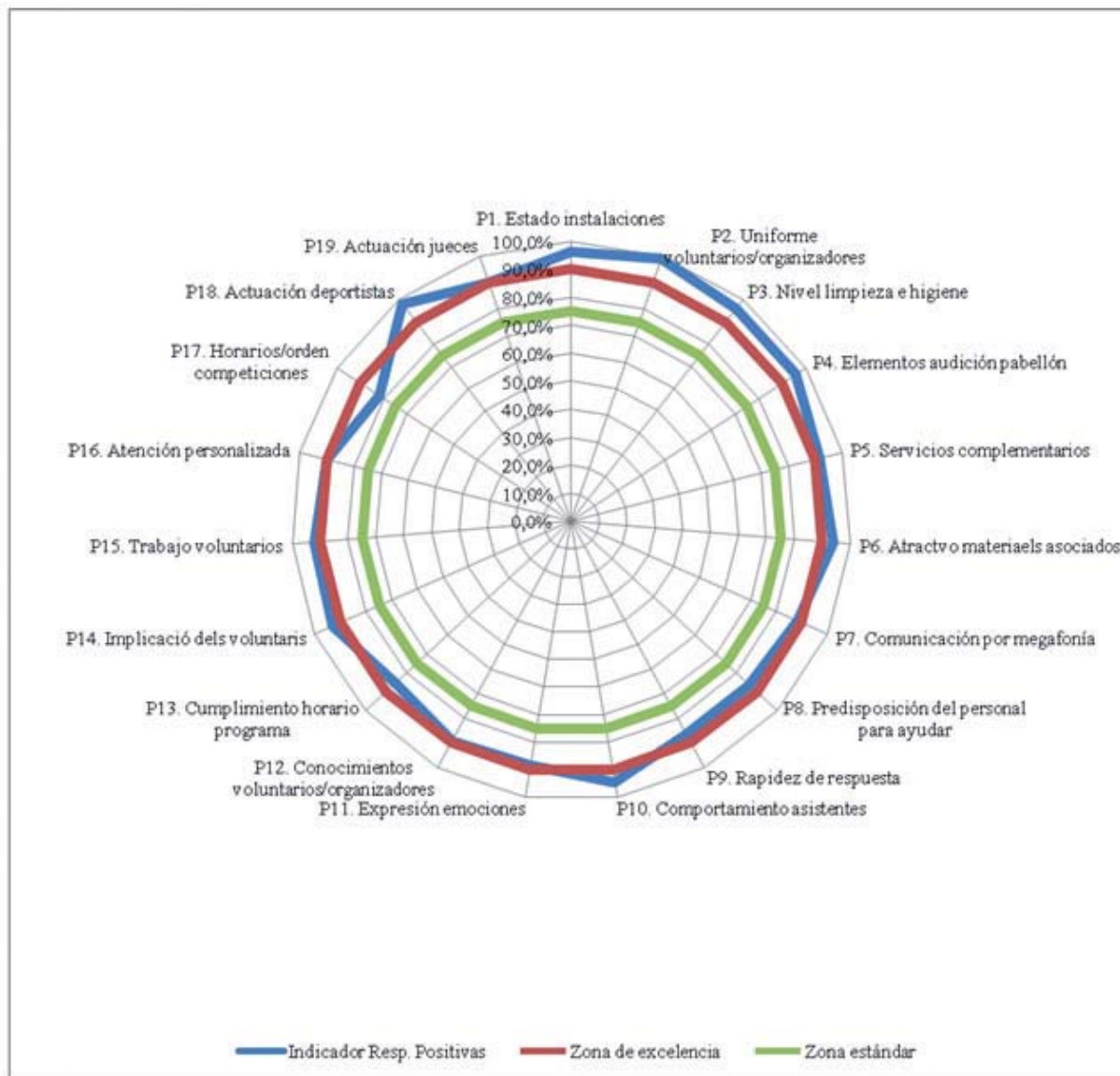
SATISFACCIÓN	PÚBLICO	DEPORTISTAS
P1. Estado de las instalaciones	98,5%	96,0%
P2. Uniforme de los voluntarios y organizadores	99,0%	99,0%
P3. Nivel de limpieza e higiene	97,3%	96,0%
P4. Elementos de audición del pabellón	96,0%	96,0%
P5. Servicios complementarios	92,8%	91,5%
P6. Atractivo de los materiales asociados al campeonato	92,3%	94,0%
P7. Comunicación por megafonía	92,5%	88,5%
P8. Predisposición del personal para ayudar	99,0%	86,5%
P9. Rapidez de respuesta	98,8%	86,5%
P10. Comportamiento de los asistentes	98,0%	94,5%
P11. Expresión de las emociones	96,0%	88,5%
P12. Conocimientos de voluntarios y organizadores	96,8%	89,5%
P13. Cumplimiento de los horarios del programa	87,8%	85,5%
P14. Implicación de los voluntarios	99,3%	93,0%
P15. Trabajo de los voluntarios	98,3%	92,0%
P16. Atención personalizada	96,8%	90,0%
P17. Horarios y orden de las competiciones	85,5%	82,0%
P18. Actuación de los deportistas	99,0%	98,0%
P19. Actuación de los jueces	95,3%	90,0%

Fuente: Elaboración propia partir de la encuesta.

La figura 1 muestra en forma de gráfico radial la distribución del porcentaje de respuestas positivas a los diferentes ítems de la parte del cuestionario que se ha utilizado para medir las percepciones del público asistente al campeonato. Se ob-

serva que, en general, el grado de satisfacción de las personas que asistieron en directo a la competición deportiva CMPA Reus2014, ha sido muy elevada, en cualquiera de las diferentes dimensiones sujetas a consulta.

Figura 1. Respuestas positivas del público a los ítems del cuestionario (en % sobre el total).



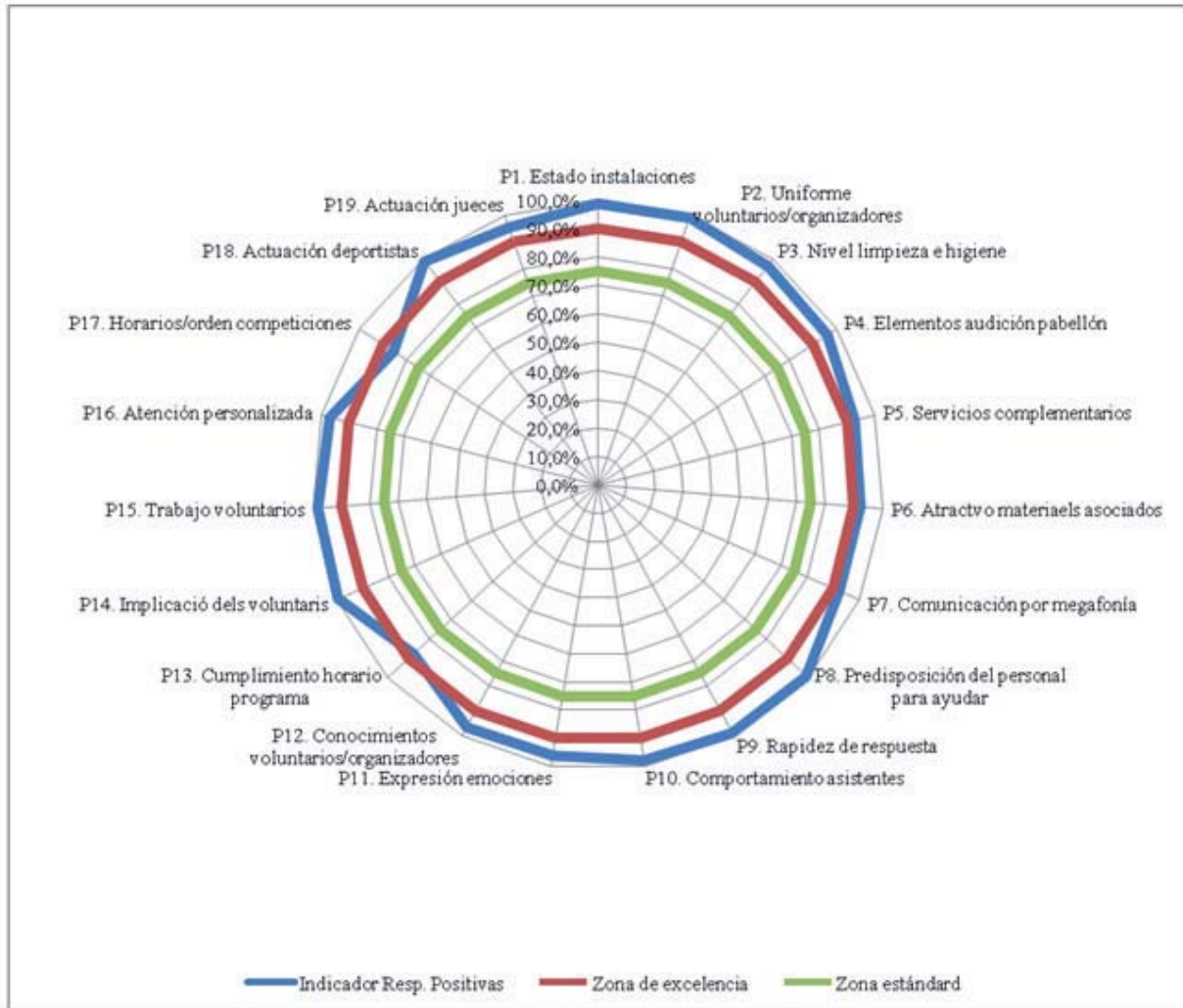
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta.

Los ítems que componen la parrilla de las diferentes dimensiones analizadas presentan más del 90% de respuestas favorables (excelente, muy bien, bien), salvo en el caso de la pregunta relativa al cumplimiento de los horarios (87,8% de respuestas positivas) y la referida a los horarios y el orden de las competiciones (85,5%). Destacan, como elementos mejor valorados por los espectadores, la actuación de los deportistas y tres ítems relativos a los voluntarios: la facilidad para identi-

ficarlos gracias a su uniforme, la predisposición a ayudar y su implicación en las labores asignadas.

La figura 2, por su parte, revela que también los deportistas evaluaron muy satisfactoriamente el desarrollo de la competición aunque fueron algo más críticos que el público asistente con algunas cuestiones relativas a la organización de la competición.

Figura 2. Respuestas positivas de los deportistas a los ítems del cuestionario (en % sobre el total).



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta.

Las respuestas de los deportistas a los diferentes ítems de la encuesta son ligeramente menos positivas que las de los espectadores. Las dos preguntas peor valoradas, aunque conviene resaltar que siguen siendo mayoritarias las de tipo positivo, corresponden de nuevo a los horarios de la competición (85,5% de respuestas positivas) y el cumplimiento de los mismos según lo establecido en el programa previsto (82%). Los 3 ítems que definen la capacidad de respuesta son valorados favorablemente pero con porcentajes de respuestas positivas por debajo del 90%. Por el contrario, las mejores puntuaciones son para las preguntas referidas al estado de las instalaciones, el uniforme de los voluntarios y organizadores, la limpieza e higiene del lugar y los elementos de audición del pabellón.

Efectos económicos

Inversión efectuada

El gasto en inversiones se ha obtenido del presupuesto liquidado de la organización. De esta fuente informativa se han obtenido los resultados siguientes

Tabla 3. Gasto en inversiones (en euros).

CONCEPTO	IMPORTE
Suelo de parquet	29.120
Cubierta del pabellón	56.639
Total	85.759

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la organización.

Los conceptos incluidos en este tipo de gasto son aquellos que tendrán una duración en el tiempo que va más allá de los días de celebración del campeonato. En este sentido se han contabilizado las actuaciones de mejora en el parquet, con un coste para la organización de 29.120 euros y en la cubierta del Pabellón, con un importe por su parte de 56.639 euros. La suma de estas dos cifras proporciona el gasto total en inversiones que asciende a 85.759 euros.

Gastos de consumo corriente

Los gastos de consumo corriente se han tratado, a su vez, de manera separada según que correspondan a gastos de la entidad organizadora del Campeonato Mundial de Patinaje Artístico de Reus 2014 para garantizar el perfecto funcionamiento de la competición o, por el contrario, la que han realizado los participantes y espectadores. Por lo que respecta a los gastos de la organización la cifra total es de 296.203 euros, repartidos de la forma que se detalla en la tabla siguiente.

Tabla 4. Gasto de consumo de la organización (en euros).

CONCEPTO	IMPORTE
Compras	42.519
Alquileres	35.405
Publicidad	77.583
Seguridad	21.755
Alojamiento	55.151
Servicios de terceros	52.661
Transporte	885
Planos	630
Control accesos	4.071
Taquillas	1.656
Otros gastos	3.887
Total	296.203

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la organización.

Destacan, como vemos, las partidas de compras (42.519) y alquileres (35.405) que sumados suponen el 26% del total de gastos de consumo de la organización, la publicidad (77.583 euros que es el 26% del total de gastos) y servicios a terceros (que con la cifra de 52.661 significa 18% del total). La partida de otros gastos de la organización incluye los gastos dedicados a la atención de personas externas a la organización (voluntarios, prensa, atención a las personalidades invitadas) y el avituallamiento de los deportistas en el recinto donde se desarrolló la competición.

La información para estimar los gastos de los participantes y espectadores se obtiene de la agencia de viajes oficial del campeonato y la manifestada por los participantes y espec-

tadores encuestados los días del evento. La agencia oficial se encargó del alojamiento de todas las delegaciones, excepto las de Bélgica, Chile, Ecuador, Estonia, India, Paraguay, Perú, Sudáfrica, Uruguay y China. Además, se han hecho de manera complementaria estimaciones de los gastos de los participantes de las delegaciones que se alojaron mediante acuerdos con otros agentes turísticos y de la estancia media. Los 1.116 participantes acreditados (entre deportistas, técnicos, coreógrafos, intérpretes, médicos, responsables de medios y staff) hicieron una estancia media de 6,73 noches y un gasto medio por persona y día de 64,64 euros. Este gasto diario incluye distintos conceptos como son, por ejemplo, el gasto en alojamiento, restauración, transporte en la zona, entretenimiento y compras diversas con los resultados que se muestran a continuación.

Tabla 5. Gastos de consumo de los participantes y espectadores (en euros).

CONCEPTO	IMPORTE
Ticketing	144.279
Alojamientos	609.981
Transporte	194.632
Restauración	403.701
Compras	354.845
Total	1.707.438

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la organización.

Los participantes han gastado por importe de 817.367 euros, mientras que los espectadores lo hicieron por un total de 890.071 euros. Los gastos en hospedaje (alojamientos) representan la partida más importante (609.981 euros, es decir el 36% del total), seguido de los gastos en restauración¹ con 403.701 euros, o sea el 24% del total). Esto significa que el sector turístico (hoteles, restauración y cafeterías) supone en 60% del gasto total de consumos llevado a cabo por los participantes y público espectador. Los gastos de los asistentes han incluido solamente los de aquellas personas que se han desplazado desde fuera de Reus y su comarca y otras comarcas limítrofes, para tener en cuenta el efecto sustitución, es decir aquel gasto que simplemente se ha desplazado de una finalidad de entretenimiento a otra distinta. La cifra de espectadores que provienen de fuera de la zona más próxima a la ciudad de Reus representa el 51,5% del total de espectadores.

1 Para aquellos que viajaron de manera independiente, es decir que no usaron la agencia oficial de viajes del campeonato, se ha estimado su estancia media y gasto diario en base a una combinación de los datos procedentes de la encuesta y las cifras que para estos mismos conceptos ofrecen las estadísticas oficiales del sector turístico.

Impacto indirecto e inducido.

Para el cálculo de los impactos indirectos e inducidos se ha utilizado el marco input-output que permite, como dijimos, calcular su repercusión en las diferentes ramas de actividad económica. El elemento que desencadena cualquier impacto económico es una demanda inicial materializada en una economía. Esta demanda inicial, en nuestro caso ocasionada por el evento deportivo, genera un efecto directo sobre los sectores de actividad económica que reciben esta demanda.

A su vez, los sectores receptores de la demanda directa demandan inputs y servicios a los otros sectores con objeto de poder dar respuesta a este shock inicial, ocasionando un efecto de tipo indirecto. Finalmente, el aumento en la producción sectorial se relaciona con un nuevo efecto, denominado efecto inducido, que se explica a partir del aumento de las rentas salariales con objeto de satisfacer la producción creciente, lo que hace de nuevo aumentar la producción y la renta sectorial. La suma de los efectos directos, indirectos e inducidos sirve para expresar cuál es el impacto total sobre la producción de la economía como resultado del Campeonato Mundial de Patinaje Artístico de Reus 2014.

El efecto total divide la producción sectorial en la suma de tres partidas que se corresponden con los tres efectos diferenciados, es decir:

- El efecto directo sobre la producción sectorial. Este efecto equivale a la inyección de rentas del campeonato sobre las actividades productivas.
- El efecto indirecto sobre la producción sectorial. Este efecto se explica por el hecho que los sectores receptores de la demanda directa necesitan, a su vez, inputs y materias primas del resto de sectores, lo que hará aumentar también la producción de dichos sectores. Dicho de otro modo, el efecto indirecto capta los impactos sobre la producción debidos a las reacciones en cadena originados por el gasto inicial, como consecuencia de las interdependencias existentes entre las actividades productivas.

- El efecto inducido sobre la producción sectorial. Los aumentos descritos anteriormente de la producción sectorial ocasionaran aumentos de los ingresos salariales y de la renta de los consumidores. Esta mayor renta de los agentes privados se traducirá en un aumento del consumo que, por lo tanto, generará nuevos incrementos en la producción. El efecto inducido mide, en definitiva, la retroalimentación desencadenada sobre les actividades productivas frente a un shock exógeno de demanda, que aumenta la producción y las rentas salariales lo que, a su vez, genera un aumento del consumo y un nuevo impacto sobre la producción.

Para calcular el impacto económico, en el marco del modelo Input-Output, debe definirse cuál es el importe de gasto asociado a cada uno de los sectores de actividad que deseamos analizar. En nuestro caso, se trata de conocer toda la demanda final asociada al campeonato y su materialización en cada sector productivo o, dicho de otro modo, deberemos contemplar los gastos de inversión, los gastos de consumo corriente de los organizadores y también los gastos de los participantes y espectadores.

La demanda directa debida al Campeonato Mundial de Patinaje Artístico de Reus 2014 se estima en 2.089.400 euros, de los cuales la mayor parte (1.707.438, un 82% del total de la demanda directa) corresponde al gasto efectuado por los participantes y espectadores. Atendiendo, por otro lado, a la demanda que reciben los diferentes sectores de actividad, el sector hotelero es que resulta más beneficiado (1.068.833 de euros, lo que representa el 51% de la toda la demanda directa estimada). Le sigue, en orden de importancia cuantitativa, el comercio (397.364, que significa el 19% de la demanda directa) y, a bastante distancia, los transportes y comunicaciones (195.517 euros) y los servicios a las empresas (193.771 euros), que suponen, respectivamente el 9,4% y el 9,3% de la demanda directa.

Tabla 6. Demanda directa del CMPA Reus 2014 (en euros).

SECTORES	INVERSIÓN	ORGANIZACIÓN	PARTICIPANTES	TOTAL
Construcción	85.759	0	0	85.759
Comercio	0	42.519	354.845	397.364
Hostelería	0	55.151	1.013.682	1.068.833
Transportes y comunicaciones	0	885	194.632	195.517
Servicios a las empresas	0	193.771	0	193.771
Otros servicios	0	3.878	144.279	148.157
Total	85.759	296.203	1.707.438	2.089.400

Fuente: Elaboración propia.

Para el cálculo de los efectos indirectos e inducidos se precisa de la base estadística conocida como tabla input-output (insumo-producto) que pone de relieve cuáles son las interrelaciones entre los distintos sectores de actividad económica. La base de datos utilizada en este estudio de impacto del Campeonato Mundial de Patinaje Artístico de Reus 2014 es la publicada por el Instituto de Estadística de Cataluña (INDESCAT, 2005) que contiene información detallada de las transacciones intermedias intersectoriales, de los destinos finales de la producción y de los recursos productivos de las actividades de producción de la economía catalana. No obstante, esta base de datos presenta dos inconvenientes para su utilización directa en el presente trabajo. La tabla input-output de Cataluña, publicada en el 2005, toma como referencia el año 2001, lo que su uso sin más supondría una lejanía excesiva en el tiempo, entre la referencia temporal y el momento de aplicación de los datos. En segundo lugar, se trata de una tabla que refleja los flujos económicos valorados a precios básicos de la producción. Los precios básicos recogen el valor monetario de la producción teniendo en cuenta los precios de salida de fábrica y, en consecuencia, no incorporan los márgenes comerciales ni los del transporte hasta el destino final de la producción. El cálculo de los impactos económicos

exige una base de datos que ponga de manifiesto las partidas valoradas a precios de adquisición para poder, de esta forma, disponer de los importes que finalmente pagan y cobran los agentes económicos. Los precios de adquisición responden a los precios básicos de producción más los márgenes comerciales y los costes de transporte hasta que el producto llega al consumidor final.

Con objeto de efectuar la cuantificación del impacto económico de la manera más rigurosa posible, se decidió transformar la tabla input-output publicada por IDESCAT en el 2005 de dos formas complementarias. Se han transformado los precios básicos de salida de fábrica a precios finales de adquisición y, en segundo lugar, se ha proyectado la base de datos a precios vigentes del 2014 (Llop, 2011).

A continuación, con el objetivo de aproximarnos a los efectos generados por el campeonato sobre la renta y la producción de cada sector y del conjunto de todos ellos, hemos aplicado la metodología de cálculo propuesta por el Modelo Input-Output. Los resultados aparecen en la tabla 6, en la que se muestran separadamente los efectos ocasionados por cada partida de demanda sobre la creación de renta para el conjunto de Cataluña.

Tabla 7. Impacto Económico del Campeonato Mundial de Patinaje (euros)

Partidas de demanda

SECTORES	INVERSIÓN	ORGANIZACIÓN	PARTICIPANTES	TOTAL
1. Agricultura	2.221	6.907	73.110	82.238
2. Pesca	364	1.515	18.388	20.267
3. Productos energéticos y petróleo	4.963	8.615	73.334	86.912
4. Energía eléctrica, agua y gas	4.458	11.550	104.590	120.598
5. Industria agroalimentaria	7.309	26.358	299.573	333.240
6. Industria textil	2.739	6.266	47.833	56.838
7. Industria de la madera y corcho	1.719	1.510	11.210	14.439
8. Papel	2.794	9.708	64.399	76.900
9. Industria química	5.601	9.640	75.700	90.941
10. Caucho y plástico	2.323	3.838	31.067	37.228
11. Productos no metálicos	10.024	3.487	26.306	39.818
12. Metales	11.425	7.309	52.248	70.982
13. Maquinaria	4.043	4.575	34.629	43.248
14. Material eléctrico y electrónico	3.752	10.242	59.329	73.323
15. Material de transporte	2.936	8.158	61.799	72.893
16. Otras industrias	2.253	3.502	25.960	31.714
17. Construcción	123.334	26.874	169.486	319.694
18. Comercio	19.158	84.295	723.255	826.708
19. Hostelería	9.604	77.993	1.186.067	1.273.664
20. Transportes y comunicaciones	14.239	37.505	519.670	571.414
21. Servicios financieros	7.383	24.770	133.931	166.084

SECTORES	INVERSIÓN	ORGANIZACIÓN	PARTICIPANTES	TOTAL
22. Servicios a las empresas	22.183	274.353	498.550	795.086
23. Servicios públicos	717	2.601	17.879	21.196
24. Educación	1.742	4.768	32.585	39.094
25. Sanidad	2.717	6.474	50.065	59.256
26. Otros servicios	5.414	15.172	230.266	250.852
27. Personal doméstico hogares	603	1.429	10.302	12.333
SUMA	276.019	679.412	4.631.529	5.586.960

Fuente: Elaboración propia.

Durante los días del campeonato se generó una renta total de 5.586.960 euros. Si analizamos este resultado por partidas de demanda, podemos observar que el consumo de los participantes ocupa la posición más importante, con el 83% del efecto agregado, seguido a mucha distancia por el impacto ocasionado por los organizadores, que significa el 12% de dicho impacto. Finalmente, la inversión supone el 5% restante del impacto económico total.

La comparación de las cifras de las tablas 7 y 8 permi-

te apreciar como, a partir de una demanda directa dirigida hacia un reducido número de sectores con una interrelación directa con la competición, el impacto económico total se acaba extendiendo, en mayor o menor medida, a todas las actividades productivas. En definitiva, no sólo existe un efecto positivo a nivel cuantitativo, derivado de la capacidad de expandir la renta, sino que existe también un efecto positivo a nivel cualitativo, que consiste en la capacidad de ocasionar una afectación positiva al conjunto de sectores de producción.

Tabla 8. Impacto económico directo, indirecto, inducido y total del Campeonato Mundial de Patinaje de Reus 2014 (euros).

SECTORES	EFEECTO DIRECTO	EFEECTO INDIRECTO	EFEECTO INDUCIDO	EFEECTO TOTAL
1. Agricultura	0	43.545	38.692	82.238
2. Pesca	0	13.336	6.931	20.267
3. Productos energéticos y petróleo	0	44.556	42.356	86.912
4. Energía eléctrica, agua y gas	0	74.846	45.752	120.598
5. Industria agroalimentaria	0	199.828	133.412	333.240
6. Industria textil	0	11.048	45.790	56.838
7. Industria de la madera y corcho	0	8.694	5.745	14.439
8. Papel	0	45.504	31.397	76.900
9. Industria química	0	45.381	45.560	90.941
10. Caucho y plástico	0	21.916	15.312	37.228
11. Productos no metálicos	0	28.047	11.771	39.818
12. Metales	0	40.568	30.413	70.982
13. Maquinaria	0	24.128	19.120	43.248
14. Material eléctrico y electrónico	0	42.477	30.845	73.323
15. Material de transporte	0	24.125	48.768	72.893
16. Otras industrias	0	10.449	21.265	31.714
17. Construcción	85.759	153.663	80.272	319.694
18. Comercio	397.364	211.371	217.973	826.708
19. Hostelería	1.068.833	42.467	162.365	1.273.664
20. Transportes y comunicaciones	195.517	233.082	142.815	571.414
21. Servicios financieros	0	85.439	80.645	166.084
22. Servicios a las empresas	193.771	351.159	250.156	795.086
23. Servicios públicos	0	14.981	6.215	21.196

SECTORES	EFEECTO DIRECTO	EFEECTO INDIRECTO	EFEECTO INDUCIDO	EFEECTO TOTAL
24. Educación	0	13.823	25.271	39.094
25. Sanidad	0	18.710	40.546	59.256
26. Otros servicios	148.157	38.543	64.153	250.852
27. Personal domestico hogares	0	0	12.333	12.333
TOTAL	2.089.400	1.841.686	1.655.874	5.586.960

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 8 permite identificar los sectores o ramas de actividad económica más beneficiados por el efecto de arrastre de la demanda inicial. En este sentido, vemos como la posición más destacada la ocupa el sector hotelero con el 22,8% del efecto total, seguido del comercio (14,8%), los servicios a las empresas (14,2%) y los transportes y comunicaciones (10%). Estos cuatro sectores acumulan casi una tercera parte del efecto total. La misma tabla, leída desde el punto de vista de los tres canales de generación de renta que capta el modelo Input-Output, permite también observar como la demanda directa representa el 37% del impacto económico final (2.089.400 euros en relación con el efecto total cifrado en 5.586.960 euros). La afectación a partir de los canales indirectos alcanza el 33% del impacto final con una cifra de 1.841.686 euros, mientras que los efectos inducidos sobre la renta ascienden a 1.655.874 euros, es decir que representan el 30% restante.

Una última información que podemos analizar consiste en los denominados efectos multiplicadores, que cuantifican el incremento en la renta por cada unidad monetaria de gasto directo efectuado. Dicho en otras palabras, los efectos multiplicadores nos indican cual es la capacidad de aumento de la renta por cada euro de gasto que ha ocasionado el evento.

Tabla 9. Efecto multiplicador por partidas de demanda directa.

GASTOS	EFECTOS		
	Directo	Indirecto e inducido	Total
Inversión	1,00	2,22	3,22
Gasto Organización	1,00	1,29	2,29
Gasto participantes	1,00	1,71	2,71
Total	1,00	1,67	2,67

Fuente: Elaboración propia.

La inversión efectuada se transforma en una cantidad final que es 3,22 veces mayor que el importe inicial. Paralelamente, los gastos de los organizadores acaban ocasionando un efecto que multiplica por 2,29 el gasto inicial efectuado en esta partida y, finalmente, el gasto en consumos corrientes de los participantes tiene un efecto multiplicador de 2,71 veces el gasto ocasionado de manera directa. De manera agregada podemos señalar que el efecto multiplicador de todo el gasto

del Campeonato es igual a 2,67, es decir que por cada euro de gasto (inversiones y gastos corrientes de participantes y espectadores) se ha generado, aproximadamente, 2,67 veces más para el conjunto de Cataluña.

Estos resultados sugieren una conclusión importante a tener en cuenta. Los eventos deportivos tienen una significación económica que va más allá de los resultados deportivos y de los efectos sobre las expectativas de entretenimiento de los espectadores, en la medida que tienen una dimensión económica difícilmente cuestionable. Esta constatación insiste en la importante creación de riqueza de los eventos deportivos.

Conclusiones

El estudio ha permitido estimar las percepciones del público asistente y de los deportistas que han participado en el Campeonato del Mundo de Patinaje Artístico Reus 2014, así como sus principales repercusiones económicas en el territorio de influencia natural.

El grado de satisfacción ha sido muy elevado en todas las dimensiones analizadas, destacando la importancia de la contribución del voluntariado y de las instalaciones en las que se desarrollaron las competiciones a lo largo de todos los días que duró el campeonato. El resultado deportivo del campeonato también ha merecido una excelente valoración por parte de todos.

En cuanto la repercusión económica del campeonato, se han estimado las inversiones efectuadas y los gastos en consumos corrientes de bienes y servicios. Las inversiones han sido modestas puesto que los organizadores utilizaron el Pabellón Olímpico de la ciudad de Reus que tiene una actividad continuada en diferentes tipos de competiciones y en buen estado de funcionamiento para la práctica deportiva. Los gastos de consumo se refieren a los realizados por tres categorías distintas de agentes económicos: la organización, los participantes (deportistas, técnicos, entre otros) y los espectadores.

El evento ha supuesto un elevado impacto económico en el sistema productivo de Cataluña, territorio al que se refieren las estimaciones llevadas a cabo. La renta atribuida al CMPA Reus 2014 se cifra en 5,587 millones de euros. De esta cifra, 2,089 millones corresponden a los efectos directos. Los efectos indirectos se estiman en 1,842 millones de euros, mientras que los efectos inducidos se han estimado en 1,656

millones de euros. Por ramas de actividad destaca, como más beneficiada por el evento el sector de la hostelería, seguida del comercio y los servicios a las empresas y servicios de transporte. Por partidas de demanda, el consumo de los participantes es la que provoca mayores aumentos en la renta agregada, seguida de los gastos de la organización del campeonato.

Con todo, como sucede en cualquier aproximación cuantitativa del estilo de lo efectuado en el presente trabajo, deben adoptarse algunas precauciones en cuanto a la interpretación de los resultados obtenidos. El modelo en el que se basan las estimaciones es el modelo Input-Output que, como cualquier modelo económico, se basa en un conjunto de supuestos (tecnología lineal, precios fijos, exceso de capacidad de los sectores) que, en el caso de que no estuvieran ajustados a la realidad, supondrían una pérdida de representatividad de las cifras obtenidas. La disponibilidad de estadísticas sobre determinados aspectos que han sido objeto del análisis

que aquí se presenta, especialmente cuando se desea cuantificar determinados fenómenos que no están recogidos en los planes de la estadística oficial obliga a aceptar determinados supuestos que, en ocasiones, pueden resultar excesivamente restrictivos. Con todo, las estimaciones obtenidas en este estudio presentan, en cuanto a su orden de magnitud, ciertas similitudes con las presentadas en estudios parecidos, ya sea en cuanto a la dimensión del evento analizado o del lugar de celebración del mismo. Esta comparativa le proporciona, en definitiva, una credibilidad importante a los resultados del estudio presentado (AA.VV, 2011; Baños et al., 2012).

En síntesis, el estudio permite afirmar que el campeonato ha supuesto un efecto positivo sobre la actividad económica del territorio donde tuvo lugar el evento. Por cada euro de gasto ocasionado de manera directa por el campeonato, se han generado 2,67 euros para la economía catalana.

Referencias

1. AAVV. (2011). Impacto del Campeonato del Mundo Femenino de Hockey sobre Patines en Alcobendas, 2010. Edita. Real Federación Española de Patinaje.
2. Aguado, H., Cerdà, I., Argimón, JM, Murillo, C. y Canela. J. (2011). Plan de encuestas de satisfacción del CatSalut-PLAENSA. Estrategia para incorporar la percepción de la calidad de servicio de los ciudadanos en políticas de salud. *Medicina Clínica*. 137; supl. 2: 55-59.
3. Baños, J., Pujol, F. y Rodríguez, P. (2012). El impacto económico del Campeonato Mundial Patinaje de Velocidad en Gijón. *Estudios de Economía Aplicada*. 30(2). 703-732.
4. Calabuig, F., Burillo, P., Crespo, J, Mundina, J.J., Gallardo, L. (2010). Satisfacción, calidad y valor percibido en espectadores de atletismo. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 10(40), 235-247.
5. Carles, M., López, B., Llop, M. Pérez, M. J. y Sardà, J. (2010). Economic impact of a healthcare institution: An input-output model, *The Empirical Economics Letters*, 9 (9), 883-888.
6. Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol 58 (January 1994), 125-131.
7. Howar, G., Absher, J., Crilley, G. y Milne, I. (1966). Measuring customer service quality in sports and leisure centres. *Managing Leisure*, 1, 77-89.
8. IDESCAT (2005). *Taules Input-Output per a Catalunya 2001*, Barcelona.
9. Larson, B.V. y Steinman, R.B. (2009). Driving NFL fan satisfaction and return intentions with concession service quality. *Services Marketing Quarterly*, 30(4), 418-428.
10. Llop, M. (2002). L'impacte econòmic" en Segarra, A. (director) *L'impacte de la Universitat Rovira i Virgili sobre el territori*, Cossetània Edicions.
11. Llop M. (2004). Capturing the economic impact of a public institution: the Rovira i Virgili University, *Journal of Applied Input Output Analysis*, 10, 65-79.
12. Llop, M. (2011). L'impacte sobre la producció i l'ocupació, en Segarra, A. (director): *El poder de les idees. Impactes de la URV sobre la societat*, Publicacions URV, 2011.
13. McDonald, M.A., Sutton, W.A. y Milne, G.R. (1995). TEAMQUAL: measuring service quality in professional sports. *Sports Marketing Quarterly*, 4(2), 9-15.
14. Miller R. E. y Blair P. D. (2009). *Input-Output analysis: foundations and extensions*, Cambridge University Press.
15. Murillo, C. (2005). L'esport i la seva transcendència social i econòmica. *Revista Econòmica de Catalunya*, nº 39.
16. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. y Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale of measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
17. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. y Berry, L.L. (1994). "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research". *Journal of Marketing*. Vol 58 (January 1994), 111-124.
18. Pulido A. y Fontela E. (1993). *Análisis Input-Output. Modelos, datos y aplicaciones*, Pirámide, Madrid.
19. Reichheld, F. (2003). The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review*. December, 01. 2003.
20. Theodorakis, N.D., Kambitis, C., Laios, A. y Koustelios, A. (2001). Relationships between measures of service quality and satisfaction in professional sports. *Managing Service Quality*, 11, 431-438.
21. Yoshida, M. y James, J.D. (2011). Service quality at sporting events: Is aesthetic quality a missing dimension? *Sports Management Review*, 14(1), 13-24.