

El Centro Kursaal y su impacto económico: un contraste metodológico

The «Centro Kursaal» and its economic impact: A methodological contrast

AGUSTIN AROSTEGI ARTETXE

Director General de Relaciones Externas. Diputación Foral de Gipuzkoa

Recibido en mayo de 2005; aceptado en junio de 2005

Trabajo y ocio son palabras que hasta no hace demasiado tiempo eran (y aún lo son en gran medida) tenidas como contradictorias: si se está trabajando no se está ocioso y viceversa. Además, el trabajo es productivo, el ocio no lo es; el trabajo es útil, mientras que las personas ociosas son personas dependientes (de aquellas que trabajan, por supuesto): niños, parados, tercera edad... De hecho, si acudimos a un diccionario podremos leer definiciones similares a las que nos ofrece *El Pequeño Espasa*:

—trabajo: *esfuerzo humano aplicado a la producción de riqueza.*

—ocio: *cesación del trabajo, inacción o total cesación de actividad.*

En definitiva, lo importante era el trabajo. El descanso —las vacaciones los fines de semana y los días de fiesta— eran importantes en la medida en que servían para recuperar fuerzas y volver a trabajar. Y trabajaban los que podían: los niños aun no sabían, los mayores ya no podían, los parados no tenían donde trabajar... Y no debemos olvidar, por otra parte, tantas y tantas expresiones en torno al trabajo: «el trabajo dignifica», «te ganarás el pan con el sudor de tu frente»...

Y por eso, las vacaciones eran «sol y playa»: descanso de cuerpo y mente, tostarse al sol, al borde del mar, aperitivo en el chiringüito, comer paella... dedicarse a no producir. El paradigma de ese ocio ha sido retratado en múltiples ocasiones en el cine español de los 70, o en la serie televisiva «Verano Azul», y quizás actualmente lo sean (aunque con otros registros) las vacaciones de la tercera edad que, en temporada baja, promociona el Imsero.

Y a eso le llamamos turismo, palabra que hemos utilizado muchas veces como sinónimo de ocio. Pero, ¿qué dicen los diccionarios acerca del turismo? Una vez más, Espasa nos da la siguiente definición:

—Turismo: *Afición a viajar por gusto de recorrer un país o región.*

Por otra parte, Etelka Debreczeni (2003) concreta aún más al limitar el turismo, como concepto genérico, al desplazamiento de una persona que utiliza un tiempo no inferior a 24 horas y no superior a un año, fuera del lugar de su residencia habitual.

Debemos, sin embargo, reparar en un hecho relevante, y es que cuando ese desplazamiento se produce, se da un intercambio entre el visitante y el receptor: por un lado, el primero quiere conocer aquello que ve, y que es distinto a lo que habitualmente tiene a su

alrededor, y por el otro el receptor siente la «necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, como así también, resignificar el patrimonio como factor de unidad» (Toselli, C. 2003). Ya no se trata de tener el gusto de recorrer un país o región, sino de conocerlo, y conocer sus particularidades, es decir, su identidad, su patrimonio, sus prácticas cotidianas, su «cultura vivida» (Sueños e Identidades, 1996). Es decir, ha nacido el turismo cultural, concepto que la Organización Mundial del turismo (1995) nos define de la manera siguiente:

«movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la Naturaleza, el Arte, el Folklore, y las peregrinaciones».

EL AUGE DEL TURISMO CULTURAL

Por lo tanto el turismo, y más precisamente el turismo cultural, no es sinónimo de vacaciones. Podemos utilizar nuestras vacaciones para el puro ocio, la holganza, el descanso, o como le queramos llamar (en todo caso una «ocupación» que no debemos menospreciar, pues el descanso es necesario y, además, mientras nosotros descansamos, hay otras personas trabajando para que nosotros podamos disfrutar nuestra tranquilidad), pero es algo que va más allá, según la OMT, pues incluye otros motivos diferentes del puro descanso, pues menciona la cultura, el arte, el patrimonio cultural... Por lo tanto no se realiza necesariamente en período vacacional (existe el llamado turismo de negocios) e incluye un factor que considero importante, y es la curiosidad. Como menciona Claudia Toselli (2003) «El turista se hace más receptivo frente a los paisajes, las personas, etc., y a pesar de no haber concurrido jamás a un museo, una iglesia, una exposición en su lugar de origen, se interesa en hacerlo en el lugar visitado».

Toselli está, por tanto, avanzando cuál es el concepto de cultura que se adecúa a la idea del turismo cultural, aunque aún no hemos definido el significado de esta palabra, si bien algo hemos anticipado ya. Siguiendo otra vez a Etelka Debreczeni en el trabajo mencionado, entendemos por cultura al «legado del paso del hombre por este mundo, organizado económica, social, ambiental y culturalmente para lograr su sobrevivencia en base a su adecuación y aprovechamiento del medio natural en que habita».

Y precisamente esta definición recoge las tres dimensiones de la cultura que más arriba hemos dejado caer, a saber, la identidad o los valores de una comunidad, las actividades que conllevan reflexión (las artes, las ciencias, la religión) y que se traducen en patrimonio, y aquellas que no suponen esa actividad reflexiva y que conocemos como «cultura vivida», es decir, las prácticas cotidianas (Sueños e Identidades, 1997). Y es precisamente, como C. Toselli nos precisa al traer a colación el museo, la iglesia o la exposición, la segunda idea la que nos resulta útil ya que es la única de las tres que nos aporta tangibilidad: ni los valores de una comunidad ni su práctica cotidiana son algo visible o mensurable, por muy atractivos que resulten al visitante y, como consecuencia, difícilmente pueden ser convertidos en un producto cultural comercializable y consumible por el turista. Sin embargo, una catedral, unas cuevas prehistóricas, una biblioteca, un museo... pueden ser convertidos en producto de consumo y ser objeto de las estrategias comerciales de los responsables del desarrollo económico de un territorio porque... el turista gasta dinero y genera empleo, valor añadido y riqueza en los lugares que visita.

Y es así como la cultura se ha convertido en factor de competencia entre ciudades o territorios, obligando a los responsables políticos a establecer políticas de recuperación del patrimonio histórico-artístico y de creación de nuevas infraestructuras culturales, además de tener que fijar políticas para la dotación al territorio de nuevas infraestructuras públicas y de servicios turísticos.

Ahora bien, todo inversor espera un retorno económico al capital que arriesga. Nadie invertiría dinero en un negocio sabiendo que va a ser ruinoso o que el riesgo de perderlo todo es muy alto (una excepción a esta teoría general es el juego de la lotería: todos sabemos que las posibilidades de tener éxito son prácticamente nulas y seguimos jugando; la clave es que lo que arriesgamos es poco y lo que ganaríamos es mucho: en la economía es justamente lo contrario). Por lo tanto, si no queremos perder dinero, los ingresos que esta actividad económica nos procure deberán ser superiores a los gastos.

Este axioma que nadie se atreve a discutir en el ámbito privado empresarial, sin embargo, no está tan claro cuando hablamos de la gestión de la cosa pública. Hasta ahora hemos aceptado sin grandes discusiones otro principio que dice que el responsable político no debe buscar siempre un beneficio económico en su actuación, sino que hay una rentabilidad de tipo social, difícil de medir, y cuyos efectos tienen una repercusión a largo plazo.

EL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS EVENTOS CULTURALES

Probablemente es la expresión «difícil de medir» la que más fuerza está perdiendo en los últimos años: ¡cómo que no se puede medir! Si una actividad genera flujos económico-financieros, éstos se pueden medir, Y si estamos dispuestos a «invertir en cultura» con el objeto de atraer visitantes, lo haremos con la esperanza de recibir más de lo que damos o ponemos sobre la mesa. Es por ello que el responsable político debe contar con una herramienta que le permita medir la eficacia de sus decisiones, en este ámbito como en otros. Y, ciertamente, de un tiempo a esta parte los medios de comunicación nos informan que el impacto económico de tal o cual evento cultural ha alcanzado la cifra de X millones de €.

Entre los estudios pioneros en esta materia, el profesor Luis César Herrero Prieto destaca el estudio del *National Endowment for the Arts* (1977) sobre el impacto de la vida artística en la ciudad de Baltimore (EEUU) y el estudio realizado por el *Port Authority of New York and New Jersey* (1983) sobre la importancia económica del sector cultural en el área metropolitana de Nueva York y Nueva Jersey. Resalta así mismo este autor los estudios que, desde 1999, realiza el Museo Guggenheim de Bilbao sobre su impacto en la economía del País Vasco.

Según el profesor Herrero, que ha aplicado este método al análisis empírico del impacto económico de Salamanca 2002-Capital Europea de la Cultura, todos estos estudios se han realizado según el método llamado «de los efectos», y añade que se distinguen tres tipos de efectos mensurables diferentes (Herrero, L.C., 2004):

- Los *efectos directos*, que se corresponden a los gastos realizados por la actividad o institución cultural analizada en diferentes conceptos (salarios, compras, alquileres, ejecución de programas, etc.) en el área geográfica de referencia y en un periodo de tiempo determinado;

- Los *efectos indirectos*, definidos como los gastos que realizan los espectadores como consecuencia del consumo del producto cultural en cuestión (alojamiento, restauración, transporte, compras, entradas, etc.);
- Los *efectos inducidos*, que son todas aquellas repercusiones no contabilizadas en las categorías anteriores y que se difunden o amplían por el resto del sistema económico, dentro o fuera del espacio de referencia.

Nótese que el *consumo del producto cultural* se recoge en el apartado de «efectos indirectos». Al parecer, se nos quiere indicar que no es éste el efecto buscado, sino que lo importante es lo primero: los gastos en que el «agente cultural» incurre para la realización del evento.

SALAMANCA 2002-CAPITAL EUROPEA DE LA CULTURA

En el estudio empírico efectuado por el profesor Herrero para calcular el impacto económico sufrido (gozado, más bien, en este caso, a tenor de su cálculo) por la ciudad de Salamanca con motivo de su capitalidad de la cultura durante el año 2002, los tres efectos mencionados más arriba han sido identificados de la siguiente manera:

- *Efectos directos*: en primer lugar, el conjunto de gastos dotacionales asociados a la celebración de Salamanca 2002 (infraestructuras culturales y equipamiento turístico), así como los gastos públicos derivados del desarrollo del programa cultural principal, es decir, los ejecutados por el Consorcio Salamanca 2002; en definitiva, todo el gasto y todas las inversiones públicas realizadas para hacer posible el evento. En segundo lugar, la cifra del gasto privado en la dotación de equipamiento turístico y comercial, que básicamente consistió en proyectos de modernización y creación de nuevas instalaciones hoteleras; se recoge, en definitiva, el conjunto de inversiones privadas ligadas al sector turístico.



Fuente: Luis Cesar Herrero Prieto (2004)

Gráfico 1

El impacto económico de Salamanca 2002

- **Efectos indirectos:** son los desembolsos efectuados por turistas y asistentes de los distintos eventos culturales de la Capitalidad Cultural y cuya estimación fue obtenida a través de la encuesta básica efectuada en el marco de la investigación empírica mencionada.
- **Efectos inducidos,** definidos para este caso como «el conjunto de repercusiones sobre la economía local, regional y nacional derivados de las inyecciones de dinero que suponen las dos categorías anteriores, efectos directos e indirectos del evento cultural», calculado aplicando el multiplicador input-output derivado de las Tablas Input-Output de Castilla y León de 1995.

IMPACTO ECONÓMICO DE LOS FESTIVALES, CONGRESOS Y EVENTOS CULTURALES CELEBRADOS EN DONOSTIA

El Centro Kursaal, auditorio y palacio de congresos, diseñado por el prestigioso arquitecto navarro Rafael Moneo e inaugurado el año 1999, es sede de los eventos culturales más representativos de la ciudad de Donostia: Jazzaldia, Quincena Musical, Zinemaldia (que, obvio es decirlo, se venían celebrando con anterioridad a la construcción del edificio) así como de múltiples congresos, reuniones y ferias profesionales. Deseosos de conocer el impacto que esta construcción singular tiene en Donostia y en el territorio guipuzcoano, los responsables del Centro encargaron a la consultora IKEI *analizar la contribución de las actividades desarrolladas en el Centro Kursaal, es decir, festivales, congresos y otros eventos en:*

- *La generación de actividad económica y riqueza en Donostia-San Sebastián.*
- *La contribución a la proyección de la imagen de la ciudad y del Territorio de Gipuzkoa en el exterior, analizada en términos económicos*

El estudio, realizado a lo largo del año 2002, identifica las siguientes entidades como agentes económicos que intervienen en la producción de ese impacto económico:

- **Sociedad Kursaal,** cuyo objeto es la gestión integral del edificio Kursaal, que incluye actividades tales como el alquiler de salas para eventos diversos, así como la promoción de la actividad cultural a partir de su participación en la Fundación Kursaal.
- **Convention Bureau,** Se centra en la promoción de la ciudad como destino para el turismo de reuniones: congresos, convenciones y viajes de incentivos.
- **Festival Internacional de Cine,** organizadora del **Zinemaldia,** que ha celebrado en 2002 la 50.^a edición.
- **Festival de jazz de San Sebastian-Jazzaldia,** que el año 2002 ha celebrado la 37 edición. A lo largo de las ediciones se ha ido consolidando como actividad cultural enmarcada en distintos escenarios emblemáticos de la ciudad, como el Centro Kursaal, la plaza de la Trinidad e incluso diversos locales privados.
- **Quincena Musical,** organizadora del evento del mismo nombre, nacida en 1940 con la vocación de realizar una programación musical que complete las actividades veraniegas. En la actualidad oferta un panel de actuaciones que se desarrollan habitualmente a lo largo de cuatro semanas, por lo que de quincena sólo le queda, afortunadamente, el nombre.

LA METODOLOGÍA UTILIZADA

La consultora se ha centrado en estimar dos variables diferentes como son el gasto, y con él el valor añadido bruto creado en la ciudad y su área de influencia (Gipuzkoa), y el empleo generado, sin preocuparse en calificar los desembolsos como efecto directo, indirecto o inducido. Llega incluso a estimar un gasto no pagado, como es el derivado de la presencia de los eventos en los medios de comunicación, conocido en el ámbito del marketing como *publicidad no estructurada*. Completa el estudio con una encuesta Delphi realizada a diferentes líderes de opinión con la intención de añadir una serie de matices de tipo cualitativo a las conclusiones.

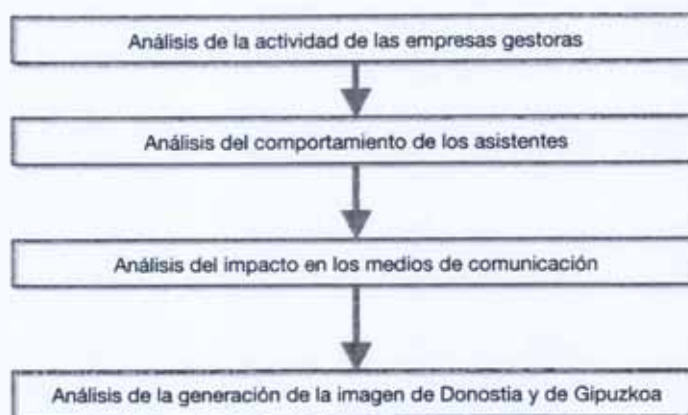


Gráfico 2

Elementos metodológicos

a. Análisis del comportamiento y gasto de los asistentes

Entre los asistentes nos encontramos con dos grandes tipos de usuarios, residentes y no residentes, con un comportamiento de gasto diferente, dado que las necesidades de alojamiento, de hostelería o de transporte son diferentes para un excursionista o visitante de día y para un turista no residente que precisa alojamiento. Nos encontramos, así mismo, con el visitante *acreditado* (que acude, por ejemplo, al Festival de Cine por motivos profesionales), que tiene así mismo un comportamiento en cuanto al gasto diferente a las dos tipologías mencionadas. La estimación se ha realizado a partir de un estudio de campo realizado por medio de encuestas a los asistentes a los eventos.

b. Análisis del gasto realizado por las entidades promotoras/gestoras

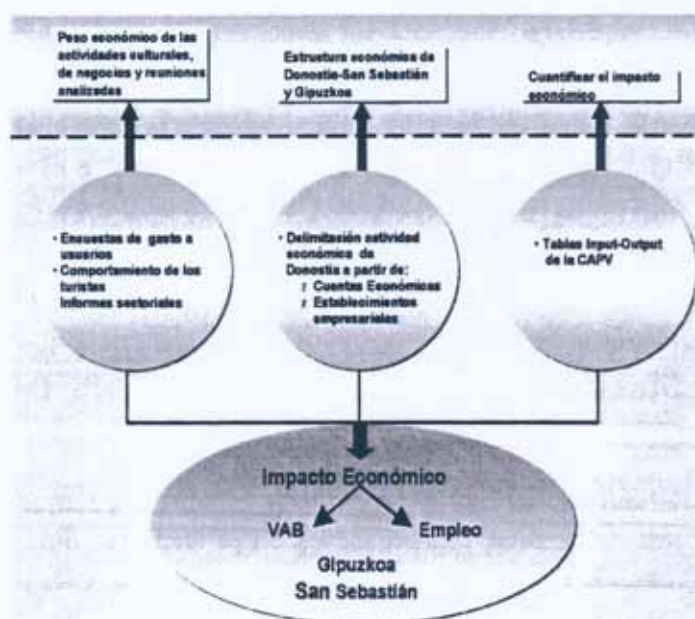
En este apartado, la consultora agrega las cifras de gasto de las diferentes entidades gestoras, como aportación efectiva a la actividad de la ciudad y su entorno. Pero, lógicamente, estas magnitudes no puede considerarse como únicamente gastadas en Donostia, ni siquiera en Gipuzkoa, por lo que le aplica un coeficiente corrector.

c. Impacto económico: la incidencia de los eventos considerados en la economía de Donostia y su entorno

Hasta ahora, sólo se ha considerado el gasto directo efectuado por asistentes y empresas gestoras. La pregunta que IKEI se hace a partir de ahora es acerca de la relevancia de este gasto en la economía guipuzcoana, para lo cual acude a las tablas input-output de la Comunidad Autónoma vasca con el objeto de estimar:

- el **efecto directo**., es decir, la «traslación del gasto directo efectuado por su actividad y el generado por los sectores concernidos en la atención al usuario. Lógicamente, en términos de VAB y de empleo».
- El **efecto indirecto**, es decir, la capacidad tractora del propio gasto directo realizado por el conjunto de la actividad de los eventos analizados. Dicho de otra manera, se estima *su entronque en el tejido económico* y su capacidad de arrastre, computado así mismo *en términos de VAB y empleo*.

Aunque es obvio decirlo, hay que destacar que los términos *efecto directo* y *efecto indirecto* no son utilizados en el mismo sentido que en el estudio del profesor Herrero.



Fuente: IKEI (2002)

Gráfico 3

Impacto económico de los festivales, congresos y eventos culturales celebrados en Donostia. Procedimiento de trabajo

d. Impacto en los medios de comunicación

Como hemos avanzado más arriba, el estudio estima así mismo el coste de la publicidad no estructurada conseguida por los eventos, es decir, lo que hubiera costado, en tér-

minos de coste publicitario, la presencia de los mismos en los medios de comunicación (prensa, radio y televisión). Esta estimación de los costes económicos asociados a las apariciones se ha efectuado tomando como referencia el coste de la tarifa habitualmente aplicada por cada uno de los medios analizados para cada caso concreto.

e. Impacto intangible: evaluación cualitativa de la imagen de la ciudad

Además del impacto puramente económico, el estudio se plantea si la oferta cultural analizada ha ido configurando un panel de actividad que cumpla con los objetivos que una política cultural planificada, a saber, *contribuir a la terciarización de la ciudad; mantener la centralidad de la localidad* desde el punto de vista cultural; *difundir la imagen de la ciudad: «poner la ciudad en el mapa»*; y finalmente, *contribuir a elevar el nivel de vida de los ciudadanos*. Más específicamente, este apartado intangible ha buscado respuesta a las dos cuestiones siguientes:

- determinar cuál es la relevancia de estos eventos.
- su efecto comparativo con otras ciudades, si efectivamente se constituyen en factores de atracción y por tanto en generadores de imagen y de flujo de viajeros.

Para realizar este análisis se ha realizado una encuesta Delphi a través de entrevistas en profundidad a los responsables de un panel preseleccionado de empresas, instituciones, etc... vinculadas de forma indirecta con los eventos y las infraestructuras afectadas. Entre otras muchas conclusiones, que no tiene objeto trasladar a este documento, cabe destacar, como era esperable, que *no todos los eventos contribuyen de la misma forma a la generación de imagen, o en la misma proporción o aportación*.

SALAMANCA 2002 VS. EVENTOS CULTURALES DE DONOSTIA. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS EN LA ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

La celebración de una capitalidad europea de la cultura, o cualquier evento no repetitivo, del tipo que sea, tiene unas repercusiones en el territorio diferentes a las que se producen por la celebración de festivales que cuentan con un carácter periódico: mientras en un caso, el territorio se prepara con antelación y debe hacer inversiones específicas, que de otro modo tal vez no hubiera realizado, en el otro las inversiones, gastos de mantenimiento etc, son permanentes y resulta difícil relacionarlos directamente con los eventos. Por poner un ejemplo, el hecho de construir un hotel que se inauguró en Salamanca en el año 2002 no se puede analizar fuera del marco de la preparación de la ciudad para los eventos que tuvieron lugar ese año. Si la misma cadena hotelera hubiera inaugurado un hotel en Donostia el mismo año, deberíamos analizar el hecho dentro del marco de la consideración de Donostia y Gipuzkoa como ciudad y territorio turísticos, acostumbrados a recibir visitantes a lo largo de todo el año, no sólo con motivo de los eventos específicos estudiados. Otra cosa sería si, ese año, se hubiera celebrado en la ciudad un evento cultural extraordinario (pongamos por caso, un *encuentro de las culturas atlánticas*) de amplia repercusión en los medios de comunicación.

Por ello, la metodología para la estimación del impacto económico no puede ser la misma. Hay, sin embargo, algunas variables comunes que son analizadas tanto en el estudio del profesor Herrero como en el elaborado por IKEI. Si nos fijamos en el gráfico 1, podremos comprobar cómo en el estudio correspondiente a Salamanca se recoge el *gasto público del programa cultural* y el *gasto privado de consumo cultural*; el estudio de la consultora por su parte recoge como elementos fundamentales de la cuantificación el presupuesto anual de las entidades gestoras y el gasto de los asistentes a los eventos. Dicho de otra manera, ambos estudios coinciden al estimar como relevante el **gasto cultural**. También coinciden al acudir al estudio de campo para conocer el comportamiento de gasto de los asistentes a los eventos. Y es que, con seguridad, no se puede hacer de otra manera. Sin embargo, aquí es donde terminan las similitudes.

Las diferencias son considerables. Efectivamente, éstas empiezan con la propia consideración del gasto de los asistentes: mientras para el caso de Donostia, éste es parte fundamental del impacto (véase el gráfico 2), en el caso de Salamanca se considera como *efecto indirecto*, siguiendo de manera ortodoxa el *método de los efectos*. Pero además, se dan las siguientes divergencias:

- se computan, como *efecto directo*, no sólo el presupuesto de la entidad responsable de la organización del evento, el consorcio Salamanca 2002 (en el caso de Donostia son los presupuestos de todas las entidades agentes), sino **todas las inversiones públicas y privadas** relacionadas en mayor o menor medida con la celebración: nuevas dotaciones culturales, infraestructuras, nuevas inversiones en equipamiento turístico... Por el contrario, no se computa el desembolso que supuso la construcción de los cubos del Kursaal; se podrá argumentar que una buena parte de los eventos que en este centro se producen ya se venían celebrando con anterioridad, pero no es menos cierto que los eventos han recibido un empujón considerable desde que Donostia cuenta con esta dotación y que los congresos y reuniones que hoy se celebran en ese lugar difícilmente hubieran tenido a Donostia como escenario si los «cubos de Moneo» no hubieran sido construidos.
- El profesor Herrero acude a las tablas input-output (de Castilla y León) con el objeto de estimar el efecto inducido, en términos de **euros generados**, que la capitalidad Europea de Salamanca ha producido en la economía española, calculando dicho impacto a través del concepto del multiplicador del gasto. IKEI, sin embargo, acude a las tablas input-output (de la Comunidad Autónoma Vasca) con el objeto de estimar cuál es el **valor añadido bruto generado** en el territorio por el gasto cultural (el de las entidades agentes más el gasto de los asistentes), así como su repercusión en términos de **generación de empleo**.
- Hay dos diferencias más: por un lado, mientras unos (en Donostia) estiman un ahorro por la publicidad gratuita generada por lo distintos eventos, el estudio del profesor Herrero no lo considera, como tampoco realiza el análisis intangible de lo que ha supuesto la capitalidad europea para Salamanca y su región en términos de imagen. Pero esto es quizá lo menos relevante.

Por otra parte, además de constatar las similitudes (algunas) y las diferencias (bastantes) entre ambos métodos de estimación, se nos presentan algunas dudas:

- ¿No deberían considerarse como ingresos (desde el punto de vista del *gestor del territorio*) el gasto realizado por el visitante y como gasto todos los esfuerzos realizados para que ese gasto se produzca, para a continuación mediante una sencilla resta calcular el *resultado económico* de esa actividad, en lugar de sumar ambos conceptos?
- ¿Acaso las inversiones realizadas en un territorio con ocasión de un evento cultural no tienen utilidad en los años siguientes a las finalización del mismo? Dicho de otra manera, ¿no sería más correcto que se computara como *efecto directo* la *amortización anual* de dichas inversiones en lugar del desembolso (el *pago*) íntegro?
- ¿Acaso todos esos desembolsos (públicos sobre todo, pero también privados) realizados para poder celebrar el evento no eran susceptibles de ser utilizados en otras actividades capaces de generar también un impacto económico en el territorio? Dicho de otra manera, no estaremos incurriendo en un coste de oportunidad que convendría medir?

A MODO DE CONCLUSIÓN

No hemos querido entrar a comparar las cifras que, a modo de impacto sobre sus respectivos territorios, presentan ambos estudios. En primer lugar, porque las diferencias metodológicas no lo hacen viable; en segundo lugar, porque un evento puntual no es comparable a una actividad más o menos continuada; y en tercer lugar, porque no era el objeto de este trabajo. Somos conscientes, sin embargo que comercialmente puede ser interesante decir, como dice el profesor Herrero, que el efecto de Salamanca 2002 ha sido 3,2 veces superior a lo generado por el Museo Guggenheim en el mismo año. Pero ese dato, ¿ayuda al responsable político a tomar decisiones?

Hay, a mi entender, dos tipos de información que sí ayudan en esa toma de decisiones:

Por un lado, sabemos (siguiendo la metodología de IKEI) cuál es el **valor añadido** que la actividad cultural que se realiza en torno al Kursaal genera en Donostia y en Gipuzkoa, en general. Dicho de otra manera, sabemos el esfuerzo que esta actividad exige a las instituciones públicas, y sabemos el resultado. El responsable correspondiente valorará si una cosa compensa a la otra o no, pero lo hará sobre bases sólidas.

Y por otro lado, sabemos (y en los dos casos a través de sendos estudios de campo) cuánto gasta un visitante cultural, y cuánto gasta un asistente a un congreso en relación a lo que gasta un asistente al Festival de Cine, por ejemplo. Y lo sabemos *porque lo hemos medido*; y lo que es medible es *comparable*. Así el responsable político, ante diferentes alternativas que puedan serle presentadas, decidirá acerca del evento que le interesa impulsar basándose en datos objetivos y no en intuiciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Lic. Etelka DEBRECZENI. *Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural*. Comunicación cedida por la autora al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en línea en la sección Análisis Sectoriales: Estudio Compartido sobre «Turismo y Cultura», junio 2003.

Charla presentada en la ciudad de Sucre en el Congreso sobre Turismo Cultural del Colegio de Arquitectos de Bolivia.

Claudia TOSELLI. *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad*. Comunicación cedida por la autora al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en línea en la sección Análisis Sectoriales: Estudio Compartido sobre «Turismo y Cultura», junio 2003.

Sueños e Identidades - una aportación al debate sobre cultura y desarrollo en Europa. Informe elaborado por el Consejo de Europa, 1997.

OMT. *The state's role in protecting and promoting culture as a factor of tourism development and the proper use and exploration of the national cultural heritage of sites and monuments for tourism*, Madrid, 1995

Luis César HERRERO PRIETO. *Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados*. Comunicación cedida por el autor al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en el *Boletín GC: Gestión Cultural*, febrero de 2004.

IKEI. *Centro Kursaal, Impacto Económico Festivales, Congresos y Eventos*. Diciembre 2002. Mi agradecimiento a la Dirección del Centro Kursaal por permitirme el acceso al documento íntegro.