

# Análisis del impacto social de un festival de cine: el caso del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña

Nombre de las estudiantes: Yaiza Pérez de Tudela Cañete y Núria Rodríguez Martínez

Nombre de la tutora: Judith Turrión

20 de junio de 2022

**MEMORIA DEL TRABAJO FINAL DE GRADO**

---

**Curso:** 2021 / 2022

**Estudios:** Grado en Turismo y Gestión del Ocio

## **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo es determinar el impacto social que genera el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña de Sitges mediante el Método de Valoración Contingente.

Tras un largo análisis, se concluye que a pesar de que la mayoría de la población está a favor de la celebración del festival, este, tiene un coste social de 338.732,57€, muy condicionado por el gran importe de impuestos que deben pagar sus residentes.

Además, este estudio proporciona resultados útiles para organizaciones de festivales similares o entidades públicas, incluso a la misma organización del evento y a su propio ayuntamiento, para así poder elaborar productos turísticos con beneficios para su población.

Palabras clave: Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña, Sitges, evento cultural, evento cinematográfico, impacto social, percepciones, método de valoración contingente.

## **ABSTRACT**

The objective of this work is to determine the social impact generated by the International Fantastic Film Festival of Catalonia in Sitges through the Contingent Valuation Method. After a long analysis, it is concluded that despite the fact that the majority of the population is in favor of the celebration of the festival, this has a social cost of €338,732.57, highly conditioned by the large amount of taxes that must be paid for the residents.

In addition, this study provides useful results for similar festival organizations or public entities, including the organization of the event itself and its own city council, in order to be able to develop tourist products with benefits for its population.

Keywords: International Fantastic Film Festival of Catalonia, Sitges, cultural event, film event, social impact, perceptions, contingent valuation method.

## **ÍNDICE**

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE FANTÁSTICO DE CATALUÑA .....	4
3. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO .....	5
3.1. TURISMO CULTURAL .....	5
3.1.1. PERFIL Y MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL.....	6
3.2. TURISMO CINEMATOGRAFICO .....	7
3.2.1. FESTIVALES DE CINE .....	8
3.2.2. PERFIL Y MOTIVACIÓN DEL TURISTA CINEMATOGRAFICO.....	10
3.3. ESTUDIOS SOBRE IMPACTO SOCIAL DE LOS FESTIVALES CINEMATOGRAFICOS.....	11
3.4. CONCLUSIONES DEL MARCO TEÓRICO.....	16
4. OBJETIVOS E HIPÓTESIS .....	17
5. METODOLOGIA.....	19
5.1. OBTENCIÓN DE DATOS .....	19
5.1.1. LA MUESTRA.....	19
5.1.2. FICHA TÉCNICA .....	20
5.2. ANÁLISIS DE DATOS .....	21
6. RESULTADOS .....	24
6.1. IMPACTO SOCIAL DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE FANTÁSTICO DE CATALUÑA - IMPACTO SOBRE LOS RESIDENTES .....	24
6.1.1. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS NEGATIVOS.....	24
6.1.2. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS POSITIVOS.....	27
6.1.3. VALORACIÓN CONTINGENTE DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE FANTÁSTICO DE CATALUÑA .....	29
6.1.4. EFECTO DE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS.....	34
7. CONCLUSIONES.....	40
8. AGRADECIMIENTOS.....	43
9. BIBLIOGRAFIA.....	44

ANEXOS.....	51
ANEXO 1. Encuesta dirigida a los y las residentes en Sitges.....	51
ANEXO 2. Puntuación sobre los impactos negativos del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña .....	56
ANEXO 3. Puntuación sobre los impactos positivos del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña .....	59
ANEXO 4. Relación entre variables Stata .....	62

## **1. INTRODUCCIÓN**

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021) define el turismo como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”.

El turismo es una de las actividades que aporta más valor a la economía española, y que se encuentra en crecimiento constante los últimos años. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2019) el turismo aportó al Producto Interior Bruto (PIB) un valor de 154.487€, lo que supuso un 12,4% sobre el total.

Desde los inicios de la actividad turística en España, el tipo de turismo predominante ha sido siempre el de sol y playa, ya que el país ofrece una climatología y unos territorios perfectos para el desarrollo de esta tipología turística. Con el paso del tiempo y la evolución, las personas ahora buscan vivir nuevas experiencias y entrar en contacto con todos los agentes involucrados en el viaje. Es por ello que los clientes actuales del turismo se han vuelto más exigentes, lo cual ha llevado a la creación de nuevos productos turísticos enfocados a nuevos segmentos de mercado.

Estos grandes cambios en la demanda han afectado más en algunas tipologías de turismo que en otras. Es el caso del turismo cultural, el cual se encuentra sumido en un profundo proceso de transformación ajustándose a lo que los visitantes buscan ahora: combinar su período vacacional con el turismo a la vez que se enriquecen culturalmente en la destinación. Por este motivo en la actualidad se están ofreciendo productos que contienen un componente de innovación y que su objetivo es aportar al mercado nuevas posibilidades de consumo.

El turismo cultural se está fortaleciendo y cogiendo importancia gracias a esta diversificación de la oferta y a la proliferación de nuevos segmentos y mercados, tales como el turismo de arquitectura, el turismo de eventos, el turismo gastronómico o el turismo cinematográfico entre muchos otros (Campo et al., 2013). Tal es así que el Instituto de Turismo de España (Turespaña, 2020) definió como estrategia a corto plazo,

con el fin de conseguir la deslocalización y desestacionalización de la oferta turística en España, apostar por el turismo cultural.

Si nos centramos en la subcategoría del turismo cinematográfico, éste no tiene una definición clara debido a que diversos autores lo han descrito por medio de la perspectiva que ellos tenían. En general queda definido como una unión entre el fenómeno turístico y el cine, de la cual nace una actividad turística que es provocada por la visualización de una imagen en movimiento.

Dentro de esta subcategoría encontramos los famosos festivales de cine, eventos en los cuales se producen exhibiciones de creaciones cinematográficas y, posteriormente, la entrega de premios (La Butaca del Cine, 2014). En España existen más de 400 festivales y muestras cinematográficas (Belinchón y Koch, 2021) entre los cuales son los más reconocidos: el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, el Festival de Cine de Gijón y el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.

Este tipo de grandes eventos, debido al tamaño de los mismos, reúnen a una gran cantidad de asistentes que acaban siendo visitantes de la localidad en la que se celebran los festivales. En concreto, de los nombrados anteriormente, el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña tuvo en el año 2019 130.206 asistentes, 59.315 en 2020 y 103.308 en su última edición en 2021 (Festival de Cine de Sitges, 2021).

Este trabajo tiene como objetivo realizar un análisis del impacto social que el festival ha tenido en la localidad en la que se realiza, Sitges. Para ello se realizará una encuesta a la población residente y los comercios. Por lo que refiere al impacto social, se considera que estos festivales ayudan a la mejora de la calidad de vida y sobre todo a la mejora del nivel cultural de parte de los residentes (Secretaria General de Turismo, 2001). Además, muchos estudios sobre el tema demuestran que los encuestados valoran muy positivamente estos eventos por la repercusión social y económica que tienen (Sánchez et. al., 2001).

El trabajo, al igual que estudios previos, va a estar basado en una recopilación de datos mixtos, es decir, datos cualitativos y cuantitativos. No obstante, nuestro valor añadido

va a ser analizar un evento de proximidad, el cual no ha sido estudiado con dichos impactos por ningún otro estudio anterior. Además de que nos hemos encontrado con la problemática de que muchos de ellos sí se centran en el turismo cultural, pero en festivales cinematográficos concretamente, existen muy pocos.

Las motivaciones personales que nos han llevado a realizar este trabajo son diversas. En primer lugar, el interés por el sector del cine y su notable transformación a lo largo de los años, no solo refiriéndonos a las películas de nueva creación y las proyecciones sino también a todos los ámbitos a los que ha llegado, como por ejemplo los festivales. En segundo lugar, cuando cursamos la asignatura de Sostenibilidad y evaluación del impacto del turismo, pudimos descubrir herramientas y metodologías, en términos económicos, sociales y medioambientales, que permiten calcular cual es el impacto que tiene un evento o actividad en el medio ambiente y la sociedad, para así después poder analizarlo y proponer ideas de mejora. Los resultados obtenidos mediante este trabajo pueden resultar útiles tanto para la propia organización del evento como para organismos públicos, como podría ser el ayuntamiento de la localidad. Además, no solo va a resultar práctico para entidades locales, sino que también se puede extrapolar a cualquier organismo que se dedique a la creación de eventos de carácter similar.

Este trabajo se estructura en tres partes. La primera se va a basar en el marco teórico del trabajo en el que se definirá el concepto de turismo cultural y se delimitará el de turismo cinematográfico. Además, tendremos en cuenta los tipos de asistentes que acuden a estos eventos y estudios anteriores que se han realizado en este ámbito. En segundo lugar, se establecerán los objetivos a cumplir durante el trabajo y las hipótesis que se quieren comprobar. Por último, se mostrarán los resultados de la parte práctica del proyecto y daremos respuesta a las preguntas sobre las cuales se basa esta investigación.

## **2. EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE FANTÁSTICO DE CATALUÑA**

El Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña nació en 1968 bajo el nombre de 1ª Semana Internacional de Cine Fantástico y de Terror como el primer festival mundial dedicado al género fantástico y que, desde sus inicios, se ha celebrado ininterrumpidamente cada año a principios de octubre.

El festival nace gracias a Antonio Ráfales y José Antonio Martínez Sarda, secretario de Fotositges y alcalde del municipio en aquel entonces respectivamente. El motivo por el cual se creó este festival fue por la desestacionalización del turismo que recibía Sitges en aquella época, el cual se concentraba en la época de los meses de verano.

También conocido como el Festival de Cine de Sitges, es un lugar de encuentro entre los asistentes al festival con intérpretes, directores y productores como Quentin Tarantino, Cameron Díaz, Antonio Banderas o José Coronado. Actualmente es la manifestación cultural y festival de cine con el mayor prestigio e impacto en medios de Cataluña. Además, es un espacio de exhibición, presentación y proyección del cine fantástico mundial.

Para su realización, el Festival utiliza diferentes espacios ubicados en el municipio de Sitges. El hotel Meliá Sitges es la ubicación principal del festival, ya que es donde se ubica la sala principal de exhibición, el auditorio, además de las salas de rueda de prensa y una gran parte de las oficinas del festival. Para las proyecciones que se exhiben durante el festival cuentan con, además del auditorio, espacios del municipio de Sitges como son el Cine El Retiro, el Cine Prado y el Huerto de Can Falç para las sesiones de cine al aire libre. Para las exposiciones del festival utilizan edificios emblemáticos de Sitges como Brigadoon-L'escorxador, el Palacio de Maricel y el Edificio Miramar.

Después de una larga trayectoria como festival, el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña se proclamó como la sede de los premios anuales de la European Fantastic Film Festivals Federation.

### 3. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

#### 3.1. TURISMO CULTURAL

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 1985) define el turismo cultural como “un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como viaje de estudios, festivales u otros eventos culturales, visitas a monumentos, lugares, folklore, arte o peregrinación”

Ostelea (2020) lo define como “un viaje cuya motivación se centra en descubrir e interpretar los elementos que definen a una sociedad y su entorno”. La cultura de una destinación turística estaría formada por sus valores históricos, el patrimonio, tradiciones y festividades.

Como ya se ha comentado anteriormente, el turismo cultural ha sufrido cambios a lo largo de los últimos años. Estos han venido animados por un giro de mentalidad de la población y en los gustos de los consumidores. Y es que, hoy en día el perfil y la motivación de los turistas es muy diferente a la que conocíamos hasta ahora.

Uno de los primeros autores en describir dichas motivaciones fue Silberberg (1995), que nos relataba cómo el incremento de los ingresos en las personas y su grado en estudios, los animaba a querer conocer otras culturas distintas o a realizar actividades de ocio de proximidad que requerían mayor intelecto.

Estos cambios en la demanda han supuesto que las diversas destinaciones tengan que adaptar sus ofertas turísticas a las nuevas necesidades.

**Tabla 1.** Tipología de Turismo Cultural.

Turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"><li>• Histórico/artístico</li><li>• Histórico artístico<ul style="list-style-type: none"><li>• De arquitectura popular</li><li>• De exposiciones</li><li>• Étnico</li></ul></li><li>• Étnico folklore</li></ul>
------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Costumbres y tradiciones</li><li>• Religioso - De formación</li><li>• De acontecimientos singulares</li><li>• Lúdico-festivo</li><li>• Literario y cinematográfico</li><li>• Gastronómico</li><li>• Industrial</li><li>• De compras o shopping</li></ul>
--	--

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la información extraída de Vila y Vila (2012)

### 3.1.1. PERFIL Y MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL

Para poder describir el perfil del turista cinematográfico es necesario conocer primero los diferentes tipos de perfiles existentes en el turismo cultural.

Muchos autores han creado mediante encuestas e investigaciones sus propios perfiles de los turistas que se ven motivados por la cultura. El primero en estudiar el tema y el cual ha sido objeto principalmente de posteriores estudios, fue Garfield (1993), afirmaba que el turista cultural tiene estudios superiores respecto a los otros turistas, hecho que le hace valorar la autenticidad y calidad de las obras que visita. Además, esto le ayuda a crear un vínculo con los residentes. Estos turistas viajan con regularidad siempre que les es posible y no tienen un método de transporte predeterminado, sino que les es indiferente el medio por tal de llegar al destino. Por último, añade que son un tipo de clientes que tienen un alto grado de exigibilidad con la calidad de los servicios.

Posteriormente, Bodo (1995) y Prentice (1995) añadieron al perfil de Garfield (1993) que también se caracterizan por un grado de poder adquisitivo mayor, el cual queda reflejado en la duración de sus estancias y el gasto medio que hacen dichos turistas en la destinación. Estos autores obtienen una subclasificación del perfil principal, en el cual destacan:

- Mujeres o personas jóvenes con ganas de obtener un mayor grado de cultura en sus nuevas experiencias lúdicas.

- Personas de mayor edad, que han obtenido una gran fuente de ingresos a lo largo de su vida y tienen ganas de hacer una inversión en cultura y conocimiento sin importar el coste de esta.

Más actual, Richards (2004), añadió que los turistas culturales se encuentran profesionalmente en los cargos de más responsabilidad, lo cual les proporciona un salario mucho mayor a la media europea. Además, suelen viajar acompañados por su pareja sentimental y prefieren planificar ellos mismos sus estancias y visitas a contratar un viaje ya estipulado. Además, hoy en día, lo hacen mediante medios online y recomendaciones de su entorno más cercano.

### 3.2. TURISMO CINEMATOGRAFICO

Beeton (2005) se refiere al turismo cinematográfico como aquel turismo que está inducido por el cine, es decir, aquel que se realiza en una localización que ha obtenido su éxito mediante una película ambientada o rodada en esa región concreta.

Por otro lado, autores como Evans (1997) no considera que la destinación en cuestión deba ser el lugar de rodaje de una película, sino que simplemente con el hecho de que esta localización aparezca en la gran pantalla ya supone un gran atractivo para nuevas visitas. Este concepto es el que usarán muchos otros autores como Hudson y Brent (2006) para analizar cómo las *Destination Management Organizations* (DMO) buscaban atraer nuevos segmentos de turismo.

La gran mayoría de autores y estudios tratan el turismo cinematográfico como lo descrito anteriormente. Sin embargo, existe una minoría de autores como Beeton (2005) que posteriormente analizan que dicho turismo no puede ser única y exclusivamente la definición que ellos mismos proponen. Por ello, crea una clasificación de los tipos y sus características del turismo cinematográfico que engloba los diversos fenómenos del mundo del cine que generan actividades de turismo en mayor o menor medida.

Los diversos tipos que describe Beeton (2005) los clasifica en diversas categorías:

- *On location*, es decir la gente se desplaza a aquellos lugares en los cuales se ha producido el rodaje de algún hecho cinematográfico.
- Comercial, aquellas rutas, atracciones o actividades que se crean y desarrollan después de rodar una película con el fin de atraer turistas.
- *Off location*, desplazarse a parques temáticos o estudios cinematográficos que son la ubicación real de la película pero sí suponen un atractivo cinematográfico.
- *Eventos One-off*, estos serán los más importantes para el trabajo, ya que engloban dos grandes subcategorías:
  - Programas de televisión, los cuales nos trasladan a otros lugares del mundo mientras los vemos desde casa, como, por ejemplo, programas de viajes, programas gastronómicos, etc. Son conocidos coloquialmente como viajes de sillón.
  - Festivales y eventos cinematográficos. Cómo en el caso del trabajo que basa el estudio en el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.

### **3.2.1. FESTIVALES DE CINE**

No obstante, muchos autores concuerdan en que no existe una definición común de dicha terminología. Algunos de ellos como Jurado Martín (2003), Peranson (2009), Redondo (2000) i Montal (2006) están de acuerdo en que se trata de un encuentro profesional destinado a la muestra y divulgación de producciones cinematográficas y audiovisuales. Dichos eventos tienen un carácter competitivo, ya que el recuerdo y la proyección de las películas se consigue a través de una entrega de premios. En esta tipología de festivales se pueden encontrar películas de nueva creación o inéditas a la vez que retrospectivas de grandes clásicos.

En la actualidad, no se cuenta con una gran cantidad de estudios sobre dicha tipología, mientras que para el resto de las modalidades turísticas que existen se ha desarrollado más investigación científica centrada en el concepto y el perfil de los turistas, entre otros aspectos. De modo que, a pesar del auge que han tenido en los últimos años los festivales cinematográficos todavía se considera un ámbito con escasa investigación. Entre algunas de las investigaciones científicas, cabe destacar el primer estudio que se hizo en España, por Jurado Martín (2003), que hacía un análisis exhaustivo de todos los festivales de cine que había en España, para animar así a nuevos creadores a participar en certámenes, demostrando la publicidad que suponía para ellos esta colaboración.

No hace mucho, Cortes y Jurado (2018) publicaron un estudio sobre qué tipo de funciones desempeñaban los certámenes de cine dentro de España. Para ello crearon una muestra de entrevistados entre 2000 y 2002 que estaban dentro del ámbito cinematográfico y que participaban de una manera u otra en los festivales de cine (directores, organismos públicos, profesores de escuelas de cine, medios de comunicación, etc.). Finalmente, se realizaron 147 entrevistas.

Los resultados del estudio muestran que las funciones, las cuales han sido comunicadas por cada uno de estos profesionales, a las que más relevancia se les daba, eran:

- Exhibición de películas, actores y directores
- Encuentro entre sector cinematográfico y su público
- Divulgación y promoción de nuevas películas
- Soporte de conocimiento para nuevos directores

El estudio que se va a llevar a cabo en este trabajo ha sido motivado, en una parte, por las afirmaciones de algunos autores como Trashorras (2007). El autor, cuando describe y explica el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña afirma que una de las cosas por las cual destaca es la exhibición de películas creadas por pequeños equipos de producción y en las cuales participan actores y actrices poco conocidos en el mundo cinematográfico. Este tipo de acciones hacen que películas, que detrás tienen a equipos de producción más pequeños y poco conocidos, puedan ser dadas a conocer en lugares diferentes a las clásicas salas de cine en las cuales se exhiben grandes producciones que cuentan con directores, directrices, actores y actrices de gran nombre.

### 3.2.2. PERFIL Y MOTIVACIÓN DEL TURISTA CINEMATOGRAFICO

Como se ha visto hasta ahora, hay muchos tipos de turismos cinematográficos. A continuación, se va a hablar del perfil que tienen dichos turistas y qué les motiva a hacer este tipo de turismo.

Este tipo de turista viaja principalmente, entre otros factores, porque usa el turismo como una forma de sentir la ficción que ha visto en la gran pantalla cómo algo real (Del Rey-Reguillo, 2007; Quintana i Morraja, 2004; Rodríguez Campo et al., 2014).

Años atrás, Dann (1977) y Crompton (1979) explicaban que las motivaciones que llevan a las personas a viajar se centran en dos tipos de factores: *push factors* y *pull factors*.

Por un lado, los factores *push* o de empuje son aquellos que hacen que el turista quiera viajar. Están vinculados a los aspectos internos y emocionales, cómo por ejemplo sería las ganas de desconectar de la rutina, mejorar las relaciones sociales, etc. Los dos factores más destacables (Macionis y Sparks, 2009) son los asuntos personales, como tener una experiencia de primera mano, y la novedad.

Por otro lado, los factores *pull* o de atracción son aquellos que determinan el lugar al cual viajar. Estos factores tienen más que ver con factores externos y de situación, entre los que cabe destacar las atracciones naturales y culturales. Los dos factores más importantes (Riley y Van Doren, 1992) son aquellos que contribuyen en la promoción del destino y el boca a boca entre personas.

Macionis (2004) también clasifica los tipos de turistas que se pueden encontrar en el turismo cinematográfico:

- Turista casual: Aquel que se halla de manera fortuita en una localidad en la cual se ha rodado una película o serie, pero que no realiza ninguna actividad relacionada con esto.
- Turista general: Aquel cuya motivación principal del viaje no es el film en sí, pero que participará en alguna actividad basada en la película o serie.

- Turista específico: Aquel que va a la destinación por una película o serie en concreto. Aquí también se podría añadir a los turistas que viajan a una destinación para un evento o festival cinematográfico concreto.

En particular, en el caso del Festival Internacional de Cine Fantástico de Sitges la Diputación de Barcelona encargó en el año 2013 a la empresa GESOP (Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública) la elaboración de una encuesta con el fin de caracterizar el perfil de los visitantes del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña. Entre los principales resultados podemos destacar que la media de edad es de 35,6 años y tres de cada cuatro viven en Cataluña. Además, ocho de cada diez van a Sitges por el festival y, de estos, el 40% pernocta en el municipio con una media de 4,7 noches y un gasto medio en alojamiento de 47,88€.

### **3.3. ESTUDIOS SOBRE IMPACTO SOCIAL DE LOS FESTIVALES CINEMATográfICOS**

La celebración de festivales tiene una serie de impactos tanto positivos como negativos en la localidad en la que se realizan. Estos impactos se pueden medir en términos económicos, medioambientales o sociales.

Por lo que refiere a un análisis económico, se analizan todos esos factores, que cómo bien indica su nombre, son de percepción financiera, teniendo en cuenta las inversiones que debe realizar dicho festival y los beneficios que obtiene dicha organización, a más de ver todos aquellos sectores que se han visto afectados de manera directa o indirecta por la realización del mismo (Peláez, Lorenzo y Cañizares, 2012).

El análisis medioambiental es aquel que quiere cuantificar los cambios que se generan en el ambiente local del evento. Esto se hace mediante la contabilización del gasto de combustible, agua, electricidad, etc. que genera la organización y la que generan sus propios asistentes para poder llegar al evento en cuestión.

Aunque la celebración de eventos puede tener consecuencias en términos económicos y medioambientales, el presente trabajo pone el foco en analizar los impactos sociales.

Muchos autores como Ap (1992), Lee (2013) y Zhou y Ap (2009) han ido describiendo a lo largo de los años como los residentes han sufrido el turismo en sus localidades y cómo ha impactado en la percepción que tienen sobre el tema.

Para medir los impactos sociales se han utilizado distintas técnicas una de ellas es por ejemplo, se ha creado la Festival Social Impact Attitude Scale (Delamere, Wankel, y Hinch, 2001) que permite entender este tipo de impactos mediante escalas basadas en encuestas pasadas antes y después de dichos eventos y festivales a los residentes de dichas localidades. No obstante, todos estos datos al ser cualitativos son difíciles de comparar con otros estudios de base económica, que suponen datos cuantitativos (Frey, 2003).

Esto llevará a otros autores como Lindberg, Andersson, y Dellaert (2001) a crear Métodos de Valor Contingente (CVM) para estimar la disposición a pagar (DAP) de sus residentes y así poder obtener unos resultados en términos monetarios. Para realizar este estudio se pasó una encuesta a los residentes y turistas de la ciudad de Are, Suecia, en la cual se presentaba la hipotética situación del desarrollo de una estación de esquí en la localidad. Como resultado se obtuvo que algunos residentes se benefician de tal expansión mientras que otros pierden. En general, se percibe un efecto negativo en su comunidad, ya que los turistas sí obtienen un beneficio, pero este es insuficiente para compensar la pérdida de sus residentes.

Un ejemplo de este tipo de estudios a residentes sobre su disposición a pagar (DAP) y la disposición a aceptar (DAA) es el realizado por Walton et. al. (2004) que, mediante su trabajo basado en un MVC, busco estimar cómo los residentes de Londres percibían la realización de los Juegos Olímpicos de Londres 2012.

Otro ejemplo de estudio es el de Andersson et. al. (2004) que realiza un MVC para valorar monetariamente la disposición de los residentes de Trodheim (Noruega) a que se realice el Campeonato Mundial de Esquí en su localidad.

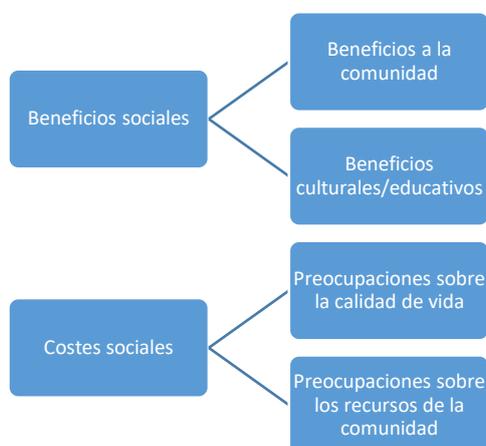
Por último, otros trabajos buscan entender la disposición a pagar no de los residentes de la localidad, sino de los propios asistentes al festival, como es el caso de la

investigación realizada por Devesa et. al. (2012) sobre el Festival Internacional de Cine de Valdivia, en Chile.

No obstante, pese a la gran importancia del MVC, el método más usado para detectar las repercusiones a nivel social son las encuestas, tal y como se ha comentado anteriormente.

Todas estas metodologías, siempre traen unos resultados y en términos de impacto social, estos se clasifican en beneficios y costes para la comunidad local (Yolal, et al., 2016).

**Figura 1.** Impactos Socio-Cultures



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la información de Yolal, et al. (2016)

### **Beneficios a la comunidad**

Los beneficios a la comunidad, aplicados a los eventos y festivales, crean oportunidades de marketing para la promoción de atracciones locales (Fredline y Faulkner, 2000). Además ayudan a la mejora de la imagen de la destinación y sirven como catalizadores para el buen desarrollo social, hecho que ayuda a atraer a nuevos visitantes, inversores y patrocinadores (Getz, 1991; Quinn, 2006; Richards y Wilson, 2004). También hay que tener en cuenta la ayuda que suponen dichos eventos y festivales en el problema de la estacionalización turística, hecho que se ha comentado previamente en el punto dos (El Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña), el cual fue creado en parte para dar solución a esta problemática.

Todos estos beneficios son tangibles, no obstante, a modo intangible, encontramos el orgullo que supone para sus residentes y para la localidad, poder dar lugar a un evento de esta cabida (Gursoy et al., 2004). Por otro lado, hay que tener en cuenta la creación de lazos culturales entre los residentes y visitantes (Besculides, Lee, y McCormick, 2002).

### **Beneficios culturales/educativos**

La realización de eventos y festivales generan un intercambio de ideas y conocimientos (Dwyer, Mellor, Mistilis, y Mules, 2000). En este campo hay que destacar la importancia de los festivales cinematográficos, núcleo de este trabajo, tal y como explica Koehler (2009): “Los festivales de cine actúan como eventos educativos con su rol de cultivar una cultura cinematográfica entre las diferentes comunidades”. Además, no hay que tener solo en cuenta los beneficios económicos, sino hay que ver que estos eventos suponen una gran oferta de ocio y cultura para sus residentes (Besculides et al., 2002).

### **Preocupaciones sobre la calidad de vida**

El desarrollo turístico en una determinada zona tiene grandes impactos en los estándares y calidad de vida y en la seguridad de sus residentes (King, Pizam, y Milman, 1993; Uysal, Sirgy, Woo, y Kim, 2016).

Una de las formas de turismo que podemos destacar también en este ámbito son los festivales y eventos culturales. Estos tienen la capacidad de aumentar la calidad de vida de la población local mediante el aumento del nivel de ingresos, oportunidades de ocupación y ofreciendo nuevas maneras de enriquecerse de una forma social, cultural y ambiental (Andereck, Valentine, Knopf, y Vogt, 2005).

Por el contrario, también encontramos impactos negativos tales como el aumento del coste de vida, de la congestión del tráfico y aumento de aglomeraciones, delincuencia y daños en las propiedades. Todos estos factores son los que acaban creando lo que se conoce como turismofobia, es decir, el rechazo de los residentes a los turistas.

### **Preocupaciones sobre los recursos de la comunidad**

Cualquier organización y realización de un evento o festival requiere del uso de sus recursos locales. En función del tamaño y duración de dicho evento dependerá el abasto

y naturaleza de estos recursos, a mayor magnitud y larga prolongación, más presión sobre los recursos se ejercerá.

Esto a veces no es beneficioso y por ello los residentes en ocasiones tienden a ponerse en contra de la realización del evento o festival (Leenders et al., 2015) ya que creen que se pueden generar más impactos negativos que positivos para la comunidad local (Horne y Manzenreiter, 2006; Nunkoo y Gursoy, 2016).

Además, muchos residentes mantienen la creencia que con estos festivales y eventos los únicos beneficiados acaban siendo las propias organizaciones y que ellos no obtienen ninguna recompensa (Gotham, 2011).

Todos estos impactos sociales han sido estudiados por varios autores que los han llevado a la práctica mediante investigaciones de la repercusión social y cultural que tenían diversos eventos. Entre ellos, algunos se han centrado en una tipología que, como ya se ha dicho anteriormente, genera un gran impacto cultural, los festivales cinematográficos.

Flores (2015) analiza el impacto económico y social que supone el Festival de Cine de Huelva. Después de la realización de la investigación sobre este festival, el autor concluye que, por lo que respecta a impacto social, la organización del festival ayuda a la culturalización de su población y a la mejora de su calidad de vida. Además, la celebración de este tipo de eventos ayuda a la promoción turística del lugar que los acoge y a la creación y al ajuste de los productos turísticos del sector cultural. A su vez, reduce los problemas de estacionalidad en el destino.

Mediante el estudio, también se pudo obtener un perfil del turista que asiste a estos eventos y festivales mucho más detallado. Destaca una clase social media-alta, con un nivel de conocimientos superior a la media y que acostumbra a resultar un turista reincidente en sus destinos.

Devesa et al (2012) analiza el impacto que genera el Festival Internacional de Cine de Valdivia en la ciudad de Valdivia, más concretamente en el territorio de Los Ríos. Por lo que hace al estudio del ámbito social, cabe destacar la importancia que tiene la celebración de dichos festivales a la hora de ampliar la cartera cultural de la destinación.

Además, contribuyen a mantener viva la cultura local, mejorar la calidad de vida de la población y crear mayor unión entre los residentes y la comunidad. En definitiva, ayudan a prosperar de forma social y cultural a la destinación.

### **3.4. CONCLUSIONES DEL MARCO TEÓRICO**

Del análisis realizado mediante el marco teórico, podemos extraer diversas conclusiones.

Primeramente, se ha localizado la disruptiva de encontrar la tipología de turismo para el Festival. La definición de turismo cultural es clara, concisa y conocida por igual en todas las organizaciones, comisiones oficiales y autores de esta temática. No obstante, cuando se profundiza en las definiciones de las tipologías que se enmarcan en esta clasificación no ocurre lo mismo.

En el caso del turismo cinematográfico, su definición más popular solo engloba aquellos flujos de personas movilizados por la grabación de una película o serie en una localidad concreta. En esta definición no se contempla, por ejemplo, aquellas personas que viajan a otras localidades o destinos para asistir a un evento o festival cinematográfico.

Como segunda conclusión, se obtiene que toda realización de un festival aporta a su comunidad local beneficios e impactos negativos. Todos estos impactos sociales, en esta tipología de eventos, se ha estudiado en contadas ocasiones y siempre de manera superficial.

Es por esta razón que, con este trabajo, se pretende realizar un estudio del impacto social que genera el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña en los residentes de Sitges.

#### **4. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

Calcular el impacto a nivel social que genera el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña en la localidad en la que se realiza, Sitges, es el objetivo principal de este trabajo.

Al tratarse de un TFG compartido, es decir, de dos autoras, hemos ampliado el alcance de la investigación a través de la formulación de diversas hipótesis. Por tanto, el objetivo de este trabajo es medir el impacto social que genera el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña en la población del municipio de Sitges.

Mediante dichos objetivos vamos a escribir las siguientes hipótesis:

**1. “Los habitantes de Sitges perciben de forma positiva la celebración del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.”**

Según el estudio de Mendes, Vareiro y Ferreira (2017), en el que se estudia el impacto del turismo cinematográfico en dos localidades portuguesas (Arcos de Valdevez y Estremoz), se concluye que los residentes de estos municipios tienen una percepción positiva de esta tipología de turismo. Los habitantes consideran que hubo un efecto positivo en la atracción de nuevos turistas y apoyarían nuevas inversiones para dar continuidad al turismo cinematográfico.

**2. “La DAP de los residentes favorables a la celebración del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña es superior a la DAA de los residentes que no dan soporte a la celebración del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.”**

Según el estudio de Andersson et. al. (2004), en el cual evalúa la disposición a pagar y a aceptar de residentes de localidades que albergan diversos eventos deportivos, se puede ver un porcentaje mayor (5%) de las personas que están a favor del evento y su disposición a pagar más, que las personas que no están a favor de este evento y que tienen menor disposición a aceptar (1%).

**3. “Los impactos negativos más destacados por los residentes son el aumento del tráfico, la congestión y la presión sobre los servicios locales**

**durante la celebración del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.”**

El estudio de Villota, M. E. H. (2019), en el cual se analiza el impacto económico y social del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto (Colombia). Se concluye que, como impactos sociales negativos se encuentran la inflación en el corto plazo, el aumento de tráfico y congestión viaria, la inseguridad de los vecinos y el aumento de la contaminación.

- 4. “Los impactos positivos más destacados por los residentes son la diversidad de actividades culturales de entretenimiento, la oportunidad de aprender y conocer nuevas culturas y la mejora de la imagen del municipio de Sitges.”**

El estudio de Yolal et al. (2016) clasifica los impactos socioculturales de los eventos y festivales. Dentro de los impactos positivos se encuentra la mejora de la imagen de la destinación, la creación de lazos culturales entre los residentes y visitantes y la creación de una gran oferta de ocio y cultura para sus residentes.

## **5. METODOLOGIA**

### **5.1. OBTENCIÓN DE DATOS**

Para poder determinar el impacto social que tiene el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña, se ha elaborado una encuesta, que va a recopilar datos cuantitativos y cualitativos sobre la población local de la localidad de Sitges (lugar en el que como ya se ha comentado anteriormente, se realiza el evento).

La encuesta que se ha realizado va dirigida a los y las residentes de Sitges (ver Anexo 1). Esta se encuentra dividida en dos grandes bloques. A continuación, se hace una primera recogida de datos socioeconómicos, mediante los cuales podremos conocer un poco más la muestra y ver si realmente esta es representativa de toda la población. Seguidamente, se mide el impacto social que ha supuesto la realización del evento a sus residentes. Por último, se analizará el valor monetario que tiene este impacto.

#### **5.1.1. LA MUESTRA**

La población sometida a estudio para determinar el impacto social es el total de personas que residen en el municipio de Sitges. Según datos extraídos del Instituto de Estadística de Cataluña (Idescat) del año 2021, la población de Sitges es de 30.217 personas.

La encuesta se ha realizado a 124 residentes de la localidad de Sitges. Dado que la muestra supera los 100 residentes podemos decir que los resultados son representativos por el teorema de números grandes. Un teorema basado en una teoría de probabilidad que nos explica que cuando repetimos un determinado hecho con frecuencia el resultado tiende a ser constante. Es decir, a partir de 100 encuestas totalmente aleatorias, podemos asegurar que los resultados obtenidos tienden a una constante que se mantendría en el resto de encuestados.

Esta encuesta se ha distribuido a través de los siguientes medios:

- Por redes sociales mediante el contacto con entidades privadas y comercios de la localidad que han publicitado nuestras encuestas en sus cuentas (floristerías, radio, equipos deportivos, etc.) y en grupos de vecinos y residentes de Sitges, para obtener una difusión entre sus miembros y seguidores. Como son páginas que pueden tener libre acceso, se ha pedido explícitamente que sólo respondan las personas que viven en Sitges.
- A pie de calle, para obtener mayor cantidad de resultados, se ha ido a la localidad en cuestión a pasar las encuestas personalmente a sus residentes.

### 5.1.2. FICHA TÉCNICA

**Tabla 2.** Ficha del impacto social.

<b>Objetivo</b>
Cuantificar el impacto social que genera el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña
<b>Metodología</b>
Realización de una encuesta a los residentes de Sitges (Anexo 1)
<b>Representatividad de la muestra</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Población sometida a estudio:</b> 30.217 personas (datos del 2021 del Idescat)</li><li>• <b>Medida de la muestra:</b> 124 personas</li><li>• <b>Muestreo:</b> Aleatorio</li><li>• <b>Margen de error del muestreo:</b> 9%</li><li>• <b>Nivel de confianza:</b> 95%</li><li>• <b>Tipo de encuesta:</b> Autoadministrada</li><li>• <b>Trabajo de campo:</b> La encuesta se ha realizado mediante un formulario online que se ha publicado a través de redes sociales y se ha pasado a pie de calle a sus residentes.</li></ul>

**Fuente:** Elaboración propia

La fórmula utilizada para calcular el margen de error del muestreo ha sido:

$$n = \frac{N \cdot z^2 pq}{E^2 (N-1) + z^2 pq}$$

Donde:

- **N** es la medida de la población
- **n** es la medida de la muestra
- **E** es el error teórico del muestreo
- **z** es 1,96 ya que el nivel de confianza que se quiere obtener es del 95%
- **p** es 0,5
- **q** es 1-p

## 5.2. ANÁLISIS DE DATOS

Para analizar los datos obtenidos en la encuesta, se va a realizar un estudio de diversas variables sociodemográficas de preguntas realizadas a los/las residentes y sobre su valoración del evento, teniendo en cuenta los aspectos más positivos y los más negativos para su población local. Esto se hará a través de test ANOVA y regresiones lineales utilizando el software Stata.

Por otro lado, se va a usar el método de valoración contingente para poder determinar el impacto social en los y las residentes sobre la realización del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.

Para poder realizar dicha valoración, analizaremos los datos obtenidos en la encuesta. Estos se obtendrán gracias a la pregunta que da lugar a la disposición que tienen estos residentes a aumentar sus impuestos municipales (DAP). Este importe multiplicado por la población de Sitges nos dará un valor representativo del valor contingente del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña y por lo tanto de sus beneficios sociales. Además, también se van a analizar de la misma forma los costes sociales que supone este festival, mediante la disponibilidad a aceptar (DAA).

El Método de Valoración Contingente (MVC) se basa en realizar cambios hipotéticos en el coste o cantidad de los bienes y servicios y analizar la reacción de las personas ante ellos. Tal y como explican muchos autores como Leal (2005) con esta metodología se busca poner un valor económico a bienes y servicios que no existen en el mercado actual.

Este tipo de análisis es un factor complementario al análisis social que se realiza para festivales o eventos, busca entender la disposición a pagar (DAP) de los residentes de la localidad para que el evento o festival se realice en su ciudad. Además, también busca analizar la disposición a aceptar (DAA) de los residentes que no están satisfechos con la realización del festival en su localidad.

Estos datos se obtienen mediante encuestas que realizan los residentes. En estos cuestionarios, se les presenta un supuesto mercado compuesto por tres elementos: la oferta, la demanda y el precio.

- La oferta consiste en las personas realizadoras de dicha encuesta.
- La demanda equivale a las personas que son entrevistadas para obtener los datos.
- El precio, es realmente su disposición a pagar o aceptar.

Una vez realizada la encuesta el Método de Valoración Contingente (MVC) proporciona una información parecida a la que aporta el mercado real.

En definitiva, tal y cómo se va a hacer en este trabajo, el método de valoración contingente, es aquel mediante el cual se hace una serie de preguntas hipotéticas a los encuestados, como: ¿Está dispuesto a pagar X€ más por este servicio? para poder analizar de una forma totalmente cuantitativa que disposición a pagar tienen sus residentes.

En el caso, de no tener disposición a pagar, podemos analizar su disposición a aceptar descuentos por tal de soportar los efectos negativos del evento que se esté analizando (Ej.: ¿Está dispuesto a aceptar X€ de descuento por la realización de este servicio?). Posteriormente, se hace una comparativa entre la DAP y la DAA de los residentes de la

localidad, obteniendo de esta manera, una valoración cuantitativa de un razonamiento parcialmente cualitativo.

## **6. RESULTADOS**

### **6.1.IMPACTO SOCIAL DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE FANTÁSTICO DE CATALUÑA - IMPACTO SOBRE LOS RESIDENTES**

Tal y como se ha comentado en el punto anterior, para poder analizar cómo perciben los residentes de la localidad de Sitges ser la sede del evento cinematográfico en cuestión, se ha pasado una encuesta a 124 residentes (59,7% mujeres, 39,5% hombres y 0,8% personas de género no binario).

Para poder analizar esta percepción, en el apartado “Impacto Social del Festival” se mostraban diez afirmaciones sobre el efecto que tenía el festival en su día a día, que debían puntuar del uno al cinco, siendo dichas cifras:

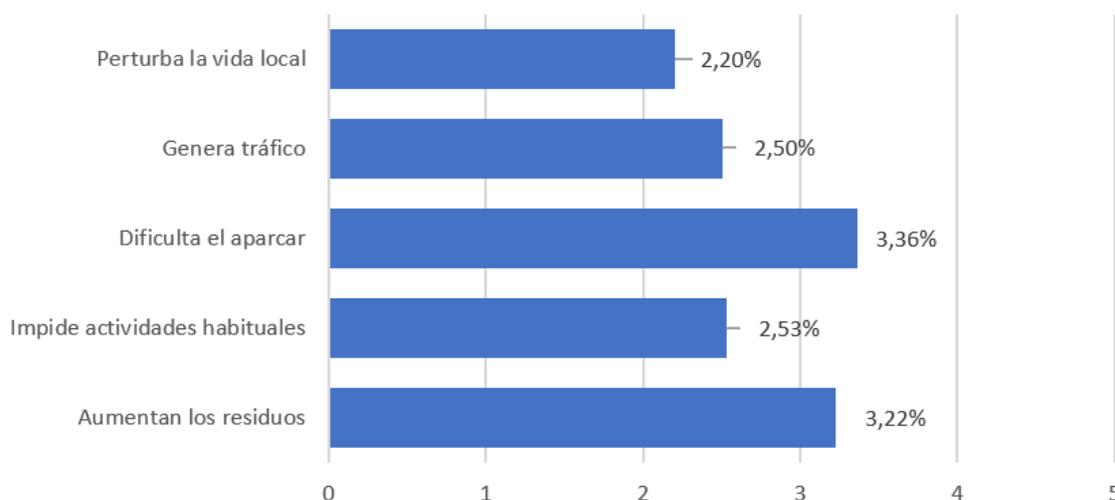
1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Para analizar todas las respuestas que se han obtenido, se va a empezar por el cálculo y el análisis de las medias de cada una de las valoraciones e impactos (negativos y positivos).

#### **6.1.1. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS NEGATIVOS**

En el siguiente gráfico, se puede observar de manera resumida cómo los residentes de Sitges están en “En desacuerdo” o “Indiferentes” sobre los supuestos impactos negativos que genera el festival. Este hecho es así porque las cinco medias se encuentran entre los valores 2 y 3.

**Gráfico 1.** Impactos negativos sobre los residentes del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña



**Fuente:** Elaboración propia

A continuación, se van a analizar cada uno de los resultados con más detalle, al igual que traspasar la información que se ha obtenido de primera mano al recibir el feedback de muchos residentes en persona.

- **El festival ha perturbado la vida cotidiana de los residentes locales:** El 47,6% ha votado el número “1” y el 20,2% el número “2”, es decir, redondeando se podría decir que 7 de cada 10 residentes, considera que el festival no les afecta en su día a día. Por otro lado vemos un 9,7% de “3” y un 19,40% de “4”, seguido por último de un 3,2% de “5”. Algunos de los encuestados comentan que consideran que el festival sí ha perturbado su día a día, pero que no de una manera negativa.
- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha dificultado la circulación y el tráfico de las calles de Sitges:** El 30,6% de los encuestados ha votado “2” seguido de cerca de un 27,4% que ha votado “1”. Es decir, 6 de cada 10 residentes piensa que no ha afectado al tráfico. Un 18,5% ha votado “4”, un 14,5% “3” y por último un 8,9% “5”. Se debe tener en cuenta que muchas de las calles principales del municipio son

únicamente peatonales y que, a más, es una localidad acostumbrada a que sea muy transitada por turistas.

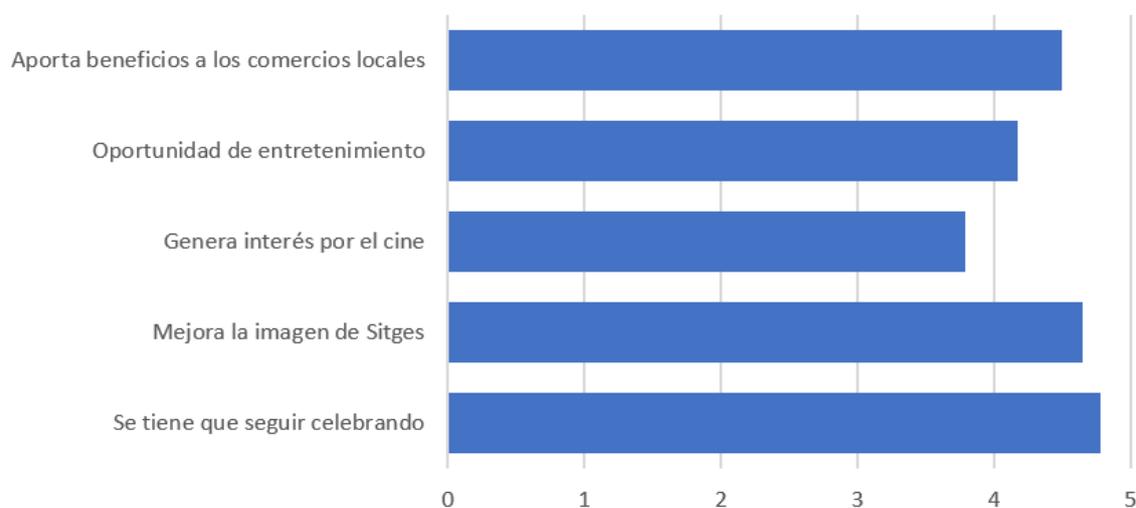
- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha dificultado encontrar aparcamiento en el municipio:** El 25,8% de los residentes ha votado “5”, seguidamente de dos porcentajes iguales en el número “4” y “3” siendo el 25% respectivamente. A parte se ha obtenido un 15,3% en el “1” y un 8,9% en el “2”. Este resultado es debido a que tal y cómo comentaban los residentes, es una ciudad en la que ya un día normal es muy difícil encontrar aparcamiento y la mayoría de residentes que tienen coche tienen que disponer de plaza de aparcamiento casi como obligación.
- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha impedido realizar alguna actividad que acostumbro a hacer (encontrar mesa en un restaurante o bar de Sitges, etc.):** Los porcentajes obtenidos han sido: un 31,5% en el “1”, seguido por los resultados “2” y “4” con un 21,8% respectivamente. Un 16,9% en el “3” y por último un 8,1% en el “5”.
- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha supuesto un aumento notable de residuos generados a lo largo del festival:** Los residentes encuestados han valorado con un 33,1% el valor “4”, un 23,4% el “3”, un 18,5% el “2” y por último un 14,5% en el “5” y un 10,5% en el “1”. Muchos residentes afirman que sí se ve una mayor cantidad de residuos, pero están acostumbrados a ser la sede de muchas otras celebraciones como el Carnaval, el día del Orgullo Gay, etc. y que estos sí suponen una gran cantidad en comparación al festival.

Los gráficos de cada una de estas afirmaciones, se encuentran en el Anexo 2.

### 6.1.2. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS POSITIVOS

A continuación, podemos encontrar como la mayoría de los residentes se encuentran en total acuerdo con los impactos positivos que genera el festival. Siendo la media de todos ellos entre el 4 y el 5, a excepción de la afirmación “Genera interés por el cine” que se encuentra también afirmativa, pero entre los valores 3 y 4, tal y como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 2.** Impactos positivos sobre los residentes del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña



**Fuente:** Elaboración propia

Observado las respuestas con más detalle, se obtiene que:

- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” aporta beneficios en los comercios locales:** Se puede observar cómo casi todos los residentes están a favor de esta afirmación, siendo las afirmaciones “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo” las más votadas, con un 63,7% y un 29% respectivamente. Siendo las respuestas “1” (2,4%), “2” (1,6%) y “3” (3,2%) muy poco significativas.
- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” es una oportunidad de entretenimiento para los residentes locales:** Igual que en la anterior encontramos un claro posicionamiento con las respuestas “Totalmente de acuerdo” (51,6%) y “De acuerdo” (29,8%). No

obstante, en esta afirmación vemos un 8,9% en el número “2”, ya que algunos de los encuestados comentan que pese a poder ser de ámbito local, está más enfocado a acoger nuevos turistas. También vemos porcentajes muy pequeños en las respuestas “2” y “3” con un 3,2% y un 6,5% respectivamente.

- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” da la oportunidad a los residentes locales de aprender cosas nuevas y ha permitido despertar el interés por el mundo cinematográfico:** La respuesta ha sido mayormente positiva por parte de los encuestados con un 34,9% de “De acuerdo” y un 33,9% de “Totalmente de acuerdo”. Por otro lado, los otros resultados obtenidos, aunque en menor medida han sido el número “3” con un 14,5% y un 10,5% en el “2” y un 6,5% en el “1”. Algunos de los y las residentes, consideraban que el festival realmente estaba más enfocado en el turismo y atraer a gente que ya se mueve por estos intereses que en crear un nuevo pasatiempo a sus actuales residentes.
- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” mejora la imagen de Sitges y genera un reconocimiento positivo:** En esta pregunta no ha habido mucha diversidad de opiniones y esto se ve reflejado en un 71,8% de “Totalmente de acuerdo” y un 23,4% de “De acuerdo”, mientras que de él “1” no se ha obtenido ninguna respuesta y los porcentajes de “2” y “3” han sido muy bajos con un 2,4% en ambos resultados.
- **La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha de continuar celebrándose en Sitges durante muchos más años:** Esta afirmación, al igual que la interior, o incluso en mayor escala, ha sido muy bien valorada por los encuestados, con un 81,5% de “Totalmente de acuerdo” y un 14,5% de “De acuerdo”. Por último, se puede ver un pequeño porcentaje del 4% en el valor “3”, ya que del “1” y “2” no se ha obtenido ninguna respuesta.

Los gráficos de cada una de estas afirmaciones, se encuentran en el Anexo 3.

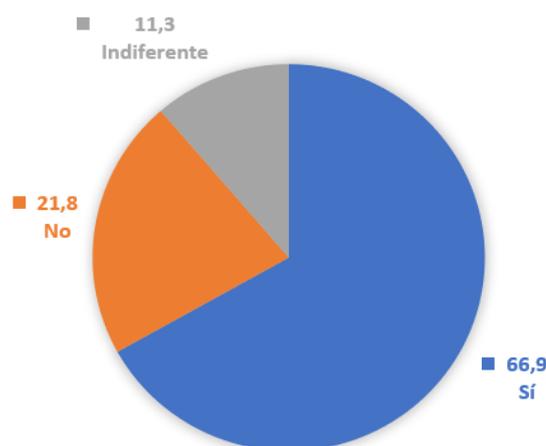
### 6.1.3. VALORACIÓN CONTINGENTE DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE FANTÁSTICO DE CATALUÑA

Para poder entender la realización de un estudio de valoración contingente, primeramente, hay que tener en cuenta cómo se financia el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña, el cual, en parte viene subvencionado por el estado e instituciones, otra por la organización y por último por los propios patrocinadores de la edición.

En este caso, cabe destacar la importancia de la organización, la Fundación Sitges Festival Internacional de Cine de Cataluña, la cual no es una empresa privada, sino que es una fundación perteneciente al ayuntamiento de Sitges, es decir, que viene financiado por el mismo.

Es por esto, que, en la encuesta realizada a sus residentes, se les preguntaba si estaban de acuerdo o no a que una parte del festival estuviera subvencionado por el ayuntamiento de Sitges. Obteniendo como resultado, un 66,9% de residentes a favor de esta financiación y un 21,8% en contra la misma. Además, un 11,3% se muestran indiferentes ante esta situación.

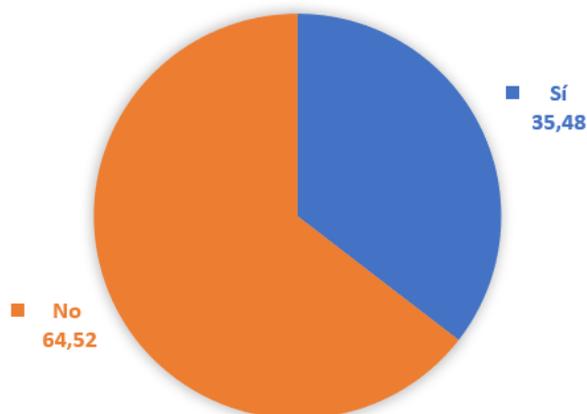
**Gráfico 3.** ¿Está de acuerdo con que el festival reciba financiación pública del Ayuntamiento de Sitges?



**Fuente:** Elaboración propia

Para analizar la disposición a pagar (DAP) de los y las residentes, podemos ver como la mayoría de estos (64,52%), no están dispuestos a pagar más impuestos por la realización del festival, mientras que un 35,48% sí lo están.

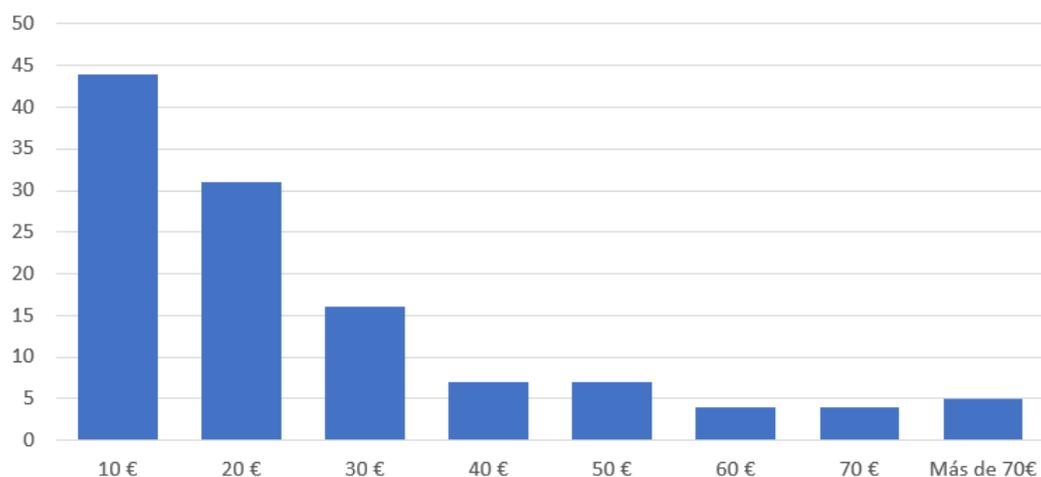
**Gráfico 4.** ¿Está dispuesto a aumentar sus impuestos para financiar el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña?



**Fuente:** Elaboración propia

Una vez se analiza el 35,48% de residentes (44) que sí que son favorables a aumentar sus impuestos municipales, podemos ver cómo de todos ellos, el 35,48% los aumentarían en 10€. A medida que aumenta la cantidad, la proporción de personas dispuestas a aceptar este aumento de impuestos, va bajando el porcentaje de personas que tienen disposición a pagar más impuestos en un 25% (20€), 12,9% (30€), 5,64% (40 y 50€), 3,23% (60 y 70€). No obstante, en la pregunta, si estuvieran dispuestos a pagar más de 70€ en impuestos, se obtiene un 4,03%, un porcentaje un poco más altos que los dos anteriores.

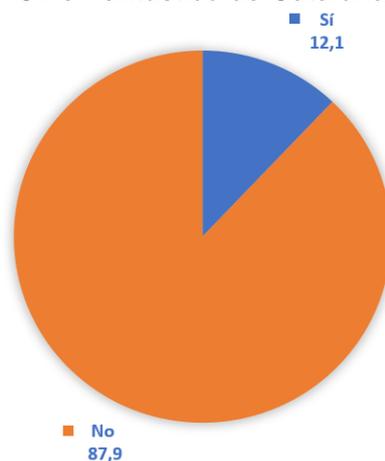
**Gráfico 5.** DAP de los y las residentes de Sitges (35,48%)



**Fuente:** Elaboración propia

Por otro lado, encontramos la disponibilidad a aceptar de los y las residentes, donde un 12,10% dice estar de acuerdo en ser compensado o compensada con una reducción de impuestos para poder sobrellevar estos efectos negativos que les suponen el festival. Por contra, un 87,9% no pide ningún tipo de compensación monetaria.

**Gráfico 6.** ¿Está de acuerdo con que tendría que ser compensado con una reducción de sus impuestos por tal de aceptar los efectos negativos del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña?

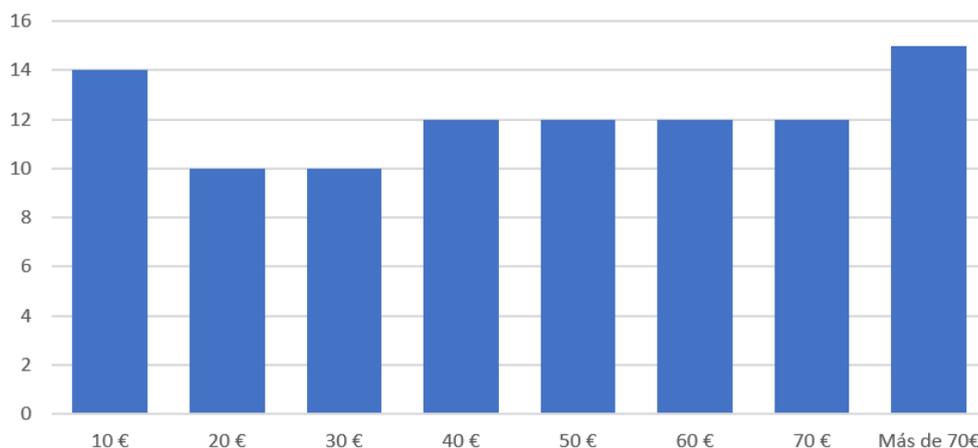


**Fuente:** Elaboración propia

Una vez se coje la muestra de 12,10% residentes favorables (15) a una reducción de sus impuestos por tal de aceptar los efectos negativos. En concreto, se encuentra un

11,29% que está dispuesto a aceptar una reducción de 10€. Posteriormente, esta cantidad se reduce a un 8,07% dispuesto a aceptar reducciones de 20 y 30€. Cantidad que aumenta a un 9,68% cuando hablamos de reducciones de 40,50,60 y 70€. No obstante, el mayor porcentaje se encuentra en recibir reducciones de más de 70€, con el 12,10% total de residentes con DAA.

**Gráfico 7.** DAA de los y las residentes de Sitges (12,10%)

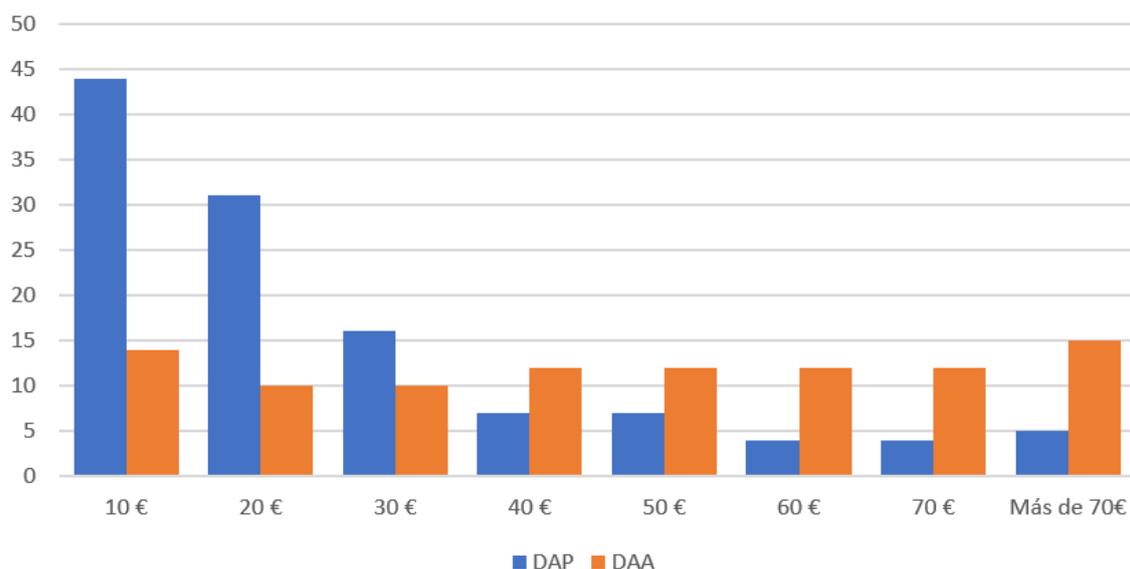


**Fuente:** Elaboración propia

En este momento ya se han calculado la DAP y la DAA, a continuación, se va a hacer una comparativa de dichas variables. Dado los resultados obtenidos anteriormente, ya se puede observar que el porcentaje de residentes con disposición a aumentar sus impuestos (35,48%) es superior al de residentes con disposición a recibir una compensación en sus impuestos por tal de aceptar la realización del festival (12,10%).

En el Gráfico 8 se puede observar como la disposición a pagar es superior en los valores que suponen aumentos de 10€, 20€ y 30€, mientras que la disposición a aceptar es superior en los otros valores. Destacando la DAP más alta en los 10€ y la DAA más elevada en +70€. La media de la DAP es de 70'22€, mientras que la media de la DAA asciende a 298'66€.

**Gráfico 8.** Comparativa DAP y DAA



**Fuente:** Elaboración propia

Para poder analizar finalmente el impacto monetario que genera socialmente el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña en la población de Sitges, se hace mediante el siguiente cálculo: calcular la media de la DAA y DAP sobre el total de encuestados como muestra de todos sus residentes y posteriormente de multiplica por el número de habitantes en el municipio. Obteniendo que:

$$24,92\text{€ (DAP)} \times 30.217 \text{ habitantes} = 753.007,64\text{€}$$

$$36,13\text{€ (DAA)} \times 30.217 \text{ habitantes} = 1.091.740,21\text{€}$$

Por lo tanto, la diferencia entre los beneficios obtenidos (753.007,64€) y los costes sociales (1.091.740,21€) permite obtener un impacto social negativo de -338.732,57€. Este dato se obtiene, no porque los habitantes estén en contra del festival, sino por la gran sumatoria de impuestos que están acostumbrados a pagar los y las residentes de la localidad, dando lugar a que no se puedan permitir más subidas de impuestos y estando muy dispuestos a obtener cualquier tipo de reducción, tal y como han explicado en las encuestas realizadas presencialmente.

#### 6.1.4. EFECTO DE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

A continuación, se realizará un estudio para poder determinar si hay relación entre las diversas variables sociodemográficas y la percepción que tienen los y las residentes de Sitges a la hora de valorar los impactos negativos, los efectos positivos y la DAP con el festival.

Para poder llevar a cabo este análisis, se va a realizar mediante el programa Stata y la realización de test ANOVA. Para el cálculo de las percepciones positivas y negativas, se ha hecho una media de todas las cinco afirmaciones que han puntuado en cada campo.

La relación entre las variables va a ser analizada mediante las siguientes hipótesis:

H0: No existe relación entre las dos variables

H1: Existe una relación entre las dos variables

Con el test ANOVA podremos descartar o afirmar la hipótesis alternativa (H1). Para ello, se debe analizar el resultado que se obtiene mediante la p-valor, que siempre y cuando sea inferior a 0,05, se aceptará la H1. Cogemos como valor el 0,05, para así poder asegurar que los resultados tienen un 95% de confianza.

Los resultados obtenidos son los siguientes según variables: (Además los test realizados se encuentran en el Anexo 4).

**Tabla 3.** ANOVAS

	<b>P- VALOR</b>
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS NEGATIVOS - GÉNERO</b>	0,506
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS POSITIVOS - GÉNERO</b>	0,762
<b>DISPOSICIÓN A PAGAR - GÉNERO</b>	0,827
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS NEGATIVOS - AÑOS DE RESIDENCIA EN SITGES</b>	0,662

<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS POSITIVOS - AÑOS DE RESIDENCIA EN SITGES</b>	0,704
<b>DISPOSICIÓN A PAGAR - AÑOS DE RESIDENCIA EN SITGES</b>	0,096
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS NEGATIVOS - EDAD</b>	0,001
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS POSITIVOS - EDAD</b>	0,482
<b>DISPOSICIÓN A PAGAR - EDAD</b>	0,000
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS NEGATIVOS - NIVEL DE ESTUDIOS</b>	0,285
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS POSITIVOS - NIVEL DE ESTUDIOS</b>	0,845
<b>DISPOSICIÓN A PAGAR - NIVEL DE ESTUDIOS</b>	0,044
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS NEGATIVOS - AÑOS ASISTENCIA AL FESTIVAL</b>	0,007
<b>PUNTUACIÓN IMPACTOS POSITIVOS - AÑOS DE RESIDENCIA EN SITGES</b>	0,020
<b>DISPOSICIÓN A PAGAR - AÑOS DE RESIDENCIA EN SITGES</b>	0,748

*Fuente:* Elaboración propia

- **Género y Años de residencia en Sitges**

Después de realizar los test ANOVA, podemos observar como las variables de género (masculino, femenino, otros) y los años de residencia en la localidad de Sitges, no tienen relación con ninguna de las tres variables analizadas: media de impactos negativos, positivos y disposición a pagar.

- **Edad**

Con una confianza del 95% podemos afirmar que la variable Edad, tiene relación con la puntuación media en la valoración de los impactos negativos y la disposición a pagar de sus residentes.

En concreto, podemos decir que el rango de edad entre los 55 y los 64 (grupo número 5), ofrece diferencias muy significativas con los grupos de edad: entre 18 y 24 años (grupo 1) y entre 35 y 44 años (grupo 2). También el grupo de residentes mayores de 64 años (grupo 6) muestra una gran diferencia con el grupo de entre 18 y 24 años. Mientras que el grupo 5 y 6 están muy próximos a la respuesta “En desacuerdo” (2,11 y 2,3 de medias respectivamente), los grupos 1 y 2 se encuentran en la respuesta media de “Me es indiferente” (2,98 y 3,23). En definitiva, podríamos decir que existe una clara diferencia en las respuestas que se generan en cómo perciben los impactos negativos los dos grupos más jóvenes y los dos grupos de mayor edad.

Por otro lado, encontramos también una relación entre la DAP y la edad, siendo esta, que el grupo 1 (entre 18 y 24 años) tiene claras diferencias con todos los demás grupos de edades. Encontrándose todos los grupos en una media de una clara DAP y los residentes entre 18 y 24 años en el grupo de “Me es indiferente”.

- **Nivel de estudios**

Se detecta que sólo existe relación de la variable Nivel de Estudios, por lo que hace a la DAP. En concreto, esta diferencia se encuentra entre el grupo de personas que tiene estudios de formación profesional (grupo 5, tienen a la indiferencia) y los que tienen estudios universitarios (grupo 4, tienden a tener disposición a pagar).

- **Años de asistencia al festival**

Con un 95% de confianza se puede afirmar que la variable, Años de asistencia al festival, tiene relación con la puntuación media de impactos negativos y de impactos positivos.

En concreto, se puede observar que la gente que la primera vez que ha asistido al festival, fue en la pasada edición (grupo 1) muestran una clara diferencia con los que nunca han asistido al festival (grupo 0). Podemos observar que los que asistieron a la edición anterior, puntúan los impactos negativos entre “Me es indiferente” y tienden a “De acuerdo”, mientras que los nunca han asistido se encuentran en “En desacuerdo” y tienden a “Me es indiferente”.

Por otro lado, esta variable también afecta a la valoración de impactos positivos, en concreto vemos diferencia entre el grupo 3 (personas que han asistido a tres ediciones o más) y el grupo 2 (personas que han asistido a 2 ediciones). Concretamente, podemos ver que las personas que han acudido a tres ediciones o más, puntúan los impactos con una media de 4,5 (sobre 5), al igual que los otros grupos, mientras que los residentes que sólo han acudido a dos ediciones otorgan una media de 3,94.

Una vez se han realizado todos los test ANOVA pertinentes, se van a crear tres **modelos de regresión lineal múltiple** utilizando las variables sociodemográficas que han demostrado tener una relación con la puntuación de impactos positivos, impactos positivos y DAP.

Para los siguientes modelos de regresión, se han usado en algunos casos Dummies o variables ficticias ( $X_D$ ) ya que sus variables originales son categóricas, es decir, no son continuas, no permiten cálculos numéricos.

A continuación, se muestra una tabla resumen de los tres modelos de regresión con sus respectivas variables independientes y con sus coeficientes, valores de significación según variable y desviación estándar.

**Tabla 4.** Modelos de regresión

Variable independiente	MODELO 1 Valoración de los impactos negativos			MODELO 2 Valoración de los impactos positivos			MODELO 3 Valoración de la DAP		
	Coef.	Val. sig.	Des. Estand.	Coef.	Val. sig.	Des. Estand.	Coef.	Val. sig.	Des. Estand.
Edad entre los 55 y los 64 años ( $X_{D1}$ )	-0,73	***	0,252						
Ediciones a las que ha asistido ( $X_1$ )	0,000	-	0,061	0,022	-	0,044			
Edad entre los 18 y los 24 años ( $X_{D2}$ )							-0,67	***	0,137



### **3. Modelo 3**

Por último, podemos ver que la variable de las personas que tienen una Edad entre los 18 y los 24 años tiene una significación del 1% en la disposición a pagar que tienen.

En definitiva, los coeficientes que se obtienen en el modelo 3 nos muestran que los y las residentes que tienen entre 18 y 24 años, están dispuestos a pagar 0,67€ menos que el resto para financiar el festival.

## **7. CONCLUSIONES**

El objetivo de este trabajo es calcular el impacto social que genera el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña en la localidad de Sitges. Es decir, cómo este ha impactado en la vida de sus residentes.

Para poder llevar a cabo este estudio nos basamos en cuatro hipótesis, de las cuales, mediante un posterior análisis y trabajo de campos, se ha podido extraer unas conclusiones.

Primeramente, se ha hecho un análisis de las diferentes percepciones que tenían los residentes de Sitges respecto a los posibles impactos que genera el festival sobre la localidad. Este análisis ha servido para comprobar tres hipótesis.

Por lo referente a la primera hipótesis dónde se afirma que los habitantes de Sitges perciben de una forma positiva la realización de este festival. Tras realizar una encuesta a los y las residentes de la localidad, podemos afirmar que la hipótesis es correcta, concretamente, podemos decir que esto es así gracias a la afirmación “El festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña, debe continuar celebrándose en Sitges durante muchos años”, donde un 81,5% afirman estar totalmente de acuerdo y un 14,5% de acuerdo, mientras que sólo un 4% afirma indiferencia.

Una vez realizado el análisis de las cinco percepciones negativas, se puede afirmar que los y las residentes perciben como los peores impactos: la dificultad para aparcar (con una media de 3,36 sobre 5), el aumento de residuos (3,22) y la imposibilidad de realizar actividades habituales (2,53). Dicho escenario es diferente al que se plantea durante la tercera hipótesis: “Los impactos negativos más destacados por los residentes son el aumento del tráfico, la congestión y la presión sobre los servicios locales durante la celebración del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.” en la cual no se había planteado como impacto de gran importancia el aumento de residuos en las calles. Por lo tanto, se debe descartar dicha hipótesis.

Por otro lado, se han analizado las percepciones de los impactos positivos del festival y se ha podido comprobar que los impactos que más agradan a la población son que

mejora la imagen de Sitges, aporta beneficios a los comercios locales y es una nueva oportunidad de entretenimiento. Tal y como ya se había mencionado en la hipótesis número cuatro: “Los impactos positivos más destacados por los residentes son la diversidad de actividades culturales de entretenimiento, la oportunidad de aprender y conocer nuevas culturas y la mejora de la imagen del municipio de Sitges.” Es decir, se puede afirmar dicha hipótesis, pero haría falta añadir también la oportunidad para el comercio local.

En segundo lugar, se ha realizado una valoración contingente de la DAP de los residentes y de DAA. Esto se ha llevado a cabo para poder comprobar la segunda hipótesis: “La DAP de los residentes favorables a la celebración del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña es superior a la DAA de los residentes que no dan soporte a la celebración del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña.” Esta hipótesis ha sido descartada, ya que todo y que hay mayor número de residentes con disposición a pagar (35,48%) que residentes con disposición a aceptar (12,10%), la DAP (753.007,64€) es inferior a la DAA (1.091.740,21€). No obstante, en esta hipótesis ha habido una variable que no ha sido analizada y que este estudio ha podido comprobar su importancia: el importe que pagan los residentes de la localidad en impuesto, ya que muchos de los y las residentes, no tenían DAP únicamente por la gran carga de impuestos que ya tenían.

Por último, se ha realizado un análisis de las variables sociodemográficas y su impacto y se ha podido afirmar que la edad (en concreto el grupo de edad entre los 55 y los 64) tiene relación directa con las puntuaciones a los impactos negativos. Esta misma variable, pero esta vez en otra franja de edad (en concreto, la edad entre los 18 y los 24 años) tiene relación con la DAP de los residentes. Mientras que la valoración de los impactos positivos no obtiene relación ninguna con las variables analizadas.

En definitiva, después de dicho trabajo de investigación, se puede afirmar que los impactos positivos obtienen mucha mejor nota que los impactos negativos, mostrando así, cuáles son los que obtienen un mayor peso para los residentes. Hecho que queda confirmado con la primera hipótesis y las ganas de todos sus residentes de seguir albergando dicho festival.

No obstante, si se tiene en cuenta el valor cuantitativo, el festival genera unos beneficios sociales de 753.007,64€, mientras que se obtienen unos costes sociales de 1.091.740,21€. Es decir, el impacto social del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña sería negativo, hecho que en gran parte es así por la gran cantidad de impuestos a los que están sujetos a pago los y las residentes de Sitges.

## **8. AGRADECIMIENTOS**

Queremos agradecer la colaboración a todas aquellas personas que han hecho posible la realización de nuestro trabajo. En primer lugar, nos gustaría agradecer la ayuda recibida por los negocios de Sitges, que, como agentes privados, han sido muchos los que nos han ayudado a hacer difusión de nuestras encuestas a través de sus redes sociales. En este mismo punto agradecerlo a todos los residentes que en persona o mediante redes sociales han dedicado unos minutos a nuestro trabajo.

Finalmente, y con especial cariño, queremos agradecer la dedicación y el soporte en todo momento a nuestra tutora Judith Turrión, la cual no sólo nos ayudado en el desarrollo del trabajo, sino que no ha dejado de apoyarnos en todo momento.

## 9. BIBLIOGRAFIA

Alonso, Á. B., Barandela, J. S., & Fernández, P. S. (2012). Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. *Estudios de economía aplicada*, 30(2), 441-462.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., y Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076.

Andersson, T. D., i Lundberg, E. (2013). Commensurability and sustainability: Triple impact assessments of a tourism event. *Tourism Management*, 37, 99–109.

Andersson, T. D., Rustad, A., i Solberg, H. A. (2004). Local residents' monetary evaluation of sports events. *Managing Leisure*, 9(3), 145-158.

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

Arcos, L. A., Pavón, R. S., Hernández, E. C. L., & Canul, M. D. J. M. (2018). Factores de empuje (push) y atracción (pull) que motivan a los turistas a visitar la isla de Cozumel. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 11(25), 46.

Bagiran, D., i Kurgun, H. (2013). A research on social impacts of the Foça Rock Festival: The validity of the Festival Social Impact Attitude Scale. *Current Issues in Tourism*, 19(9), 930-948.

Beeton, S. (2005): Film-Induced Tourism, *Channel View Publications*.

Besculides, A., Lee, M. E., y McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303–319.

Bodo, C. (1995): «Nuevas políticas para un turismo cultural sostenible». *Actas das Jornadas Europeias da Cultura, Lazer e Turismo*, Guadalupe, Cáceres.

Bowdin, G., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I., & O'Toole, W. (2012). *Events management*. Routledge.

Campo, M. L. R., Brea, J. A. F., & González, M. E. A. (2013). Nuevos segmentos turístico culturales. Una aproximación al comportamiento del consumidor turístico cinematográfico. *Cuadernos de turismo*, (32), 259-279.

Campo, L. R., Brea, J. A. F., & González, E. A. (2014). El turismo cinematográfico como tipología emergente del turismo cultural. *Pasos. Revista de Turismo y patrimonio cultural*, 12(1), 159-171.

Connell, J. (2012). Film tourism—Evolution, progress and prospects. *Tourism management*, 33(5), 1007-1029

Cortés-Selva, L., & Jurado Martín, M. (2018). Y, ¿ para qué sirven los festivales de cine? Estudio sobre las funciones de los certámenes cinematográficos en España (2000-2002). *Sphera Publica*, 1(18), 83-103.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.

Cudny, W. (2014). The phenomenon of festivals: Their origins, evolution, and classifications. *Anthropos*, (H. 2), 640-656.

Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4, 184–194.

Delamere, T. A., Wankel, L. M., y Hinch, T. D. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes towards the social impacts of community festivals, part I: item generation and purification of the measure. *Event Management*, 7(1), 11-24.

Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., & Herrero, L. C. (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *EURE (Santiago)*, 38(115), 95-115.

Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N., & Mules, T. (2000). A framework for assessing “tangible” and “intangible” impacts of events and conventions. *Event management*, 6(3), 175-189.

Evans, M.(1997) Plugging into TV tourism, *Insights, March*, pp.35 -38.

Flores Ruiz, D. (2015). Turismo cinematográfico y desarrollo económico local: el Festival de Cine de Huelva. *Cuadernos de Turismo*, 36, 175-196.

Franco, N. M. M. (2002). Cine y filosofía: el acto ideatorio como evento fílmico. *Signos Filosóficos*, (7), 175-188.

Fredline, E., y Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763–784.

Frey, B. S. (2003). Arts and economics: Analysis and cultural policy. *Berlin: Springer*.

Garfield, D. (1993): Tourism at World Heritage Cultural Sites, *ICOMOS, Madrid*.

Getz, D. (1991). Festivals, special events and tourism. *New York: Van Nostrand Reinhold*

Gotham, K. F. (2011). Resisting urban spectacle: The 1984 Louisiana World Exposition and the contradictions of mega events. *Urban Studies*, 48(1), 197–214.

Gursoy, D., Kim, F., y Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, 25(2), 171–181.

Horne, J., y Manzenreiter, W. (2006). Sports mega-events: Social scientific analyses of a global phenomenon. *Sociological Review*, 54(2), 1–187

Hudson, S., & Ritchie, J. B. (2006). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of travel research*, 44(4), 387-396.

Jurado Martín, M. (2006). Los festivales de cine en España incidencia en los nuevos realizadores y análisis del tratamiento que reciben en los medios de comunicación. (Tesis Doctoral). *Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones. Madrid*

King, B., Pizam, A., y Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20, 650–665.

Leal Rojas, C. L. (2005). Valoración económica del medio ambiente: Caso de la reserva de la biosfera de los tuxtlas. Tesis Licenciatura. *Departamento de Economía, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas.*

Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34(0), 37-46.

Leenders, M. A., Go, F. M., y Bhansing, P. V. (2015). The importance of the location in hosting a festival: A mapping approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(7), 754–769.

Lindberg, K., Andersson, T. D., y Dellaert, B. G. C. (2001). Tourism development e assessing social gains and losses [Article]. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1010-1030.

Macionis, N. & Sparks, B.A. (2009). Film-induced Tourism: An Incidental Experience. *Tourism Review International*, 13, 93-101.

Mendes, R., Vareiro, L., & Ferreira, A. R. (2017). Residents' perceptions of film-induced tourism: A Portuguese case study. *Tourism and Hospitality Research*, 17(4), 424-433.

Montal, S. (2006) Festivales y mercados de cine en Squire, J.E. (Ed) Todo sobre el negocio del cine 2013. *Madrid T&B Editores* pp 296-309

Negrușa, A. L., Toader, V., Rus, R. V., & Cosma, S. A. (2016). Study of perceptions on cultural events' sustainability. *Sustainability*, 8(12), 1269.

Nunkoo, R., y Gursoy, D. (2016). Rethinking the role of power and trust in tourism planning. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4), 512–522

Peláez, J., Lorenzo, P., y Cañizares, E. (2012). Estudio de impacto económico: Cómo valorar la repercusión y el retorno de iniciativas e inversiones públicas.

Pellicano, A. (2016). L'impatto del cinema sul turismo: il fenomeno del cineturismo/The impact of cinema on tourism: the phenomenon of cine-tourism. *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, (4), 363-378.

Peranson, M. (2009). First you get the power, then you get the money: Two models of film festivals. *Koehler, R. (Ed) Dekalog3, London Wallflower*, 2009 pp 23-37

Prentice, R. (1995): Cultural and landscape tourism: facilitating meaning, en WAHAB, S. & PIGRAM, J.J. (eds.) *Tourism, development and growth. The challenge of Sustainability*, Ed. Routledge, London.

Quinn, B. (2006). Problematizing 'festival tourism': Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288–306.

Raya Vilchez, JM y Andreu Pejoan, L. (2013). Estudi del senderisme com a activitat turística per al desenvolupament econòmic local: El cas del Berguedà. *Diputació de Barcelona*.

Redondo, I. (2000): Marketing en el cine. *Madrid, Ediciones Pirámide*

Reverté, F. G., & Pérez, S. M. (2017). El impacto cultural y social de los eventos celebrados en destinos turísticos. La percepción desde el punto de vista de los organizadores. *Cuadernos de turismo*, 339-362.

Richards, G., y Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931–1951.

Riley, R. W., & Van Doren, C. S. (1992). Movies as tourism promotion: A 'pull'factor in a 'push'location. *Tourism management*, 13(3), 267-274.

Ruiz, D. F. (2015). Turismo cinematográfico y desarrollo económico local. El Festival de Cine de Huelva. *Cuadernos de Turismo*, (36), 175-196.

Sánchez Pérez, A., González López, E., Ruiz de Oña, M., San Juan Arrasate, M., Abando Yarza, J., Nicolás y Martínez, L. D., & García Domínguez, F. (2001). Estados de ánimo y rendimiento deportivo en fútbol: ¿existe la ventaja de jugar en casa? *Revista de psicología del deporte*, 10(2), 0197-209

Silbelberg, T. (1995): Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites, *Tourism Management*, 16, 5, pp.361-365.

Trashorras, A. (2007). 40º Festival Internacional de Cinema de Catalunya. *Fotogramas & DVD: La primera revista de cine*, (1969), 196-200.

Teng, H. Y., & Chen, C. Y. (2020). Enhancing celebrity fan-destination relationship in film-induced tourism: The effect of authenticity. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100605.

Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., y Kim, H. (2016). Quality of Life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261.

Vila, N. A., & Vila, T. D. (2012). Los festivales de cine como elemento potenciador de destinos turísticos. El caso de San Sebastián. *Vivat Academia*, 31-49.

Villota, M. E. H. (2019). Valoración del impacto económico y social del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, Colombia. *Lecturas de Economía*, (90), 195-225

Walton H., Longo A. y Dawson P. (2008). A Contingent Valuation of the 2012 London Olympic Games: A Regional Perspective. *Journal of Sports Economics*, Vol. 9, nº 3: pp. 304-317.

Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of tourism research*, 61, 1-18.

Zhou, Y., y Ap, J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic games. *Journal of Travel Research*, 48(1), 78-91.

## ANEXOS

### ANEXO 1. Encuesta dirigida a los y las residentes en Sitges

#### DATOS SOCIOECONÓMICOS

0. ¿Conoces el festival "Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña"?:
  - a. Sí
  - b. No
1. Nº de años viviendo en Sitges
  - a. Menos de 5 años
  - b. Entre 5 y 10 años
  - c. Entre 11 y 20 años
  - d. Más de 20 años
2. Edad
  - a. Entre 18 y 24 años
  - b. Entre 25 y 34 años
  - c. Entre 35 y 44 años
  - d. Entre 45 y 54 años
  - e. Entre 55 y 64 años
  - f. Más de 64 años
3. Género
  - a. Masculino
  - b. Femenino
  - c. Otro
4. Estado civil
  - a. Soltero/a
  - b. Casado/a
  - c. Divorciado/a
  - d. Viudo/a
5. Nivel de estudios (acabados)
  - a. Menos que primarios
  - b. Primarios
  - c. Secundarios

- d. Universidad
- e. Formación profesional
- 6. Situación laboral
  - a. Estudiante
  - b. Ocupado/a
  - c. Estudiante y ocupado/a
  - d. Desocupado/a
  - e. Jubilado/a o pensionista
- 7. En caso de estar ocupado/a (si no es así pasar a la pregunta 8)
  - a. Tipo de relación laboral
    - i. Contrato indefinido
    - ii. Contrato temporal
    - iii. Trabajo autónomo
    - iv. Otros
  - b. Sector
    - i. Primario
    - ii. Industria
    - iii. Construcción
    - iv. Servicios
  - c. Sub-sector (en el caso de estar ocupado en el sector servicios)
    - i. Turismo
    - ii. Comercio
    - iii. Establecimientos deportivos
    - iv. Educación o sanidad
    - v. Otros
- 8. Renta bruta anual
  - a. Menos de 12.000€
  - b. Entre 12.000€ y 20.000€
  - c. Entre 20.001€ y 35.000€
  - d. Entre 35.001€ y 60.000€
  - e. Entre 60.001€ y 130.000€
  - f. Entre 130.001€ y 300.000€
  - g. Más de 300.000€

## BLOQUE 1. IMPACTO SOCIAL DEL FESTIVAL

9. ¿Asististe al festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña”?
  - a. Sí
  - b. No
10. En caso de haber contestado de manera afirmativa la anterior pregunta, ¿cuántos años hace que asistes?
  - a. La pasada edición fue la primera vez que asistí
  - b. 2 años
  - c. 3 o más
  - d. He asistido a todas las ediciones
11. Indica si estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Me es indiferente, (4) De acuerdo o (5) Totalmente de acuerdo
  - a. El festival ha perturbado la vida cotidiana de los residentes locales
    - i. La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha dificultado la circulación y el tráfico de las calles de Sitges
    - ii. La celebración del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha dificultado encontrar aparcamiento en el municipio
    - iii. La celebración del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha impedido realizar alguna actividad que acostumbro a hacer habitualmente (encontrar mesa en un restaurante o bar de Sitges, etc.)
    - iv. La celebración del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha supuesto un aumento notable de los residuos generados durante la realización del festival
  - b. La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha dificultado la circulación y el tráfico de las calles de Sitges
  - c. La celebración del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha dificultado encontrar aparcamiento en el municipio

- d. La celebración del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha impedido realizar alguna actividad que acostumbro a hacer habitualmente (encontrar mesa en un restaurante o bar de Sitges, etc.)
- e. La celebración del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha supuesto un aumento notable de los residuos generados durante la realización del festival

## BLOQUE 2. VALOR MONETARIO DEL IMPACTO

- 12. ¿Estás de acuerdo con que el festival reciba financiación pública del Ayuntamiento de Sitges?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. Me es indiferente
- 13. Si has contestado sí a la pregunta anterior:
  - a. ¿Estarías dispuesto a que tu aportación a los impuestos municipales anuales aumentara en 10€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - b. Si has contestado sí: ¿y en 20€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - c. Si has contestado sí: ¿y en 30€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - d. Si has contestado sí: ¿y en 40€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - e. Si has contestado sí: ¿y en 50€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - f. Si has contestado sí: ¿y en 60€?
    - i. Sí
    - ii. No

- g. Si has contestado sí: ¿y en 70€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - h. Si has contestado sí: ¿y en más de 70€?
    - i. Sí
    - ii. No
14. Si has contestado no a la pregunta 12:
- a. En caso de considerar que el festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” genera efectos negativos en el municipio, ¿estarías dispuesto/a a aceptar estos efectos si tu impuesto municipal anual se redujera en 10€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - b. Si has contestado sí: ¿y en 20€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - c. Si has contestado sí: ¿y en 30€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - d. Si has contestado sí: ¿y en 40€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - e. Si has contestado sí: ¿y en 50€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - f. Si has contestado sí: ¿y en 60€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - g. Si has contestado sí: ¿y en 70€?
    - i. Sí
    - ii. No
  - h. Si has contestado sí: ¿y en más de 70€?
    - i. Sí
    - ii. No

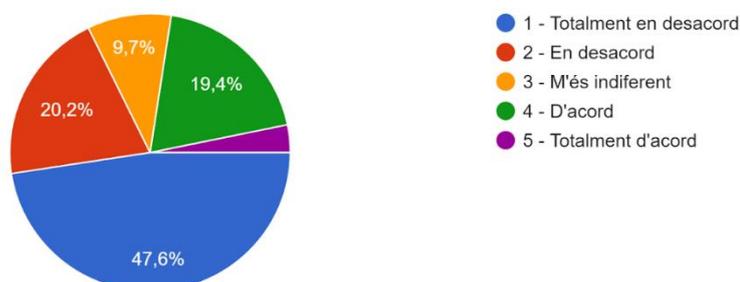
## ANEXO 2. Puntuación sobre los impactos negativos del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña

Gráficos obtenidos mediante la encuesta realizada a los residentes de Sitges, para poder analizar su percepción negativa sobre la realización del festival.

### Gráfico 1. El festival ha perturbado la vida cotidiana de los residentes locales

El festival ha pertorbat la vida quotidiana dels residents locals

124 respostes

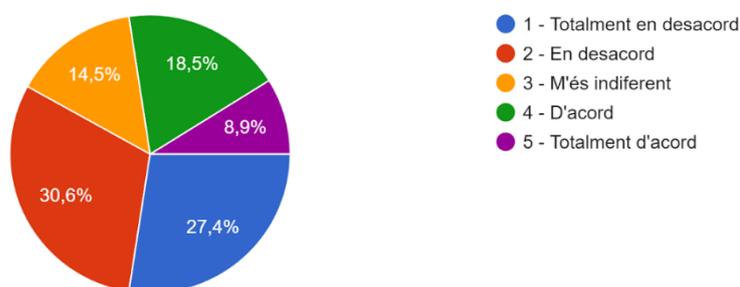


Fuente: Elaboración propia

### Gráfico 2. La realización del festival "Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña" ha dificultado la circulación y el tráfico de las calles de Sitges

La realització del festival "Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya" ha dificultat la circulació i el trànsit dels carrers de Sitges

124 respostes

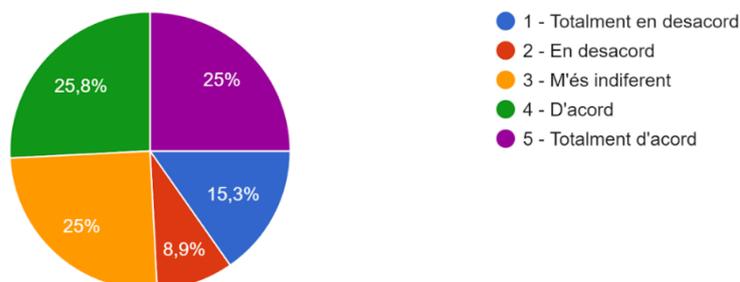


Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 3.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha dificultado encontrar aparcamiento en el municipio

La celebració del festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” m'ha dificultat trobar aparcament en el municipi

124 respostes

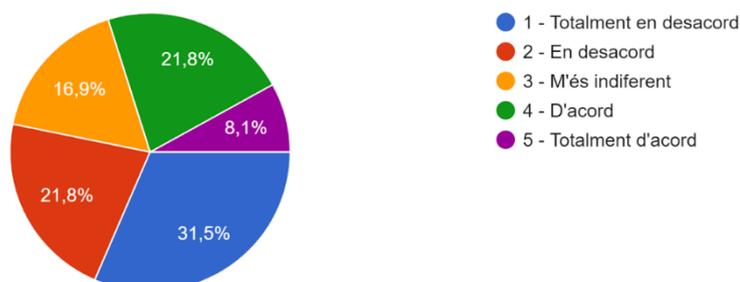


**Fuente:** Elaboración propia

**Gráfico 4.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” me ha impedido realizar alguna actividad que acostumbro a hacer (encontrar mesa en un restaurante o bar de Sitges, etc.)

La celebració del festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” m'ha impedit realitzar alguna activitat que acostumo a fe...robar taula en un restaurant o bar de Sitges, etc.)

124 respostes

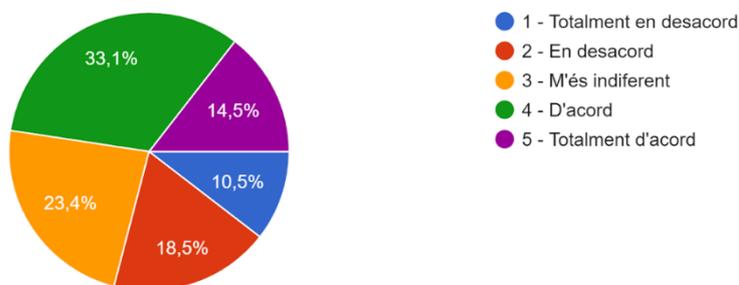


**Fuente:** Elaboración propia

**Gráfico 5.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha supuesto un aumento notable de residuos generados **a lo largo del festival**

La celebració del festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” ha suposat un augment notable dels residus generats durant la realització del festival

124 respostes



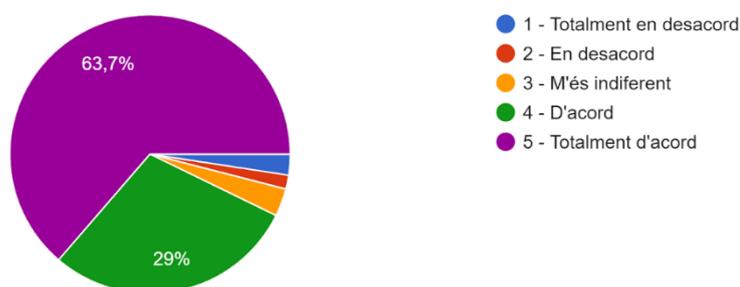
**Fuente:** Elaboración propia

### ANEXO 3. Puntuación sobre los impactos positivos del Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña

**Gráfico 1.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” aporta beneficios en los comercios locales

La celebració del festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” aporta beneficis als comerços locals

124 respostes

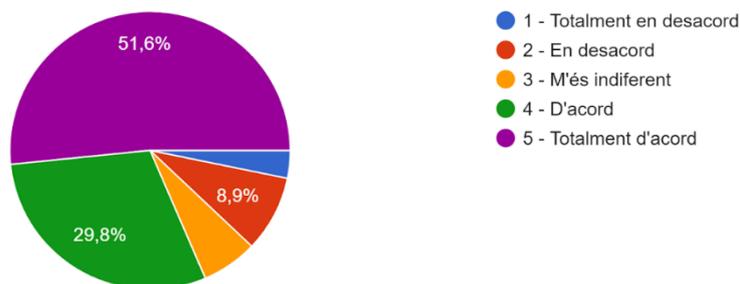


Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 2.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” es una oportunidad de entretenimiento para los residentes locales

El festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” és una oportunitat d'entreteniment per als residents locals

124 respostes

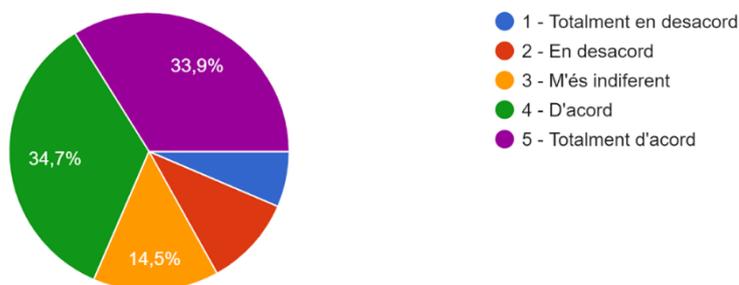


Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 3.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” da la oportunidad a los residentes locales de aprender cosas nuevas y ha permitido despertar el interés por el mundo cinematográfico

El festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” dona l'oportunitat als residents locals d'aprendre coses noves i ha despertat interès pel món cinematogràfic

124 respostes

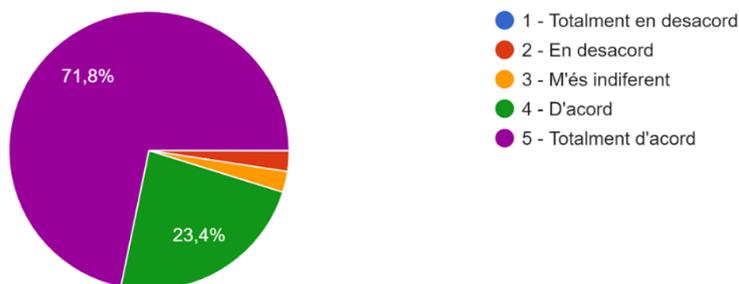


**Fuente:** Elaboración propia

**Gráfico 4.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” mejora la imagen de Sitges y genera un reconocimiento positivo

El festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” millora la imatge de Sitges i genera un reconeixement positiu

124 respostes

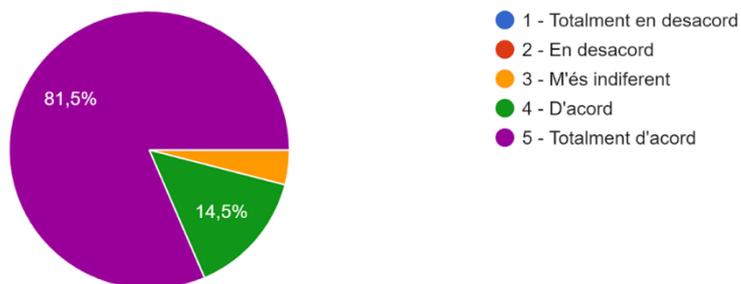


**Fuente:** Elaboración propia

**Gráfico 5.** La realización del festival “Sitges-Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña” ha de continuar celebrándose en Sitges durante

El festival “Sitges-Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya” ha de continuar celebrant-se a Sitges durant molts més anys

124 respostes



**Fuente:** Elaboración propia

## ANEXO 4. Relación entre variables Stata

A continuación, se presentan las relaciones de las variables género, edad, nivel de estudios, años de residencia y años de asistencia, con la puntuación de impactos negativos, positivos y la DAP. Además, se incluyen los tres modelos de regresión.

### Género e impactos negativos

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	1.14153924	2	.570769621	0.68	0.5067
Within groups	101.02717	121	.834935293		
Total	102.16871	123	.830639916		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(1) = 0.2765$  Prob> $\chi^2 = 0.599$

### Género e impactos positivos

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	.22134121	2	.110670605	0.27	0.7620
Within groups	49.155433	121	.406243248		
Total	49.3767742	123	.401437189		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(1) = 0.8756$  Prob> $\chi^2 = 0.349$

### Género y DAP

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	.123583261	2	.06179163	0.19	0.8278
Within groups	39.5135135	121	.326557963		
Total	39.6370968	123	.322252819		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(1) = 0.0169$  Prob> $\chi^2 = 0.897$

Edad e impactos negativos

Edat	Summary of MEDIAS IN		
	Mean	Std. dev.	Freq.
1	3.2352941	.69366885	17
2	2.9894737	.96718075	19
3	2.9785714	.83326984	28
4	2.6571429	.93151751	28
5	2.1142857	.93385647	14
6	2.3	.6868513	18
Total	2.7467742	.91139449	124

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	16.0991343	5	3.21982685	4.41	0.0010
Within groups	86.0695754	118	.729403181		
Total	102.16871	123	.830639916		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(5) = 3.8230$  Prob> $\chi^2 = 0.575$

Row Mean- Col Mean	Comparison of MEDIAS IN by Edat (Bonferroni)				
	1	2	3	4	5
2	-.24582 1.000				
3	-.256723 1.000	-.010902 1.000			
4	-.578151 0.444	-.332331 1.000	-.321429 1.000		
5	-1.12101 0.006	-.875188 0.065	-.864286 0.037	-.542857 0.818	
6	-.935294 0.023	-.689474 0.234	-.678571 0.145	-.357143 1.000	.185714 1.000

Edad e impactos positivos

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	1.81694668	5	.363389337	0.90	0.4826
Within groups	47.5598275	118	.403049386		
Total	49.3767742	123	.401437189		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(5) = 13.4631$  Prob> $\chi^2 = 0.019$

Edad y DAP

Edat	Summary of Finançament públic		
	Mean	Std. dev.	Freq.
1	.52941176	.51449576	17
2	1.0526316	.52426501	19
3	1.3214286	.61183219	28
4	1.2857143	.53452248	28
5	1.1428571	.53452248	14
6	1.0555556	.23570226	18
Total	1.1048387	.56767316	124

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	7.97427551	5	1.5948551	5.94	0.0001
Within groups	31.6628213	118	.268328994		
Total	39.6370968	123	.322252819		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(5) = 14.7425$  Prob> $\chi^2 = 0.012$

Comparison of Finançament públic by Edat  
(Bonferroni)

Row Mean- Col Mean	1	2	3	4	5
2	.52322 0.046				
3	.792017 0.000	.268797 1.000			
4	.756303 0.000	.233083 1.000	-.035714 1.000		
5	.613445 0.020	.090226 1.000	-.178571 1.000	-.142857 1.000	
6	.526144 0.049	.002924 1.000	-.265873 1.000	-.230159 1.000	-.087302 1.000

Nivel de estudios e impactos negativos

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	4.18692707	4	1.04673177	1.27	0.2852
Within groups	97.9817826	119	.823376324		
Total	102.16871	123	.830639916		

Bartlett's equal-variances test: chi2(3) = 2.7445 Prob>chi2 = 0.433

Nivel de estudios e impactos positivos

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	.569991585	4	.142497896	0.35	0.8454
Within groups	48.8067826	119	.41014103		
Total	49.3767742	123	.401437189		

Bartlett's equal-variances test: chi2(3) = 8.2616 Prob>chi2 = 0.041

Nivel de estudios y DAP

Estudis	Summary of Finançament públic				
	Mean	Std. dev.	Freq.		
1	1	0	1		
2	1	0	4		
3	1.1875	.54390563	16		
4	1.1875	.55332711	80		
5	.7826087	.59973644	23		
Total	1.1048387	.56767316	124		

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	3.0990533	4	.774763324	2.52	0.0445
Within groups	36.5380435	119	.307042382		
Total	39.6370968	123	.322252819		

Bartlett's equal-variances test: chi2(2) = 0.2580 Prob>chi2 = 0.879

note: Bartlett's test performed on cells with positive variance:  
 1 single-observation cells not used  
 1 multiple-observation cells not used

Comparison of Finançament públic by Estudis (Bonferroni)

Row Mean- Col Mean	1	2	3	4
2	0 1.000			
3	.1875 1.000	.1875 1.000		
4	.1875 1.000	.1875 1.000	0 1.000	
5	-.217391 1.000	-.217391 1.000	-.404891 0.266	-.404891 0.025

Años de residencia en Sitges e impactos negativos

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	1.3346742	3	.4448914	0.53	0.6629
Within groups	100.834035	120	.840283629		
Total	102.16871	123	.830639916		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(3) = 1.2634$  Prob> $\chi^2 = 0.738$

Años de residencia en Sitges e impactos positivos

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	.572064395	3	.190688132	0.47	0.7046
Within groups	48.8047098	120	.406705915		
Total	49.3767742	123	.401437189		

Años de residencia en Sitges y DAP

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	2.03334114	3	.67778038	2.16	0.0960
Within groups	37.6037556	120	.31336463		
Total	39.6370968	123	.322252819		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(3) = 9.7766$  Prob> $\chi^2 = 0.021$

Años asistiendo al festival e impactos negativos

Edicions	Summary of MEDIAS IN		
	Mean	Std. dev.	Freq.
0	2.41	.87413115	20
1	3.42	.75099933	10
2	3.1555556	.69470453	18
3	2.5929825	.89758797	57
4	2.8210526	.99976605	19
Total	2.7467742	.91139449	124

Source	Analysis of variance				F	Prob > F
	SS	df	MS			
Between groups	11.2614933	4	2.81537333	3.69	0.0073	
Within groups	90.9072164	119	.763926188			
Total	102.16871	123	.830639916			

Bartlett's equal-variances test: chi2(4) = 2.6524 Prob>chi2 = 0.618

Row Mean- Col Mean	Comparison of MEDIAS IN by Edicions (Bonferroni)			
	0	1	2	3
1	1.01 0.035			
2	.745556 0.098	-.264444 1.000		
3	.182982 1.000	-.827018 0.067	-.562573 0.189	
4	.411053 1.000	-.598947 0.820	-.334503 1.000	.22807 1.000

Años asistiendo al festival e impactos positivos

Comparison of MEDIAS IP by Edicions  
(Bonferroni)

Row Mean- Col Mean	0	1	2	3
1	-.21 1.000			
2	-.525556 0.095	-.315556 1.000		
3	.031754 1.000	.241754 1.000	.55731 0.011	
4	-.091053 1.000	.118947 1.000	.434503 0.334	-.122807 1.000

Summary of MEDIAS IP

Edicions	Mean	Std. dev.	Freq.
0	4.47	.507937	20
1	4.26	.78909231	10
2	3.9444444	.85627251	18
3	4.5017544	.4856848	57
4	4.3789474	.69248261	19
Total	4.3774194	.63359071	124

Analysis of variance

Source	SS	df	MS	F	Prob > F
Between groups	4.56492624	4	1.14123156	3.03	0.0202
Within groups	44.811848	119	.376570151		
Total	49.3767742	123	.401437189		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(4) = 12.8656$  Prob> $\chi^2 = 0.012$

Años asistiendo al festival y DAP

Source	Analysis of variance			F	Prob > F
	SS	df	MS		
Between groups	.633003207	4	.158250802	0.48	0.7483
Within groups	39.0040936	119	.327765492		
Total	39.6370968	123	.322252819		

Bartlett's equal-variances test:  $\chi^2(4) = 2.2464$  Prob> $\chi^2 = 0.691$

Modelo de regresión 1. Valoración impactos negativos

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	124
Model	6.31338795	2	3.15669397	F(2, 121)	=	3.98
Residual	95.8553217	121	.792192742	Prob > F	=	0.0211
Total	102.16871	123	.830639916	R-squared	=	0.0618
				Adj R-squared	=	0.0463
				Root MSE	=	.89005

MEDIASIN	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
dum5	-.7129766	.2526183	-2.82	0.006	-1.213101	-.2128522
Edicions	.0001194	.0619265	0.00	0.998	-.1224803	.1227192
_cons	2.826989	.1696807	16.66	0.000	2.491062	3.162917

Modelo de regresión 2. Valoración impactos positivos

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	124
Model	.103105017	1	.103105017	F(1, 122)	=	0.26
Residual	49.2736692	122	.403882534	Prob > F	=	0.6143
Total	49.3767742	123	.401437189	R-squared	=	0.0021
				Adj R-squared	=	-0.0061
				Root MSE	=	.63552

MEDIASIP	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
Edicions	.0223358	.0442068	0.51	0.614	-.065176	.1098477
_cons	4.324642	.1190306	36.33	0.000	4.089009	4.560275

Modelo de regresión 3. Valoración DAP

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	124
Model	6.56923737	2	3.28461869	F(2, 121)	=	12.02
Residual	33.0678594	121	.273288094	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.1657
				Adj R-squared	=	0.1519
Total	39.6370968	123	.322252819	Root MSE	=	.52277

Finançamen~c	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
dum1	-.6748893	.1378925	-4.89	0.000	-.947884	-.4018947
dum15	-.0614439	.1498638	-0.41	0.683	-.3581389	.235251
_cons	1.204301	.0542087	22.22	0.000	1.096981	1.311621