

ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DE EVENTOS: UNA APLICACIÓN A FIESTAS POPULARES DE PROYECCIÓN TURÍSTICA*

*José Francisco Perles Ribes***

Ayuntamiento de Calpe (Alicante)

RESUMEN

Las fiestas populares son una clara representación de la tradición cultural de los territorios, que algunos estudiosos de la actividad turística han incorporado, ya hace muchos años, dentro del catálogo de recursos que sirven de base para la competitividad de los espacios turísticos. El desarrollo actual del turismo cultural, no hace más que confirmar que estos estudiosos tienen razón. Sin embargo, lo cierto es que a la hora de detallar los impactos económicos que genera la cultura, los investigadores se han visto mucho más deslumbrados por los efectos de los macrofestivales o macroeventos (tipo olimpiadas o festivales culturales), que no por las fiestas populares, cuyo carácter periódico y consideración más modesta ha provocado que pasen bastante más desapercibidas.

En este artículo se examina el impacto económico que las fiestas populares de Moros y Cristianos generan sobre Calpe, un destino turístico maduro de la provincia de Alicante. En el mismo se pone de manifiesto que las fiestas populares son un factor avanzado de competitividad turística que contribuyen a generar, en apenas dos días, entre un 11% y un 18% del saldo turístico neto anual del municipio.

Palabras clave: Destinos turísticos maduros, competitividad turística, eventos, fiestas populares, impacto económico.

Fecha de recepción: 7 de marzo de 2006.

Fecha de aceptación: 15 de mayo de 2006.

* El autor agradece al profesor Josep Antoni Ivars Baidal, del Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante, sus comentarios y sugerencias para la redacción de este artículo. Igualmente al Ayuntamiento de Calpe, especialmente al personal del Departamento de Turismo, a la Asociación de Moros y Cristianos de Calpe, y a las diferentes kábilas su colaboración para la realización de esta investigación. También manifiesta su agradecimiento a los evaluadores anónimos de Cuadernos de Turismo por sus propuestas de mejora para la publicación del artículo.

** Agencia de Desarrollo Local. Ayuntamiento de Calpe. Avda. Ifach, 16. 03710 Calpe. ALICANTE (España). E-mail: creama@aytocalpe.org

ABSTRACT

Local festivities are a clear representation of the cultural tradition of a territory, which some researchers of tourism activity have incorporated, since many years ago already, within the catalogue of resources which serves as a base for the competitiveness of tourist spaces. The actual boom of cultural tourism confirms, more so, that these researchers are right. However, it is also true that at the time of detailing the economic aspects generated by culture, researchers have been much more fascinated by the effects of macrofestivals or macroevents (such as Olympics or cultural festivals) than by popular festivities, whose periodical character and more modest consideration provokes that they pass unnoticed.

This article examines the economic impact which the popular festivities of «Moors and Christians» generates within Calpe, a mature tourism destination of the province of Alicante. It is manifested that these popular festivities are an advanced factor for competitive tourism, contributing toward the generation, in merely two days time, between 11 and 18% of the annual net earnings of the municipality from tourism.

Key words: Mature tourist destinations, tourist competitiveness, events, popular parties, economic impact.

1. LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS EN CALPE

La fiesta de Moros y Cristianos comienza en Calpe en 1977, cuando ya se encontraba bien avanzado el proceso de desarrollo turístico de este municipio, y desde entonces, se ha venido celebrando, durante el tercer fin de semana del mes de octubre, coincidiendo más o menos con las fiestas patronales del municipio en honor del Santísimo Cristo del Sudor, sin interrupción, año tras año.

Con los años, esta fiesta de tres días de duración, conformada por diversos actos —procesión, desembarco, desfile, acto del «Miracle»— se ha constituido en un importante atractivo turístico del municipio que ha propiciado importantes efectos económicos y ha generado una modificación substancial del patrón de comportamiento turístico de los visitantes calpinos. Así, durante los últimos años, se ha venido asistiendo a un progresivo alargamiento de la temporada turística estival, que si tradicionalmente había comprendido entre el 1 de junio y el 30 de septiembre, hoy se prolonga hasta el 25-30 de octubre, cuando finalizan las mencionadas fiestas. Y esto no puede ser atribuible a ninguna otra circunstancia, que no sean las actividades festivas que concurren durante dicho mes. Las fiestas propician una afluencia inusual de visitantes, en una época en la que tradicionalmente no acudían al municipio, configurándose como un elemento importante de desestacionalización.

El hecho de que el período de vigencia de la fiesta sea relativamente corto respecto de la vida turística del municipio (el inicio del proceso de desarrollo turístico de Calpe como destino turístico de masas data de finales de los años cincuenta del siglo XX, mientras que la Fiesta surgió veinte años después), indica su carácter más bien creado, no heredado, permite considerar que esta fiesta, en cierta forma, como un factor avanzado de la competitividad en el sentido propugnado por Michael Porter.

A la descripción exhaustiva de los efectos económicos de las fiestas de Moros y Cristianos se dedican el resto del artículo. Aunque antes será necesario realizar, unas breves pero obligatorias consideraciones, sobre la metodología que se aplicará para deducirlos.

2. METODOLOGÍA DE LOS ESTUDIOS DE IMPACTO ECONÓMICO Y SU APLICACIÓN A LAS FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS DE CALPE

Los estudios de impacto económico tratan de estimar la importancia económica de los eventos y actos culturales, así como de analizar los beneficios económicos vinculados a la existencia de una determinada manifestación cultural, deportiva o festiva. Aunque su definición puede variar de unos casos a otros, el objetivo fundamental de los mismos es medir los efectos derivados de la presencia o existencia de una actividad u organización cultural, deportiva o festiva sobre una determinada zona geográfica en un determinado período de tiempo. Estos estudios no son especialmente complicados desde el punto de vista conceptual, aunque presentan dificultades técnicas que exigen el manejo de diferentes fuentes de información, la realización de encuestas a los espectadores del evento y un cuidadoso análisis que evite las tendencias al sobredimensionamiento de los efectos. La aplicación de esta metodología goza de una elevada experiencia tanto en España como en el extranjero¹.

Los estudios de impacto económico tienden a adoptar una metodología común, aunque existen algunas diferencias entre unas y otras aplicaciones en función de los flujos y de los agentes analizados. De esta manera se distinguen, generalmente, tres tipos de impactos o efectos que pueden medirse (Seaman, 2003), a saber: los efectos directos (se corresponden a los gastos realizados por la actividad o la institución cultural, festiva o deportiva analizada en diferentes conceptos —salarios, compras, alquileres, ejecución de programas, etc.— en el área geográfica de referencia y en un período de tiempo determinado), los efectos indirectos (definidos como los gastos que realizan los visitantes o espectadores como consecuencia del producto cultural, festivo, deportivo —alojamiento, restauración, transporte, compras, entradas, etc.—); y los efectos inducidos (entendiendo por los mismos todas aquellas repercusiones no contabilizadas en las categorías anteriores y que se difunden o amplían por el resto del sistema económico, dentro y fuera del espacio de referencia).

La definición de esta última categoría varía de unos estudios a otros. Así, mientras algunos autores se centran en las repercusiones sobre la economía local, regional o nacional (casi todos estos estudios utilizan la metodología o enfoque del multiplicador regional,

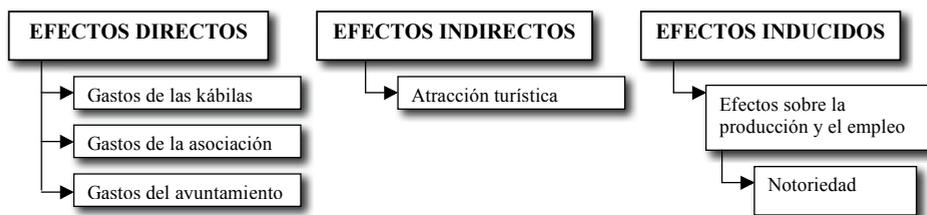
1 Trabajos como los de Devesa et al. (2002) y Capaul (1986) sobre los festivales de cine de Valladolid y San Sebastián respectivamente, los que realiza el Museo Guggenheim de Bilbao (2003) sobre su impacto en la economía del País Vasco, los estudios de Brunet (1995) sobre el Impacto de los Juegos Olímpicos de Barcelona 92 en la ciudad de Barcelona o el más reciente elaborado por la Comunidad de Madrid «Impacto Económico de los Juegos Olímpicos Madrid 2012 en la Ciudad de Madrid», son ejemplos de aplicación de esta metodología en nuestro país. También son diversos los ejemplos de aplicación de esta metodología en el extranjero, pudiendo destacar en materia cultural los estudios pioneros del Nacional Endowment for the Arts (1977) sobre el impacto de la vida artística en la ciudad de Baltimore (EEUU) y el estudio realizado por The Port Authority of New York and New Jersey (1983) sobre la importancia económica del sector cultural en el área metropolitana de Nueva York, o el más reciente elaborado por Festivals&Events Ontario (2003) «Festival&Events Ontario 2003 Economic Impact Survey».

partiendo de las tablas input-output disponibles), otros se inclinan por aspectos más cualitativos, como el aumento del capital humano de la sociedad, la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos o la atracción de nuevas actividades y puestos de trabajo (siendo claro está, estos efectos mucho más difíciles de cuantificar).

En esta investigación, se optará por una combinación de ambos enfoques (el más cuantitativo del multiplicador) y el cualitativo, pero con algunas salvedades. Ello es debido a dos limitaciones fundamentales. En primer lugar, la imposibilidad de utilizar una tabla input-output de carácter exclusivamente local como la que normalmente sirve de base a todos estos estudios. Esta carencia obliga a determinar los impactos mediante fuentes alternativas tales como las propias declaraciones de los establecimientos sobre los efectos generados por la fiesta, indicadores de ocupación, estimaciones de gasto turístico, presupuestos municipales, etc. Y en segundo lugar, a la necesidad de aplicar una serie de precisiones operativas, para adaptarnos a la peculiaridad de un evento festivo que se repite año atrás año (no como muchos de los estudios de impacto económico citados, que como los referidos a los juegos olímpicos, son para eventos que se realizan una sola vez).

A continuación se detallarán los efectos económicos más destacables de la Fiesta de Moros y Cristianos en el municipio de Calpe. Pero antes, la figura 1, describirá el marco conceptual en el que se desenvuelve el estudio que comienza a continuación.

Figura 1
MARCO CONCEPTUAL DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS DE LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS DE CALPE



3. EFECTOS DIRECTOS DE LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS EN CALPE

El impacto directo de la Fiesta de Moros y Cristianos de Calpe sobre el tejido productivo del municipio y los alrededores está conformado, sobre todo, por el gasto que las «kábilas», la Asociación de Moros y Cristianos y el Ayuntamiento de Calpe realizan tanto en dotación de infraestructura como en alimentación, vestido y atracciones (música, grupos de danzas, etc.) durante la fiesta. Este gasto total asciende a 575.288,88 euros y se desglosa tal y como se describe a continuación.

3.1. Gasto de las kábilas

Las kábilas o «filas» son las unidades de participación de los festeros en la fiesta de moros y cristianos. Estas kábilas gastan la mayor parte de su presupuesto en alimentación

(comida y bebidas), vestidos (trajes para los actos del Miracle, Desfile, Procesiones, Desembarco, etc.). El montante anual de estos gastos está relacionado con la ostentación por parte de la kábila, de algún tipo de «cargo» (alférez, abanderado, capitanaía,...), siendo especialmente importantes el año en que se ostenta la Capitanaía, bien del Bando Moro, bien del Bando Cristiano. Para estimar el gasto directo de las kábilas en la fiesta, intentando corregir la estacionalidad de los gastos atribuibles a la ostentación de los distintos cargos, se les ha solicitado que cumplimenten un cuestionario expresando el gasto medio de la kábila en los últimos 5 años en diferentes conceptos.

El resultado, que agrupa el importe medio total anual de las 12 kábilas que existen en Calpe, asciende a 480.181,00 euros desglosado como expresa la tabla 1. Como puede apreciarse, la principal partida de gasto es la alimentación y bebida, que viene a suponer un 28% de todos los gastos de las kábilas, seguido de la música, que representa un 25%. Estos gastos se financian mayoritariamente con las aportaciones de festeros a través de sus cuotas (309.828,00 euros, que suponen el 64,5% de los gastos), otras actividades realizadas por las kábilas para captar fondos y con una subvención anual del Ayuntamiento destinada a las kábilas que asciende a unos 95.000,00 euros (un 20% de los gastos de éstas).

3.2. Gastos realizados por la Asociación de Moros y Cristianos de Calpe y gastos directos totales de la Asociación y las Kábilas

La Asociación de Moros y Cristianos de Calpe es la encargada, junto con las kábilas y el Ayuntamiento, de organizar el programa de Fiestas y ejecutarlo con éxito. También se encarga de proveer servicios auxiliares a las kábilas para la realización de diferentes eventos relacionados con la Fiesta (iluminación, pirotecnia, seguros, decoración y escenarios, etc). Estos gastos ascienden anualmente, a una media de 47.600,00 euros, desglosados en la forma que refleja la tabla 2. Al igual que en el caso anterior, es alimentación y bebidas, música y vestidos y accesorios, las partidas de gasto más importante de las fiestas. Y por ello, los sectores que más se benefician de una forma directa por las mismas. Gran parte

Tabla 1
GASTO MEDIO ANUAL DE LAS 10 KÁBILAS DESGLOSADO POR CONCEPTOS

Concepto	Importe medio anual
Alimentación y bebida	133.523,00
Vestidos y accesorios	79.190,00
Música	120.679,00
Arrendamientos	15.480,00
Otros gastos	131.309,00
TOTAL GASTOS	480.181,00

Fuente: Encuesta a Kábilas pertenecientes a la Asociación de Moros y Cristianos de Calpe.

Tabla 2
GASTO MEDIO ANUAL DE LA ASOCIACIÓN DE MOROS Y CRISTIANOS
DESGLOSADO POR CONCEPTOS

Concepto	Importe medio anual
Decoración, escenarios y flores	6.200,00
Música	6.200,00
Pirotecnia	14.300,00
Seguros	3.000,00
Arrendamiento sede y otros	5.100,00
Iluminación y sonido	9.300,00
Otros gastos	3.500,00
TOTAL GASTOS	47.600,00

Fuente: Asociación de Moros y Cristianos de Calpe.

de estos beneficios repercute en empresas y establecimientos locales. Este es el caso mayoritario del gasto en alimentación y bebida, seguros y arrendamientos. Pero otra parte nada desdeñable, como sería la dedicada a la música, la pirotecnia y los vestidos y accesorios, se canalizan al exterior por medio de empresas y bandas de música que provienen del entorno calpino, contribuyendo de esta forma las fiestas calpinas, al desarrollo y prosperidad de estos otros municipios de su entorno.

3.3. Gastos realizados por el Ayuntamiento de Calpe

El Ayuntamiento de Calpe también realiza algunos gastos de carácter dotacional relacionados con la Fiesta de Moros y Cristianos de Calpe, en particular, se ocupa de la instalación y montaje del «Castillo» en el que se celebra el Acto del Miracle y de la instalación del alumbrado de calles por las que atraviesan los distintos actos relacionados con la Fiesta. Estos gastos ascienden anualmente (según se constata en los presupuestos municipales del Ayuntamiento, y se obtiene de los cálculos de asignación de policía, horas extras de oficiales y peones dedicados al montaje y desmontaje de las instalaciones mencionadas), a una media de 47.507,88 euros desglosados tal y como refleja la tabla 3.

Tabla 3
GASTO MEDIO ANUAL DEL AYUNTAMIENTO DE CALPE EN LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS DESGLOSADO POR CONCEPTOS

Iluminación	7.079,20€
Música	3.250,00€
Montaje del Castillo, templete y otros montajes	3.000,00€
Seguridad	4.143,20€
Pirotecnia	4.837,20€
Exposición y Performance «Acto del Miracle»	8.470,00€
Otros	16.728,28€
TOTAL GASTOS	47.507,88€

Fuente: Ayuntamiento de Calpe.

3.4. Importe total de los gastos directos del Acto del Miracle y Fiestas de Moros y Cristianos de Calpe

Habida cuenta las cifras anteriores, el importe total de los gastos directos generados por la fiesta, asciende, como se dijo al inicio a 575.288,88 euros, desglosados tal y como se recoge en las tablas 4 y 5.

Tabla 4
GASTO DIRECTO TOTAL EN LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS DESGLOSADO POR AGENTE

Gastos directos kábilas	480.181,00	84%
Gastos directos Asociación	47.600,00	8%
Gastos directos Ayuntamiento	47.507,88	8%
TOTAL GASTOS DIRECTOS	575.288,88	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5
GASTO DIRECTO TOTAL EN LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS
DESGLOSADOS POR CONCEPTOS

Concepto	Importe medio anual
Alimentación y bebida	133.523,00
Vestidos y accesorios	79.190,00
Música	130.129,00
Arrendamientos	20.580,00
Decoración, escenarios y flores	9.200,00
Pirotecnia	19.137,20
Seguridad y Seguros	7.143,20
Iluminación y sonido	16.379,20
Otros gastos	160.007,28
TOTAL GASTO MEDIO ANUAL	575.288,88

Fuente: Elaboración propia.

4. LOS EFECTOS INDIRECTOS DE LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS DE CALPE

Los efectos indirectos de la Fiesta de Moros y Cristianos de Calpe son mayoritariamente atribuibles a la capacidad de atracción de visitantes y turistas que la Fiesta, consolidada a través de los años, genera en el municipio. Este impacto asciende a un montante de 4.999.593,84 euros de los cuales un 56% corresponde al gasto generado por los visitantes en bienes diarios y otros bienes, y el resto corresponde al alojamiento de dichos visitantes.

4.1. Estimación del número de visitantes atraídos por las Fiestas de Moros y Cristianos

Los desembolsos efectuados por los turistas y asistentes de los distintos eventos relacionados con la Fiesta han sido obtenidos mediante una estimación basada en la capacidad de alojamiento que ofrece el municipio, los índices de ocupación estimados tras consultar a la totalidad de los hoteles y empresas de apartamentos turísticos más representativos de la localidad, y su contraste con otros indicadores indirectos como la producción de Residuos Sólidos Urbanos del Municipio, y el estudio de la demanda turística realizado por el Ayuntamiento de Calpe y la Agencia Valenciana de Turismo en el año 2000. Este estudio de la demanda turística, ofrece el gasto medio diario realizado por los visitantes calpinos y su distribución por partidas de gasto. Se han actualizado las cantidades básicas de referencia, mediante el IPCAH (índice de precios al consumo

armonizado de la Unión Europea) que, para el conjunto de la Unión Europea, ofrece el Eurostat.

La capacidad máxima de acogida, estimada en 120.000 personas, es consistente con el parque de viviendas con que cuenta el municipio y que se desprende del Censo de Población y Viviendas efectuado por el Instituto Nacional de Estadística en 2001 y el volumen de licencias de obra otorgado por el Ayuntamiento entre 2002 y 2004. Dicho parque se cifra en unas 20.000 viviendas. Teniendo en cuenta que la población de derecho del municipio asciende a 26.500 personas en la actualidad, la capacidad máxima de alojamiento que permite el municipio, o la atracción potencial máxima de visitantes que pueden alojarse en éste alcanzaría las 93.500 personas.

El índice de ocupación ponderado del municipio durante las fiestas de moros y cristianos calculado a partir de los índices de ocupación facilitados por las empresas hoteleras y de alquiler de apartamentos reflejados en la tabla 7, podría cifrarse en un 24,66%, tal y como expresa la tabla 6.

Tabla 6
ÍNDICE DE OCUPACIÓN MEDIO EN HOTELES Y APARTAMENTOS DE CALPE DURANTE LAS FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS

Índice de ocupación hoteles	73%
Índice de ocupación apartamentos	15,00%
Total plazas hoteles*	2.138
Total plazas apartamentos*	10.823
ÍNDICE MEDIO PONDERADO DE OCUPACIÓN DEL MUNICIPIO DE CALPE DURANTE LAS FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS	24,66%

Fuente: Ocupación: Hoteles y apartamentos de Calpe. *Plazas: Agencia Valenciana de Turismo. Oferta Municipal y Comarcal 2004.

Tabla 7
ÍNDICES DE OCUPACIÓN MEDIA EN HOTELES Y APARTAMENTOS DE CALPE DURANTE DISTINTAS ÉPOCAS DEL AÑO

	Semana Santa	Mes de Agosto	Fiestas de Moros y Cristianos
Hoteles	86%	95%	73%
Apartamentos	22%	100%	15%

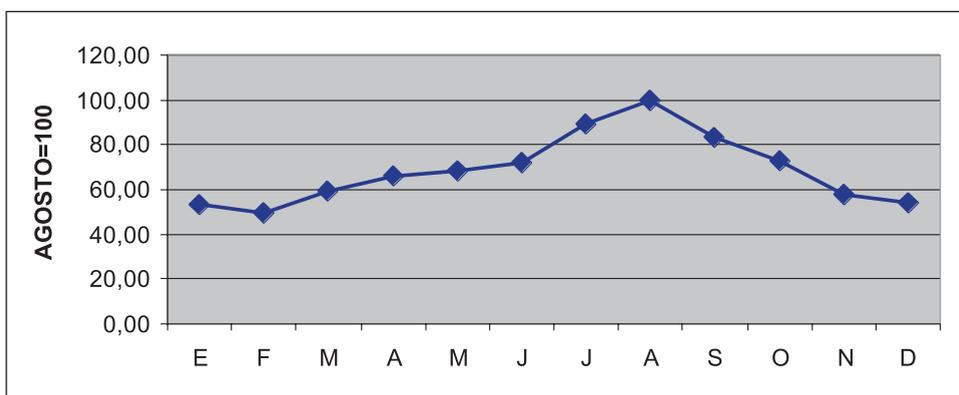
Fuente: Encuesta a Establecimientos hosteleros de Calpe

Sin embargo, hay razones más que fundadas para pensar que este índice de ocupación no revela el verdadero volumen de ocupación del municipio durante las fiestas de moros y cristianos. La primera dificultad con que se encuentra quien pretende estimar la demanda turística, es que el volumen de apartamentos ofertados en las diferentes épocas

o temporadas es variable². De esta forma, los indicadores de ocupación facilitados por las agencias de alquiler devienen muy poco fiables. Además, la estadística oficial relativa a las plazas de apartamentos, un total de 10.823, se aleja bastante de lo que es la realidad del municipio. Esta brusca variación de los indicadores relativos a los apartamentos no se observa en el caso de los hoteles, donde la oferta es invariable. Lo que lleva a pensar a que el indicador de ocupación hotelero, es mucho más próximo a la realidad del municipio, que el de los apartamentos, a pesar de representar una minoría del alojamiento turístico ofertado por el municipio.

Por los motivos anteriores se requiere asegurar las estimaciones de ocupación, lo que puede hacerse contrastando los indicadores de ocupación de la tabla anterior, con otros indicadores indirectos disponibles en el municipio. En este caso, se ha optado por la producción de residuos sólidos urbanos (RSU). La misma viene a confirmar que la ocupación global del municipio durante el mes de octubre es superior a la que reflejan los índices de ocupación de las agencias de alquiler de apartamentos. De hecho, octubre es

Figura 2
PRODUCCIÓN RSU ORGÁNICO EN CALPE. MEDIA 2002, 2003, 2004 EN NÚMEROS ÍNDICES



Fuente: Ayuntamiento de Calpe.

² La variabilidad de la oferta proviene por el hecho de que los propietarios no ofrecen inmuebles salvo en los períodos puntuales en que ellos no los utilizan, y sólo si lo consideran rentable. En julio o agosto hay oportunidades para obtener un buen rendimiento por los mismos, los propietarios se abstienen de usar sus inmuebles, y por ello el volumen de apartamentos en alquiler se incrementa de forma considerable. La ocupación en estas épocas es también muy elevada, por lo que un 100% de ocupación en apartamentos de agosto, implica una ocupación máxima de la práctica totalidad de los apartamentos disponibles en el municipio. Sin embargo, en octubre o semana santa, donde el período vacacional es mucho más reducido, no sale a cuenta a los propietarios arrendar sus inmuebles. Lo que suelen hacer en este caso, es acudir ellos mismos a ocuparlos, y la oferta en alquiler se reduce substancialmente. El índice de ocupación calculado anteriormente a partir de los indicadores facilitados por las agencias de alquiler, hace referencia únicamente a la oferta disponible en ese momento, y por ello, un índice de ocupación del 15% en apartamentos, no es significativo del conjunto de apartamentos del municipio, que suelen encontrarse ocupados en esas épocas por sus propietarios.

el cuarto mes en producción de residuos tras agosto, julio y septiembre, de toda la serie. Por encima incluso de los meses de marzo y abril, fechas en las que coincide la Semana Santa. Ello es debido a la concurrencia, tanto de las fiestas de Moros y Cristianos en la tercera semana del mes, como a la Oktoberfest alemana que se celebra durante la primera semana del mismo mes.

Si se asigna al mes de agosto, mes de máxima producción de RSU, el índice 100, el resultado es 66,11 para el mes de abril y 72,59 para el mes de octubre. Si se asume que el 100 del mes de agosto corresponde a un 90% de ocupación en el municipio (se da un margen del 10% de holgura de capacidad)³, el 72,59% del mes de octubre podría equipararse a un 65,33% de ocupación general del municipio durante ese mes que, como podemos comprobar, es ligeramente inferior al establecido por la media de la ocupación hotelera para la tercera semana del mes de octubre (73%). Teniendo en cuenta, no obstante, que con toda seguridad hay visitantes en Calpe durante todo el año con independencia de la existencia o no de actos festivos en esos meses, procede determinar y descontar el volumen de visitantes que, independientemente de la fiesta de Moros y Cristianos, acudirían al municipio durante el mes de octubre. Utilizando la producción de residuos del mes de febrero (mes de mínima producción con índice 49,78), y asumiendo que la población de derecho del municipio alcanza los 26.500 habitantes, puede estimarse en cerca de 18.000 los visitantes del municipio que pueden encontrarse en cualquier época del año y que acudirían durante ese fin de semana aunque no existiera la mencionada fiesta. En consecuencia, la estimación de visitantes atraídos por la Fiesta de Moros y Cristianos a Calpe, durante los dos días que se transcurren los actos más relevantes, incluido el Miracle, alcanzaría, tal y como se desprende de la tabla 8, las 86.168 personas. Ahora se tratará de estimar el gasto turístico que genera dicho volumen de visitantes.

Tabla 8
ESTIMACIÓN DE VISITANTES EN CALPE DURANTE LAS FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS

Capacidad máxima de atracción	93.500
Índice de ocupación medio ponderado	65,33%
Total visitantes diarios del municipio de Calpe en octubre	61.084
Visitantes independientes de la fiesta de moros y cristianos	18.000
Visitantes atraídos por la fiesta de moros y cristianos	43.084
Número de días de Fiesta	2
TOTAL VISITANTES	86.168

Fuente: Elaboración Propia.

³ Índice de ocupación declarado por el Departamento de Turismo en Información Marina Alta, 2/08/2005.

4.2. Estimación del gasto turístico atraído por las Fiestas de Moros y Cristianos

El Estudio de la Demanda Turística de Calpe elaborado por parte de la Agencia Valenciana de Turismo en el año 2000, arroja una estimación del gasto medio diario por turista, excluyendo el desplazamiento y el alojamiento, de unos 29,20 euros por persona/día durante el mes de octubre⁴, importe que actualizado al 2004 según las tasas oficiales de inflación publicadas por el Eurostat, se situaría en torno a los 32,97 euros por persona/día. El gasto en alojamiento, según la misma fuente, se situaría en 70,71 euros por persona/día para el 2004. Ello arrojaría un gasto total medio por persona/día de 103,68 euros, que concuerda bien con el comportamiento de gasto turístico establecido por la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) de marzo de 2005⁵. Por ello, puede concluirse que la bondad del ajuste efectuado es elevada.

Tabla 9
TASA DE INFLACIÓN ARMONIZADA DE ESPAÑA

	2000	2001	2002	2003	2004	Factor de actualización
Inflación Armonizada España	3,5	2,8	3,6	3,1	3,1	12,6

Fuente: EUROSTAT

Una estimación de la distribución del gasto turístico por diferente tipología de bienes comercializables, viene ofrecida en el Estudio para el Plan Territorial de Comercio de la Comunidad Valenciana (PATECO), elaborado por el Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana y la Conselleria de Industria y Comercio en 1998. La aplicación de los porcen-

Tabla 10
ESTIMACIÓN DEL GASTO MEDIO DIARIO DEL VISITANTE EN CALPE
DURANTE LAS FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS

Concepto	Importe actualizado a 2004
Gasto medio diario total (excluido alojamiento)	32,97€
Bienes diarios (alimentación, bebidas, droguería,...)	19,35€
Equipamiento personal (textil, calzado,...)	5,25€
Equipamiento del hogar	4,55€
Otros bienes	3,82€

Fuente AVT (2000), PATECO (1998), Consejo Cámaras Comunidad Valenciana (2001)

4 AVT (2000) Estudio demanda turística de Calpe p. 36.

5 IET(2005) Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) Nota Informativa de marzo de 2005, p. 6. Esta encuesta establece un gasto medio diario por persona de 122,00€ para aquellos que utilizan el tipo de alojamiento turístico hotelero, y 58,00€ persona/día para aquellos que utilizan otro tipo de alojamiento.

tajes de distribución a la estimación del gasto turístico realizado anteriormente, ofrece una composición del gasto turístico actualizado a 2004, excluyendo el gasto en alojamiento, como el que refleja la tabla 10.

Así pues, el gasto total generado por los 86.168 visitantes estimados anteriormente ascendería a 2.840.958,96 euros (86.168x32,97 euros). Teniendo en cuenta que el PAC de Calpe estimaba un saldo neto turístico para el año 2000 de 23.956.998,00 euros que actualizados al 2004 supondrían 26.975.579,75 euros, el gasto atraído por las Fiestas de Moros y Cristianos representaría un 10,53% del saldo neto turístico total del municipio de Calpe a lo largo de un año. Este volumen de gasto turístico se distribuye, en función de la estimación expresada en la tabla 10, tal y como se refleja en la tabla 11. Los bienes diarios, especialmente alimentación y bebida, son los sectores que resultan más favorecidos por la atracción turística que generan las Fiestas.

Tabla 11
DISTRIBUCIÓN DEL GASTO MEDIO DIARIO DEL VISITANTE DURANTE LAS FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS

CONCEPTO	Importe
Bienes diarios	1.667.350,80€
Equipamiento personal	452.382,00€
Equipamiento del hogar	392.064,40€
Otros bienes	329.161,76€
TOTAL	2.840.958,96€

Fuente: Elaboración Propia.

Por último, faltaría determinar el gasto en alojamiento, que provendría de la aplicación de la tasa de ocupación hotelera (73%) a las 2.138 plazas disponibles en el municipio, por el gasto medio diario en alojamiento hotelero; más, ahora sí, el 15% de ocupación estimado por las agencias de alquiler, sobre el volumen de apartamentos disponibles (el

Tabla 12
GASTO EN ALOJAMIENTO

Visitantes alojados en hoteles de Calpe 2.138 x0,73	1.560
Visitantes alojados en apartamentos 91.362x0,15	13.704
Días	2
Total visitantes alojados	30.528
Gasto medio en alojamiento persona/día	70,71 euros
Total gasto en alojamiento	2.158.634,88 euros

Fuente: Elaboración Propia.

resto, hasta el 73% estimado anteriormente correspondería a los propietarios que acuden a sus segundas residencias). El resultado de las operaciones se refleja en la tabla 12.

En definitiva, podemos apreciar que el gasto indirecto total generado por las fiestas de Moros y Cristianos de Calpe y su Acto del Miracle, ascienden a un total de 4.999.593,84 euros, lo que representa un 18,53% del saldo neto turístico anual del municipio. La tabla 13 resume finalmente, el gasto indirecto total en la Fiesta de Moros y Cristianos desglosado por conceptos.

Tabla 13
GASTO INDIRECTO TOTAL EN LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS
DESGLOSADO POR CONCEPTOS

Concepto	Importe
Alojamiento	2.158.634,88€
Bienes diarios (alimentación y bebida)	1.667.350,80€
Equipamiento personal	452.382,00€
Equipamiento del hogar	392.064,40€
Otros bienes	329.161,76€
TOTAL	4.999.593,84€

Fuente: Elaboración Propia.

5. LOS EFECTOS INDUCIDOS DE LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS DE CALPE Y ACTO DEL MIRACLE

Resulta evidente que estos ingresos no actúan de una sola y única vez sobre la economía local, sino que repercuten nuevamente sobre la misma por la actuación de los efectos multiplicadores.

5.1. Efectos inducidos sobre la producción y el empleo

Una aproximación a los efectos sobre la producción y el empleo inducidos por este volumen de atracción de gasto turístico, podría realizarse si existiera a nivel regional o local, una tabla como la que el INE proporciona para el nivel nacional a partir de los datos de la Cuenta Satélite del Turismo en España. Datos que se reflejan en la tabla 14⁶. Sin embargo, la carencia de datos concretos para estos niveles impide el cálculo exacto de estos efectos que, aunque se prefiere omitir, se es consciente de que existen. Es por ello por lo que la estimación de impactos aquí realizada, deberá entenderse siempre, como una estimación por defecto.

⁶ INE (2002) Cifras INE Boletín Informativo del INE 2/2002: La cuenta satélite del turismo en España p. 3.

Tabla 14
EFFECTOS MULTIPLICADORES DEL GASTO TURÍSTICO EN ESPAÑA. 1996

	Efectos directos		Efectos totales	
	Nivel	% s/total de la economía	Nivel	% s/total de la economía
Producción (M.Euros)	56.138,20	6,7	93.687,5	11,1
Empleo (Miles)	863,5	6,2	1.339,7	10,1

Fuente Instituto Nacional de Estadística.

Para realizar una estimación relativa al impacto sobre el empleo, es necesario recurrir fuentes alternativas a las que se han usado hasta este momento. Durante los meses de julio y agosto de 2005 se han realizado 297 encuestas a los establecimientos comerciales y hosteleros de todo el término municipal de Calpe en las que se preguntaba acerca del impacto económico de las fiestas de moros y cristianos en estas empresas. La ficha técnica de la encuesta realizada se presenta en la tabla 15. Los principales resultados que se derivan de esta encuesta son:

1. Un contundente 100% de los propietarios encuestados consideran (pregunta 3 del cuestionario) que las fiestas de los moros y cristianos tienen un impacto económico beneficioso sobre el municipio.
2. Un 97% de los propietarios consideran (pregunta 5), además, que las fiestas de moros y cristianos contribuyen a «alargar la temporada turística de Calpe».
3. Al ser preguntados sobre el impacto directo en su establecimiento. Un 58,9% de los encuestados considera que las fiestas ejercen un impacto económico beneficioso sobre su establecimiento. Mientras que un 41,1% considera que la fiesta no ejerce ningún efecto sobre su establecimiento.
4. Estos resultados beneficiosos operan más desde la vertiente del incremento de la facturación, que desde la vertiente del incremento del empleo. Así, de aquellos que consideran que las fiestas ejercen un resultado positivo, un 73,1% consideran que «incrementa la facturación, pero no alcanza el doble de lo que facturo un día normal del mes de octubre»; un 25,1% incrementan la facturación aproximadamente el doble de un día habitual de ese mes, y sólo un 1,7% alcanzan el triple de un día habitual de facturación. Por lo que respecta al empleo, el 89,1% de los que declara obtener resultados positivos por las fiestas, reconoce que «no aumento el personal durante ese fin de semana»; sólo un 8,6% incrementa su personal en 1 empleado, un 0,6% incrementa el personal en 2 personas y otro 0,6% incrementa el personal en 3 empleados.
5. Evidentemente, los establecimientos que resultan más beneficiados por la fiesta, son aquellos que se ubican en el caso urbano, en aquellos lugares más próximos en los que se celebran las fiestas. Un 75,9% de los establecimientos que declaran verse positivamente afectados por las fiestas de moros y cristianos, se ubican en dicho casco urbano.

6. Por último, puede observarse que los establecimientos que resultan más beneficiados por la Fiesta son la hostelería —dentro de esta actividad un 73,5% de los establecimientos se considera beneficiado por la Fiesta—, agencias inmobiliarias (59,1%) y el comercio 54,4%.

Tabla 15
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LOS ESTABLECIMIENTOS

Diseño del cuestionario: Agencia de Desarrollo Local de Calpe
Grabación de datos: Agencia de Desarrollo Local
Análisis Estadístico: José F Perles Ribes. Agente de Desarrollo Local. Software: SPSS 12.0
Muestra aleatoria obtenida a partir del censo de aperturas del Ayuntamiento de Calpe
Muestra: 297 encuestas recibidas durante los meses de julio y agosto para una población finita de 1000 establecimientos $p=q=50\%$. Margen de error= $\pm 5\%$

Fuente: Elaboración propia.

Se observa, en definitiva, que la gran mayoría de los empresarios calpinos valora positivamente las fiestas y las considera un motor de atracción turística que ha alargado la propia temporada turística del municipio hasta finales del mes de octubre. Es más, seis de cada 10 propietarios señalan que la fiesta repercute positivamente sobre su establecimiento. De los que se ven afectados positivamente, un 26,7% incrementan la facturación el doble o el triple respecto de un día habitual del mes de octubre y cerca del 10% incrementa su personal en uno, dos o tres empleados. Un impacto, nada desdeñable.

5.2. Otros efectos inducidos

De todos modos, salta a la vista que no sólo respecto a la producción y el empleo ejerce un efecto positivo las fiestas de moros y cristianos. Las mismas también repercuten sobre la economía local, aunque lo hagan a más largo plazo, por vía de la notoriedad que el municipio alcanza en los diversos medios de comunicación y la publicidad que ejerce. Es fácil suponer que algunos de los visitantes que puedan llegar a tener conocimiento del municipio por esta vía, acaben convirtiéndose en visitantes habituales o incluso en residentes del municipio, con el consiguiente efecto positivo sobre los sectores inmobiliario y de la construcción etc. Aunque es difícil conocerlo con seguridad.

Al objeto de medir el grado de conocimiento que tienen las fiestas entre los visitantes estivales del municipio, se ha realizado una encuesta, elaborada por la Agencia de Desarrollo Local y recogida por las Oficinas de Turismo del municipio durante los meses de julio y agosto, en las que se preguntaba a los visitantes sobre diversos aspectos relacionados con esta fiesta. La ficha técnica, se muestra en la tabla 16. Los principales resultados a los que se llega son:

1. El grado de fidelidad al destino turístico Calpe es elevado, un 62,8% de los encuestados declara que no es la primera vez que viene a Calpe.
2. El grado de conocimiento de las fiestas calpinas es, en general, elevado, pues sólo un 16,21% no declaran conocer alguna de las nueve fiestas por las que se les preguntó. Es decir, no conocen ninguna fiesta.
3. La fiesta de Moros y Cristianos es, junto con las fiestas patronales de agosto y La Virgen del Carmen una de las fiestas más conocida por nuestros visitantes. Así, un 43,9% de los encuestados declara conocerla.
4. Además, un 27% de los encuestados durante este período declara que ha venido alguna vez a las fiestas de moros y cristianos. Parece claro pues, que la fiesta es un claro atractivo turístico más de los que ofrece este municipio.
5. Confirmando las impresiones generales, se observa que la gran mayoría de los que acuden a las Fiestas de Moros y Cristianos son los propietarios de segundas residencias o sus amigos y familiares, pues un 45,0% (la primera opción) declaran alojarse en su propio apartamento o chalet y un 35% en el apartamento de amigos o familiares. Un 10% de los que acuden a las fiestas se alojan en un apartamento alquilado y un 2,5% lo hacen en un hotel. Todo ello viene a confirmar los cálculos relativos a la demanda de alojamiento que se han realizado en los apartados anteriores.

En definitiva, los resultados de la encuesta confirman que las fiestas de moros y cristianos son un importante atractivo turístico de este municipio, muy conocido incluso en otras épocas del año distintas del propio mes de octubre, que contribuye a desestacionalizar la temporada turística del municipio.

Tabla 16
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LOS VISITANTES

Diseño del cuestionario: Agencia de Desarrollo Local de Calpe
Grabación de datos: Agencia de Desarrollo Local
Análisis Estadístico: José F Perles Ribes. Agente de Desarrollo Local. Software: SPSS 12.0
Encuestas efectuadas en las Infotourist de Calpe y los puntos de información turística de las playas de Levante y el Bol.
Muestra: 148 encuestas válidas recibidas durante los meses de julio y agosto para una población infinita de visitantes $p=q=50\%$. Margen de error $=\pm 8\%$. Se tomarán las conclusiones a modo de tendencias.

Fuente: Elaboración propia.

Llegados a este punto, únicamente restaría por investigar, la valoración, importante, de la notoriedad alcanzada por el municipio gracias a la Fiesta. Se trataría de estimar el importe económico que supone la aparición del municipio y su fiesta en los diferentes medios de comunicación, tarea harto compleja habida cuenta que no existe registro alguno sobre los impactos que la fiesta pueda generar en medios como la radio o la televisión. No obstante, sí es posible realizar una aproximación a este efecto, cuando de lo que se trata de conocer es la notoriedad que la Fiesta y el municipio alcanzan en la prensa escrita.

El Gabinete de Comunicación del Ayuntamiento de Calpe elabora, con carácter mensual, un dossier de prensa que recoge todas aquellas noticias que se publican en los diarios de mayor repercusión local, que afectan al municipio calpino. Este registro puede servir para calcular la notoriedad de la fiesta en la prensa escrita. Así, en el empeño de conocer cual sería el volumen de impactos y la valoración de los mismos que corresponde a las fiestas de Moros y Cristianos, se ha examinado el dossier de prensa del mes de octubre de 2004, examen que, contrastado y valorado en función de las tarifas publicitarias de los distintos medios de comunicación a fecha actual, arroja un impacto económico cercano a los 16.000,00€, que se desglosan tal y como muestra la tabla 17.

Tabla 17
VALORACIÓN DE LA NOTORIEDAD ALCANZADA POR LA FIESTA EN LA PRENSA ESCRITA

Diario	Nº Impactos	Precio página (sin IVA)*	Valor estimado (IVA incluido)
Información de Alicante	2,68	2.958,52	9.197,44
Levante	0,72	1.777,50	1.484,57
Canfali Marina Alta	3,5	1.030,84	4.184,12
Las Provincias	0,31	1.477,00	531,13
TOTAL			15.397,26

Nº impactos= páginas o fracción de página

6. CONCLUSIONES

En conclusión, lo visto hasta ahora pone de manifiesto que la fiesta de moros y cristianos se ha convertido en apenas treinta años, en un importante atractivo turístico de Calpe, que ha propiciado importantes efectos económicos y ha generado una modificación substancial del patrón de comportamiento turístico de los visitantes calpinos. Este impacto económico se cifra en no menos de 5.574.882,72€, la mayor parte de los cuales 89,68% corresponden a la atracción turística que provoca la fiesta que puede cifrarse en un 18,53% del saldo turístico neto del municipio (efectos indirectos) y el resto al gasto directo efectuado por las kábilas, Asociación y Ayuntamiento en la puesta en marcha de las fiestas (efecto directo). Aunque si se tuvieran en cuenta los efectos inducidos que se han mencionado en el último bloque, el impacto definitivo, superaría probablemente de largo, esta cifra.

Se observa también algunos ligeros efectos inducidos sobre el empleo, aunque su magnitud se encuentra muy alejada respecto a lo que se aprecian en términos monetarios.

Por lo demás, las fiestas gozan de una elevada reputación entre los empresarios del municipio, pues la práctica totalidad considera que las mismas son beneficiosas para Calpe y contribuyen a alargar la temporada turística en esta villa. Este hecho es confirmado nuevamente por el hecho de que cerca de un 30% de los que visitantes que acuden

a Calpe durante la temporada estival, vuelvan de nuevo para disfrutar de estas fiestas en el mes de octubre.

Se trata, en definitiva, de una fiesta muy conocida de Calpe y un importante atractivo turístico de esta villa, que justifica, en buena medida, la inversión y potenciación de la Administración Pública en este tipo fiestas populares, no sólo en Calpe, sino en todos aquellos municipios en que tienen lugar, pues no cabe ninguna duda que constituyen un factor avanzado de competitividad turística en unos destinos maduros necesitados urgentemente de herramientas de diversificación y desestacionalización.

BIBLIOGRAFÍA

- AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO (2000): *Estudio de la demanda turística de Calpe*. Inédito.
- AYUNTAMIENTO DE CALPE (2000): *El Peñón de Ifach, la Villa de Calpe y los periodistas y escritores de turismo*.
- AYUNTAMIENTO DE MADRID – CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS TOMILLO S.L *Impacto Económico de los Juegos Olímpicos Madrid 2012*. Vía Internet www.munimadrid.es
- BIGNÉ ALCAÑIZ E. et al (2000): *Márketing de destinos turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Ed. ESIC.
- BONET I y AGUSTÍ LL. (2003): *Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica*. Ponencia cedida al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Vía Internet www.gestioncultural.org
- BULL A.(1994): *La economía del sector turístico*. Alianza Economía.
- CONSEJO DE CÁMARAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2001): *Plan de Acción Comercial de Calpe*.
- DE MORAGAS SPÀ M, y BOTELLA M (1995): *The Keys of succes: the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona' 92*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- ENIGMA RESEARCH CORPORATION (2004): *Festivals&Events Ontario 2003 Impact Survey*. Vía Internet www.festivalsandeventsontario.ca
- FIGEROLA PALOMO M. (2000) *Introducción al estudio económico del turismo*. Ed. Civitas. Madrid.
- GARCÍA SÁNCHEZ A. y ALBURQUERQUE GARCÍA F.J (2003): «El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios?», *Cuadernos de Turismo*, nº 11 pp. 97-105.
- GARCÍA ZARZA E. (2002) «El turismo cultural en Castilla León: El caso singular de las Edades del Hombre», *Cuadernos de Turismo*, nº 10, pp. 23-67.
- GETZ D. (1991) *Festivals, Special Events and Tourism*. Ed. Van Nostrand Reinhold. New York.
- GETZ D. (1997): *Event Management and Event Tourism*. Ed. Cognizant Communications Corporation. New York.
- HERRERO PRIETO L.C (Coord) (2004): *Turismo Cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*. Ed. Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y Leon.

- HERRERO PRIETO L.C (2004): *Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados*. Ponencia cedida al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Vía Internet www.gestioncultural.org
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2005): *Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)*, Nota informativa de Marzo. Vía internet www.iet.es
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS DE ESPAÑA (2002): *El Turismo realizado por los españoles 2001*. Vía Internet.
- IVARS J.A (2003): *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Ed. Síntesis. Madrid.
- MONFORT MIR V.M. (1999): *Competitividad y factores de éxito en los destinos turísticos Mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*. Tesis Doctoral consultada en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- OBSERVATORIO OCUPACIONAL DE ALICANTE (VARIOS AÑOS): *Análisis del Mercado Laboral de la Provincia de Alicante*.
- PASTOR FLUIXÀ J. (1985): «Introducción», en PASTOR PASTOR P., SERNA GARCÍA, L. Et. Al (1985): *Calpe, Historia en fotos 1900 - 1982*. Ed. Ajuntament de Calp.
- PASTOR PASTOR P. (1994): *Calpe, gentes y hechos*. Ed. Ajuntament de Calp.
- PASTOR PASTOR P. (1997): *Calp, ayer y hoy*. Ed. Ajuntament de Calp.
- PATECO (1998): *La distribución comercial en la Comunidad Valenciana. Estudio para el Plan de Acción Territorial Aplicado a la Distribución Comercial* Ed. Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación y Generalitat Valenciana.
- PERLES RIBES J.F. (2004): *Turismo, Ventaja Competitiva y Desarrollo Local*. Tesis Doctoral, Dpto. Análisis Económico Aplicado de la Universidad de Alicante. Inédita.
- RAMÓN RODRÍGUEZ A.B. (2002): *La expansión internacional del sector hotelero Español*. Caja de Ahorros del Mediterráneo. Alicante.
- RITCHIE J.R.B y SMITH B.H (1991): «The Impact of a Mega-event on Host Region Awareness: A Longitudinal Study», *Journal of Travel Research*, 3, 1, 3-10.
- RITCHIE J.R.B. and Y. HU (1987): «The Role and Impact of Mega-Events and Attractions on National and Regional Tourism: A Conceptual Methodological Overview». En *Proceedings of the 37th Annual Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism*. St. Gallen, Switzerland. Ed. AIEST.
- SEAMAN, B. (2003): «Economic impact of the arts» en TOWSE R. (2003) *A Handbook of Cultural Economics*, capítulo 27, pp. 224-231.
- SEVILLA JIMÉNEZ M. (1985): *Crecimiento y Urbanización. Elche 1960-1980*. Ed. Ayuntamiento de Elche y Universidad de Alicante.
- THE PORT AUTHORITY OF NEW YORK AND NEW JERSEY (1983): *The Arts as an industry: their economic importance to the New York and New Jersey metropolitan area*. New York.
- TRIBE J. (2001): *Economía del ocio y el turismo*. Ed. Síntesis.
- TYRREL T.J y JOHNSTON R.J (2000): «A framework for assessing direct economic impacts of tourist events: distinguishing origins, destinations, and causes of expenditures». *Journal of Travel Research*. Vol 40 August 2001, 94-100.
- VERA REBOLLO J.F. et. al. (1997): *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel. Barcelona.