



IMPACTO SOCIO ECONÓMICO Y TURÍSTICO DEL VALENCIA BOAT SHOW

*Estudio realizado por la Universidad de Valencia para la Fundación Deportiva
Municipal.*

INFORME RESULTADOS JULIO 2013

EQUIPO INVESTIGADOR:

DR. VICENTE AÑÓ SANZ. Decano de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Universitat de València.

DR. FERRAN CALABUIG MORENO. Vicedecano de Ordenación Económica e Instalaciones de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Universitat de València.

D. DAVID PARRA CAMACHO. Investigador externo.

Dr. JAVIER MUNDINA GÓMEZ: Dept. Educación Física y Deportiva

DR. DANIEL AYORA PÉREZ: Dept. Educación Física y Deportiva

DR. JUAN MANUEL NÚÑEZ POMAR: Dept. Educación Física y Deportiva

DRA. ANA M^a GÓMEZ TAFALLA: Dept. Educación Física y Deportiva

DR. JOSEP CRESPO HERVÁS: Dept. Educación Física y Deportiva

DR. VICENTE PRADO GASCÓ: Investigador externo

Índice

INTRODUCCIÓN: OBJETO DEL INFORME	4
1. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL	8
2. RESULTADOS.....	11
Características del perfil general de los visitantes y expositores del VLC Boat Show	11
Gasto medio realizado por los visitantes.....	12
Gasto medio realizado por los expositores.....	13
Gasto de la organización del evento	15
Estimación del impacto económico de la organización del VLC Boat Show.....	15
Valoración del VLC Boat Show por parte de los turistas	17
Valoración del VLC Boat Show por parte de los visitantes residentes en Valencia.....	19
Valoración de los expositores del VLC Boat Show	20
Comparación de las valoraciones de los expositores entre el primer día (18 abril) y el último día (22 de abril)	23
Comparación de las valoraciones de los visitantes y los expositores.	25
Expectativas de negocio de los expositores del VLC Boat Show.....	27
Intenciones o preferencias de los expositores para la edición del VLC Boat Show 2014	27
3. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

INTRODUCCIÓN: OBJETO DEL INFORME

El objetivo de este informe es analizar el impacto social y turístico del Valencia Boat Show, celebrado del 18 al 22 de Abril en la Marina Real Juan Carlos I. Se trata de una nueva edición del VLC Boat Show orientada a consolidarse entre los salones náuticos nacionales con la finalidad de convertirse en un gran evento comercial, social, cultural y deportivo.

Este evento se enmarca dentro del Plan Estratégico del sector náutico de Valencia presentado el pasado mes de Mayo por el Ayuntamiento de Valencia, que tiene por objetivo principal: “impulsar el sector náutico en el entorno de la ciudad de Valencia alineando mediante una visión integral, los intereses de la ciudad y del sector empresarial” (pág. 15). Así, en este documento se recogen una serie de acciones o estrategias orientadas a la consecución del objetivo mencionado. Por ejemplo, se contempla un eje sociocultural, que destaca la importancia de popularizar los deportes asociados al mar facilitando el acceso a la población. Según este Plan, existe una necesidad evidente de incorporar nuevos usuarios de productos y servicios asociados al mar. Para lograr este objetivo es necesaria la colaboración y cooperación de diferentes entidades u organismos (Fundación Deportiva Municipal, las federaciones de diversos deportes náuticos, la Marina Real, etc.) que desarrollen actividades y eventos populares, mejoren el acceso de las embarcaciones, popularicen la práctica de la pesca, etc.

Debemos tener en cuenta que Valencia ha apostado por la organización de eventos deportivos, y, consecuentemente, también por ofrecer un marco de exposición a las empresas que se dedican a la elaboración de productos y/o servicios de esos eventos. En el caso de un deporte como la Vela cabe indicar que fue sede de la 32º Copa del América, con gran éxito y la asistencia de 5.800.000 visitantes, que también lo fue de la 33º edición y que celebra muchas regatas y competiciones como la Copa de la Reina y que ha sido designada por la

Candidatura Olímpica de Madrid 2020 como subselección olímpica de vela en caso de que los Juegos Olímpicos sean concedidos a Madrid para ese año.

Se conoce, igualmente, que en la Marina Real y en el Port America's Cup, se encuentran actualmente entrenando diversos equipos olímpicos de diferentes países. Por todo ello, es pertinente que dentro del Plan Estratégico del Deporte de la FDM del Ayuntamiento de Valencia, ofrecer un evento de las características del Valencia Boat Show, y que sea un lugar de encuentro de la industria náutica, de los aficionados a este deporte y de los ciudadanos en general.

En esta línea, el documento refleja un calendario de actividades sociales que se desarrollaron durante este salón náutico con la finalidad de mejorar la popularidad de este tipo de deportes. Algunas de estas actividades incluyen bautismos de actividades náuticas, exhibiciones de remo, de kayak polo, de vela infantil, de vela adaptada, de vela latina y vela cangrejera, demostración de Pádel Surf, exhibición de Fly Board, realización de diferentes regatas y exhibición y uso de embarcaciones de radio control. También, se realizaron diversos talleres infantiles mediante la exposición de las escuelas de vela homologadas, talleres náuticos, montaje de maquetas y nudos.

Todo ello nos parece muy interesante para que el salón atraiga en primer lugar a los valencianos, pero también para que se convierta en una plataforma de lanzamiento de la "marca" Valencia, que permita la llegada a la ciudad de personas foráneas. La unión de la faceta expositora con estas actividades le da un enfoque distinto y supone un aliciente para captar visitantes. Los eventos deportivos generan una serie de beneficios socioeconómicos que contribuyen al desarrollo de la ciudad y de la región como, por ejemplo, la mejora de la imagen y el reconocimiento internacional, el incremento del turismo y de la capacidad hotelera, el aumento de las subvenciones al deporte y la expansión de la práctica deportiva, la mejora y la construcción de infraestructuras e instalaciones deportivas, la mejora de las redes de transporte público o la creación de puestos de trabajo (Añó, 2011). Por esta razón, los países y las ciudades compiten entre ellas para poder organizar estos acontecimientos deportivos y adoptan políticas

deportivas nacionales en las que la acogida de grandes eventos deportivos es el principal objetivo (Gratton, Shibli y Coleman, 2005). En este sentido, y ante el creciente atractivo de los acontecimientos deportivos como un elemento adicional en el marketing de los destinos turísticos, cada vez es más importante para los organizadores y gestores de eventos deportivos evaluar no sólo el impacto económico, sino también la repercusión social de estos eventos en la comunidad de acogida.

Así, se estima que acudieron a visitar el VLC Boat Show alrededor de 40.000 personas que pudieron presenciar y participar en numerosas actividades organizadas en el entorno de la Marina Real, así como, observar un gran número de embarcaciones expuestas por las diversas empresas que participaron en el evento como expositores.

Este tipo de eventos contribuyen a dinamizar el producto turístico de la ciudad de Valencia, al mismo tiempo, que promocionan y dan a conocer a los ciudadanos diversas modalidades deportivas y sus posibilidades de práctica. En este sentido, conocer el grado de satisfacción y valoración que los visitantes y expositores tienen sobre este acontecimiento puede proporcionar una información útil para los organizadores.

También, desde una perspectiva del turística, hay que tener en cuenta que los eventos de menor magnitud, como es el caso del VLC Boat Show, pueden proporcionar efectos más positivos a largo plazo para las comunidades que los acogen (Gibson, Willming y Holdnak, 2003; Higham; 1999). Entre otras razones, este tipo de acontecimientos suelen utilizar las infraestructuras existentes, requieren de una inversión pública reducida, permiten controlar mejor los problemas derivados de las aglomeraciones y la congestión, en comparación con los eventos emblemáticos (Juegos Olímpicos o Mundiales de Fútbol), y pueden contribuir a minimizar la estacionalidad del turismo.

Este informe se estructura en una serie de apartados que explicamos brevemente a continuación. En primer lugar, explicaremos la metodología y el diseño experimental del estudio. En este apartado detallaremos los bloques en

los que se estructura las dos encuestas utilizadas para recoger la información de este evento (una para los expositores y otra para los visitantes), así como, el procedimiento de recogida de encuestas.

Después, en el apartado de los resultados describiremos el perfil general de los visitantes y los expositores. También reflejaremos el gasto realizado en diversas partidas (alojamiento, alimentación, tiendas, ocio/turismo, transporte local, otros gastos) tanto por los visitantes que acudieron a Valencia con motivo expreso del VLC Boat Show como por los expositores, así como, el gasto de la organización y la estimación del impacto económico de dicho gasto. Por otro lado, se analizará la percepción de los visitantes sobre el evento, tanto residentes como turistas, y su satisfacción sobre diversos aspectos como las fechas en las que se realiza, la duración del evento, los horarios, el área o recinto en el que se llevan a cabo las actividades principales, las actividades realizadas, la restauración o los expositores. Asimismo, consultaremos la valoración global del evento tanto por parte de los ciudadanos residentes en Valencia que acudieron al evento como por parte de los turistas. Esto permitirá realizar comparaciones para analizar que colectivo está más satisfecho con el acontecimiento y en qué aspectos es necesario mejorar.

Dentro de los resultados se recogerán las valoraciones, impresiones y satisfacción de los expositores y empresarios participantes en el evento en diversas áreas relacionadas con la organización del salón náutico. También, se hará referencia a las expectativas de negocio de los expositores durante el salón y como consecuencia de su celebración. El último punto del apartado de los resultados recogerá las preferencias o intenciones futuras de este colectivo para la próxima edición que se celebrará en 2014.

Por último, expondremos una serie de conclusiones y consideraciones con la finalidad de mejorarla repercusión socio-cultural y turística de este tipo de eventos deportivos en futuras ediciones.

1. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

Este estudio recoge, por un lado, la información recibida de la Fundación Deportiva Municipal de Valencia (FDM) y la Asociación de Empresas Náuticas organizadora del Valencia VLC Boat Show, sobre los gastos realizados en inversiones y funcionamiento para la celebración de este salón náutico. Por otro lado, se diseñaron dos modelos de encuesta, una para poder recoger información sobre el público que asistió al evento y, otra, para los expositores. En el diseño de la encuesta se tuvo en cuenta las realizadas en otros estudios que también analizaban el impacto económico de los eventos deportivos (Jago y Dwyer, 2006; Maudos, 2007; Méndez, Sánchez y Barajas, 2012; Rodríguez et al., 2008).

La encuesta para el público contiene un total de 21 preguntas y la de los expositores 25. Las preguntas se estructuran en cuatro bloques:

- Bloque I. Datos personales. Contiene 6 preguntas que recogen datos sociodemográficos como la edad, el sexo, si reside en Valencia, el lugar de procedencia y la situación familiar de los entrevistados. Además consulta la práctica de deportes náuticos y, en caso afirmativo, cuáles.
- Bloque II. Información sobre el viaje. Contiene 11 preguntas para la encuesta para los visitantes y 10 cuestiones para los expositores. Las preguntas se refieren al número de días y de noches que el entrevistado pasará en Valencia con motivo del evento y el tipo de alojamiento escogido, el nombre y la categoría del mismo. También se consulta a los turistas el medio de transporte y los acompañantes con los que acude a la ciudad. Dentro de este bloque se consulta el gasto realizado en diversos conceptos (alojamiento, alimentación, tiendas, ocio, transportes u otros). En las encuestas para los expositores, además, se consulta las expectativas de ventas estimadas tanto durante el salón como las previstas gracias a la celebración del salón.
- Bloque III. Valoración del VLC Boat Show. Contiene 2 preguntas que consultan la satisfacción de los visitantes y expositores en torno a

diversos aspectos relacionados con la celebración del evento. En el caso de los visitantes se consulta su satisfacción en torno a la idoneidad de las fechas, los horarios, el recinto, los expositores, las actividades, la restauración y la valoración de la organización del evento. Para los expositores, además de los aspectos citados para los visitantes, se solicita la valoración de más áreas: equipamientos, asistencia de la actividad comercial, asistencia de la organización en tierra y en agua, actividades para los visitantes, comunicación del evento, seguridad, limpieza, calidad del visitante, relación calidad/precio, valoración general del evento. Asimismo, se les facilita un espacio para que realicen cualquier propuesta de mejora para futuras ediciones. A los visitantes se les pregunta si han efectuado o piensan realizar alguna compra en el evento y, en caso afirmativo, cuál es el coste aproximado.

- Bloque IV. Sobre Valencia. Contiene 2 preguntas relacionadas con la visita a la ciudad en otras ocasiones y las actividades que va a desarrollar durante su estancia en la misma.

También, se incluyeron una serie de preguntas para los expositores relacionadas con las preferencias e intenciones futuras para la próxima edición del evento. Las preguntas correspondientes al Bloque III son evaluadas mediante una escala de tipo Likert de cinco puntos, en la que 1 significa muy insatisfecho, 2 satisfecho, 3 ni insatisfecho ni satisfecho, 4 satisfecho y 5 muy satisfecho.

Las encuestas se pasaron a los visitantes durante los días en los que se celebró el salón, es decir, del 18 y al 22 de Abril de 2013. En el caso de los expositores se pasó la encuesta el primer día en el que se celebró el evento y de nuevo el último día. Se decidió pasar las encuestas dos días para comprobar la evolución de la satisfacción y las expectativas de los expositores. El equipo de encuestadores estaba formado por voluntarios de la organización del evento con estudios universitarios.



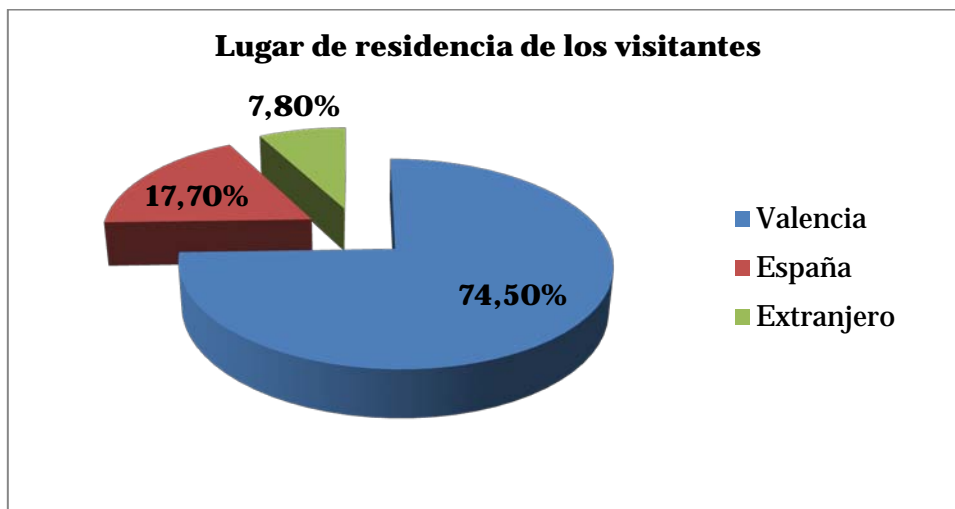
En cuanto a las características técnicas del estudio hay que destacar que el número de encuestados fue de un total de 271, de los cuales 243 corresponden a visitantes y 28 a expositores del evento. El método de recogida de la información se realizó mediante entrevistas personales estructuradas a los asistentes (visitantes y expositores) realizadas durante los días 18, 19, 20, 21 y 22 de Abril de 2013. El análisis de los datos se realizó a través del programa estadístico SPSS v.19.

2. RESULTADOS

Características del perfil general de los visitantes y expositores del VLC Boat Show

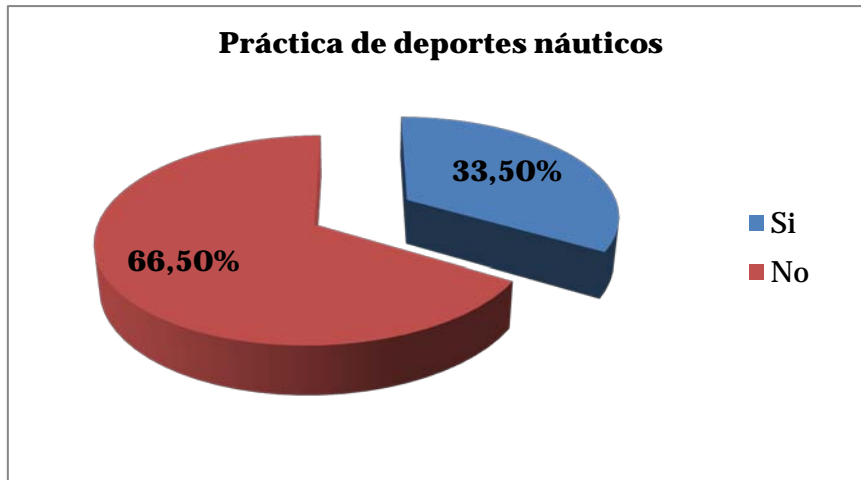
A partir de las encuestas recogidas entre los visitantes del VLC Boat Show, podemos destacar que la mayoría son residentes en Valencia (74,5%) mientras que los visitantes residentes en otras provincias (17,7%) o los extranjeros (7,8%) representan alrededor de una cuarta parte de los encuestados (ver figura 1).

Figura 1. Residencia de los visitantes entrevistados durante el evento.



Los hombres representan un 62,1% del total de visitantes entrevistados mientras que las mujeres son el 37,9%. La edad media de los encuestados es de 42,95 años, desde los 19 a los 82 años, y su situación familiar es mayoritariamente la de pareja con hijos (49,7%), seguido de soltero (33%), en pareja sin hijos (14%) y vive con amigos (3,4%). Por último, tal y como podemos ver en la figura 2, la gran mayoría no practica deportes náuticos (66,5%), mientras que los practicantes (33,5%), señalan como deportes principales la vela, la pesca, el buceo, el piragüismo o los realizados con embarcaciones motorizadas (motos de agua, ski surf, etc.).

Figura 2. Práctica de deportes náuticos de los visitantes.



La mayoría de los turistas encuestados que visitaron Valencia y este evento deportivo acuden a la ciudad de forma ocasional (42,6%) o frecuentemente (36,1%), mientras que sólo un 21,3% señaló que nunca había acudido a Valencia.

Por otro lado, los expositores encuestados que participaron en el evento proceden mayoritariamente de la provincia de Valencia (65%) y de otras provincias (30,4%). La mayoría de los expositores entrevistados son hombres (60,7%), solteros (51,9%) y practican deportes náuticos (51,9%).

Gasto medio realizado por los visitantes

A la hora de analizar el gasto realizado por los turistas que visitaron el VLC Boat Show tenemos que diferenciar entre aquéllos que acudieron a Valencia con motivo expresamente de la celebración de este salón náutico (25,8% del total de los entrevistados) y los que visitaron el evento como una actividad complementaria de su estancia en Valencia (74,2% de los encuestados). Desde el punto de vista de la repercusión económica del evento es interesante conocer el gasto efectuado por los turistas que vinieron con motivo principal de la celebración del salón náutico. No obstante, la muestra de visitantes recogida para este grupo de turistas fue reducida si la comparamos con la muestra obtenida de los visitantes cuyo motivo no era principalmente la

visita del VLC Boat Show, pero que aprovecharon su estancia en Valencia para visitar esta feria náutica.

En la tabla 1 se muestra el gasto medio efectuado en la Comunidad Valenciana en diversas partidas (alojamiento, alimentación, tiendas, ocio/turismo, transporte local y otros) por los visitantes que acudieron expresamente al evento. Como podemos comprobar la partida en la que más dinero gastaron es la relacionada con las tiendas (315 euros), seguida del ocio/turismo (248 euros), del alojamiento (238,33 euros) y de la alimentación (180 euros).

Tabla 1. Gasto medio realizado por los turistas que acudieron al VLC Boat Show expresamente.

Alojamiento	Alimentación	Tiendas	Ocio/Turismo	Transporte local	Otros
238,33 €	180,00 €	315,00 €	248,00 €	91,74 €	39,00 €

Este grupo de turistas pernoctó en Valencia una media de 2,5 noches y su estancia fue de 3,45 días. La mayoría eligió el hotel, con una categoría de cuatro o cinco estrellas, como tipo de alojamiento durante su visita a Valencia (42,9%) y la casa de un familiar o amigo (35,7%). Asimismo, la mayoría utilizó su vehículo particular (50%) o el avión (25%) como medio de transporte para llegar a Valencia. Por último, este colectivo acudió a Valencia sólo (50%) o acompañado por su familia (25%) o amigos (25%).

Gasto medio realizado por los expositores

De forma similar a lo realizado en el apartado anterior con los visitantes procedentes de fuera de Valencia asistentes expresamente a la celebración evento, en este punto se detallan los gastos medios realizados en diversas partidas por los expositores de fuera de la ciudad que participaron en el salón náutico. Tal y como podemos observar en la tabla 2, las partidas en las que más dinero gastaron en Valencia los expositores encuestados fueron el alojamiento

con un gasto medio de 566,67 euros y la alimentación con un gasto medio de 441,25 euros. El gasto medio en los otros conceptos fue de 216,67 euros para el ocio/turismo, de 116 euros para las tiendas, de 50 euros para el transporte local y de 54 euros para otros gastos.

Tabla 2. Gasto medio realizado por los expositores que acudieron al VLC Boat Show.

Alojamiento	Alimentación	Tiendas	Ocio/Turismo	Transporte local	Otros
566,67€	441,25 €	116,00€	216,67 €	50,00 €	54,00€

Los expositores encuestados pernoctaron en Valencia una media de 5,86 noches y su estancia fue de 5,91 días. La mayoría eligió el hotel, con una categoría de cuatro o cinco estrellas, como tipo de alojamiento durante su visita a Valencia (72,7%) o la casa de un familiar o amigo (18,2%). Asimismo, la mayoría utilizó su vehículo particular (81,8%) como medio de transporte para llegar a Valencia.

En el análisis de los dos colectivos se observa claramente cómo los expositores gastan mucho más, salvo en los aspectos de carácter turístico, como el gasto en tiendas, ocio y turismo y transporte.

Gasto de la organización del evento

En la tabla 3 figuran los datos relativos a los gastos efectuados por la organización del VLC Boat Show en diversos conceptos cuya cantidad total es de 109.806,77 euros. Como podemos comprobar las partidas de gasto más importantes corresponden a la publicidad del evento (52.901,20 euros) y la relacionada con los gastos estructurales (41.903,18 euros).

Tabla 3. Gastos efectuados por la organización del Valencia Boat Show.

GASTOS	Importe (Euros)
PUBLICIDAD	52.901,20
SEGURIDAD	3.266,30
LIMPIEZA	1.050,19
GASTOS ESTRUCTURALES (MOBILIARIO, CARPAS.....)	41.903,18
INFRAESTRUCTURA	643,50
ELABORACIÓN PROYECTO E IDEA	4.462,81
CATERING	873,80
GASTOS DE REPRESENTACIÓN	1.404,96
PROYECTO	1.400
EMERGENCIAS MÉDICAS	1.900,83
TOTAL GASTOS ORGANIZACIÓN	109.806,77

Estimación del impacto económico de la organización del VLC Boat Show

Para poder cuantificar el impacto económico del gasto de la organización del VLC Boat Show realizado en Valencia, es necesario imputarlo a los distintos sectores o ramas productivas de la tabla *input-output* de la Comunitat Valenciana. En el caso del gasto asociado a la organización, la imputación a ramas de actividad se realiza con la información desglosada por concepto de gasto remitida por la FDM y la empresa organizadora del evento.

Debido a la ausencia de una muestra suficiente de espectadores y asistentes de fuera de la Comunidad Valenciana que acudiesen al evento con

motivo exclusivo de su celebración, no se ha podido estimar el impacto económico del gasto efectuado por los posibles visitantes. No obstante, como se ha podido comprobar en el apartado de características del perfil de los visitantes y expositores, se trata de un evento con un elevado número de visitantes que residen en Valencia y, a su vez, los turistas que visitaron el evento no acudían a la ciudad con motivo exclusivo de la celebración del evento, si bien pensaban visitarlo como actividad complementaria a su estancia en la ciudad.

Por tanto, tal y como podemos observar en la tabla 4, el impacto total sobre la producción y la renta (VAB) del gasto asociado a la organización del VLC Boat Show es de 97.589 y 57.911 euros, respectivamente, mientras que en términos de empleo (equivalentes al año) el impacto es de 0,86 unidades. La información detallada a 30 ramas de actividad muestra que los sectores más beneficiados por la celebración del VLC Boat Show son las actividades inmobiliarias y servicios empresariales, la construcción, la intermediación financiera y el comercio y la reparación.

Tabla 4. Impacto económico sobre la producción, la renta y el empleo asociado a la organización del VLC Boat Show.

Sectores de actividad	Output (Euros)	Renta (Euros)	Empleo (Empleos)
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	158	101	0,0
Pesca	1	0	0,0
Extracción de productos energéticos	-	-	0,0
Extracción de otros minerales excepto productos energéticos	162	54	0,0
Alimentación, bebidas y tabaco	1.154	218	0,0
Industria textil	37	11	0,0
Industria del cuero y del calzado	0	0	0,0
Industria de la madera y el corcho	521	145	0,0
Papel, edición y artes gráficas	501	153	0,0
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares	250	48	0,0
Industria química	425	127	0,0
Fabricación de productos de caucho y materias plásticas	178	57	0,0
Otros productos minerales no metálicos	2.204	846	0,0
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	287	105	0,0

Fabricación de maquinaria y equipo mecánico	277	139	0,0
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	231	54	0,0
Fabricación de material de transporte	210	33	0,0
Industrias manufactureras diversas	104	42	0,0
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	1.094	278	0,0
Construcción	8.591	2.487	0,1
Comercio y reparación	9.530	6.126	0,2
Hostelería	1.035	588	0,0
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2.900	1.649	0,0
Intermediación financiera	-585	-357	0,0
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	66.142	43.656	0,5
Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	-	-	0,0
Educación	31	27	0,0
Sanidad y servicios sociales	2.091	1.287	0,0
Otras activ, sociales y de serv, prestados a la comunidad; serv, personales	63	38	0,0
Hogares que emplean personal doméstico	-	-	0,0
Total	97.589	57.911	0,86

Valoración del VLC Boat Show por parte de los turistas

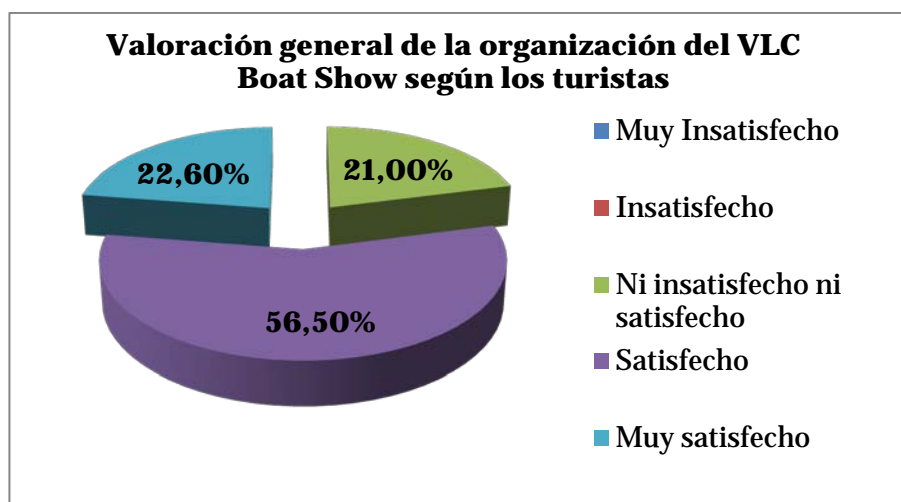
En la tabla 5 se muestran los porcentajes y las medias obtenidas de las valoraciones de los turistas que visitaron el evento en torno a diversos aspectos relacionados con la organización y la celebración de este acontecimiento en Valencia. Como podemos comprobar la mayoría de turistas encuestados manifestaron un elevado grado de satisfacción en casi todos los aspectos consultados. Por ejemplo, los visitantes se mostraron satisfechos o muy satisfechos sobre las fechas (69,4%) en las que se realiza el evento (del 18 al 22 de abril), con el horario elegido para cada jornada del evento (69,3%) y, sobre todo, con el recinto o área en el que se celebra (83,6%), es decir, la Marina Real Juan Carlos I. También se mostraron satisfechos o muy satisfechos, aunque en menor medida que en los aspectos anteriores, con los expositores (58%), con las actividades (54,1%) y con la restauración (55,8%).

Tabla 5. Valoración del VLC Boat Show por parte de los turistas.

	Muy Insatisfecho (1)	Insatisfecho (2)	Ni insatisfecho ni satisfecho (3)	Satisfecho (4)	Muy satisfecho (5)	Media
Fechas	1,6%	0,0%	29,0%	37,1%	32,3%	3,98
Horario	0,0%	4,8%	25,8%	41,9%	27,4%	3,92
Recinto	0,0%	3,3%	13,1%	31,1%	52,5%	4,33
Expositores	1,6%	6,5%	33,9%	43,5%	14,5%	3,63
Actividades	0,0%	6,6%	39,3%	34,4%	19,7%	3,67
Restauración	3,3%	3,3%	37,7%	41,0%	14,8%	3,61

En la figura 3 se puede observar la valoración general de la organización que realizan los turistas del evento, comprobando cómo la mayoría se muestran satisfechos o muy satisfechos (79,1%).

Figura 3. Valoración general de la organización del evento por parte de los turistas.



Por otro lado, la mayoría de los turistas encuestados que visitaron el evento no compraron nada en el VLC Boat Show (80%), mientras que los que sí lo hicieron (11,7%) efectuaron importantes desembolsos, ya que la media del gasto fue de 25.752 euros. Esta cifra se puede explicar por el hecho de que la

compra de algunos productos o servicios náuticos como, por ejemplo, embarcaciones, supone un importante desembolso.

Valoración del VLC Boat Show por parte de los visitantes residentes en Valencia

A continuación analizamos la valoración de los ciudadanos que asistieron al evento. Tan importante como conocer el impacto económico y el impacto turístico de un evento deportivo es conocer su impacto social en la ciudad de acogida del acontecimiento. Este aspecto se suele medir a través de la percepción de los residentes del municipio o región que organiza el evento sobre diversos aspectos relacionados con el mismo. No obstante, en este apartado presentamos los resultados derivados de la percepción de los residentes que asistieron al evento, en una serie de aspectos muy concretos relacionados con la valoración del mismo. De forma similar a lo realizado en el apartado anterior, en la tabla 6 se muestran los porcentajes y las medias para cada uno de los aspectos analizados.

Al igual que ocurría con los turistas, la mayoría de los residentes encuestados que visitaron el salón náutico se muestran satisfechos o muy satisfechos con las fechas (82,8%), con los horarios (85%) y con el recinto (91,2%). También, la mayoría de ciudadanos encuestados durante el evento estaban satisfechos o muy satisfechos con los expositores (62,9%) y con las actividades (53,7%). Sin embargo, para la restauración la mayoría no se mostró ni satisfecho ni insatisfecho (49,7%).

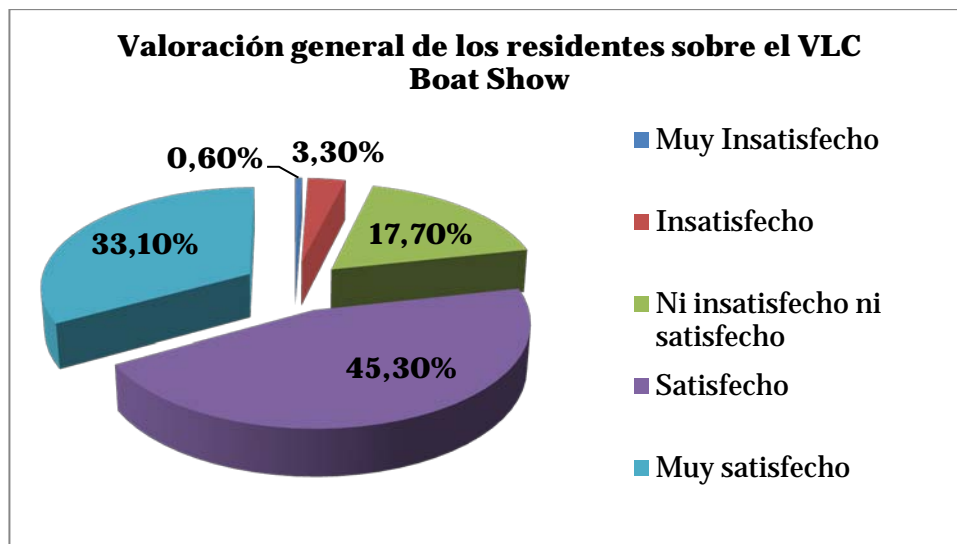
Tabla 6. Valoración del VLC Boat Show por parte de los visitantes que residen en Valencia.

	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni insatisfecho ni satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Media
Fechas	1,1%	2,2%	13,8%	43,6%	39,2%	4,18
Horario	0,6%	2,8%	11,6%	41,4%	43,6%	4,25
Recinto	0,6%	1,1%	7,2%	24,3%	66,9%	4,56
Expositores	1,7%	8,3%	27,8%	38,3%	23,9%	3,74

Actividades	1,7%	14,5%	30,2%	34,1%	19,6%	3,55
Restauración	4,7%	5,3%	49,7%	27,2%	13,0%	3,38

En la figura 4 podemos observar que la valoración general de la organización del evento es positiva, ya que un elevado porcentaje de ciudadanos (78,4%) se muestra satisfecho o muy satisfecho con la organización, mientras que sólo un 3,9% se muestra insatisfecho o muy insatisfecho.

Figura 4. Valoración general de la organización del evento según los residentes



Por último, sólo el 10,9% de los ciudadanos encuestados realizaron alguna compra durante el VLC Boat Show, mientras que un 10,3% manifestó su intención de realizar alguna compra durante el mismo. No obstante, el importe medio entre los ciudadanos que sí realizaron alguna compra fue de 2.163,79 €.

Valoración de los expositores del VLC Boat Show

En este apartado se muestran los resultados de las valoraciones otorgadas por los expositores en la última jornada (22 de abril) en diversos aspectos relacionados con el evento. Como podemos observar en la tabla 7, la mayoría de aspectos son valorados satisfactoriamente por los expositores. Los expositores se mostraron satisfechos o muy satisfechos con las fechas (72,7%),

con los horarios (82,6%), con la duración (73,9%), con el recinto (85,7%), con la asistencia de la actividad comercial (60,8%), con la asistencia de la organización en tierra (65,2%), con la asistencia de los organizadores (69,6%), con las actividades propuestas para los visitantes (78,2%), con la comunicación (63,6%), con la seguridad (60,9%) y en la relación calidad/precio (60,9%).

Sin embargo, en algunos aspectos la mayoría de los expositores encuestados no se mostraron ni satisfechos ni insatisfechos, tal es el caso de la asistencia de la organización en el agua (52,4%) o en la calidad del visitante que acudió al salón náutico (52,5%). Por otro lado, el servicio de restauración es el peor valorado ya que presenta un elevado porcentaje de expositores que lo consideran insatisfactorio o muy insatisfactorio (47,8%), seguido de la limpieza (28,6%).

Tabla 7. Valoración del VLC Boat Show según los expositores (última jornada del evento, 22 de abril).

	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni insatisfecho ni satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Media
Fechas	0,0%	4,5%	22,7%	40,9%	31,8%	4,00
Horario	0,0%	4,3%	13,0%	52,2%	30,4%	4,09
Duración	0,0%	8,7%	17,4%	43,5%	30,4%	3,96
Recinto	0,0%	0,0%	14,3%	19,0%	66,7%	4,52
Equipamientos	4,3%	4,3%	47,8%	26,1%	17,4%	3,48
Asistencia de la actividad comercial	0,0%	8,7%	30,4%	39,1%	21,7%	3,74
Asistencia de la organización en agua	0,0%	9,5%	52,4%	23,8%	14,3%	3,43
Asistencia de la organización en tierra	0,0%	4,3%	30,4%	43,5%	21,7%	3,83
Asistencia de los organizadores	0,0%	0,0%	30,4%	34,8%	34,8%	4,04
Actividades para los visitantes	0,0%	4,3%	17,4%	56,5%	21,7%	3,96

Comunicación del evento	0,0%	18,2%	18,2%	59,1%	4,5%	3,50
Restauración	34,8%	13,0%	26,1%	26,1%	0,0%	2,43
Seguridad	4,3%	13,0%	21,7%	43,5%	17,4%	3,57
Limpieza	4,8%	23,8%	28,6%	9,5%	33,3%	3,43
Calidad del visitante	13,0%	13,0%	52,2%	17,4%	4,3%	2,87
Relación calidad/precio	0,0%	13,0%	26,1%	43,5%	17,4%	3,65

No obstante, la valoración general del evento (figura 5) y de la organización (figura 6) muestra elevados porcentajes de expositores satisfechos o muy satisfechos (65,2% y 82,6%, respectivamente), mientras que ningún expositor se mostró insatisfecho o muy insatisfecho.

Figura 5. Valoración general del VLC Boat Show según los expositores.

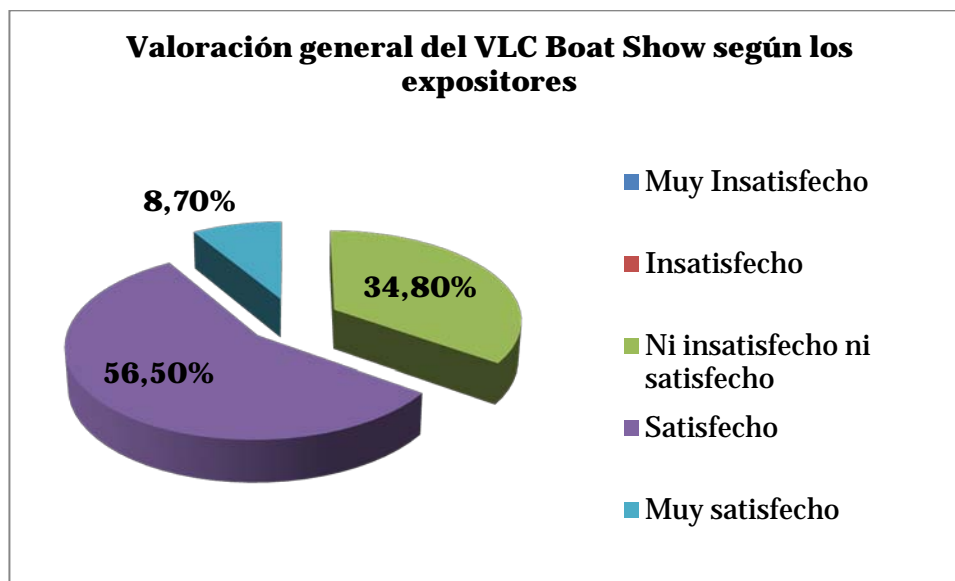
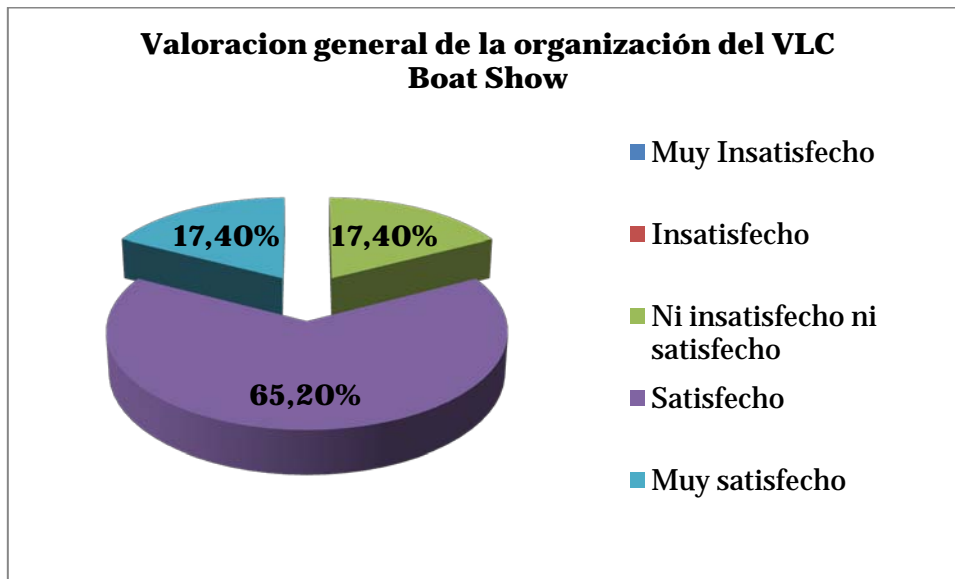


Figura 6. Valoración general de la organización del VLC Boat Show según los expositores.



Comparación de las valoraciones de los expositores entre el primer día (18 abril) y el último día (22 de abril)

En este apartado realizamos una comparación entre las valoraciones de los expositores realizadas en la primera jornada (18 de abril) y la última jornada (22 de abril) del VLC Boat Show. La finalidad de realizar esta comparación se centra en comprobar cómo ha evolucionado la satisfacción de los expositores en torno a diversos aspectos de este evento una vez transcurrido el mismo. De este modo, en la figura 7 se puede observar esta evolución en los diversos aspectos consultados.

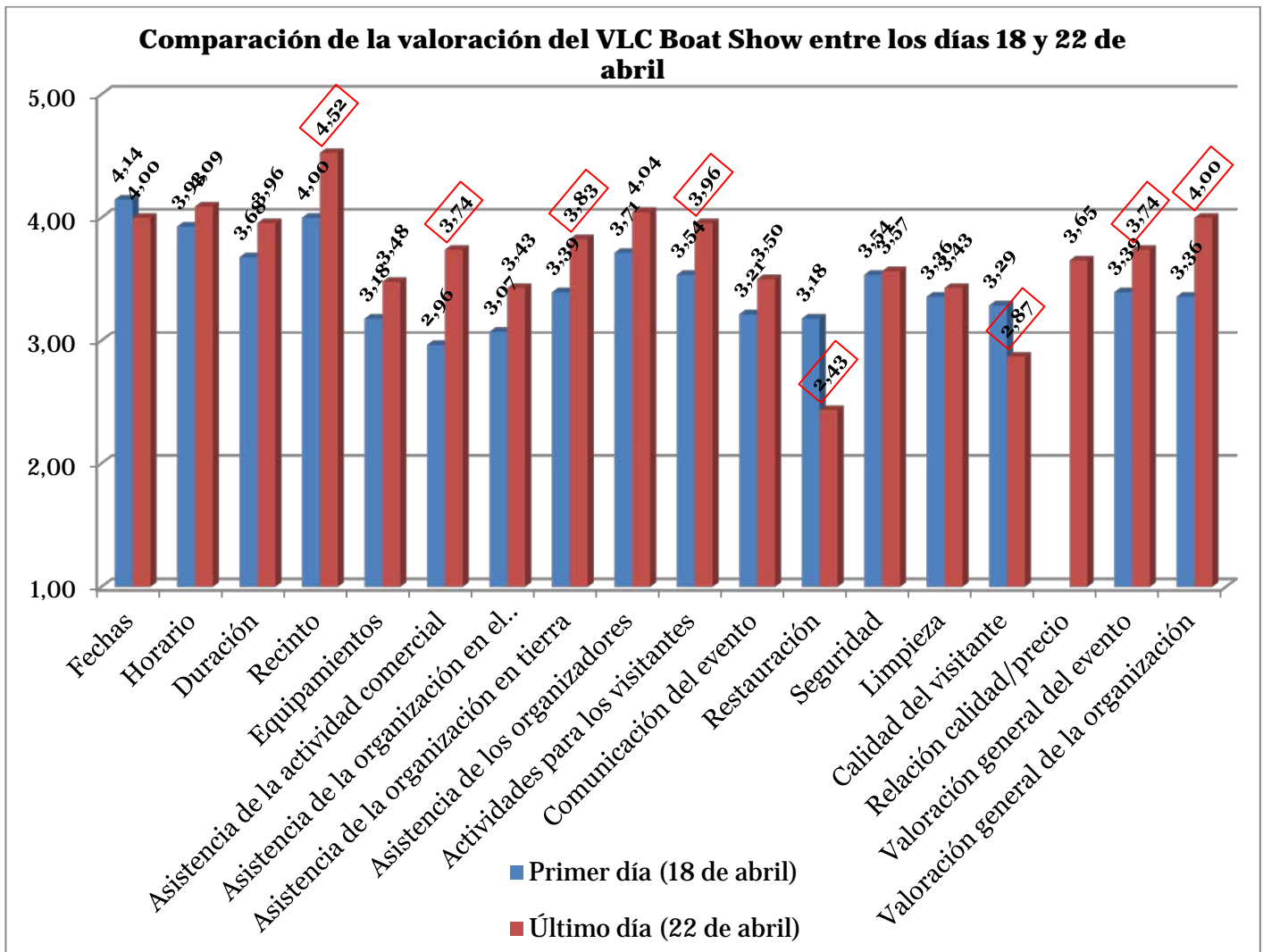
En este gráfico podemos comprobar que la evolución es positiva en la mayoría de los aspectos consultados ya que las medias de las valoraciones de los expositores encuestados en la última jornada del evento son más elevadas que las del primer día. Esta tendencia es más destacada en aspectos como la asistencia a la actividad comercial (la puntuación se incrementa de 2,96 en el primer día a 3,74 del último día), en la valoración del recinto (de 4 a 4,52), en la asistencia de la organización en tierra (de 3,39 a 3,83) o en actividades para los

visitantes (de 3,54 a 3,96), en las que se observa alrededor de medio punto de incremento del primer día al último.

Por el contrario, existen dos áreas en los que la evolución es negativa, éstas son el servicio de restauración y la calidad del visitante que, a su vez, son los aspectos peor valorados entre los expositores encuestados durante el último día del evento, con una media de 2,43 y 2,87, respectivamente. También, se observa esta tendencia, aunque de forma menos acusada, para la valoración de las fechas de celebración del evento (4,14 en el primer día y 4 en la última jornada). No obstante, los expositores manifiestan de forma mayoritaria su satisfacción con las fechas escogidas para este salón náutico.

Por otro lado, en la valoración general del evento y de la organización se produce un notable incremento en la satisfacción de los expositores al comparar las puntuaciones otorgadas el primer día con las de la última jornada del salón náutico (de 3,39 a 3,74 y de 3,36 a 4, respectivamente)

Figura 7. Comparación de la valoración de los expositores del VLC Boat Show entre el primer día (18 de abril) y el último día (22 de abril).



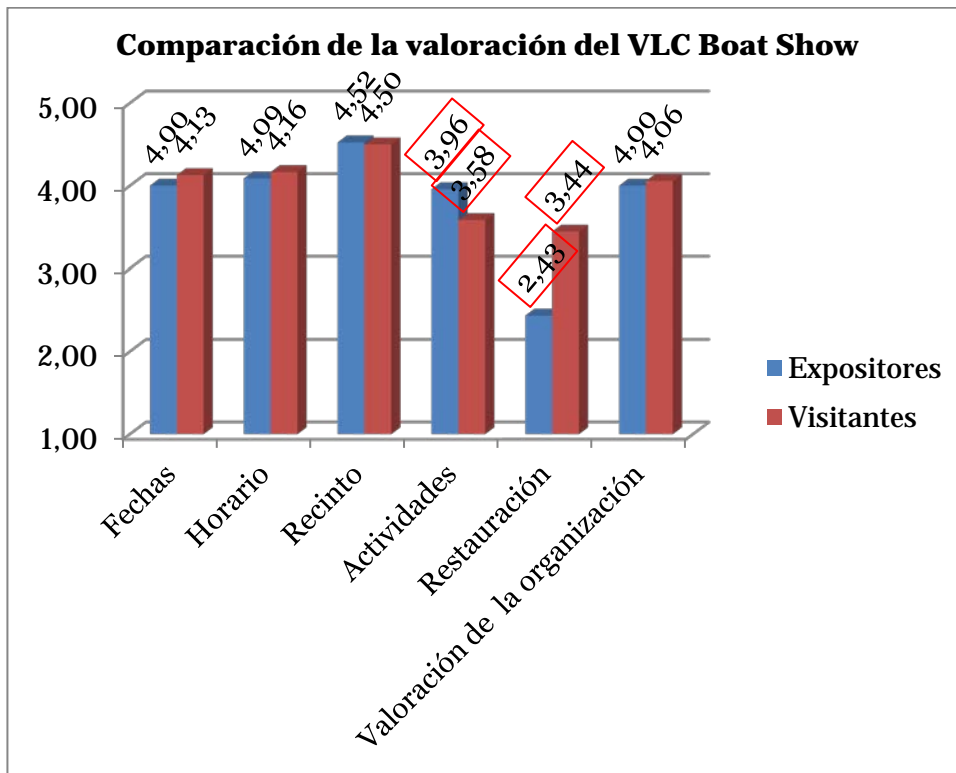
Nota: 1=muy insatisfecho; 2=insatisfecho; 3=ni insatisfecho ni satisfecho; 4=satisfecho; 5=muy satisfecho.

Comparación de las valoraciones de los visitantes y los expositores

En la figura 8 podemos observar las diferencias entre las valoraciones otorgadas por los expositores que participaron en el evento y los visitantes que acudieron al recinto a disfrutar del salón náutico. En primer lugar, podemos comprobar que la satisfacción en torno a aspectos como las fechas, los horarios o el recinto presentan puntuaciones próximas entre los dos colectivos encuestados, siendo los visitantes los que valoran con medias ligeramente superiores a las de los expositores estos aspectos. Sin embargo, sí se observan

diferencias más destacadas en las puntuaciones otorgadas a los aspectos relacionados con las actividades para los visitantes y la restauración. En el primer caso, los expositores se muestran más satisfechos que los visitantes en torno a las actividades ofertadas para los visitantes (media de 3,96 para los expositores y de 3,58 para los visitantes). En el caso de la restauración, son los visitantes los que se muestran más satisfechos con este aspectos (3,44), mientras que los expositores se muestran mayoritariamente insatisfechos (2,43). Por último, los dos colectivos encuestados se muestran satisfechos con la organización del evento, ya que muestran puntuaciones elevadas y similares.

Figura 8. Comparación de las valoraciones de los expositores y los visitantes sobre el VLC Boat Show.



Nota: 1=muy insatisfecho; 2=insatisfecho; 3=ni insatisfecho ni satisfecho; 4=satisfecho; 5=muy satisfecho.

Expectativas de negocio de los expositores del VLC Boat Show

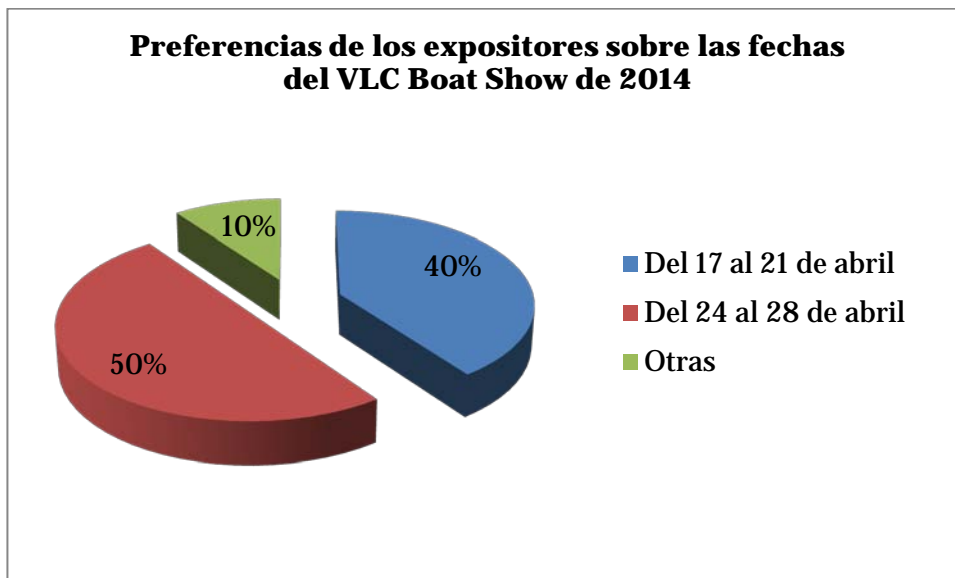
Las expectativas de negocio estimadas por los expositores durante la celebración del VLC Boat Show y como consecuencia de su presencia en este salón náutico varían según el día en el que se realizó la encuesta. Así, de los expositores encuestados que indicaron alguna cantidad en este sentido durante la encuesta realizada el primer día del evento (18 de abril), comprobamos que la media de las ventas que esperaban realizar durante el salón fue de 94.300 euros mientras que la estimación de las ventas futuras a raíz de su presencia en este salón fue de 51.400 euros.

Sin embargo, en la encuesta realizada entre los expositores el último día del VLC Boat Show (22 de abril), las expectativas de negocio durante salón se reducen a 36.360 euros de media y las ventas futuras se incrementan a 58.769 euros de media. No obstante, hay que tener en cuenta que estas cifras son cantidades estimativas y que pueden variar de las cifras reales.

Intenciones o preferencias de los expositores para la edición del VLC Boat Show 2014

En este apartado se muestran las preferencias de los expositores para la próxima edición del VLC Boat Show en 2014. En primer lugar, se consultó la intención de volver a estar presente en el salón náutico como expositor. Todos los encuestados manifestaron su deseo de volver a participar en este evento náutico como expositores. También, se preguntó por la preferencia de los expositores en torno a las fechas para la celebración de la próxima edición. Como podemos observar en la figura 9, el 50% de los encuestados prefería el período que va desde el 24 al 28 de abril, mientras que un 40% señaló como idóneo las mismas fechas que las de esta edición, es decir, del 17 al 21 de abril. Sólo un 10% señaló otras fechas para realizar el evento, del 1 al 5 de mayo o del 16 al 20 de abril, para evitar que el evento finalizase en lunes.

Figura 9. Preferencias de los expositores para las fechas de la edición de 2014 del VLC Boat Show.



En cuanto a la duración que preferían que tuviese el evento en la próxima edición, la mayoría de los expositores encuestados manifestaron su deseo de que siguiesen siendo cinco días de duración (72,7%), mientras que un 13,6% prefería que fuesen 4 días y el mismo porcentaje prefería que fuesen 3 días. Por otro lado, un elevado porcentaje de los expositores entrevistados mostró su deseo de que la próxima edición del evento no terminase en lunes (71,4%).

También, algo más de la mitad de los expositores considera que se podrían realizar cambios en los horarios (52,4%), mientras que un 47,6% no los cambiaría. Respecto a este aspecto algunos expositores encuestados indican su preferencia por ampliar el horario de apertura del salón por las tardes hasta las 20:00.

Por último, algunos de los expositores encuestados sugieren la posibilidad de cobrar una entrada (26,1%) con precios reducidos a los visitantes de la próxima edición del VLC Boat Show. No obstante, la mayoría de los expositores considera que no se debería cobrar entrada al público (73,9%) que desee asistir al evento.

3. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA

- El perfil general del visitante que acudió al VLC Boat Show se caracteriza por ser residente en Valencia, mayoritariamente hombres, con una edad media de 43 años y su situación familiar es casado o pareja con hijos. También, acudieron turistas procedentes de otras provincias o comunidades del territorio nacional y extranjeros, aunque sólo representan una cuarta parte de los encuestados. No obstante, la mayoría de los turistas no acudieron a Valencia con motivo exclusivo de la celebración de este evento, pero aprovecharon su estancia en la ciudad para visitarlo. La mayoría de los visitantes entrevistados no practica deportes náuticos (66%), por lo que su presencia en este salón náutico puede ayudar a incrementar el conocimiento y el interés por la práctica de este tipo de deportes entre los ciudadanos, que se trata de uno de los objetivos principales del plan estratégico del sector náutico para la ciudad de Valencia.
- En cuanto al perfil general de los expositores del VLC Boat Show encuestados hay que destacar que la mayoría proceden de Valencia, son hombres y alrededor de la mitad practican algún deporte náutico.
- Los turistas que acudieron a Valencia con motivo expreso de la celebración de este salón náutico permanecieron en Valencia 3,5 días y pernoctaron 2,5 noches. Las partidas en las que más dinero gastaron son las relacionadas con las tiendas (315 euros de media), seguida del ocio/turismo (248 euros), del alojamiento (238,33 euros) y de la alimentación (180 euros). En cuanto a los expositores, la estancia media fue de 5,91 días y pernoctaron 5,86 noches. Para este colectivo el gasto medio más elevado fue para las partidas de alojamiento (566,67 euros) y alimentación (441,25 euros).
- El gasto de la organización fue de 109.806,77 euros, siendo la partida más importante la relacionada con la publicidad del evento. En la

estimación del impacto económico del gasto efectuado por la organización, hay que destacar la generación de 97.589 euros de producción, 57.911 euros de renta (VAB) y 0,86 empleos al año.

- La valoración del VLC Boat Show según los turistas encuestados fue satisfactoria o muy satisfactoria en todos los aspectos consultados. Los aspectos con los que los visitantes se mostraron más satisfechos fueron el recinto escogido por la organización (el entorno de la Marina Real Juan Carlos I), las fechas en las que se celebraba el evento (del 18 al 22 de abril) y los horarios de las jornadas (de 11:00 hasta las 18:00). También, se mostraron satisfechos con las actividades propuestas, los expositores y la restauración. Del mismo modo, se mostraron satisfechos o muy satisfechos con la organización general del evento (79,1%).
- La valoración del salón náutico por los residentes que acudieron a visitarlo fue también positiva en casi todas las áreas analizadas. Los aspectos mejor valorados coinciden con los señalados por los turistas, es decir, las fechas, los horarios y el recinto. No obstante, se observó una tendencia neutral en el caso de la restauración, ya que la mayoría de los residentes encuestados que visitaron el evento indicaron que no estaban satisfechos ni insatisfechos en este aspecto. Por último, la valoración general de la organización fue positiva (78,4%) para la mayoría de los ciudadanos que asistieron al evento.
- La valoración del VLC Boat Show por parte de los expositores también fue positiva, destacando el elevado grado de satisfacción con algunos de los aspectos organizativos citados por los visitantes (fechas, horarios y recinto). Otros aspectos que alcanzaron un grado de satisfacción elevado fueron los relacionados con la duración del evento, la asistencia de la actividad comercial, la asistencia de la organización, la comunicación, la seguridad, la relación calidad/precio y las actividades propuestas para los visitantes. Por otro lado, la mayoría de los expositores valoraron favorablemente la organización del evento (82,6%) y el salón náutico en general (65,2%).

- En las comparaciones de las valoraciones de los expositores entre el primer día y el último día del evento se observó una evolución positiva para el grado de satisfacción de la mayoría de los aspectos consultados, destacando la asistencia a la actividad comercial, la valoración del recinto, la asistencia de la organización en tierra y las actividades para los visitantes. Las áreas en las que la evolución fue negativa estaban relacionadas con el servicio de restauración y la calidad del visitante.
- En las comparaciones entre el grado de satisfacción de los expositores y los visitantes, sólo el servicio de restauración presentó diferencias relevantes en las puntuaciones, siendo los residentes los que valoraban con mejor media este servicio.
- En cuanto a las expectativas de negocio de los expositores para el VLC Boat Show se observó una reducción entre las que indicaron el primer día del evento y las de la última jornada. Sin embargo, se observó un incremento en las expectativas de ventas futuras a raíz de la celebración de este salón náutico.
- Respecto a las intenciones o preferencias de los expositores para la próxima edición del salón náutico, todos los expositores encuestados manifestaron su intención de volver a participar. La mitad de los entrevistados manifestaron su deseo de que la próxima edición se celebrase del 24 al 28 de abril y un 40% señaló unas fechas similares a las de esta edición para el año siguiente, es decir, del 17 al 21 de abril de 2014. También, la mayoría manifestó su intención de que la duración del evento fuese la misma (cinco días), intentando evitar que terminase en lunes (71,4%). Más de la mitad de los expositores entrevistados considera que se deberían cambiar los horarios, ampliando la jornada por las tardes de las 18:00 actual a las 20:00 horas. Por último, la mayoría de los expositores considera que, de momento, no se debería cobrar entrada al público.

En resumen el VLC Boat Show es valorado favorablemente o positivamente en prácticamente todos los aspectos consultados tanto por los



visitantes como por los expositores. La presencia de numerosos visitantes residentes en Valencia contribuye a alcanzar uno de los objetivos principales del Plan Estratégico del sector náutico relacionado con la promoción y divulgación de este tipo de deportes entre la población. Además, el elevado grado de satisfacción tanto de los residentes, como de los turistas y de los expositores en los diferentes aspectos analizados incrementa su repercusión social y turística para la ciudad.

Algunas consideraciones a tener en cuenta para los organizadores estarían relacionadas con las preferencias de los expositores sobre la posibilidad de ampliar el horario de las jornadas por la tarde y evitar concluir el evento en lunes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Añó, V. (2011). *La Organización de Eventos y Competiciones Deportivas*. Valencia: Universidad de Valencia.

Gibson, H. J., Willming, C. y Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism management*, 24(2), 181-190.

Gratton, C., Shibli, S., y Coleman, R. (2005). Sport and economic regeneration in cities. *Urban Studies*, 42(5-6), 985.

Higham, J. (1999). Commentary-Sport an avenue of tourism development: an analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues of Tourism*, 2(1), 82-90.

Jago, L. y Dwyer, L. (2006). *Economic Evaluation of Special Events: a Practitioner's Guide*. Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism. Common Ground Publishing Pty Ltd. Australia

Leontief, W. (1973), *Análisis económico input-output*, Ariel, Barcelona.

Maudos, J. (2007). *Impacto económico de la 32ª America's Cup Valencia 2007*. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.

Méndez, B., Sánchez, P. y Barajas, A. (2012). Impacto de eventos deportivos: el caso del campeonato de España de natación Pontevedra 2011. *International Journal of Sports Law & Management*, 18, 72-91.

Plan Estratégico del Deporte de Valencia (2010). Fundación Deportiva Municipal de Valencia.

Plan Estratégico del Sector Náutico de Valencia (2013). Fundación Deportiva Municipal de Valencia.

Rodríguez, P. (2008). *Análisis del impacto económico del Campeonato del Mundo de Patinaje de Velocidad celebrado en Gijón*. 4-12 de septiembre 2008. Fundación Observatorio Económico del Deporte.