



mesval

Cátedra Modelo Económico
Sostenible Valencia y Entorno

LAS FALLAS DE LA CIUDAD DE VALÈNCIA.

ESTUDIO DE IMPACTO ECONÓMICO

CÀTEDRA MODEL ECONÒMIC SOSTENIBLE

VALÈNCIA I ENTORN

DOCUMENTO DE TRABAJO

DT 9/2023



Las Fallas de la ciudad de València. Estudio de impacto económico

José Manuel Pastor (director)
Universitat de València e Ivie

Manuela Pardo
Universitat de València

Juan Francisco Martínez
Universitat de València

CÀTEDRA MODEL ECONÒMIC SOSTENIBLE VALÈNCIA I ENTORN
DOCUMENTO DE TRABAJO
DT 09/2023

Con la colaboración del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas

Ivie

VNIVERSITAT
D VALÈNCIA  Facultat d'Economia



**AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA**

Campus Tarongers
Facultat d'Economia
Avda. Tarongers, s/n, 46022 València

Email: catedramesval@uv.es
Twitter: [@catedramesval](https://twitter.com/catedramesval)

DOI: https://doi.org/10.12842/MESVAL_DT2024_09

AGRADECIMIENTOS

En la realización de este estudio ha sido fundamental la colaboración de diversas personas e instituciones, cuya contribución merece ser destacada y agradecida profundamente. Los autores del estudio desean expresar su más sincero reconocimiento al Ayuntamiento de València por encomendarnos este estudio y por su absoluto respeto a la independencia en su realización. A la Diputación de Valencia, a la Delegación del Gobierno en la Comunitat Valenciana, a la Generalitat Valenciana, a la Fundación Visit Valencia y a Junta Central Fallera, por su invaluable apoyo y disposición en la provisión de información. Al Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) y a su gran equipo de profesionales por su inestimable colaboración en el estudio, en particular la eficiente y meticulosa labor de Irene Zaera y Jimena Salamanca.

Nuestra gratitud también se extiende a la Facultat d'Economia de la Universitat de València por facilitar los medios para la celebración de las diversas reuniones y mesas redondas.

De manera especial, deseamos reconocer la labor de Silvia Sancho y Ernesto Faubel (Ayuntamiento de València) y de José Manuel Plaza (Telefónica), cuya determinación y gestión en la provisión de información específica han sido claves para el desarrollo de esta investigación.

Un agradecimiento a los medios de comunicación Levante-EMV, Valencia Plaza, Cadena Ser, Intereconomía, Onda Cero, À Punt, La 8 Mediterráneo y en particular a los periodistas Moisés Domínguez, José Forés, Julián Giménez y Nacho Cotino, por su esencial rol en la difusión del estudio en sus fases iniciales y su labor de enriquecimiento del debate público en torno a los temas abordados.

También merecen un reconocimiento especial todas las personas que han participado en los debates en la fase inicial del estudio aportando su perspectiva desde sus respectivos ámbitos del mundo fallero. En particular a Miguel Ángel Pérez (Visit Valencia), Julio Torras (Falla de San Marcelino), Carmen Blasco y Carmen Martínez (Junta Central Fallera) y a las dos personas que han ocupado la presidencia de la Interagrupación de Fallas de València a lo largo del estudio, Guillermo Serrano y Fernando Manjón. Asimismo, nuestra gratitud a los representantes de sectores implicados que fueron consultados y muy especialmente a Marisa Falcó (Artista fallera), Fran Tochena (Gremio Artesano de Sastres y Modistas de la Comunitat Valenciana), Hugo Chinesta (Director y compositor), María José Lora (PIROVAL) y Manuel Espinar (Grupo Hispania Gastronomía).

Nuestro agradecimiento también a las diferentes empresas e instituciones privadas que han colaborado aportando información sobre los desembolsos adicionales realizados con motivo de la fiesta.

Por último, pero no menos importante, agradecemos al mundo fallero en general, a los falleros y falleras, presidentes y tesoreros de las comisiones falleras, cuya participación en el diseño y envío de los cuestionarios a los hogares falleros y en la provisión de información ha sido esencial. Sin su colaboración y enorme implicación, el alcance y la profundidad de este estudio no habrían sido posibles.

La contribución de cada una de estas personas e instituciones ha sido fundamental para la materialización de este proyecto. Su apoyo no solo ha enriquecido el proceso, sino que también ha reafirmado la importancia de la colaboración entre administraciones públicas, empresas y mundo fallero para enriquecer la fiesta. La interacción, el esfuerzo conjunto de todos los agentes implicados y el alto grado de compromiso con el estudio ponen de relieve la importancia de la comunidad fallera y el sentido de pertenencia en la celebración de las Fallas, reforzando el tejido social y cultural que sostiene esta tradición tan arraigada en València.

Índice

Resumen ejecutivo	7
1. Introducción	17
2. La fiesta de las Fallas de València	19
2.1. La organización de la fiesta	21
2.2. La magnitud de las Fallas.....	26
3. Planteamiento del estudio de impacto económico de las Fallas de la ciudad de València	39
3.1. Los estudios de impacto económico de eventos culturales	39
3.2. Los primeros estudios económicos de las Fallas de València	43
3.3. Metodología del estudio.....	48
4. La estimación del gasto y su impacto económico	69
4.1. Las falleras y falleros	69
4.2. Las comisiones falleras.....	77
4.3. Las agrupaciones falleras	83
4.4. Los visitantes.....	86
4.5. Las empresas.....	95
4.6. Las administraciones públicas.....	98
4.7. Impacto económico total.....	101
5. Conclusiones	109
Referencias	111
Anexos	115
Anexo 1. Impacto económico: análisis <i>input-output</i>	115
Anexo 2. Cuestionario a los falleros y miembros del cuadro de honor.....	120
Anexo 3. Cuestionario a las comisiones falleras	122
Anexo 4. Cuestionario a visitantes y residentes no falleros de la ciudad	128

Resumen ejecutivo

Las Fallas representan no solo una manifestación de festividad, tradición y cultura, sino también un catalizador de empleo y riqueza. La celebración de esta fiesta implica un aumento considerable de la demanda de bienes y servicios de empresas impulsada por distintos agentes que participan con mayor o menor intensidad en las Fallas. En primer lugar, están los cerca de cien mil falleros y falleras que anualmente realizan diversos gastos con motivo de su participación en la fiesta. En segundo lugar, las comisiones falleras y sus agrupaciones, ejecutando sus presupuestos para, entre otras cosas, sufragar el coste de la falla, de los espectáculos pirotécnicos o musicales. En tercer lugar, los cientos de miles de visitantes (regionales, nacionales e internacionales) que, atraídos por las Fallas, vienen a la ciudad y realizan gastos adicionales con motivo de su disfrute de la fiesta. En cuarto lugar, las empresas e instituciones que patrocinan eventos o simplemente realizan gastos con motivo de su participación en las Fallas. Por último, las administraciones públicas, ya sean municipales, provinciales o regionales, asumen gastos en servicios como limpieza, seguridad y emergencias, etc. todos esenciales para el adecuado desarrollo de las Fallas.

La realización de estos gastos supone un incremento considerable de la demanda de bienes y servicios de empresas en la ciudad de València, desencadenando efectos económicos significativos que se propagan y benefician a empresas de toda la Comunitat Valenciana. Estos efectos no se limitan a los sectores directamente relacionados con el evento, sino que se extienden a la totalidad de sectores económicos. El propósito de este estudio ha sido cuantificar los impactos económicos en términos de ventas, Producto Interno Bruto (PIB) y generación de empleo a nivel regional, derivados de la celebración de las Fallas.

En el estudio se ha proporcionado una descripción concisa del contexto histórico y cultural de las Fallas, con el objetivo de situar la investigación dentro de un marco adecuado y evidenciar la envergadura y complejidad de la festividad. Asimismo, se han revisado diversas investigaciones relativas a estudios de impacto económico de eventos culturales en general, así como algunos intentos previos de evaluar el impacto específico de las Fallas. Además, como paso previo a la obtención de los resultados, se ha realizado una detallada exposición de los métodos de estimación y técnicas aplicadas para calcular el gasto de los agentes y cuantificar el impacto económico.

A continuación, se presentan las conclusiones principales respecto a la organización y magnitud de la festividad, así como su repercusión económica.

El contexto y la organización de la fiesta

Las Fallas de València, reconocidas como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO desde 2016, son una manifestación cultural y festiva de gran relevancia en la Comunitat Valenciana. Estas fiestas, celebradas en marzo, se distinguen por su riqueza cultural, su impacto socioeconómico y su contribución a la preservación de tradiciones locales. La organización de las Fallas implica una compleja estructura que abarca desde comisiones falleras hasta entidades gubernamentales, todas desempeñando roles fundamentales para su exitosa ejecución.

- Las celebraciones de las Fallas en València se distinguen por la instalación de grandes conjuntos escultóricos conocidos como fallas, compuestos por figuras caricaturescas llamadas *ninots* que suelen tener un carácter satírico y son obra de artistas y artesanos locales.
- La organización de las Fallas en València se sostiene sobre tres pilares fundamentales: las comisiones falleras, el Ayuntamiento de València y Junta Central Fallera, con el respaldo adicional de otras entidades públicas que permiten manejar la gran afluencia de personas y los desafíos logísticos y de seguridad asociados.
- Las comisiones falleras, entidades sin fines de lucro, son las responsables organizativas y financieras de las actividades festivas y culturales en sus respectivas áreas de influencia, con la *plantà* de la falla como actividad esencial el 15 de marzo, coincidiendo la *cremà* en la festividad de San José, día 19, que marca el fin de los festejos. Durante el resto del año, las comisiones falleras organizan eventos culturales y lúdicos, de manera individual o coordinadas con otras comisiones bajo la forma de una agrupación de fallas, fortaleciendo el tejido social valenciano y garantizando la transmisión intergeneracional de la cultura local.
- El Ayuntamiento desempeña un papel clave en la gestión de la festividad, publicando anualmente el bando fallero que establece las normas de las fiestas y coordinando el apoyo de servicios de seguridad y emergencias, así como servicios extraordinarios como la limpieza y el transporte público.
- Junta Central Fallera, dependiente del Ayuntamiento, coordina las actividades de las comisiones falleras, garantizando el desarrollo de los festejos y la promoción de las tradiciones valencianas.
- Otras entidades públicas, como la Diputación de Valencia y la Generalitat Valenciana, también apoyan las Fallas con diversas ayudas y contribuyen a la organización de eventos y la gestión de emergencias. La Delegación del Gobierno coordina la seguridad y autoriza los espectáculos pirotécnicos, con la colaboración de la Policía Nacional y la Guardia Civil en la gestión de la seguridad pública.
- Numerosas actividades económicas vinculadas a las fiestas, como la fabricación de fallas, indumentaria tradicional y pirotecnia, perpetúan aspectos culturales valencianos. Además, las Fallas apoyan la preservación del idioma valenciano a través de su uso en los *llibrets* y otras expresiones artísticas.
- Las Fallas, con origen en el siglo XVIII en València, actualmente se extienden a más de 160 municipios, con la participación de más de 800 comisiones y alrededor de 200.000 personas asociadas.

La magnitud de la fiesta

Las Fallas de València son una festividad de gran envergadura, representando una de las celebraciones más destacadas y complejas de España. Involucra a una amplia gama de participantes, desde residentes locales hasta visitantes de diversos orígenes, todos unidos por el espíritu festivo y la tradición. La organización y el éxito de este evento dependen de la colaboración entre numerosas comisiones falleras, compuestas por voluntarios dedicados, y el respaldo institucional de entidades gubernamentales. Además, su realización impulsa a varios sectores económicos, incluyendo la artesanía, la indumentaria tradicional, la pirotecnia y la hostelería, reflejando su importante impacto en la economía local. Esta festividad no solo celebra la cultura y las tradiciones valencianas, sino que también fomenta la cohesión social y el sentido de comunidad, consolidándose como un pilar fundamental en la vida social y cultural de València.

Este estudio se ha circunscrito a las Fallas de la ciudad de València, en las que se contabilizan 348 comisiones que agrupan a alrededor de 90 mil falleros y falleras. A continuación, se presentan algunas cifras que muestran la magnitud de la fiesta.

- En las Fallas 2023 hubo 1.857 instalaciones efímeras, entre buñolerías, carpas, zonas de fuegos, paradas de mercadillos, puntos violetas, o WC portátiles, entre otras.
- Se cortaron 400 calles al tráfico completamente y otras tantas de manera parcial o por tramos.
- El Ayuntamiento contrató 37 espectáculos artísticos pirotécnicos, más los programados por las comisiones falleras, que quedan fuera de estadísticas oficiales, de los que solo se sabe que aquellos que requirieron autorización superaron los 300.
- No es posible cuantificar el número de músicos en las bandas, charangas y grupos de *tabals i dolçaines*, si bien la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana estima la participación de más de 18.000 músicos.
- El transporte público funciona en la semana fallera las 24 horas, con un refuerzo de 7,5 millones de plazas adicionales de metro y tranvía y 3 millones de plazas en autobuses.
- La seguridad está garantizada por más de 6.000 agentes de policía local, nacional y guardia civil, además del personal de protección civil, Cruz Roja y bomberos.
- La limpieza comienza con campañas de concienciación y reparto de vasos reciclables, destinando más de 200 trabajadores adicionales para limpieza y recogida de residuos; en la noche de la *cremà* opera un dispositivo extraordinario de 1.193 personas.
- El sector de artistas falleros cuenta con casi 200 profesionales, en indumentaria y orfebrería valenciana se incluyen más de 120 empresas, 24 empresas pirotécnicas, además de un significativo número de medios de comunicación especializados en Fallas, u otros sectores directamente relacionados con el carácter patrimonial de la fiesta (música, imprenta) o especialmente impactados por la misma (floristería).

- En la semana fallera de 2023, se han contabilizado 804.332 visitantes únicos en la ciudad de València con motivo de las Fallas que, sumados a los más de 500 mil residentes, superan 1,3 millones de personas deambulando por las calles de esta ciudad.
- La noche del 18 de marzo la ocupación hotelera alcanzó el 90%, siendo la ocupación total de la semana fallera del 75%. Los restaurantes y cafeterías afirman haber logrado un 10% más de facturación que en 2019 y haber incrementado sus ingresos un 30% en comparación con el año pasado.

El gasto y su impacto económico

El estudio contempla seis agentes generadores de gasto adicional con motivo de la celebración de las Fallas: los falleros, las comisiones falleras, las agrupaciones falleras, los visitantes, las empresas que participan de la fiesta y las administraciones públicas.

- Las estimaciones de impacto económico se realizan utilizando la metodología *input-output*.
- Para estimar los gastos adicionales realizados por los seis agentes se ha utilizado información procedente de encuestas a familias falleras, encuestas a comisiones falleras, encuestas a visitantes y residentes, así como información sobre su número, proporcionada por la red de telefonía o datos de gastos recopilados de forma directa.
- El 1 de abril de 2023 el censo de Junta Central Fallera contabilizaba en la ciudad de València y sus pedanías 89.163 falleros y falleras, que se agrupan en 348 comisiones falleras.
- El gasto de los falleros y falleras supera los 74 millones de euros, lo que supone un *shock* de demanda en la economía valenciana que genera un impacto de 143,4 millones de euros sobre las ventas, de 28,4 millones en términos de renta y ha generado 1.159 empleos a tiempo completo.
- El gasto de las comisiones falleras se acerca a los 35 millones de euros, con un impacto en ventas de 53,6 millones de euros, 13,5 millones de euros de renta (aportación al PIB) y 421 empleos a tiempo completo.
- Las 22 agrupaciones falleras presupuestan un gasto superior al medio millón de euros, generando un impacto de 886.980 de euros sobre las ventas, de 224.629 euros en términos de renta y generan 8 empleos a tiempo completo.
- La utilización de modernas técnicas de recopilación de información a través de la red de telefonía móvil permite cuantificar más de 800.000 visitantes únicos durante la semana fallera. A esta cifra hay que añadir 158.000 visitantes extraordinarios durante los dos fines de semana previos a la semana fallera de 2023.

- Los visitantes de la ciudad de València y los residentes realizan gastos por valor de casi 270 millones de euros. Este gasto genera ventas por valor de 500,5 millones de euros, que dan lugar a un aumento de la renta de 125,5 millones de euros, y generan 4.525 ocupados equivalentes a tiempo completo.
- El gasto total adicional realizado por las empresas con motivo de las Fallas asciende a casi 8 millones de euros, que supone un shock de demanda que genera un impacto de 13,2 millones de euros sobre las ventas, de 3,5 millones de euros en términos de rentas, y ha generado 115 empleos a tiempo completo.
- Finalmente, las administraciones públicas realizan directamente un gasto de 11,1 millones de euros, más casi 4 millones destinados a subvenciones a comisiones falleras. Este gasto genera un impacto de 21 millones de euros sobre las ventas, 5,9 millones de euros en términos de renta y ha generado 212 empleos.
- En conjunto, los seis agentes han realizado gastos adicionales cercanos a los 400 millones de euros que, descontando el gasto no realizado en favor de empresas de la Comunitat Valenciana, alcanzan un valor de 355 millones de euros, de los que el 68% tiene su origen en el gasto turístico de los visitantes, el 19% de los falleros y el 9% de las comisiones. Los gastos realizados por las empresas y las administraciones públicas suponen el 5%.
- Los sectores más beneficiados por la demanda adicional con motivo de las Fallas son la Hostelería, la Industria textil y Transportes, almacenamiento y comunicaciones. Solo estos tres sectores concentran 268,8 millones de los 355 millones de gasto adicional generado por las Fallas, es decir el 75,7% de todo el gasto adicional.
- Este gasto adicional genera un impacto económico total de 733 millones en términos de ventas, 177 millones de rentas (valor añadido) y 6.440 empleos.
- Los visitantes son el agente de gasto que explica el mayor porcentaje del impacto económico, suponiendo el 71% del total de la renta y el 70% del empleo, seguido de los falleros (16% en renta y 18% en empleo) y las comisiones falleras (8% en renta y 7% en empleo).
- La desagregación sectorial revela que los sectores más beneficiados son la hostelería, en donde se genera 62,4 millones de euros de renta (35% del total) y 2.427 empleos (38% del total), las actividades inmobiliarias y servicios empresariales en donde se generan 32 millones de euros de renta (18% del total) y 529 puestos de trabajo (85% del total) y el comercio, pues en este sector se generan 16,7 millones de euros de renta (9,4% del total) y 987 empleos (15% del total).
- Las estimaciones muestran que los impactos económicos de las Fallas trascienden a prácticamente todos los sectores de la Comunitat Valenciana y no solo a los directamente beneficiados por la fiesta, mostrando que el impacto transversal de las Fallas va más a más allá de los sectores tradicionales ligados más estrechamente a la fiesta.

- Estos resultados indican que los impactos económicos generados por las Fallas de València representan el 0,14% del PIB de toda la Comunitat Valenciana y el 0,28% del empleo. Asimismo, equivalen al 0,29% del PIB de la provincia de Valencia y al 0,53% del empleo provincial.
- Finalmente, si comparamos la modesta inversión pública en el apoyo a las Fallas con el retorno en términos de impacto, observamos que cada millón de euros invertido por las administraciones públicas permite que la fiesta genere 12 millones de euros de PIB, se creen 430 puestos de trabajo y se impulsen las ventas en el tejido empresarial valenciano por valor de 49 millones de euros.

Estas cifras subrayan que las Fallas de València, además de su importancia cultural y social, son un verdadero motor de crecimiento y empleo regional cuyos beneficios se extienden a todos los sectores económicos y no solo a los directamente implicados.

LAS FALLAS EN CIFRAS

La fiesta

Celebración tradicional valenciana
Patrimonio inmaterial de la humanidad
que **une a residentes con visitantes**
nacionales e internacionales.



700 fallas
repartidas por
toda la ciudad

Organización y participación

Involucra a casi **350 comisiones falleras**,
90 mil falleros y a **1,3 millones** de
personas en la ciudad de València.

800.000 visitantes
foráneos



Impacto en la ciudad: + 1.800 infraestructuras efímeras

116 buñolerías



647 zonas de fuegos y
actividades



427 paradas de mercadillos
de artesanía y alimentación



281 carpas



71 puntos violeta



315 WC portátiles



Servicios públicos y sectores tradicionales más afectados

+400 calles
cortadas



+18.000
músicos



+7,5 millones
de plazas



120 empresas
indumentaria y
orfebrería



+ 6.500
policías, bomberos,
protección civil



+350
Espectáculos
pirotécnicos



200 artistas
falleros



+3 millones
de plazas



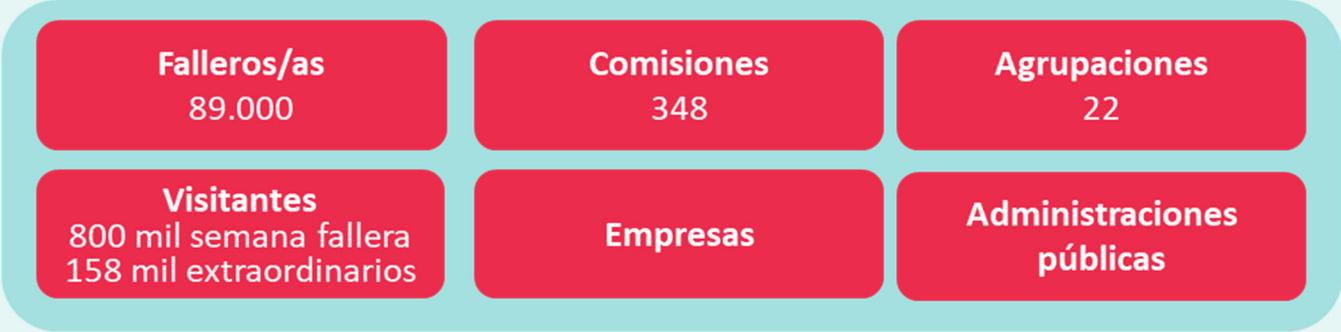
24 empresas
de pirotecnia



+200 operarios
adicionales de limpieza



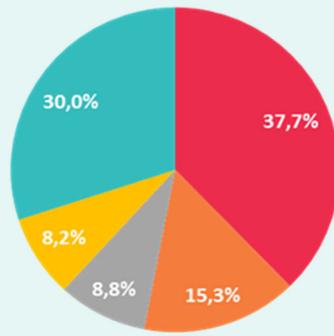
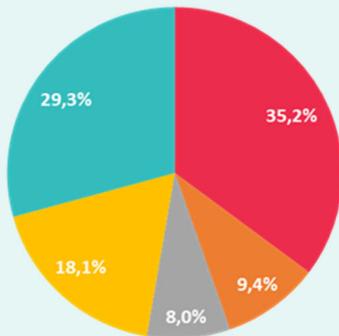
Los agentes generadores de impacto



... gastan 400 millones de euros, generando un impacto económico de...

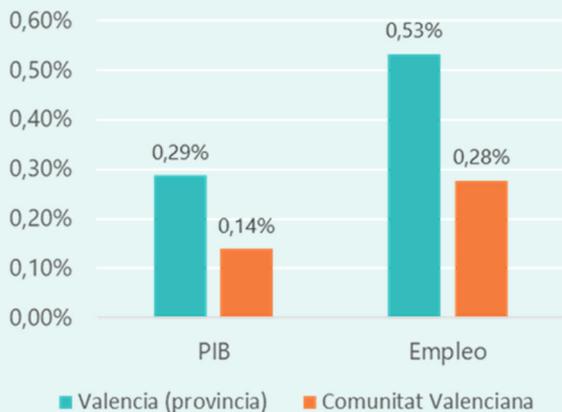


Todos los sectores de la economía de la Comunitat Valenciana se benefician de las Fallas



Especialmente...

Hostelería, Transporte, Comercio y Actividades inmobiliarias, en donde se generan el 70% de la renta y el empleo



Los impactos económicos representan el 0,14% del PIB de toda la CV y el 0,28% del empleo.

Equivalen al 0,29% del PIB de la provincia de Valencia y al 0,53% del empleo provincial.

1. Introducción

Las Fallas son alegría, fiesta, tradición y cultura, pero no solo eso, también son economía, empleo y riqueza. Su celebración dinamiza un complejo entramado socioeconómico cuyos impactos económicos se extienden desde los límites de la ciudad de València hacia toda la Comunitat Valenciana y desde los sectores más estrechamente vinculados a la fiesta hacia absolutamente toda la economía valenciana. Este estudio surge precisamente como una necesidad imperiosa de entender y cuantificar estos impactos económicos, en un contexto donde la profundidad y la precisión analítica han sido notablemente limitadas. Hasta ahora, la falta de un análisis económico integral y riguroso ha dejado un vacío en la comprensión de cómo esta festividad impacta en la economía local y regional.

Este estudio no solo se propone llenar este vacío, sino también establecer un nuevo estándar en la evaluación económica de eventos culturales basado en la riqueza informativa que nos ofrecen las nuevas tecnologías. Centrándose exclusivamente en el aspecto económico, se aparta de los enfoques tradicionales que han priorizado las dimensiones culturales y sociales y emplea una metodología detallada y rigurosa que utiliza las más novedosas técnicas de recopilación de datos para calcular el gasto adicional de los agentes relacionados con la fiesta, arrojando luz sobre cómo las Fallas de Valencia ocasionan una inyección de demanda adicional que genera ventas, renta y empleo. Este enfoque cuantitativo, basado en encuestas, datos de telefonía y recolección directa de información, brinda una perspectiva única y precisa del impacto económico de las Fallas.

Es importante destacar que ha habido intentos previos de estudiar este fenómeno, pero ninguno ha alcanzado el nivel de rigor y amplitud que caracteriza esta investigación. Este estudio se sitúa en una posición única para ofrecer perspectivas y análisis detallados que los anteriores trabajos, con menos recursos y medios tecnológicos, no podían ofrecer. Por tanto, este trabajo no solo añade una nueva dimensión al conocimiento existente, sino que también sienta las bases para futuras investigaciones en este campo.

La estructura del estudio ha sido cuidadosamente diseñada para proporcionar una comprensión exhaustiva y ordenada del tema. Tras esta introducción, la sección segunda resume de forma muy sucinta el contexto histórico y cultural de las Fallas, estableciendo un marco para comprender su relevancia en la sociedad valenciana y española. Este fundamento nos permite no solo contextualizar el estudio, sino también apreciar la profundidad y la complejidad de las Fallas como fenómeno socioeconómico. La sección tercera recoge el planteamiento general de la investigación, comenzando por analizar los estudios de impacto económico de eventos culturales para, a continuación, enfocarse en los objetivos y la metodología utilizada en este estudio, incluyendo el proceso de recopilación de la información de los agentes de gasto. En el último capítulo se presentan los resultados de manera detallada, examinando el gasto de los distintos actores involucrados, así como el impacto en ventas, renta y empleo. El trabajo finaliza con unas breves conclusiones.

2. La fiesta de las Fallas de València

Las Fallas de València son una celebración inscrita desde 2016 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO. Con ella se conmemora en la ciudad de València y otras poblaciones de la Comunitat Valenciana la llegada de la primavera a través de la simbología de la renovación y la purificación del fuego (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2016).

Las fiestas falleras se caracterizan, principalmente, por la construcción e instalación de enormes grupos escultóricos (las fallas), que están compuestos por efigies caricaturescas o *ninots*, mayoritariamente de carácter satírico, diseñados y creados por artistas y artesanos locales denominados artistas falleros y que permiten la crítica social, cultura y moral. Las fiestas falleras son sufragadas principalmente por un grupo de personas, los falleros y falleras, organizados en asociaciones voluntarias, que se denominan comisiones falleras, gestionadas por equipos de voluntarios elegidos anualmente de entre sus miembros de manera democrática. El ámbito de actuación de las comisiones se encuentra en los barrios de la ciudad, repartiéndose entre todas ellas las calles de la población con exclusividad. Son estas comisiones las que, además, organizan las fiestas y los diferentes actos asociados a las mismas en sus propias barriadas.

Cada una de estas fallas, acompañadas de una versión más pequeña dedicada a los niños (las fallas infantiles) es ubicada en una calle o plaza de la demarcación de la comisión fallera entre los días 15 y 19 de marzo, periodo conocido como la semana fallera; el último día, el día de San José, se prende fuego a las fallas en un acto conocido como *la cremà*, finalizando de esta manera los festejos de ese año.

El inicio oficial del periodo festivo se produce en un acto multitudinario, denominado la *Crida* (el llamamiento), que se celebra el último domingo de febrero y en el que, a modo de pregón, se anuncia que empiezan las fiestas. A partir de esa fecha, la preparación y posterior exposición de las fallas se completa con diferentes actividades culturales y festivas para todos los públicos: los falleros conviven en las sedes de las asociaciones (casales estables y carpas efímeras de mayor capacidad) compartiendo momentos de diversión y camaradería y desarrollando actividades típicas y juegos tradicionales; desfilan por las calles luciendo ricos trajes regionales elaborados de forma artesanal, acompañados por bandas de música o instrumentos tradicionales y también se realiza el ritual de realizar una ofrenda floral a la patrona de la ciudad, la *Mare de Déu dels Desemparats*. Esto se complementa con el desarrollo de espectáculos de fuegos artificiales y eventos gastronómicos en los que se cocinan y degustan recetas tradicionales (con un gran protagonismo de los arroces), lo que permite a falleros y falleras, resto de ciudadanos y turistas, convivir y disfrutar de los primeros días de primavera con actividades al aire libre.

Durante el resto del año, las comisiones falleras no están inactivas. Además de trabajar intensamente en los preparativos de la semana fallera, se realizan diferentes actividades

festivas, culturales y sociales, que refuerzan el entramado social de València. Gracias a esta continua actividad se asegura la transmisión intergeneracional de valores, habilidades y prácticas rituales, lo que refuerza la cultura tradicional valenciana.

La fiesta de las Fallas tiene su origen en València, en el siglo XVIII. Ariño (1990) expone diferentes teorías al respecto, que van desde la gremial -defiende que el gremio de carpinteros construiría la falla en honor a su patrón San José- hasta la solar, que vincula los fuegos y hogueras a los equinoccios y solsticios, pasando por la del *parot o ninot de mitja quaresma*, muñeco que se tira sobre una hoguera preexistente. En el siglo XIX, las Fallas empiezan a celebrarse en otras localidades de la provincia de Valencia y en la actualidad se festejan en más 160 municipios, participando más de 800 comisiones falleras que suman unos 200.000 falleros y falleras¹. La fiesta se ha exportado a otros municipios fuera de la Comunitat Valenciana², e incluso, a otros países, de la mano de las colonias de valencianos que tratan de reproducir en su residencia habitual las fiestas de sus poblaciones de origen.

Existe un buen número de actividades económicas vinculadas a la fiesta que se transmiten en las familias y, gracias a ello y a los rituales de esta celebración, se conserva una parte de la cultura valenciana. Es el caso de los artistas y artesanos fabricantes de fallas (pintores, escultores y carpinteros) que se agrupan en gremios, de la artesanía relacionada con la indumentaria y el peinado (sedería, platería, orfebrería, peluquería, indumentaria) o la pirotecnia, que acompaña la fiesta con espectáculos autóctonos a todas horas del día (la *desperta* o diana matinal, la *masclètà* o disparo a mediodía y los castillos de fuegos artificiales o espectáculos nocturnos), con especial referencia a la *nit del foc*, una exhibición nocturna de fuegos artificiales, que se celebra en la noche del 18 al 19 de marzo, que se ha convertido en la más grande y de mayor duración de las fiestas.

También puede destacarse el apoyo de las Fallas de València a la preservación de la lengua propia de la Comunitat Valenciana, por su uso en literatura tradicional, publicada en *llibrets* que explican las escenas de las fallas, o utilizada en sainetes y otras expresiones artísticas protagonizadas por los falleros; a las sociedades musicales, otro de los principales agentes culturales de la Comunitat Valenciana, presentes, a través de sus bandas de música, en buena parte de los actos falleros; y, en general, a los grupos de folklore valenciano, en ocasiones vinculados con comisiones falleras.

Afortunadamente, existe una creciente preocupación social e institucional por preservar los elementos de la cultura festiva y no se deja exclusivamente la labor de permanencia de los símbolos de la fiesta al ámbito familiar o a las comisiones falleras. Entre otras acciones, podemos comprobar cómo recientemente se ha puesto en marcha un curso de formación profesional de artista fallero; se ha autorizado la enseñanza de los instrumentos musicales tradicionales en los conservatorios; se comprueba el crecimiento de academias de indumentaria valenciana; las administraciones promocionan el aprendizaje y representación del folklore popular y el cuidado por la lengua ha traspasado el mundo de la fiesta para resultar en una asignatura en los planes de estudio de la Comunitat Valenciana.

¹ Datos del Ministerio de Cultura.

² Fuera de la Comunitat Valenciana también se plantan Fallas en Getafe (Madrid), Villahermosa (Ciudad Real), Mancha Real (Jaén), Calviá (Mallorca) y San Antoni de Portmany (Ibiza). A nivel internacional se mencionan Argentina (Mar de Plata) y Uruguay (Montevideo). Puntualmente, se han plantado y quemado fallas en Francia (París, 1989), Reino Unido (Lancaster, 2016) y Andorra (2019).

Las actividades que se desarrollan en la semana fallera atraen a una gran cantidad de visitantes, que disfrutan de las actividades al aire libre gracias al clima benigno de la ciudad. Aunque hasta ahora no hay consenso en la cifra de visitantes, podemos hablar de cientos de miles de personas que generan gran impacto en una población de casi 800.000 habitantes.

2.1. La organización de la fiesta

La organización de la fiesta fallera de la ciudad se aborda desde tres pilares básicos: las comisiones falleras, el Ayuntamiento de València y Junta Central Fallera, aunque cuenta con el apoyo incondicional del resto de administraciones públicas con competencias en temas relacionados con la materia y en la gestión del enorme flujo de personas en las calles y los problemas logísticos y de seguridad que conlleva.

2.1.1. Las comisiones falleras

De acuerdo con el Reglamento Fallero (2001, Cap 2), las comisiones falleras son entidades sin ánimo de lucro, formadas por un conjunto de personas, los falleros y falleras que, por iniciativa propia y con la autorización de Junta Central Fallera, ejercen en una determinada demarcación de calles las actividades festivas y culturales orientadas a la celebración de los festejos falleros, teniendo como actividad esencial y obligatoria la *plantà* de la falla correspondiente. Así pues, las comisiones falleras son las responsables últimas del desarrollo de la fiesta.

Las diferentes calles de la ciudad y sus pedanías, todas ellas, quedan asignadas y distribuidas entre las 348 comisiones falleras de la ciudad de València. Esta distribución por toda la ciudad provoca que las actividades festivas se extiendan por todos los barrios. Aunque, habitualmente, las fallas del centro de la ciudad son las más visitadas y las que más poder de atracción ejercen en residentes y visitantes, las administraciones han trabajado para tratar de redistribuir y equilibrar el flujo turístico por toda la ciudad, evitando así los problemas vinculados a las aglomeraciones de personas.

Las comisiones cuentan con una serie de cargos representativos y órganos de gobierno elegidos anualmente de manera democrática entre sus mismos componentes. Los cargos representativos son el presidente y la Fallera Mayor y el presidente Infantil y la Fallera Mayor Infantil, elegidos de acuerdo con el Reglamento de Régimen interno de cada comisión. El principal cargo de gobierno es el presidente quien, con la Junta Directiva propone el presupuesto económico y las actividades a desarrollar, que son aprobados por la Junta General, de carácter asambleario. La toma de decisiones en las comisiones es independiente para las cuestiones que a ella competen; aplican sus presupuestos en las partidas que son decididas en asamblea, sin ninguna limitación en cuanto a su proporción entre los gastos comúnmente conocidos (pirotecnia, falla, música, iluminación, gastos de gestión, etc.) y sin tener que rendir cuentas a ningún organismo de carácter superior. El presupuesto de cada comisión no se encuentra disponible de manera universal, sin embargo, sí que es conocida la partida utilizada para sufragar el coste de construcción de la falla, en tanto que las comisiones son organizadas y agrupadas anualmente en función del coste de sus fallas. La libertad en la distribución del presupuesto explica que no exista una relación directa entre el coste de la falla de las comisiones y sus presupuestos. En cualquier caso, y aunque disponen de autonomía, cada comisión funciona de manera coordinada por Junta Central Fallera.

Las comisiones falleras quedan administrativamente agrupadas en sectores por el criterio de proximidad geográfica. Además, más allá de esta adjudicación automática, las fallas que así lo desean se reúnen en agrupaciones que les permiten confraternizar, desarrollar actos conjuntos y colaborar en aquellas cuestiones que consideren oportunas con otras comisiones falleras con las que se sienten cercanas, ahora sí, por criterios elegidos de manera voluntaria, como el presupuesto de la falla, el enfoque de esta o, nuevamente, la proximidad geográfica. Las agrupaciones pueden formar parte de la Interagrupación de Fallas, organismo cuyas finalidades son la realización de actividades socioculturales y actos colectivos; facilitar documentación, información y asesoramiento a las agrupaciones falleras; generar opinión y realizar análisis y estudios de las distintas alternativas; y defender los intereses de las Fallas, de las agrupaciones miembros de la misma y mediar ante las Instituciones en los conflictos o acuerdos que se puedan generar o adoptar (Estatutos de la Interagrupación de Fallas de València).

2.1.2. El Ayuntamiento de València

El carácter Patrimonio Inmaterial de la Humanidad alcanzado recientemente por las Fallas, así como la propia magnitud de la fiesta, hace necesario que el Ayuntamiento de la ciudad despliegue una serie de herramientas que traten de gestionar el adecuado desarrollo de la fiesta, a la vez que haga compatible esta distinción de la UNESCO con las actividades propias de la ciudad desde una perspectiva de responsabilidad compartida.

Anualmente, el Ayuntamiento publica el “bando fallero”, el instrumento a través del cual se anuncian y recuerdan las normas que se deben aplicar con motivo de las fiestas falleras y que regula los aspectos más relevantes de las Fallas, negociado a través de una mesa de diálogo con diversos agentes sociales, económicos y de la cultura festiva de la ciudad, así como con representantes de varios servicios municipales involucrados en la organización y desarrollo de las celebraciones falleras. Una vez se alcanza el acuerdo, es aprobado por la Junta de Gobierno Local.

En dicho bando se incluyen directrices generales de movilidad (restricciones de circulación y estacionamiento y medidas de accesibilidad de los medios de auxilio externo); autorización de instalaciones y ocupación del dominio público; requerimientos especiales de seguridad; instrucciones respecto al uso de fuegos artificiales; desarrollo de espectáculos, comitivas y desfiles; requisitos de actividades en vías públicas y verbenas; instalaciones de puestos de venta y consumo en vías públicas; la protección de arbolado, jardines y demás instalaciones de servicio público y monumentos; cuestiones relacionadas con limpieza, recogida de residuos y sostenibilidad; así como las infracciones por el incumplimiento de la normativa.

Fruto de esta gran actividad en las calles, el Ayuntamiento debe gestionar y coordinar el apoyo de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, de la policía local, de Protección Civil, del Cuerpo de Bomberos y de Cruz Roja. También son responsabilidad del Ayuntamiento los servicios extraordinarios de actividades como el servicio de limpieza y recogida de residuos, la instalación de baños públicos, la puesta en marcha de puntos violeta en toda la ciudad o el refuerzo de servicios de la Empresa Municipal de Transportes (EMT), que aumenta el servicio hasta llegar a las 24 horas, organizando refuerzos y cambios de estaciones, garantizando de esta manera los desplazamientos de la ciudadanía.

El Ayuntamiento resuelve asimismo las autorizaciones de ventas en calle de alimentos, de las instalaciones de mercadillos y puntos de venta, del marcaje de zonas de actividades, delimitación de las zonas de fuego, las instalaciones de las carpas, así como de cortes de calles y gestionar el desmontaje y posterior montaje de elementos de señalización y control de tráfico, farolas y/o contenedores de basura que se ven afectados por la instalación de las fallas (monumentos falleros) o las carpas.

Igualmente, el Ayuntamiento pone en marcha una serie de líneas presupuestarias de apoyo a las comisiones falleras, variables en diferentes años: subvenciones a fallas, a iluminación decorativa de las calles, a agrupaciones de fallas, por gastos en pirotecnia, por participación de agrupaciones musicales en las fiestas falleras y por gastos extraordinarios derivados de la compra del casal fallero, su insonorización, la celebración de aniversarios de las comisiones falleras, programas de convivencia o ayudas para el desarrollo de actividades culturales. Además de estos apoyos a las comisiones falleras, en la época de pandemia y postpandemia el respaldo del Ayuntamiento se ha visto reflejado en ayudas a PYMES y autónomos relacionados con los sectores económicos tradicionales valencianos y las Fallas, concretamente el conjunto de artistas de falla y artistas de carrozas, el sector empresarial de la indumentaria valenciana, orfebrería valenciana, pirotecnia, bandas, estandartes, insignias, revistas y otros medios de comunicación cuya actividad esté directamente vinculada a las fiestas falleras. También se establecen premios extraordinarios para las comisiones falleras que tratan de potenciar temas prioritarios como la igualdad y diversidad o la emergencia climática.

Por último, el Ayuntamiento, a través de Junta Central Fallera, también propone una serie de actividades lúdicas, festivas y culturales, dirigidas a la ciudadanía en general, como la *plantà* de las fallas municipales, la iluminación festiva de las principales calles de la ciudad o el establecimiento de un calendario pirotécnico que realza las fiestas.

Asimismo, el Ayuntamiento informa de todo lo anterior (actividades festivas y servicios municipales reforzados o afectados por la fiesta) a través de iniciativas como la AppValència que recoge en un único portal toda la información de las Fallas, u otras más novedosas, como el asistente virtual gratuito FallasBot (vía WhatsApp), creado por Visit Valencia³, fundación en la que participan el ayuntamiento y otros *stakeholders* turísticos.

2.1.3. Junta Central Fallera

Junta Central Fallera es un organismo autónomo local, de carácter administrativo, que depende del municipio de València y que, por delegación del Ayuntamiento de València, ejerce la función rectora y de coordinación entre las comisiones falleras respecto de las actividades relacionadas con la fiesta de las Fallas de la ciudad de València. Así pues, Junta Central Fallera se convierte en el punto de unión entre el Ayuntamiento de la ciudad y las comisiones falleras.

Tal y como recoge el artículo 6 del Reglamento de Régimen Interno de Junta Central Fallera, corresponde a Junta Central Fallera proponer, organizar y velar por el correcto desarrollo de los festejos y actividades que comprometan al conjunto de las comisiones falleras, así como

³ En colaboración con la Cátedra de Negocio Conversacional de la Universitat de València y la empresa tecnológica valenciana WOZTELL.

la cooperación con las instituciones y el resto de los organismos públicos o privados en orden al mayor éxito, difusión y prestigio de las Fallas de la ciudad de València.

Concretamente, corresponde a Junta Central Fallera, entre otras, proponer, programar, organizar, coordinar y velar por el desarrollo de las actividades propias de la fiesta de las Fallas (actos culturales y festivos, concursos, premios, etc.) dentro del marco de las disponibilidades económicas del organismo, así como estrechar los lazos de cordialidad y armonía entre las diferentes comisiones falleras de la ciudad de València; promover y fomentar el desarrollo de las tradiciones y culturas valencianas; e instar a las autoridades y organismos competentes la tramitación de ayudas y conciertos económicos para la financiación de actividades y programas relacionados con la fiesta de las Fallas, así como acordar la forma de gestionar cualquier subvención económica que se reciba.

El organismo se estructura en dos vertientes, una parte más propia de cultura festiva, de diseño y organización de actividades que se ofrecen de manera coordinada para el conjunto de fallas de la ciudad, y otra de carácter administrativo, centrada en la gestión de sus propias actividades y en el soporte a las actividades administrativas de las comisiones falleras.

Junta Central Fallera está gestionada por diferentes órganos de dirección y coordinación y está compuesta por un conjunto de delegaciones que funcionan gracias al trabajo desinteresado de un conjunto importante de voluntarios (delegados, vocales y adjuntos), amantes de la fiesta.

Precisamente, este volumen elevado de voluntarios es lo que está llevando a Junta Central Fallera al camino para convertirse en una entidad de voluntariado, poniendo de esta manera en valor el trabajo de estos y reconociendo normativamente su función, derechos y obligaciones, así como eliminar obstáculos que dificultan la participación.

2.1.4. Otras administraciones públicas

Además del Ayuntamiento de València otras administraciones públicas apoyan la celebración de las Fallas con distintos mecanismos. Así, la **Diputación de Valencia** apoya a las comisiones falleras directamente a través de una línea de ayudas que se concede a todas las comisiones que lo solicitan. También organiza una recepción de todas las fallas de la provincia de Valencia, que se convierte en todo un acontecimiento social dada la magnitud alcanzada (4 días para recibir a más de 800 comisiones falleras). Indirectamente además promueve la fiesta a través de sus salas museísticas, en las que organiza muestras que potencian el carácter cultural de las Fallas, y mediante una campaña de comunicación, habitualmente con un cartel de las fiestas, que suele ser elaborado por artistas destacados, y con *spots* para medios audiovisuales. Del mismo modo, ha producido un documental sobre la fiesta, distribuido a las televisiones de ámbito autonómico y local.

El apoyo de la diputación se extiende a los distintos sectores tradicionales de la fiesta, gracias a la inversión que anualmente se reparte entre el Gremio de Artistas Falleros, pirotécnicos, indumentaristas y floristas.

También pone a la disposición de las Fallas de València al Consorcio Provincial de Bomberos de Valencia, con una actividad centrada en la inspección de las fallas en la que se analiza el nivel de riesgo de cada falla y la atención durante la *cremà* de los mismos.

La **Generalitat Valenciana**, por su parte, respalda el desarrollo de la fiesta con ayudas económicas, como es el caso de las vinculadas a la promoción del uso del valenciano en los *llibrets* de las Fallas o el Premio *President* y los Premios Generalitat a las Fallas, que distinguen las mejores fallas grandes e infantiles de la Comunitat Valenciana, así como a los y las artistas de las fallas ganadoras de la Sección Especial de las Fallas de la ciudad de València. Asimismo, utiliza el Consorci de Museus para instalar exposiciones complementarias a la celebración de las fiestas.

Por otro lado, la Generalitat Valenciana asiste durante la semana fallera a través de los servicios de emergencias un volumen de contingencias que obliga a realizar un gran esfuerzo en prevención y coordinación y, consecuentemente, a utilizar más medios en estos servicios. A través del teléfono 112 atiende llamadas de carácter sanitario y de seguridad ciudadana. La policía de la Generalitat multiplica su actuación redactando actas en aplicación de la Ley de Seguridad Ciudadana e identificando a personas y vehículos en sus labores de información, control de accesos y de seguridad en zonas especiales de eventos. El Servicio de Bomberos Forestales de la Generalitat participa en la extinción de incendios y en el dispositivo preventivo durante la *cremà*.

La Generalitat también se responsabiliza en ofrecer plazas añadidas de metro y tranvía con motivo de las Fallas, ampliando el servicio de Metrovalencia en los dos fines de semana previos a las fiestas más los días principales, llegando en estos últimos a ofrecer transporte las 24 horas, lo que suponen un gran esfuerzo técnico, humano y financiero para la empresa pública.

Finalmente, la **Delegación del Gobierno de España** se encarga de la notificación o autorización expresa de los espectáculos pirotécnicos realizados por personal experto.

Además, coordina la Policía Nacional, que se encargará de mantener la seguridad en torno a los actos falleros de mayor afluencia, como ofrendas y entregas de premios, junto con la seguridad durante los festejos taurinos en la plaza de toros de València, garantizando el mantenimiento de la seguridad durante el desarrollo de la Feria de Fallas, con una especial vigilancia al control de la reventa ilegal de entradas. En este dispositivo especial participan, entre otras unidades, las de Guías Caninos, Subsuelo, la Unidad de Intervención Policial (UIP), Medios Aéreos, el Grupo Operativo Especial de Seguridad (GOES), Caballería, los técnicos especialistas en desactivación de artefactos explosivos (TEDAX), la Unidad de Prevención y Reacción (UPR), el Grupo de Respuesta Inmediata a la Criminalidad (GRIC) y el Grupo de Atención al Ciudadano (GAC), además de policías de las diferentes Brigadas y Comisarías de Distrito.

La Delegación también coordina la participación de la Guardia Civil quienes, además de intensificar el control de los productos pirotécnicos, incrementan la seguridad ciudadana y el orden público en las pedanías que rodean a València y el control de los accesos a la ciudad.

2.2. La magnitud de las Fallas

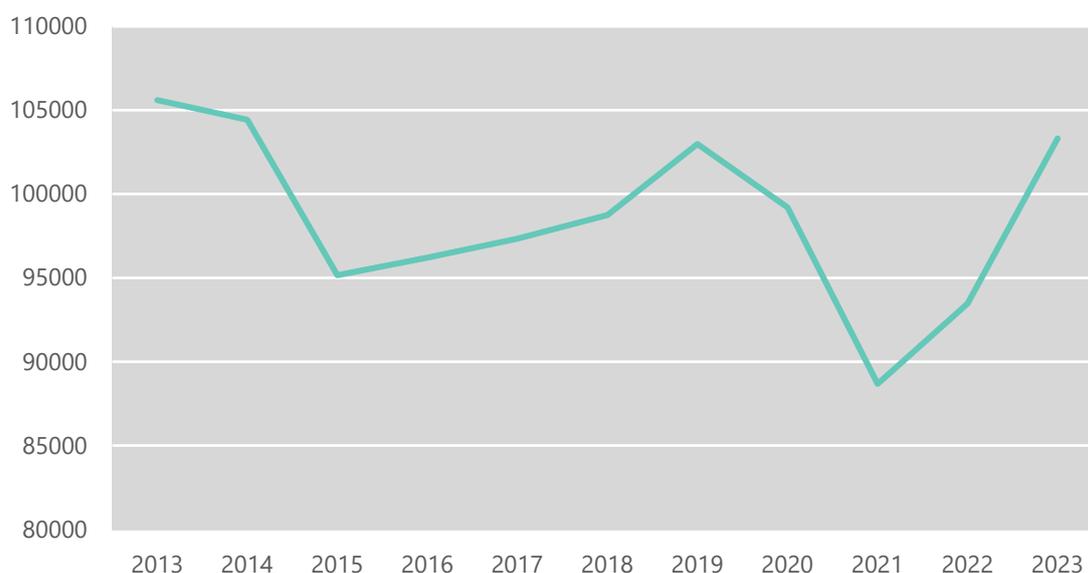
Esta sección ofrece una serie de datos que permiten que el lector desconocedor de la fiesta pueda hacerse una idea de la magnitud del evento, su complejidad organizativa, los sectores económicos afectados y su impacto turístico y económico.

2.2.1. Las Fallas en números

El censo de Junta Central Fallera contabiliza 384 **comisiones falleras**, incluyendo las de las poblaciones de València, Burjassot, Mislata, Quart de Poblet y Xirivella. De estas, 348 corresponden a las Fallas de la ciudad de València y sus pedanías. Aunque el número de comisiones falleras de la ciudad se mantiene bastante estable, es cierto que se trata de una situación viva y que se aprueba la *plantà* de nuevas fallas, que se crean en nuevos barrios o que tratan de recuperar el espacio dejado por algunas que cesaron su actividad. Concretamente, en 2023 se han creado 3 nuevas comisiones, si bien es cierto que las últimas aprobadas de nueva creación lo habían sido en 2013.

En total, las comisiones falleras censadas en Junta Central Fallera agrupan alrededor de 100.000 **falleras y falleros**. Es una cifra que, salvo el paréntesis de la pandemia, se ha mantenido bastante estable en la última década, oscilando entre los 95.000 y 105.000 falleros (**gráfico 1**).

Gráfico 1. Evolución del censo de falleras y falleros 2013-2023



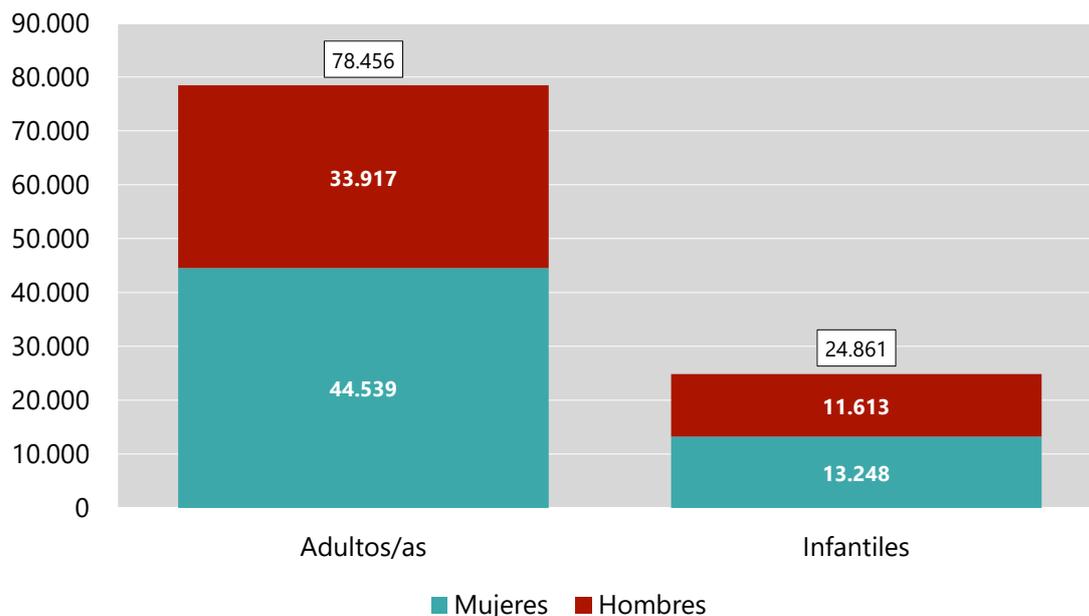
Fuente: Junta Central Fallera.

En el ejercicio fallero 2022-2023 se han superado los datos del censo previo a la pandemia, lo que muestra el gran interés suscitado por la fiesta. Concretamente, a 1 de marzo de 2023, el censo fallero⁴ se situó en 103.317 falleros y falleras, de los que tres cuartas partes lo conforman falleras y falleros adultos (78.456) y una cuarta parte infantiles, con 24.861 integrantes. Las mujeres constituyen el 55,93% del censo fallero, con un total de 57.787

⁴ Censo de JCF, que incluye comisiones de Burjassot, Mislata, Quart de Poblet y Xirivella, además de la ciudad de València.

falleras, de las que 44.539 son adultas, y 13.248 son niñas; el censo también lo conforman 45.530 falleros, de los cuales 33.917 son adultos, y 11.613 son niños (**gráfico 2**). El censo provisional para 2024 aparentemente se mantenía estable respecto al ejercicio anterior, con 103.081 falleros y falleras; no obstante, la actualización de este censo, a 1 de diciembre de 2023, sitúa el número en un total de 106.451 falleras y falleros (55,50% mujeres). La cifra definitiva se espera para el 1 de marzo de 2024 y aun podría haber algún aumento con las habituales altas ante la cercanía de las fiestas falleras, lo que le situaría en cotas que los medios de comunicación ya tildan de "récord histórico".

Gráfico 2. Número de falleras y falleros censados por edad y sexo. 2023



Fuente: Junta Central Fallera.

En cuanto a las instalaciones efímeras, según fuentes del Ayuntamiento de València en 2023 se autorizaron 1.857 instalaciones detalladas en el **cuadro 1**.

Cuadro 1. Instalaciones efímeras. 2023

Instalaciones efímeras	Número
Bañolerías	116
Carpas	281
Zonas de fuegos	302
Zona de actividades	345
Paradas de mercadillos de artesanía	188
Paradas de alimentación con manipulación	129
Paradas de alimentación sin manipulación	110
Puntos violeta o de sensibilización	71
WC portátiles	315
Total	1.857

Fuente: Ayuntamiento de València.

La afección de **calles cortadas al tráfico** también es significativa: casi 400 completamente cortadas al tráfico y otras tantas parcialmente o por tramos.

Efectivamente, las calles están cortadas para ser ocupadas por las fallas, las carpas, y también por **espectáculos de fuegos artificiales**. Tradicionalmente, los espectáculos pirotécnicos financiados por el Ayuntamiento de València se celebran en la plaza del Ayuntamiento (las *masclètàs* diurnas) y en el Antiguo cauce del río Turia (los castillos de fuegos artificiales nocturnos) aunque también se disparan fuegos en otros emplazamientos en los que realiza alguna actividad festiva y, durante los tres primeros años tras la pandemia, con el objetivo de evitar aglomeraciones de espectadores en estos emplazamientos y mejorar la gestión de flujos turísticos, se propusieron algunas *masclètàs* descentralizadas en diferentes barrios de la ciudad.

En el año 2023, el ayuntamiento contrató 37 espectáculos artísticos pirotécnicos entre las modalidades tradicionales de castillo de fuegos artificiales, *masclètàs* diurnas o nocturnas y cabalgata de fuego⁵.

Además de los anteriores, las comisiones falleras programan, en cantidad e intensidad variable en función de sus presupuestos, *despertàs*, *cordàs*, *correfocs*, *masclètàs* y castillos de fuegos artificiales, cuya cantidad no está recogida en ninguna estadística oficial, más allá de los espectáculos pirotécnicos que requieren autorización⁶ y las subvenciones otorgadas por este motivo a comisiones falleras. En 2023, el número de espectáculos pirotécnicos autorizados por la Delegación de Gobierno en la ciudad de València fue de 350 (incluyen los promovidos por el ayuntamiento); por otra parte, se contabilizan 129 comisiones que han tenido subvención por realizar gastos en pirotecnia superior a 3.000 euros, 24 más que el año anterior.

Las calles también son ocupadas por los desfiles de las comisiones falleras, que suelen estar acompañadas por **agrupaciones musicales**, en formato de grupos de *tabal i dolçaina*, bandas de música u otro tipo de colaboraciones musicales. No se tiene registro oficial del número de agrupaciones musicales que participan en las fiestas del conjunto de la ciudad, si bien se conocen las comisiones falleras que concurren a la subvención del Ayuntamiento por este motivo, que alcanzaron en 2022 un total de 159 (datos de 2023 no disponibles), a las que habría que sumar otras comisiones que utilizan músicos miembros de las propias comisiones o que han optado por no solicitar la subvención. La Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana estima la participación de más de 18.000 músicos para amenizar las fiestas falleras, quedando contratadas todas las sociedades musicales de la federación (más de 500).

Tal cantidad de espectáculos, el corte de calles y la intensa ocupación en general de las vías públicas hace necesario el refuerzo del **transporte público** que disuada a ciudadanos y visitantes de utilizar vehículos propios en el desplazamiento. En 2023, el transporte público de la ciudad funcionó las 24 horas del día desde el miércoles 15 al lunes 20 de marzo. La Generalitat ofreció más de 7,5 millones de plazas adicionales de metro y tranvía con motivo

⁵ Datos ofrecidos por el Ayuntamiento de València.

⁶ Solo requieren autorización los espectáculos con artificios pirotécnicos realizados por expertos cuyo peso neto en materia explosiva (NEC) sea superior a 100 kilogramos. Aquellos cuyo NEC se encuentre entre 10 y 100 kg tan solo requiere notificación y (según casos) plan de seguridad. Los que disparen menos de 10 kg no requieren de notificación.

de las Fallas 2023 con el servicio de Metrovalencia, tanto en los dos fines de semana previos a las fiestas como en los días principales, que suponen un gran esfuerzo técnico y humano para la empresa pública. Para ello, Metrovalencia ofreció 2.634 servicios especiales, además de los ordinarios, 17.220 metros y tranvías en las fechas citadas, lo que implica la necesidad de contrataciones extraordinarias.

Metrovalencia también ofreció diferentes lanzaderas para llegar al centro de la ciudad de forma rápida y sin complicaciones para dejar el coche, gracias a las 1.439 plazas propias de aparcamientos gratuitos en 15 estaciones de superficie de las líneas 1, 2 y 9 de Metrovalencia, que se suman a otras 1.163 plazas en siete estacionamientos municipales, también gratuitos, cercanos a la red de metro en distintas poblaciones.

La EMT ofreció tres millones de plazas en autobuses, duplicando el servicio de las 23 líneas que circulan de noche del 16 al 20 de madrugada, instalando paradas provisionales, generando refuerzos en las líneas, mejorando la frecuencia y funcionando ininterrumpidamente.

Para el normal desarrollo de las fiestas, preocupándose de los perímetros de **seguridad**, la acumulación de vandalismo y el control en las aglomeraciones, se despliegan más de 6.000 agentes de Policía Local, Nacional y Guardia Civil, además del personal de Protección Civil, formando parte del dispositivo extraordinario de seguridad operativos que se incorporan como refuerzo desplazándose de otras provincias⁷. Además, el dispositivo de cada *masclètà* en la Plaza del Ayuntamiento incluye a la Cruz Roja, un grupo de 50 personas (llega a las 80 los días de mayor afluencia), entre las que se encuentran médicos, enfermeros o socorristas, que se ubican en distintos puntos de la plaza para atender cualquier emergencia⁸. Por otro lado, las precauciones necesarias para la *cremà* de las fallas hacen necesarias la participación de los bomberos con un dispositivo preventivo que le hizo estar presente, en toda la provincia, en unas 280 fallas en 2023 por riesgo y aspectos como proximidad de árboles, fachadas, cableado, etc.⁹. El dispositivo global del Consorcio de Bomberos incluye un total de 400 personas, concretamente 280 bomberos, 28 bomberos voluntarios, 6 operadores de comunicaciones, 16 bomberos de otros servicios, 35 conductores de las brigadas forestales del Consorcio (BRIFO), 30 conductores de bomberos forestales de la Generalitat Valenciana y 5 voluntarios de Protección Civil de Náquera. Asimismo, estuvieron sobre el terreno un total de 147 vehículos, distribuidos en 72 autobombas y 75 vehículos de personal y carga.

Tal despliegue hace necesario establecer una campaña especial de **limpieza** muy ambiciosa, que incluye una campaña de educación ambiental en las comisiones, con talleres, concursos y reparto de más de 100.000 vasos reciclables; también la limpieza y recogida de residuos, que en 2023 destinó 226 trabajadores adicionales sobre el operativo ordinario, con un incremento excepcional para la noche de San José, en la que trabajaron 1.193 personas más en la limpieza de la ciudad. Además, es necesario reubicar y desplazar los contenedores de recogida de residuos próximos a zonas de gran actividad fallera, lo que supone la reubicación en 2.023 de 2.387 contenedores, la retirada de 126 y la instalación de 189 contenedores de ceniza.

⁷ Datos ofrecidos por la Delegación del Gobierno.

⁸ Datos ofrecidos por Cruz Roja.

⁹ Datos ofrecidos por el Consorcio Provincial de Bomberos de Valencia.

Por último, nos muestra una visión del tamaño del evento conocer la atención y gestión de las llamadas recibidas el teléfono único de **emergencias** de la Comunitat Valenciana. Concretamente, durante las festividades (coincidentes en tiempo) de las fiestas de las Fallas y la Magdalena de Castellón de 2023, el teléfono 112 Comunitat Valenciana atendió un total de 44.653 llamadas y gestionó 11.191 incidentes en toda la Comunitat Valenciana entre la medianoche del jueves 16 de marzo y las 07.00 horas del lunes 20, un 25 % más de llamadas que en 2022. Casi el 60 % de los casos fueron de carácter sanitario y cerca del 20 % asuntos relacionados con la seguridad ciudadana.

Presentamos, finalmente, el **cuadro 2**, a modo de resumen de los datos ofrecidos en los anteriores párrafos.

Cuadro 2. Resumen de los números de las Fallas. 2023

Concepto	Número
Instalaciones efímeras	1.867
Calles cortadas	400
Espectáculos pirotécnicos del Ayuntamiento de València	37
Espectáculos pirotécnicos de comisiones falleras (>3.000 €)	129
Espectáculos pirotécnicos autorizados por Delegación de Gob. NEC>100kg)	350
Agrupaciones musicales (solo las que han solicitado subvención)	159
Plazas adicionales de Metrovalencia (millones)	7,5
Servicios especiales Metrovalencia	2.634
Plazas de aparcamiento gratuito en estaciones metro	1.439
Plazas de aparcamiento gratuito municipales	1.163
Agentes de policia local, nacional y guardia civil	6.000
Personas del Cuerpo de Bomberos	400
Vehículos de bomberos	147
Operarios de limpieza adicionales	226
Operarios de limpieza <i>nit de la cremà</i>	1.193
Contenedores reubicados	2.387
Llamadas al servicio de emergencias 112	44.653
Emergencias atendidas	11.191

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2. La actividad económica de las Fallas

Tal y como describimos en el apartado anterior, la magnitud de la fiesta es tal, y tantas y tan diversas son las actividades vinculadas directa e indirectamente, que su desarrollo provoca la interacción de diferentes sectores económicos directamente implicados en la fiesta aunque, como se verá posteriormente, las repercusiones económicas de la fiesta acaban por repercutir de forma indirecta en todos los sectores de la economía valenciana.

Los sectores productivos que han venido en llamarse "**tradicionales**" son aquellos directamente relacionados con los elementos centrales de la fiesta y las actividades

vinculadas a las mismas: es el caso de los artistas de fallas y carrozas, indumentaria valenciana, orfebrería valenciana, bandas, estandartes e insignias, pirotecnia y revistas y otros medios de comunicación cuya actividad está directamente vinculada a las fiestas falleras¹⁰.

En relación con el sector de los **artistas falleros**, agrupados la mayoría de ellos a través de gremios artesanos, actualmente cuenta con más de 200 profesionales dedicados a estas creaciones artísticas y que tratan de completar y desestacionalizar su producción a través de la elaboración de escenografías (decorados de cine, grandes esculturas, tematizaciones, reproducciones para museos, etc.). En estos momentos existe una alta preocupación por la falta de vocación por la actividad y por la reducción en el número de artistas y de talleres constructores de fallas.

En el sector empresarial de la **indumentaria y la orfebrería** valenciana se contabilizan más de 120 empresas, incluyendo los productores de tejidos, sastres y modistas, orfebres y comerciantes. Cabe destacar que tanto la producción de la materia prima como la confección de los productos de ambos sectores es una actividad netamente local. Se trata de un sector artesano que sobrevive, en gran medida, gracias al creciente interés de los falleros y falleras por completar y lucir un ajuar tradicional valenciano. La estacionalidad de este sector se rebaja con el trabajo de los talleres en confecciones para ceremonias y otros festejos. La producción de bandas, estandartes e insignias, muy vinculada con este sector, también perdura gracias a la utilización de diferentes símbolos distintivos entre el colectivo fallero.

La **pirotecnia** es otro de los sectores que tienen una presencia fundamental en la fiesta de las Fallas, aunque también desarrolla sus actividades al amparo de otras festividades, eventos o en otras zonas geográficas. Son 24 las empresas que forman parte de la Asociación de Pirotecnia de la Comunidad Valenciana (Piroval) que, en la actualidad, se encuentran con una enorme presión ante las exigencias normativas de la Unión Europea hacia el sector. Nuevamente, se trata de un sector que tiene problemas para conseguir profesionales; el talento disponible tiene edad media avanzada y apenas hay renovación generacional. Aunque es un sector fundamental para el desarrollo de la fiesta, cada vez tiene una presencia menor, en tanto que las comisiones falleras encuentran grandes problemas burocráticos y organizativos para el manejo de los fuegos artificiales.

Respecto a los **medios de comunicación** especializados en las Fallas, tradicionalmente han existido una serie de publicaciones que han ofrecido antes de las fiestas un catálogo de las fallas a plantar, junto con una serie de artículos de opinión. Estas revistas se fueron complementando con una oferta mayor que incluía publicaciones generalistas y periódicas con diversos temas de interés para el mundo fallero. El auge de los medios digitales y de las redes sociales también ha llegado a las Fallas, lo que ha permitido la generación de páginas web y blogs falleros y auténticas plataformas informativas de carácter privado que se financian, básicamente, a través de la publicidad recogida en sus medios.

Por otra parte, existen **otros sectores directamente relacionados con el carácter patrimonial de la fiesta**, como son la música o la imprenta (este último vinculado a la literatura festiva). La contratación de bandas de **música tradicional** resulta fundamental para realzar los desfiles y los actos falleros. Aunque es mucha la demanda, puede ser atendida en

¹⁰ Esta relación de sectores fue la que se utilizó por el Ayuntamiento de València para generar una línea de ayudas que permitiera paliar las consecuencias de la pandemia sobre los sectores productivos tradicionales valencianos.

tanto que en la Comunitat Valenciana hay más de 500 bandas de música federadas, que son utilizadas de manera completa o en formato reducido (particiones y/o charangas). Asimismo, se ha generalizado el uso de *collas de tabals i dolçaines*, que permiten recuperar tradiciones y, por su menor dimensión, abaratar a las comisiones falleras los costes de esta partida de gasto.

También nos encontramos con **otros sectores** como el del comercio de floristería, el de peluquería y tratamientos de belleza, el de fotografía o la compra de césped y banderas que, si bien suelen ir parejos al desarrollo de las Fallas, tienen una actividad que va mucho más allá de la de la propia celebración festiva.

Por último, existe un conjunto de sectores afectados por el desarrollo de la fiesta y la gestión administrativa de la misma, de igual manera que lo están con otras celebraciones y/o asociaciones festivas. Podemos destacar los sectores de alquileres inmobiliarios y mobiliarios, hipotecas, compra de comida y bebida y gastos de hotelería y hostelería, suministros, actividades de deportes y cultura, orquestas, gestión de residuos, lotería, publicidad, seguridad y servicios profesionales, comunicación, soporte médico, tintorería o transporte público.

2.2.3. Las Fallas y el turismo

No cabe duda de que las Fallas son un polo de atracción turística relevante. De hecho, se trata de las fiestas populares nacionales más buscadas en Google por los españoles, despertando interés también a nivel internacional¹¹.

Las calles de la ciudad son tomadas por ciudadanos y visitantes y es recurrente referirse a la cifra del millón de visitantes en la ciudad durante la celebración de las fiestas falleras. Sin embargo, otras estimaciones, como el informe estadístico de la encuesta Familitur del Instituto Nacional de Estadística (2018) parecen recortar esa cifra. Según el citado informe, en marzo la ciudad registra una entrada de 150.000 personas en hoteles y quince mil en apartamentos turísticos. Bien es cierto que esa cifra está claramente infravalorada, por la necesidad de sumar los que no quedan registrados en el estudio, como es el caso de aquellos que van y vienen en el día (excursionistas), los que pernoctan en hoteles fuera de la ciudad de València, incapaz de asumir toda la demanda, en apartamentos turísticos no registrados, en segundas residencias de su propiedad en la ciudad o en la costa o, incluso, los que son invitados en casas de familiares o amigos.

Para tratar de clarificar esta cuestión, en este estudio se ha utilizado la misma metodología que el trabajo pionero de Perles y Díaz (2019), que reestimó el impacto económico de las fiestas de Calp a través de metadatos provenientes de telefonía móvil. Basándose en la geolocalización de los teléfonos, estos autores pudieron hacer un seguimiento anonimizado del propietario, establecer su patrón de comportamiento y movilidad e inferir sus principales características, cuya extrapolación les permitió generalizar conclusiones al conjunto de la población objeto de análisis.

¹¹ Datos del estudio realizado por la empresa de posicionamiento agenciaseo.eu

En los años 2019, 2022 y 2023 el Ayuntamiento de València encargó a Telefónica Tech informes extraídos de los análisis de LUCA Tourism, que han permitido conocer y caracterizar el flujo real de visitantes de la ciudad de València durante las Fallas de los años analizados¹². La metodología utilizada por Telefónica, gracias a los eventos generados en la red móvil, georreferenciados y asociados a una marca temporal, permite detectar y contabilizar cualquier visitante (turista o excursionista) que transita por la ciudad, sea cual sea la duración de su estancia y el lugar de alojamiento, y analizar la movilidad por distritos de la ciudad. Tras un proceso de anonimización, extrapolación y agregación de los datos, se puede reconocer el origen y el perfil sociodemográfico (género, edad y nivel de renta) del conjunto de visitantes al municipio en el periodo de la semana fallera, en función de las preferencias de su visita y segmentado por los diferentes distritos de la ciudad, proporcionando de esta manera información sobre el comportamiento real de grupos de personas en la ciudad de València.

La última edición del informe se ha solicitado expreso para analizar el impacto económico de las Fallas de 2023, lo cual ha permitido hacer una explotación singular de los datos y facilitará hacer estimaciones con un rigor y precisión nunca alcanzado en las cifras que se manejan habitualmente por los medios de comunicación o en anteriores estudios de gasto de las Fallas. A modo de introducción, y con el fin de mostrar la importancia turística de las Fallas, presentamos en el **gráfico 3** los visitantes únicos¹³ durante los días del mes de marzo de los tres años para los que se dispone el informe.

En el año 2019, el pico de visitantes lo encontramos en los días 16 y 17 de marzo (sábado y domingo), con 442.362 y 425.581 visitantes únicos, respectivamente. Para el año 2022, el mayor número de visitantes se identifica el día 18 de marzo, viernes, con 301.716 visitantes únicos. El año 2022 era un año todavía atípico, el de la recuperación post COVID. Tal vez el hecho de retomar las fiestas provocó las ganas de revivir la actividad festiva antes de la celebración de la semana fallera, lo que generó otros máximos en fechas sorpresivas, como el 4 de marzo (viernes), con 290.775 visitantes únicos o el 11 de marzo (viernes), con 297.258 visitantes únicos, cifras algo superiores a las del 19 de marzo (sábado), con 287.075 visitantes únicos. En las Fallas 2023 se destacan las cifras del 17 y 18 de marzo (viernes y sábado), con 431.275 y 455.730 visitantes únicos, respectivamente, seguido por los 405.362 visitantes únicos del 19 de marzo (domingo).

Si nos ceñimos a la semana fallera, el **gráfico 4** muestra los visitantes únicos durante la semana fallera¹⁴ de 2019, 2022 y 2023. Tal y como se muestra, el máximo de la serie disponible se consigue en el año 2023, con unos 800.000 visitantes únicos durante la semana fallera. En los tres años analizados se comprueba una amplia presencia de visitantes de la provincia de Valencia y nacionales. En relación con los habitantes de la provincia, hay que tener en cuenta que de los 10 municipios que más visitantes aportan, 8 pertenecen al área

¹² Las cifras aportadas por el informe LUCA son válidas para el año que se toman, pero no pueden ser extrapolables. Dado que el poder de atracción de las Fallas está fuertemente influido por el calendario de las fiestas (fundamentalmente en los visitantes nacionales), pero también por otras cuestiones extraordinarias como la climatología o la situación sanitaria, se requieren diversos informes con diferentes escenarios para poder hacer previsiones ajustadas de visitantes de años futuros. Por otra parte, el informe LUCA, si bien identifica a aquellos visitantes que vienen por trabajo, no permite discernir si el resto de visitantes acude con motivo de las Fallas o por cualquier otra razón.

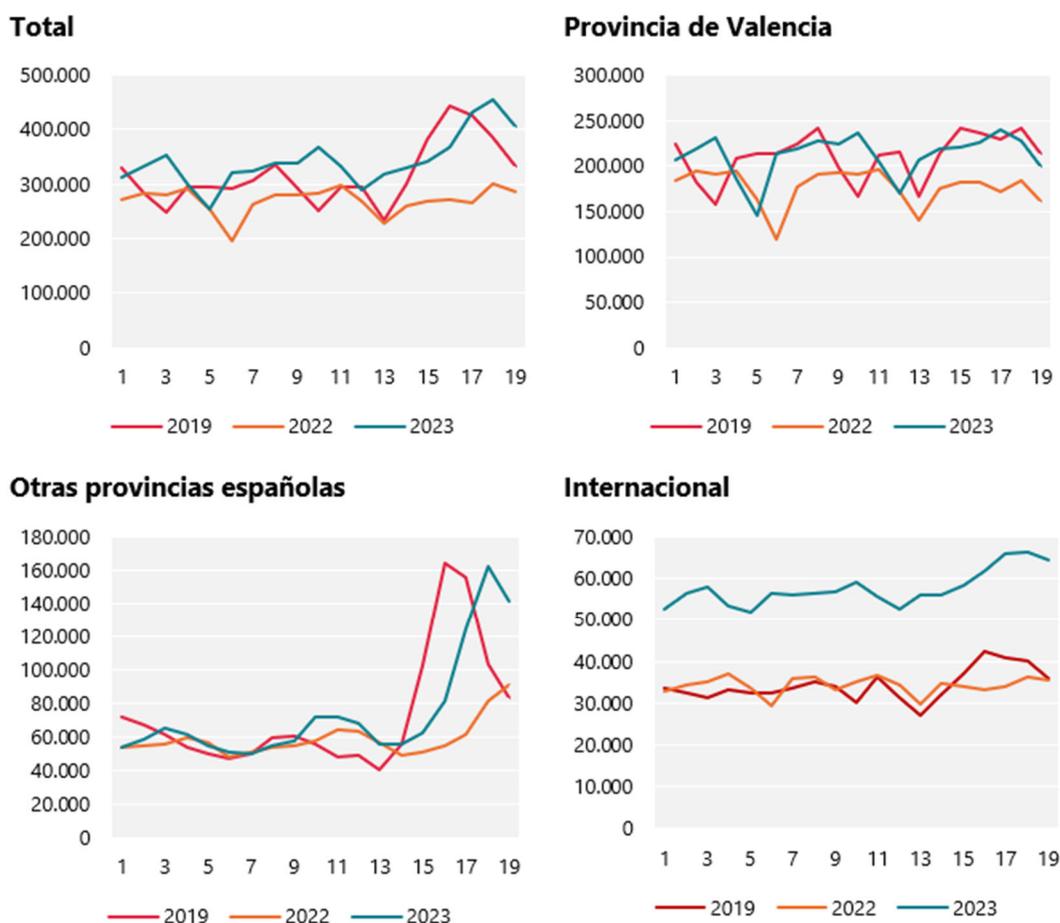
¹³ Esta métrica permite contabilizar de manera singular el número de visitantes de la ciudad de València en el periodo analizado, excluyendo duplicidades, lo que proporciona una medida precisa del número de individuos distintos.

¹⁴ A efectos de la investigación, el periodo de referencia denominado semana fallera es del 13 al 19 de marzo de cada año.

metropolitana de la ciudad, lo que justifica la alta tasa de excursionistas *versus* turistas. Comparando el año 2019 con el 2023, se observa un claro aumento del turismo internacional (casi en un 20%), un ligero aumento del turismo provincial (un 8%) y un retroceso del nacional (alrededor del 10%), si bien la comparación de exclusivamente dos años no permite sacar conclusiones claras.

Los datos de los **gráficos 3 y 4** hacen referencia exclusivamente a cifras de visitantes. En aras de observar la magnitud completa de las personas que disfrutaron la fiesta fallera, incluyendo los residentes en la ciudad de València¹⁵, quienes salen en masa a las calles a vivir las Fallas, en el **cuadro 3** se muestran los datos de las personas que en la semana fallera deambulan por las calles de la ciudad.

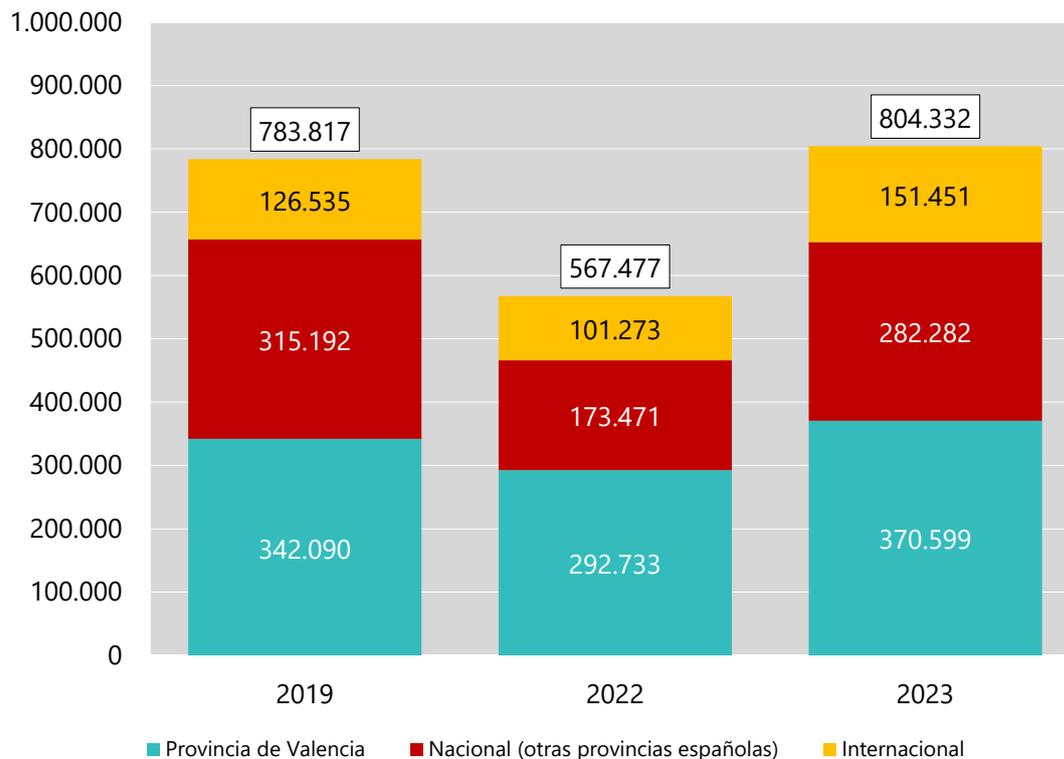
Gráfico 3. Evolución visitantes diarios únicos a la ciudad de València según su procedencia durante el mes de marzo (años 2019, 2022, 2023)



Fuente: Telefónica y elaboración propia.

¹⁵ Cifra no está disponible para el informe de 2019.

Gráfico 4. Visitantes únicos a la ciudad de València por motivos distintos a los de trabajo durante las semanas falleras de 2019, 2022 y 2023



Fuente: Telefónica y elaboración propia.

Cuadro 3. Personas que deambulan por las calles de València durante las semanas falleras de 2019, 2022 y 2023

	Visitantes				Total
	Residentes	Provincia de Valencia	Nacional*	Internacional	
2019	N.D.	342.090	315.192	126.535	783.817**
2022	468.125	292.733	173.471	101.273	1.035.602
2023	529.147	370.599	282.282	151.451	1.333.479

*Otras provincias españolas.

** Sin residentes.

Fuente: Telefónica y elaboración propia.

Si bien las fallas se plantan el 15 y se queman el 19, a lo largo del año se suceden numerosos eventos y muy en particular durante el mes de marzo, cuando diariamente se disparan *mascletás*. Aunque resultaría complejo analizar el impacto turístico de cada evento, al menos deben tenerse en cuenta los visitantes adicionales a la ciudad de València durante los dos fines de semana previos a la semana fallera. Para poder calcularlos, comparamos las visitas de un fin de semana ordinario en febrero de 2023 con los dos primeros fines de semana de

marzo, cargados de actividades pre-Fallas, algunos de ellos, como los conciertos de Fallas, con una gran afluencia de público (ver **cuadro 4 y gráfico 5**).

Cuadro 4. Visitantes en los fines de semana previos a la semana fallera. 2023

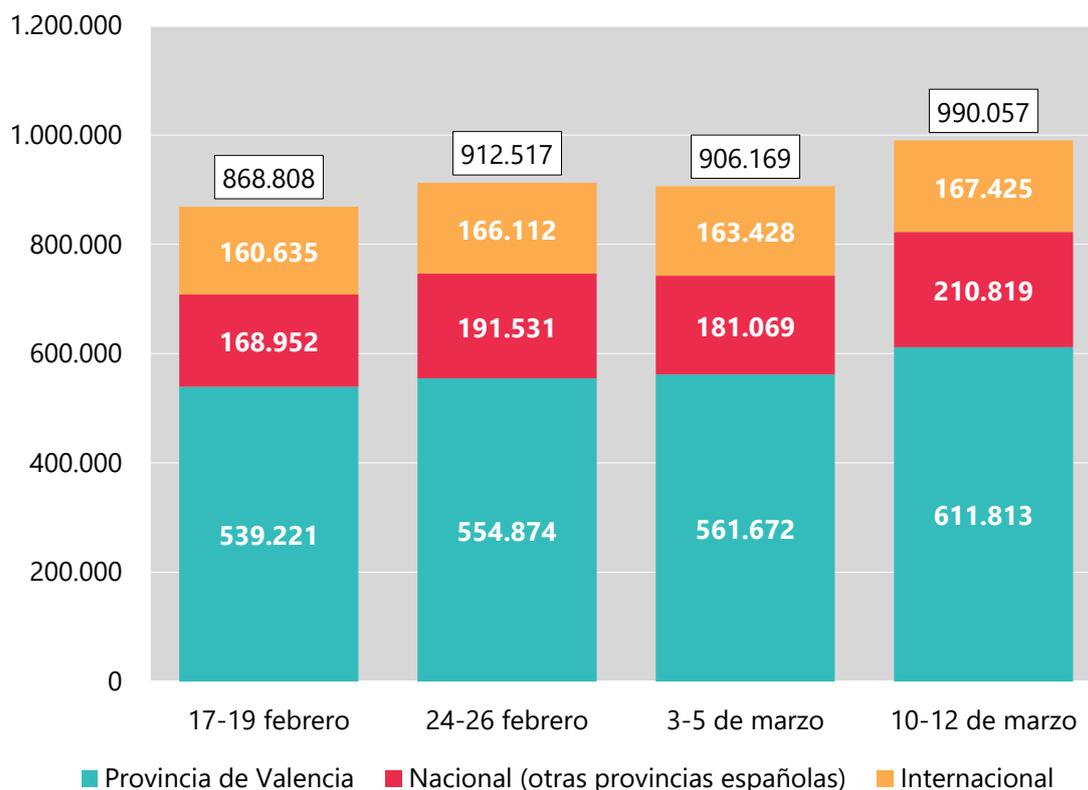
	Provincia de			
	Valencia	Nacional*	Internacional	Total
17-19 febrero	539.221	168.952	160.635	868.808
3-5 marzo	561.672 (+4,16%)	181.069 (+7,17%)	163.428 (+1,74%)	906.169 (+4,30%)
10-12 marzo	611.813 (+13,46%)	210.819 (+24,78%)	167.425 (+4,23%)	990.057 (+13,96%)

*Otras provincias españolas.

Nota: el número entre paréntesis se corresponde con el porcentaje mayor de visitas tomando como referencia el fin de semana del 17-19 de marzo

Fuente: Telefónica y elaboración propia.

Gráfico 5. Acumulado de los visitantes en los fines de semana previos a la semana fallera. 2023



Fuente: Telefónica y elaboración propia.

Como resultado, el **cuadro 5** y el **gráfico 6** presentan los visitantes extraordinarios durante los dos fines de semana previos a la semana fallera de 2023.

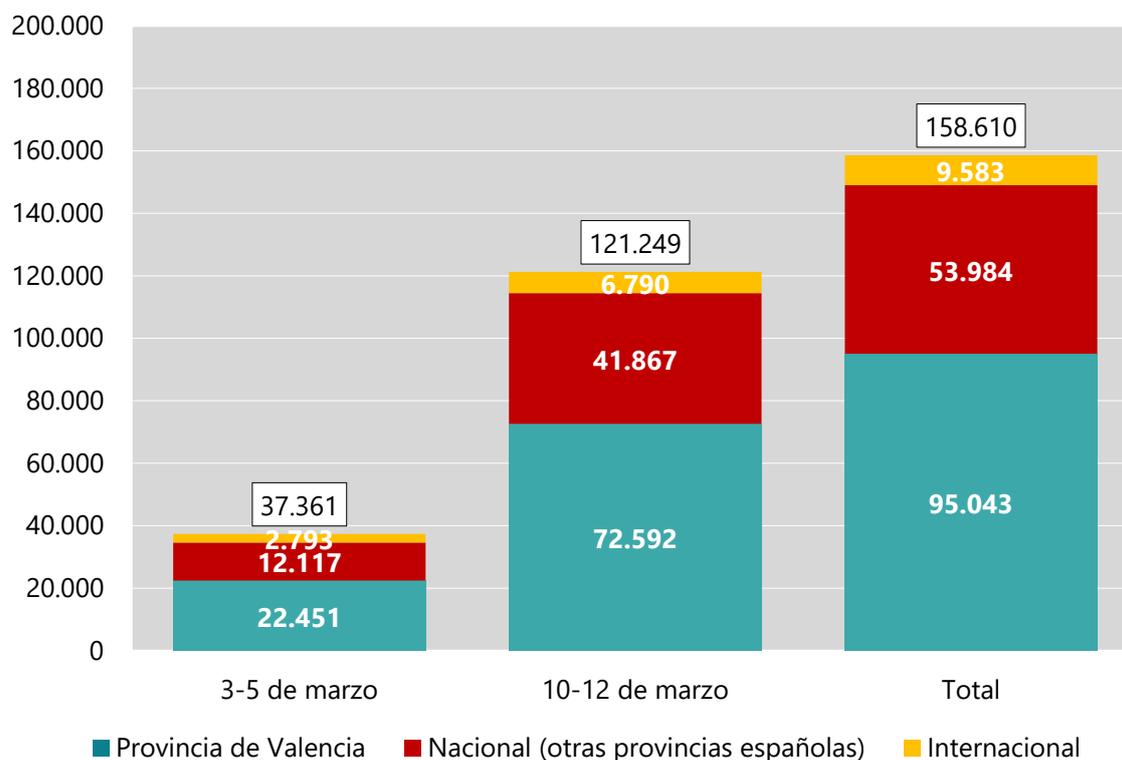
Cuadro 5. Visitantes extra en los fines de semana previos a la semana fallera. 2023

	Provincia de Valencia	Nacional*	Internacional	Total
3-5 marzo	22.451	12.117	2.793	37.361
10-12 marzo	72.592	41.867	6.790	121.249
Total	95.043	53.984	9.583	158.610

*Otras provincias españolas.

Fuente: Telefónica y elaboración propia.

Gráfico 6. Acumulado de los visitantes extra en los fines de semana previos a la semana fallera. 2023



Fuente: Telefónica y elaboración propia.

Durante los dos fines de semana previos nos encontramos con un visitante principalmente de la provincia de Valencia (aproximadamente un 60%), frente a un 34% del resto de España y tan solo un 6% de visitantes internacionales, lo que encaja con la lógica de personas que, en su mayoría, se desplazan desde su localidad para disfrutar de los actos falleros, pero habitualmente pernoctan en casa.

Ocupación hotelera

La gran cantidad de visitantes nacionales e internacionales implica una elevada tasa de ocupación hotelera. Según información proporcionada por Visit Valencia, la ocupación hotelera en la ciudad de València de las Fallas de 2023 superó la de los últimos cinco años, mejorando los niveles prepandémicos. La noche del 18 de marzo la ocupación alcanzó el 90%, por encima del 83% de 2022; pero también por encima de los valores de antes de la pandemia (71% en 2019, 86% en 2018 y 79% en 2017). La ocupación total de la semana del 13 al 19 de marzo alcanzó el 75%.

Hostelería

De igual manera, el carácter de fiesta popular y de calle genera un alto consumo de actividades de hostelería. Se considera que son casi 18.000 los locales afectos a las Fallas. De acuerdo con la Coordinadora de Hostelería de los Barrios de Valencia, las Fallas de 2023 han sido las mejores de los últimos años para la actividad hostelera en los barrios donde se concentra mayor actividad y actos falleros. Muestra de ello era que los restaurantes colgaron el cartel de "completo" a diez días de Fallas, logrando un 10% más de facturación que en 2019 e incrementando los ingresos un 30% en comparación con el año pasado.

No obstante, la misma fuente destaca que la ciudad sufre un profundo desequilibrio, ya que en las zonas donde no hay actividad fallera retrocede la facturación de bares y restaurantes con respecto a cualquier otra semana del año.

Desde la administración y el propio sector hostelero se está trabajando por avanzar hacia un turista de calidad. Está subiendo el mundo del catering, en atención a los propios falleros, pero sobre todo para visitantes y turistas MICE (turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones), que disfrutan de balcones para visualizar las *mascletás*, con su correspondiente catering. Los precios de alquiler de un balcón para la mascletá oscilan entre los 900 y los 10.000 euros, que se traducen en un coste por persona y día entre 40 y 200 €, en función del día y la ubicación del balcón.

3. Planteamiento del estudio de impacto económico de las Fallas de la ciudad de València

Las Fallas tienen importantes implicaciones desde una perspectiva cultural, artística y social. Primero, porque las Fallas son parte del patrimonio cultural valenciano: en 2012 fueron incluidas por el gobierno autonómico en el Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano; poco después, el gobierno nacional las inscribió en el Registro de Bienes de Interés Cultural del Ministerio de Cultura; finalmente, desde 2016, están incluidas en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. Además, los lazos del mundo fallero con el arte se extienden desde la escultura y la pintura al diseño, la decoración, la indumentaria y la orfebrería, la música, la poesía, o la dramaturgia, por nombrar algunas de sus manifestaciones artísticas y en cada uno de estos artes las Fallas aportan un destacado valor. Por último, las comisiones falleras tejen un entramado social de excepcional valor; la organización de las comisiones falleras en los barrios complementa el asociacionismo vecinal, aportando no solo relaciones sociales locales, sino todo tipo de actividades culturales, deportivas y benéficas, contribuyendo a un contexto social más humano y cohesionado.

Encontramos diferentes trabajos que analizan las Fallas desde un punto de vista social, medioambiental o histórico. Es el caso de los estudios de Ariño (1992a y 1992b), Ariño y García (2006), García (2011), Hernández (2006) y Marco et al. (2018).

Pese a la importancia de los anteriores ámbitos, este trabajo no tiene como objetivo describir, ni mucho menos cuantificar, los enfoques culturales y sociales de las Fallas. El objetivo de este estudio es **cuantificar y analizar el impacto económico de la fiesta de las Fallas en la ciudad de València**. Por tanto, el enfoque de esta investigación es el de un estudio exclusivamente económico.

3.1. Los estudios de impacto económico de eventos culturales

Los estudios sobre impacto económico tienen como objetivo principal analizar los efectos económicos que determinadas actividades, proyectos, políticas o eventos específicos pueden ejercer en una economía concreta, ya sea a nivel local, regional o nacional. Estos estudios son particularmente relevantes en el contexto de eventos culturales y festivos, donde la medición de su impacto económico cobra especial importancia por diversas razones:

- **Evaluación de políticas públicas:** proveen de herramientas esenciales para que los responsables de políticas públicas puedan medir de manera efectiva el impacto económico y el retorno social de la financiación pública. Estos aspectos son cruciales en el ámbito de la cultura festiva, donde el valor económico de eventos y actividades festivas puede ser menos visible o directo, pero no por ello menos importante.
- **Justificación de financiación:** proporcionan datos objetivos que respaldan la asignación de recursos públicos a proyectos culturales. En un entorno donde la financiación pública está a menudo bajo escrutinio, poder demostrar con cifras el impacto económico de eventos de cultura festiva es un argumento poderoso para su apoyo y sostenibilidad.
- **Planificación estratégica:** proporcionan a los responsables de las decisiones información crucial, facilitando la comprensión de las repercusiones económicas que pueden derivar de diversas opciones políticas o proyectos. Esto les permite elegir la alternativa más adecuada basándose en el impacto económico que generan y planificar las estrategias de largo plazo con mayor fundamentación empírica.
- **Comunicación y concienciación:** sirven como un medio eficaz para ayudar a los *stakeholders* a comprender y divulgar el valor económico de un proyecto o actividad, así como para fomentar la conciencia sobre su importancia.

Los estudios de impacto económico de las actividades culturales, deportivas o festivas se enmarcan en un área de la economía que se viene denominando “economía de la cultura”, una rama de la economía que viene despertando cada vez más interés entre los investigadores en la medida en que ya nadie pone en duda la existencia de una relación bidireccional y significativa entre cultura y desarrollo económico (Herrero, 2011; Perles y Díaz, 2019 y Popescu y Corbos, 2012).

Dentro de este tipo de estudios podemos encontrar desde investigaciones centradas en la estimación de los impactos económicos de eventos deportivos de gran importancia como los Juegos Olímpicos, la Copa Mundial de la FIFA, etc. (Langen y García, 2009 y Fourie y Santana-Gallego, 2011) hasta otros centrados en evaluar eventos culturales de mucha menor envergadura, pero susceptibles de ser analizados bajo las metodologías de impacto económico como festivales musicales locales, eventos deportivos, exposiciones culturales o de fiestas tradicionales de duración limitada.

La utilidad de este tipo de estudios es tal que, solo en la Comunitat Valenciana, pueden encontrarse investigaciones que abordan desde los impactos económicos de las actividades de las universidades (Pastor et al., 2019), hasta el impacto económico de eventos deportivos (Maudos y Benages, 2023), musicales (Montagud y Rausell, 2018) o de fiestas populares tradicionales como los Moros y Cristianos (Perles, 2006 y Krom, 2008), la tomatina de Bunyol (Cuenca y Giménez, 2017), las fiestas de la Magdalena de Castellón (Bernad y Aguilar, 2019) o los *Bous al Carrer* (Pastor et al., 2019).

En efecto, la evidencia acumulada sobre el impacto económico generado por las actividades culturales, particularmente las festividades y tradiciones populares, ha impulsado la realización de estudios en este ámbito durante más de tres décadas. Bien es cierto que la mayoría de estos trabajos son estudios de gasto, es decir del gato adicional generado por la

celebración de un determinado evento, pero sin entrar en el impacto económico que genera este gasto adicional. Un ejemplo precursor de estos trabajos en España es el análisis del impacto económico de la Semana Santa en España en 1995, que se enfocó en el gasto de los turistas durante esta celebración; aunque pionero en la materia, este estudio resulta incompleto, ya que se centró en la cuantificación del gasto turístico (1.028.000 visitantes y un gasto total de 17.550 millones de pesetas), sin abordar la estimación de los impactos económicos derivados de dicho gasto. Con posterioridad, diversos estudios han contribuido de manera significativa al entendimiento de este fenómeno. Presentamos a continuación los más importantes:

- Perles (2006) aborda las fiestas de Moros y Cristianos en Calpe (Alicante), utilizando la metodología *input-output* para evaluar los efectos directos, indirectos e inducidos del evento, estimando un impacto económico de 5,6 millones de euros. Este resultado subraya la importancia económica de tales celebraciones en contextos locales específicos.
- De forma similar, Herrero et al. (2006) analizan el impacto económico de la capitalidad cultural de Salamanca 2002 y utilizando multiplicadores agregados estiman un impacto económico en la región de Castilla y León de 541,7 millones de euros.
- Por otro lado, Palma et al. (2008) proponen una metodología para analizar el impacto económico de las Fiestas de Primavera en Sevilla, abarcando eventos como la Semana Santa y la Feria de Abril; aunque no proporcionan estimaciones empíricas, su enfoque destaca la relevancia estratégica del turismo cultural en el desarrollo económico local y regional. Posteriormente, Palma et al. (2014) ya utilizan la metodología *input-output* para estimar el impacto económico de las Fiestas de Primavera en Sevilla obteniendo un impacto económico de 915,8 millones de euros, de los que 204,3 millones de euros corresponden a la Semana Santa y 675,5 millones de euros a la Feria de Abril, lo que representa el 4,66% del PIB de la ciudad y el 2,69% del PIB de la provincia.
- Otro estudio muy completo y riguroso es el realizado por la Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba (2009) para estimar los impactos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba. En el aspecto económico los autores obtienen que este evento cultural genera un impacto de 42,1 millones de euros y 1.682 puestos de trabajo, representando el 0,356% del PIB y el 0,6% del empleo provincial.
- El estudio de Ulloa y Ruiz (2010) analiza el impacto del Año Xacobeo en la economía de Galicia. Este acontecimiento incrementa significativamente el turismo, con un aumento estimado de 1,5 millones de visitantes adicionales, de los cuales aproximadamente 500 mil representan un incremento permanente en visitantes anuales. El estudio estima que el año Santo contribuye entre 5 y 6 décimas de crecimiento adicional al PIB en 2010, con impactos positivos en los años subsiguientes.
- El trabajo de Pastor et al. (2011) relativo al impacto económico de las fiestas del Pilar de Zaragoza realiza una estimación basada en una metodología *input-output*

obteniendo para las fiestas del Pilar de 2010 un impacto total en la producción de 185,9 millones de euros y 3.386 empleos. A este trabajo le siguió otro estudio elaborado por el propio Ayuntamiento de Zaragoza, sin embargo, este último no es estrictamente un estudio de impacto, sino un mero resumen de las actividades realizadas en las fiestas, complementado con datos de participación y valoración de la satisfacción de los ciudadanos.

- En relación con los eventos taurinos, el informe de la UCTL (2015) sobre la programación de la Feria del Toro y los encierros de San Fermín en Pamplona estima un gasto turístico de 45 millones de euros, aunque no estima el impacto económico total generado por dicho gasto. La fiesta de San Fermín cuenta con una estimación de gasto turístico más reciente y refinada realizada por la empresa IKERFEL que cifra el gasto total en 163,4 millones, pero sin entrar en estimar el impacto de este gasto en la economía navarra en términos de renta o empleo. Esto sugiere un área de oportunidad para investigaciones futuras que aborden de manera más integral el impacto económico de esta festividad.
- El estudio de Cuenca y Giménez (2017) se centra en analizar la fiesta de la Tomatina de Buñol y examina la gestión de la fiesta por el gobierno local, destacando la baja repercusión económica en la economía local en contraste con su amplia repercusión mediática. El análisis del impacto de la Tomatina incluye encuestas realizadas a participantes, análisis de los gastos e ingresos del evento y la percepción de la fiesta por parte de comerciantes y hosteleros locales y se discute el impacto mediático de la Tomatina, pero no ofrece ninguna estimación cuantitativa del impacto, sino tan solo de los gastos realizados por el Ayuntamiento de Buñol.
- En el ámbito musical, Montagud y Rausell (2018) analizan el impacto económico y social de las sociedades musicales en la comarca de la Meseta de Requena-Utiel, destacando su rol como una seña de identidad valenciana. Se destacan los efectos positivos de la educación musical en el desarrollo intelectual y su impacto en la empleabilidad y la economía local.
- El trabajo de Alcázar et al. (2018) estima el impacto económico generado por los residentes, turistas y excursionistas como consecuencia de sus visitas para presenciar los desfiles procesionales de la Semana Santa de Málaga. Los autores utilizan la metodología *input-output* y estiman un impacto total de 102,7 millones de euros y 1.358 empleos en el año 2018.
- El estudio de Perles y Díaz (2019) estima el impacto económico generado por dos fiestas populares de un destino turístico consolidado, Calp (Alicante): las fiestas de Moros y Cristianos y la Fiesta de la Cerveza. Este estudio tiene carácter pionero porque utiliza por primera vez las nuevas tecnologías para explotar de grandes volúmenes de datos (*big data*) obtenidos a través de la telefonía móvil. Sus resultados revelan que mediante estas técnicas innovadoras se afinan los impactos evitando los riesgos de sobreestimación asociados a las técnicas clásicas de análisis económico, pero no ofrece una estimación cuantitativa de los impactos económicos generados.

- El estudio de Bernad y Aguilar (2019) resalta la relevancia de los eventos tradicionales, en particular las Fiestas de la Magdalena de Castelló, como impulsores económicos y creadores de nuevos nichos de mercado, subraya la importancia de la marca territorial y destaca la importancia de integrar el desarrollo económico con la marca de la ciudad y el evento tradicional. Sin embargo, no ofrece ninguna estimación cuantitativa del impacto de las fiestas.
- Pastor et al. (2019), utilizando la metodología *input-output*, estiman el impacto económico de los *bous al carrer*, un festejo taurino de enorme tradición en la Comunitat Valenciana que se celebra en el 94% de las comarcas de la Comunitat Valenciana y muy especialmente en la provincia de Castellón, donde está arraigado en el 100% de las comarcas. Sus resultados indican que la celebración de los *bous al carrer* suponen una inyección de demanda de 155,5 millones de euros en la Comunitat Valenciana que generan un impacto total (directo, indirecto e inducido) sobre la producción y la renta de la Comunitat Valenciana de 299,9 millones de euros de ventas adicionales, 92,3 millones de euros de rentas adicionales y 3.095 empleos anuales adicionales en la Comunitat Valenciana.
- El estudio de Artal et al. (2021) sobre el impacto económico de la Semana Santa en el Municipio de Lorca utiliza una metodología *input-output* y estima un impacto en output de 19,8 millones de euros, 11,9 millones de euros en renta y 281 empleos.
- Más recientemente, Fernández-Ramos et al. (2022) estiman los impactos económicos y de las recreaciones históricas de “Las Bodas de Isabel de Segura” en Teruel. Los resultados reflejan un volumen de gasto adicional de 5,9 millones de euros. El estudio no detalla la metodología de forma detallada, pero se indica que se genera un impacto económico de 16 millones de euros sin estimar el impacto en el empleo.

Todos estos estudios recientes demuestran una tendencia hacia el uso de metodologías más avanzadas y detalladas, alguno con el uso de las nuevas tecnologías y *big data*, para evaluar de forma cada vez más precisa el impacto económico de eventos culturales y festivos, reflejando su creciente importancia en el desarrollo económico y turístico de las regiones.

3.2. Los primeros estudios económicos de las Fallas de València

Si bien nadie pone hoy en duda la utilidad de un estudio de impacto económico de las Fallas de València, hasta el momento esta fiesta no cuenta todavía con un estudio de impacto económico riguroso. Solo se dispone de un trabajo completo, el “Estudio del Impacto económico y social de las Fallas en la ciudad de Valencia” de la Intergrupació de Falles de València (2008). También se conocen otros con un enfoque parcial centrado en la actividad turística, como es el caso del trabajo “Impacto turístico de las Fallas de Valencia y las Hogueras de Alicante”, de Marco et al. (2018), que incorpora un estudio realizado por el Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana, en colaboración con la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia y la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia, y el informe de Hosbec (2023), y que recoge información de las empresas hoteleras y turísticas tras la campaña de la semana fallera analizada. Estos trabajos tienen la loable virtud de ser los primeros intentos de aproximación de la importancia económica y turística de la fiesta a la economía de la ciudad pero, como pioneros que son, no cuentan con el rigor científico

que se puede conseguir en la actualidad gracias a las nuevas metodologías de investigación. Además, en sentido estricto, no presentan un carácter global ni son estudios de impacto económico.

Así, en el **Estudio del Impacto económico y social de las Fallas en la ciudad de Valencia** se afirma que tiene como “objetivo principal cuantificar y valorar el impacto económico y social de las Fallas en la ciudad de Valencia”. El estudio busca ofrecer una perspectiva diferente de estas fiestas populares, destacando su papel como generadoras de riqueza para múltiples sectores de la economía local y su importancia como una de las principales atracciones turísticas de la ciudad, atrayendo tanto a visitantes nacionales como internacionales y mostrar así las aportaciones de la fiesta a la sociedad valenciana. Adicionalmente, persigue aportar datos “objetivos” que frenen las dudas y prejuicios que a menudo se esgrimen sobre las externalidades negativas de la fiesta. La Interagrupación considera que es “su obligación informar objetivamente al conjunto de ciudadanos de la sociedad valenciana para que a través de datos objetivos generen su propia opinión sobre el impacto que tienen las Fallas en la sociedad valenciana”. Asimismo, al igual que el presente estudio, se subraya que el estudio no entra en la valoración de otro tipo de aspectos que por sí solos justificarían la fiesta, aspectos como la cultura, tradición, convivencia como a ciudadanía como arte, sino que solamente se centra en aquellos aspectos puramente económicos.

El trabajo se enfoca en la relevancia económica y las repercusiones de la fiesta en diversos sectores, como hostelería, turismo y comercio. Emplea un enfoque metodológico basado en datos económicos recopilados de encuestas, muestreos y supuestos para estimar el gasto generados por las Fallas. Los resultados muestran un gasto económico significativo de 753,8 millones de euros y la generación de 7.580 empleos, beneficiando a sectores como hostelería, transporte, y artesanías relacionadas con la festividad.

Este estudio, aunque pionero, tiene algunos puntos débiles. En su introducción afirma que “el criterio general aplicado a este estudio es el de datos objetivos a la baja”, sin embargo, algunas de las cifras que sustentan la estimación del gasto están claramente sobrestimadas de acuerdo con las cifras oficiales ahora disponibles. La cifra más destacable es la relacionada con el gasto de turistas en restauración y hostelería, pues se asume que vienen a València 1.350.000 personas, durante 3 días y que realizan un gasto medio de 125 euros al día.

En primer lugar, podemos afirmar que las cifras de viajeros manejadas resultan ser incompatibles con la oferta de alojamientos disponible, no ya en la capital valenciana, sino en toda la Comunitat Valenciana. Así, según los datos del INE de marzo de 2023 en toda la Comunitat Valenciana había 310.607 plazas en hoteles, campings, apartamentos turísticos y de turismo rural. Con esta oferta de alojamiento, resulta inviable alojar a las 1.350.000 personas señaladas, ni siquiera asumiendo que muchos de ellos se alojaran en casas de familiares y amigos (**cuadro 6**).

Efectivamente, las técnicas de estimación actualmente disponibles, en las que se basan los datos del informe LUCA de Movistar presentados (apartado 2.2.3), permiten comprobar que la cifra diaria de visitantes adicionales es, con carácter general, entre 300 y 400.000 visitantes diarios y que en el conjunto de la semana fallera el número de visitantes únicos totales ronda los 800.000. Asimismo, las estimaciones basadas en los terminales de los *smartphones*, la geolocalización y el *big data* no solo permiten recontar el número de transeúntes en la ciudad, sino diferenciar según su procedencia. Puesto que no todos los visitantes

(internacionales, nacionales, provinciales) tienen el mismo gasto medio, la consideración de la cantidad fija de este estudio sobrevalora en mucho esta partida.

Cuadro 6. Plazas estimadas por tipo de alojamiento. Comunitat Valenciana y España. Marzo de 2023

	Comunitat Valenciana	España
Hoteles	126.663	1.270.726
Campings	73.915	346.218
Apartamentos turísticos	103.933	409.675
Alojamientos de turismo rural	6.096	151.729
Total	310.607	2.178.348

Fuente: Ine.

En relación con el gasto de cada uno de los turistas, el estudio supone que los 1.350.000 visitantes gastan 173 euros/día¹⁶ durante 3 días. Esta cifra sobreestima doblemente el gasto medio de los turistas y visitantes. En primer lugar, porque es sensiblemente superior a la ofrecida por en la encuesta de gasto turístico (Egatur) proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) para los turistas internacionales que viajan por motivos de ocio y que asciende a 134 euros al día (**cuadro 7**). En segundo lugar porque el estudio supone que todos los turistas de la ciudad que vienen con motivo de las Fallas son turistas internacionales pero, tal y como hemos mostrado en el apartado 2, gran parte de ellos son nacionales e incluso excursionistas y según Egatur los turistas nacionales de la Comunitat Valenciana suelen realizar gastos medios muy inferiores (83 euros/día de media) y los excursionistas de la Comunitat Valenciana realizan gastos todavía más reducidos (38,4 euros/día).

Cuadro 7. Gasto medio de los turistas y excursionistas. Comunitat Valenciana. 2023 (euros/día)

	Comunitat Valenciana	España
Turistas internacionales	134,0	185,0
Turistas nacionales	81,1	83,6
Excursionistas	38,3	40,4
Turistas internacionales	134,0	185,0

Fuente: Ine.

En definitiva, este primer estudio sobreestima el gasto turístico en varios aspectos: a) las cifras estimadas por este estudio son incompatibles con las cifras del INE en cuanto a oferta de alojamiento disponible en toda la Comunitat Valenciana para dar alojamiento a 1.350.000 visitantes, b) las cifras de gasto medio están muy por encima de las de gasto medio de los turistas internacionales y c) la gran parte de las personas que asisten a las Fallas son nacionales y regionales, con un gasto notablemente inferior al de los turistas internacionales.

¹⁶ Este estudio asume un gasto diario de 125 euros/día, lo que corresponde a 173 euros actualizados a euros de 2023

También están sobreestimadas otras partidas. Es el caso del concepto “loterías”, que aparece con una cifra elevada, sin considerar que la comisión fallera no es una comisionista; es decir, se convierte en una fuente de ingreso de las comisiones falleras (por el beneficio asociado a su venta), pero no tanto un elemento de coste, más que el consumo que realiza para sí misma o sus falleros. También hay otras partidas que, como consecuencia de los lógicos cambios de tendencias en el mundo fallero en los quince años que hace desde el estudio (menor participación en actos protocolarios, reducción en el tamaño de las bandas de música, incorporación de *collas de tabals i dolçaines*, cambio de verbenas por discomóviles, etc.) deberían revisarse la previsión, a la vez que hay otras que, probablemente, conlleve gastos mayores (mayor interés por la indumentaria).

Por otra parte, aunque el trabajo se anuncia como “de las Fallas de la ciudad de València” no queda claro si los datos que se aportan se refieren al conjunto de las fallas de la ciudad o a las del ámbito de influencia de Junta Central Fallera, que incluye las poblaciones de Burjassot, Mislata, Quart de Poblet y Xirivella. Si así fuera, se está sobreestimando los gastos incurridos por falleros y comisiones en algunas de las partidas (aproximadamente el 13,5% del censo de falleros censados en Junta Central Fallera y el 9,5% de comisiones corresponde con poblaciones de fuera de la ciudad).

También se observa la falta de varios informantes agentes de gasto; mientras que se hacen muestreos económicos sobre fallas y agrupaciones, no se tiene en cuenta información proveniente de otros agentes fundamentales, como falleros o administraciones públicas.

Utilizando estos supuestos, el estudio de 2008 ofrece una cifra de 753,8 millones de euros de gasto adicional, una cifra que en nuestra opinión y por las razones expuestas sobreestima enormemente el gasto que se produce con motivo de las Fallas, mientras que otros, dependientes de los agentes omitidos, no son consideradas.

En cualquier caso, hay que subrayar que este estudio es un estudio de gasto y no de impacto económico. Es decir, estima el gasto generado por la fiesta fallera, pero no el impacto económico indirecto e inducido en las ventas, la renta y el empleo que genera ese gasto en otros sectores económicos de la ciudad o en la región¹⁷.

El trabajo del **Impacto Turístico de las Fallas de Valencia** del Observatorio turístico de la Comunitat Valenciana, recogido en el trabajo de Marco et al. (2018), tiene dos objetivos fundamentales: conocer el número y perfil de visitantes que efectivamente hay en la ciudad durante la semana fallera y analizar el impacto de las Fallas sobre las empresas del sector turístico, concretamente, hoteles y restaurantes.

Para conocer el número de personas presentes en las calles de la ciudad durante los días principales del evento parten de un número de personas facilitado por la fundación

¹⁷ El estudio ofrece una cifra de empleo generado a través de la suma de contratos fijos anuales y temporales durante toda la época fallera. Este procedimiento tiene varias objeciones. En primer lugar, implica asumir que todos los contratos celebrados en la semana fallera se deben a la celebración de las fallas, sin considerar que la mayoría de ellos se habría realizado igualmente sin su celebración, como así sucede en otras épocas del año. En segundo lugar, aunque así fuera, se trataría de cifras de empleo directo en València, sin contemplar los empleos indirectos e inducidos en otros sectores de la economía. Finalmente, el impacto del empleo trasciende a la ciudad de València y no debe limitarse a la ciudad o provincia, sino que se genera en toda la Comunitat Valenciana, pues muchos de los proveedores que atienden a la demanda adicional generada de forma directa, indirecta e inducida por las fallas no están ubicados necesariamente en València, sino en otros municipios de la Comunitat Valenciana.

TurisValencia, al que se la aplica unos coeficientes ponderados estimados a través de encuestas dirigidas a los ciudadanos que asistieron a los principales actos. Los datos los contrasta con otras fuentes como AENA, RENFE y la DGT. El trabajo destaca la asistencia de aproximadamente 865.000 personas. El estudio detalla la distribución de asistentes, la procedencia y el tipo de alojamiento. Además, se examina el grado de satisfacción de los visitantes y la influencia del calendario de las Fallas en la actividad turística y hotelera. Nuevamente nos encontramos con una cifra sobrevalorada aunque, en esta ocasión, mucho más próxima a la última oleada del informe LUCA.

Para conocer el impacto económico sobre las empresas del sector turístico se pasó un cuestionario a las empresas hoteleras (restaurantes, bares y cafeterías) y a los hoteles de la ciudad de València. Permite reconocer el gasto medio diario por tipo de turista¹⁸ y el gasto total, incluyendo el gasto generado por los propios habitantes de la ciudad, cuya estimación durante la semana fallera alcanza unos 104.5 millones de euros.

Tal y como hemos destacado, se trata de un estudio parcial, en tanto que solo estima el gasto turístico, y no el realizado por otros agentes que generan también un volumen importante de gasto adicional. Además, como comprobamos, el resultado es un estudio de gasto, en tanto que no estima el impacto económico que genera dicho gasto.

Más recientemente, el trabajo de la patronal hotelera **Hosbec** (2023) ha estimado que las Fallas han dejado un impacto económico de 700 millones de euros, de los que 30 millones corresponden a ingresos por concepto de alojamiento hotelero. Según el informe de ocupación hotelera de Hosbec, los hoteles de la ciudad de València se han situado en un 77,7% en la primera quincena de marzo, frente al 77,6% en 2019, más de dos puntos por encima de la segunda quincena de febrero. El principal turista ha sido el español, que ha supuesto un 35,7% de las pernoctaciones. El 64,3% restante se corresponde a viajeros extranjeros, encabezados por Países Bajos (8,3%), Reino Unido (8,1%) y Alemania (6,3%). Esta información se extrae de la nota de prensa y aunque no se explicita la forma de cálculo de esta cifra de gasto, parece deducirse que se basa en datos hoteleros de todo el mes de marzo y que no se trata de gastos adicionales con motivo de las Fallas, motivo por el cual no podría afirmarse que estos 700 millones sean debidos a la fiesta fallera. Asimismo, al igual que los estudios anteriores, se trata de un estudio de gasto, en tanto que no estima el impacto económico que genera el mismo y, además, es un trabajo parcial, en tanto que solo estima el gasto turístico y no el realizado por otros agentes que generan también un volumen importante de gasto adicional.

¹⁸ El estudio estima un gasto medio diario de 245,44 euros/día para el visitante que pernocta en hotel, 80 euros/día para el que pernocta en casas de amigos o familiares, 30,59 euros/día en el caso de los residentes en la ciudad y 47,61 euros/día en el caso de los excursionistas.

3.3. Metodología del estudio

3.3.1. Objetivo y subobjetivos

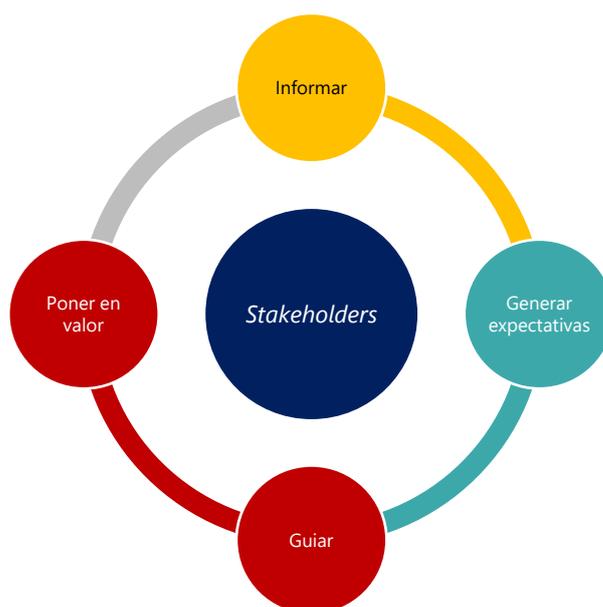
El Ayuntamiento de València ha promovido la realización del estudio de impacto económico de las Fallas de la ciudad de València, que tiene como objetivo principal cuantificar y analizar el impacto económico de la fiesta de las Fallas en la ciudad. Con este encargo, el Ayuntamiento ha realizado un ejercicio de responsabilidad social, mostrando a los *stakeholders* los resultados económicos y turísticos que se obtienen por la celebración de la fiesta fallera a través de su impacto en producción y empleo y comprobando hasta qué punto los recursos municipales que se han destinado a apoyar a las Fallas están justificados por el retorno económico de la actividad fallera.

Los resultados del estudio son clave para que el Ayuntamiento, como agente destacado de la fiesta, comunique y resalte ante la sociedad la importancia social y económica de las Fallas, aumentando el entendimiento sobre sus externalidades negativas que, como cualquier evento masivo, generan.

Además, los resultados pueden ser utilizados por el Ayuntamiento para promocionar València internacionalmente y crear una imagen de marca capaz de mejorar el atractivo de la ciudad para potenciales turistas e inversores.

En resumen, además del interés que pueda tener la medición de los beneficios económicos de organización de la fiesta, este estudio de impacto económico tiene cinco subobjetivos que se muestran en la **figura 1** y que se describen a continuación.

Figura 1. Utilidad del estudio de impacto económico de las Fallas



Fuente: Elaboración propia.

- *Informar*: Justificar las decisiones de inversión (privada y pública) frente a la sociedad y ante las Administraciones Públicas, así como comunicarlas con transparencia a la sociedad.
- *Generar expectativas*: Atraer el interés de patrocinadores y otras fuentes de financiación
- *Guiar*: Orientar actuaciones por parte de los agentes implicados a favor de un mejor aprovechamiento de las oportunidades que proporciona esta fiesta.
- *Poner en valor*: Mejorar la reputación y el reconocimiento social de la fiesta no solo como patrimonio cultural sino como dinamizador económico de la ciudad.
- *Gestión de stakeholders*: Dar argumentos a los agentes de la fiesta para mejorar sus relaciones con los grupos de interés.

3.3.2. Alcance

Las Fallas es una fiesta de gran arraigo en la Comunitat Valenciana. Aunque un desconocedor de la fiesta podría pensar se circunscriben solo a la capital, València, como ya se ha indicado, Junta Central Fallera también asume la coordinación de las comisiones falleras de algunas de las poblaciones importantes del área metropolitana de esta ciudad, concretamente las de Burjassot, Mislata, Quart de Poblet y Xirivella. Además, las fiestas se celebran en otras muchas poblaciones de la comunidad. La **figura 2** muestra todas aquellas que necesitan de su coordinación a través de Juntas Locales Falleras.

Figura 2. Juntas Locales Falleras en la Comunitat Valenciana

Alaquas	Albal	Alberic	Alboraia	Aldaia	Alfajar	Algemesí	Alginet
Almenara	Almassera	Almussafes	Alzira	Benaguasil	Benetússer	Benicarló	Benidorm
Benifaió	Bétera	Borriana	Buñol	Carcaixent	Carlet	Catarroja	Chella
Cheste	Cullera	Denia	Elda	Foios	Gandía	Godella	La Llosa de Ranes
La Pobla de Farnals	La Pobla de Vallbona	L'Eliana	Lliria	Manises	Massamagrell	Massanassa	Moncada
Náquera	Oliva	Paiporta	Paterna	Pego	Picanya	Picassent	Puçol
Ribarroja del Turia	Sagunt	San Antonio de Benagéber	Sedaví	Silla	Sollana	Sueca	Tavernes Blanques
Tavernes de Valldigna	Torrent	Turís	Utiel	Vall d'Uixó	Vilanova de Castelló	Xàtiva	

Fuente: Junta Central Fallera y locosporlasfallas.com.

Además, no se puede desdeñar la celebración en otras poblaciones de la Comunitat Valenciana que no requieren de la puesta en marcha de una Junta Local^{19 20}.

Este trabajo recogerá exclusivamente el gasto de los agentes implicados en la celebración de las Fallas en la ciudad de València.

El impacto generado por el conjunto de las Fallas de la Comunitat Valenciana será mayor del que aparecerá aquí analizado y no queda duda del interés de su cálculo. Queda como cuestión por valorar en el futuro la posibilidad de extender esta metodología para estimar el impacto económico total de esta manifestación festiva en el conjunto de su área de celebración.

3.3.3. Metodología

La evaluación del impacto económico de un evento como las Fallas es una tarea compleja. Este estudio toma como base la aproximación metodológica desarrollada por Pastor et al. (2009 y 2013) basada en la metodología *input-output* e implementada en numerosos estudios de impacto realizados por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) (**anexo 1**)²¹.

El primer paso es la delimitación de los agentes vinculados a la fiesta de forma directa o indirecta. Se trata de agentes que, aunque no todos participan en la organización de la fiesta, sí realizan un volumen importante de gastos adicionales como consecuencia de la celebración de las Fallas. Dado que se desea estimar el impacto de las Fallas, solo se deben considerar aquellos gastos que se desarrollan con motivo de su celebración y que, por tanto, no se habrían realizado sin ellas. En este estudio se contempla el gasto adicional realizado por seis agentes, aunque su importancia en términos de volumen de gasto sea muy diferente (**figura 3**).

¹⁹ Es el caso de los municipios de Alborache, Albuixech, Alcàsser, L'Alcúdia, Alfara del Patriarca, Alfarop, Benicull de Xúquer, Beniparrell, Benirredrà, Bolbaite, Bonrepòs i Mirambell, Càrcer, Casinos, Chiva, El Puig, Enguera, Faura, Fortaleny, Genovés, Gilet, Godella, Guadassuar, Llaurí, Loriguilla, Lloc Nou de la Corona, Llombai, Massalavés, Masalfasar, Meliana, Monserrat, Montroi, Museros, Ontinyent, Polinyà del Xuquer, Pobla de Farnals, Pobla Llarga, Real, Riola, Rocafort, Rotglà i Corbera, Vallada, Vinalesa, Vilamarxant, Xeraco o Yátova, todos ellos en la provincia de Valencia. También hay que señalar las comisiones de Almenara en Castellón y Onil en Alicante.

²⁰ Por iniciativa de la Diputación de Valencia, con el objetivo de ayudar al Gremio de Artistas Falleros y llevar la fiesta de las Fallas a localidades sin tradición o con escasa actividad fallera, en 2022 y 2023 se han plantado fallas en algunas poblaciones, aunque no se puede afirmar que en ellas se celebren la fiesta. Es el caso de Albaida, Atzeneta d'Albaida, Benigànim, Bocarent, Castelló de Rugat, L'Olleria y Quatretonda (La Vall d'Albaida); L'Alqueria de la Comtessa, Almoines, Daimús, Ròtova, Palma de Gandia, Vilallonga, Benifairó de la Valldigna, Barx y Miramar (La Safor); Alpuente, Andilla, Bugarra, Calles, El Collado de Alpuente, Gestalgar, Higuera, Titaguas y Sot de Chera (La Serranía); L'Alcúdia de Crespins, Cerdà, Estubeny, la Font de la Figuera, Llanera de Ranes, Llocnou d'En Fenollet, Moixent y Novetlé (La Costera); Camporrobles, Villargordo del Cabriel, Chera, Venta del Moro y Las Cuevas de Utiel (Requena-Utiel); Antella, Beneixida, Catadau, Benimuslem, Cotes, Manuel, Sellent y Senyera (Ribera Alta); Benicull de Xúquer (Ribera Baja); Albalat dels Tarongers, Benifairó de les Valls y Petrés (Camp de Morvedre); Gátova, Marines y Serra (Camp de Túria); Ayora y Jalance (Valle de Ayora); Dos Aguas y Siete Aguas (La Hoya de Buñol-Chiva); Emperador (Horta Nord) y Anna, Quesa y Millares (Canal de Navarrés).

²¹ Esta metodología ha sido implementada en numerosos estudios realizados por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) para estimar el impacto económico de universidades públicas en sus respectivos territorios (Pastor et al., 2019).

Figura 3. Agentes generadores de gasto

Fuente: Elaboración propia.

Para estimar los gastos adicionales realizados por estos seis agentes se ha utilizado información procedente de cinco fuentes principales:

- **Encuestas a familias falleras:** Se utiliza información sobre volumen de gasto en distintos conceptos a través del procedimiento que se describe en la sección siguiente. La información de las encuestas recibidas ha permitido estimar el gasto medio de los falleros en diferentes partidas de gasto (encuesta completa disponible en el **anexo 2**).
- **Encuestas a comisiones falleras:** Se utiliza información sobre el volumen de gastos de las comisiones en los distintos conceptos recopiladas por el procedimiento descrito en la sección siguiente (encuesta completa disponible en el **anexo 3**).
- **Encuestas a visitantes, excursionistas y residentes:** Se utiliza información procedente de encuestas personales presenciales encargadas por Visit Valencia. La información de estas encuestas ha permitido estimar el gasto medio de los visitantes y residentes en diferentes partidas de gasto, así como su estancia media en la ciudad (encuesta completa disponible en el **anexo 4**).
- **Información sobre número de visitantes y excursionistas:** Se utiliza información proporcionada por Telefónica a través de su red de telefonía para identificar el número de personas que transitan por la ciudad durante la semana fallera y fines de semana previos.

- **Información recopilada de forma directa:** Se ha recogido información sobre gastos realizados por las 24 agrupaciones de fallas, así como por las instituciones públicas (Ayuntamiento, Diputación de Valencia, Generalitat Valenciana y Delegación de Gobierno) en conceptos como limpieza, seguridad, bomberos, etc. y por empresas colaboradoras con la fiesta.

Mientras que la valoración del gasto de las autoridades públicas es una tarea relativamente sencilla, aunque costosa, que puede derivarse directamente de los datos extraídos de la liquidación de sus presupuestos anuales, la obtención de las cifras de gasto realizado por otros agentes vinculados a la fiesta fallera es una tarea mucho más difícil pues, como se verá posteriormente, implica recopilar información muy dispersa y que solo puede realizarse mediante la generosa colaboración de los agentes implicados.

Tras la estimación de los gastos adicionales realizados por estos seis agentes, se procede a la estimación de los conocidos como impactos económicos directos, indirectos e inducidos sobre la producción, renta y empleo en la Comunitat Valenciana que se producen como consecuencia de las Fallas, una tarea significativamente más complicada desde una perspectiva metodológica. Dentro del campo de la investigación económica, existen diversas metodologías para estimar el impacto económico que un aumento de demanda puede tener sobre la economía de una región o territorio específico. No obstante, el método más empleado por su precisión y ventajas en los resultados es el análisis *input-output* (ver el **anexo 1**).

La metodología *input-output* es una técnica que considera la interdependencia entre los diferentes sectores de una economía. Para ello se toma como base la tabla *input-output* (TIO) que ilustra cómo los productos o servicios de cada sector de la economía se convierten en *inputs* para otros sectores. La matriz *input-output* se compone de filas y columnas que representan diferentes sectores de la economía. Cada fila muestra la distribución de la producción de cada sector entre varios usos, incluyendo tanto el consumo intermedio (es decir, los *inputs* a otros sectores) como el consumo final. Cada columna muestra los *inputs* de cada sector a la producción del resto de sectores²².

Este estudio utiliza la metodología análisis *input-output* tomando como base la última TIO disponible para la Comunitat Valenciana con el fin de cuantificar los impactos agregados derivados de la celebración de las Fallas en la economía de la Comunitat Valenciana y los impactos desagregados a nivel sectorial para el año 2023.

Es conveniente subrayar que, aunque la metodología *input-output* sea la más utilizada en los estudios de impacto económico, tiene algunas limitaciones que deberán tenerse en cuenta al interpretar los resultados. Una de las más importantes es que los resultados de impacto económico que se obtienen están referidos al conjunto de la Comunitat Valenciana y no a la ciudad de València, pues la metodología se basa en la TIO de la Comunitat Valenciana y no permite contemplar posibles impactos diferenciales a nivel intracomunidad. No obstante, es evidente que la distribución de los impactos no afecta de igual forma a todos los municipios de la Comunitat Valenciana, sino que en este caso serán la ciudad de València y los

²² Por ejemplo, la producción de trigo por parte del sector agrícola puede ser un *input* para la producción de harina en el sector agroalimentario, que a su vez puede ser *input* para hacer buñuelos en un comercio del sector del comercio minorista, que a su vez puede ser *input* del sector de la restauración, y así sucesivamente.

municipios pertenecientes a su área metropolitana los territorios más directamente beneficiados, ya que serán empresas ubicadas mayoritariamente en estos municipios las que satisfagan las compras de bienes y servicios realizados por los agentes²³.

En el estudio se estiman los impactos económicos en términos de producción, renta y empleo en la economía valenciana asociados a la adicional generada por la actividad económica dinamizada por las Fallas. El análisis realizado puede ser considerado como un ejercicio contrafactual en la medida en que valora las repercusiones económicas que tendría la no celebración de las Fallas sobre la economía valenciana. El estudio estima los impactos económicos directos, los indirectos y los inducidos:

- **Impactos Directos:** Se refieren a los efectos inmediatos en la actividad económica de la Comunitat Valenciana, originados por los gastos efectuados por los agentes relacionados con las Fallas (falleros y falleras, comisiones falleras, agrupaciones de fallas, residentes no falleros, visitantes, instituciones y empresas). Estos impactos representan la primera respuesta de la economía local a los gastos asociados a la celebración.
- **Impactos Indirectos:** Surgen como consecuencia de las interacciones entre distintos sectores económicos dentro de la Comunitat Valenciana. Los sectores que se benefician directamente de la demanda generada por los agentes falleros, a su vez, efectúan compras adicionales de bienes y servicios a sus proveedores para satisfacer esta demanda. Esto desencadena una serie de iteraciones en cadena, donde los proveedores, a su vez, incrementan su demanda hacia otros sectores de la economía, principalmente dentro de la misma comunidad. Los impactos indirectos son la suma de todos estos incrementos en la demanda que se producen en cada ronda de transacciones.
- **Impactos Inducidos:** Se trata de los incrementos en la actividad económica que derivan de los gastos realizados por los hogares, como respuesta al aumento de su renta como consecuencia de los mencionados impactos directos e indirectos.

Estos dos últimos tipos de impactos juntos forman lo que se conoce como el "efecto multiplicador" de la inyección de gasto adicional generada por la existencia de las Fallas. El **anexo 1** describe la metodología del cálculo de los impactos sobre el resto de los sectores a través del análisis *input-output* (**figura 4**).

²³ En Pastor et al. (2009) se describen otras limitaciones.

Figura 4. Gastos adicionales por agente e impactos económicos generados por las Fallas



Fuente: Elaborado a partir de Pastor et al. (2009).

El procedimiento de estimación para estimar los impactos económicos puede resumirse en las siguientes fases (**figura 5**):

- **Fase I: Delimitación de los agentes generadores de gasto.** La primera etapa consiste en identificar los agentes relacionados con la actividad fallera y que realizan gastos susceptibles de generar impactos económicos. En este estudio se contemplan seis agentes generadores de gasto: falleros y falleras, comisiones falleras, agrupaciones falleras, residentes (no falleros) y visitantes, empresas e instituciones públicas.
- **Fase II: Cuantificación del gasto de los agentes.** Una vez identificados los agentes generadores de gasto se calcula el gasto realizado por cada uno de ellos. El método para determinar el gasto realizado por cada uno de los agentes involucrados varía en función del agente en cuestión. El gasto de los falleros procede de la combinación de información sobre el gasto medio por fallero procedente de encuestas en línea con el número total de falleros. En el caso de las comisiones el gasto proviene de sus respectivos presupuestos, recopilados por medio de encuestas en línea tal y como se detalla en las siguientes secciones. El gasto realizado por los residentes no falleros, visitantes y excursionistas se estima a partir de la información sobre gasto medio obtenida de encuestas presenciales personales y de datos sobre el número de individuos tal y como se detalla en las siguientes secciones. Finalmente, las cifras de gasto de las empresas e instituciones provienen de las cifras de gasto recopiladas de forma individualizada por las instituciones públicas y empresas colaboradoras.
- **Fase III: Imputación sectorial del gasto.** Tras cuantificar los gastos realizados por cada agente se asignan a los distintos sectores económicos de la TIO de la Comunitat Valenciana.

- **Fase IV: Estimación del impacto económico.** Una vez realizada la imputación sectorial de los gastos de cada agente, se estima el impacto total agregado y el desagregado, tanto por sectores económicos como por agentes, siguiendo la metodología *input-output* descrita en el **anexo 1**.

3.3.4. Los agentes generadores de gasto

Como se ha advertido, en este estudio se contemplan seis agentes generadores de gasto adicional con motivo de las Fallas: falleros y falleras, comisiones falleras, agrupaciones, visitantes y residentes, empresas y administraciones públicas (véanse **figuras 3 y 4**).

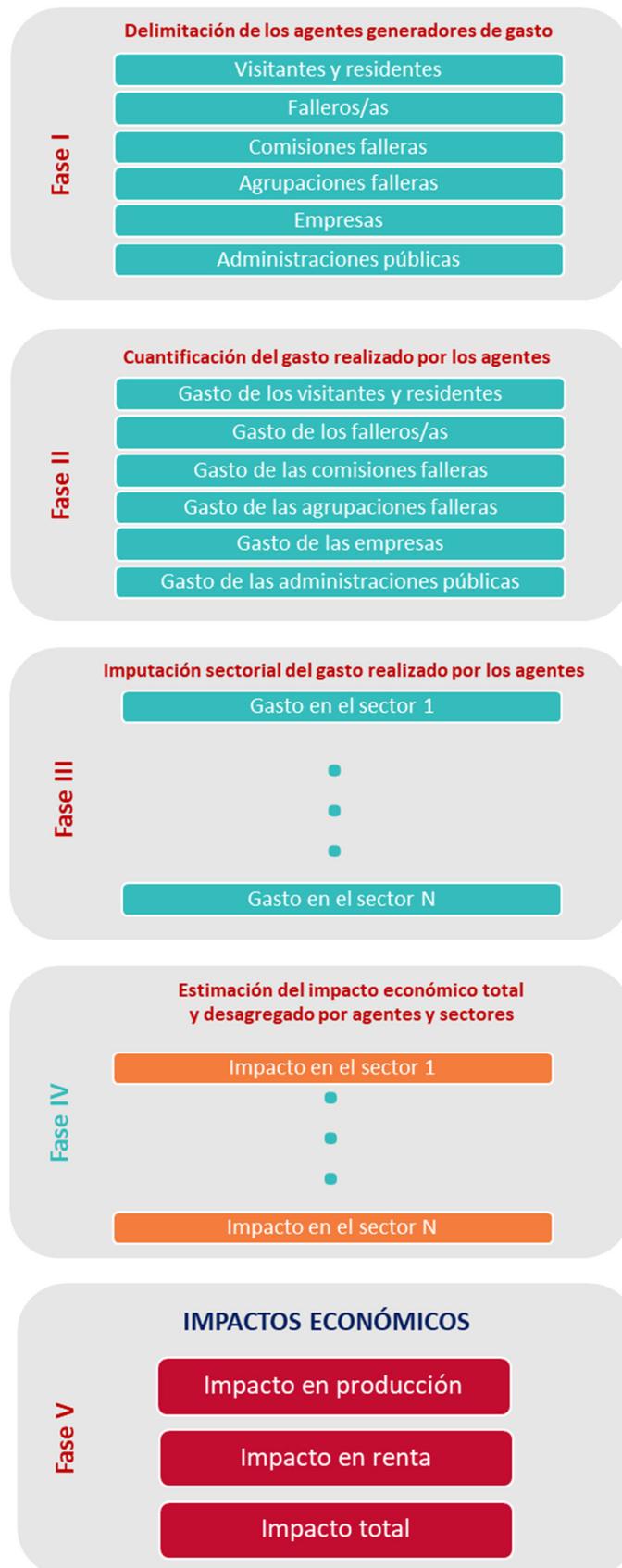
Recabar la información en cuanto al gasto de cada uno de los colectivos identificados como agentes de gasto requiere de un abordaje específico para cada uno. No se trata solo de diseñar encuestas cuyas propuestas de gasto se adapten a cada colectivo, sino también de plantear el canal más adecuado para obtener el mayor número posible de respuestas en cada tipo de agente.

Con el fin de realizar una primera aproximación a los colectivos más directamente implicados en la fiesta y concienciar del inicio del estudio, en junio de 2022 se convocaron dos *focus groups*, en cuya inauguración estuvieron presentes autoridades municipales y universitarias, para comentar la importancia de la fiesta sobre la economía regional. En el primero se dieron cita tanto representantes de comisiones falleras como personalidades del mundo fallero (el presidente de la Interagrupación de Fallas de València y la secretaria general y la coordinadora general de Junta Central Fallera), junto con el director gerente de Visit Valencia y medios de comunicación. El segundo *focus group* se orientó a los sectores económicos más estrechamente vinculados, participando representantes de los artistas falleros, de la indumentaria, la música, la pirotecnia y la restauración. Esta iniciativa permitió visibilizar el interés del estudio y poner énfasis en el rigor metodológico que le acompañaría y que requeriría de la colaboración de todos los estamentos implicados.

Unos meses después, y con motivo de la celebración del día mundial del turismo, el 27 de septiembre se celebró una mesa redonda a la que fueron invitados los cabezas de las concejalías directamente implicadas en el estudio, la de hacienda y la de cultura festiva, junto con un representante del organismo gestor del turismo de la ciudad y el director de este estudio de impacto económico. Gracias a esta jornada, que de nuevo fue recogida en la prensa local, se reavivó el interés por este estudio y se insistió en la importancia de que todos los agentes estuviesen dispuestos a aportar los datos de gasto que se les requiriesen.

A lo largo de estos meses, el equipo investigador ha mantenido una presencia constante en medios de comunicación, persiguiendo que el mundo fallero se concienciase de la importancia del estudio y se prestase a participar en masa. Asimismo, acudieron a diversas reuniones del colectivo fallero, tanto a asambleas de presidentes de falla como a reuniones del pleno de Junta Central Fallera.

Figura 5. Fases para la estimación del impacto económico de las Fallas



Fuente: Elaborado a partir de Pastor et al. (2009).

Todas estas acciones han sido fundamentales para concienciar a falleros y comisiones de que su colaboración era fundamental para conseguir los datos que permitirían una correcta realización del estudio de impacto económico.

Los siguientes apartados describen los detalles de la recogida de información sobre el gasto realizado por cada uno de los cinco agentes asociados a la actividad fallera siguiendo las fases descritas en la **figura 5**.

Las falleras y falleros

Las falleras y falleros apuntados a las comisiones falleras constituyen el primer agente de gasto.

En la ciudad de València había 89.163 personas falleras en 2023, de las que aproximadamente el 44% son mujeres y el resto hombres. Los falleros y falleras son un colectivo muy heterogéneo, tanto por edad, como por estrato socioeconómico o estilos de vida. Además, su compromiso con la fiesta es mayor en los ejercicios en los que ocupan algún lugar destacado en la fiesta como miembros del cuadro de honor²⁴. Esta diversidad dificulta el análisis de su gasto, que se reparte entre el que realizan durante la semana fallera y en el resto del ejercicio.

En la elaboración del cuestionario que recogería la información sobre el gasto en que incurre este colectivo con motivo de las Fallas, se tuvo en cuenta en primer lugar la ya mencionada división del gasto que efectúan las personas falleras tanto en los días de Fallas como durante el resto del año. Igualmente, se tuvo en cuenta que, si un miembro de la unidad familiar pertenece al cuadro de honor de su comisión, incurre en un apartado de gastos particular, asociado a cuestiones de protocolo y representación, además de que su nivel de gasto en el resto de conceptos acostumbra también a ser mayor. Por último, teniendo en cuenta la importancia de recabar también los gastos en los que incurren los menores de edad, se diseñó el cuestionario para que fuese respondido por la unidad familiar, recogiendo todo el gasto del hogar.

Para confirmar la validez del cuestionario piloto, este se compartió con 30 hogares falleros que muy amablemente aportaron su punto de vista en cuanto al contenido de las preguntas, al orden de presentación de estas y a la herramienta utilizada para elaborar la encuesta, que pretendía que esta pudiese completarse desde el teléfono móvil con comodidad. La versión definitiva de la encuesta se encuentra en el **anexo 2**.

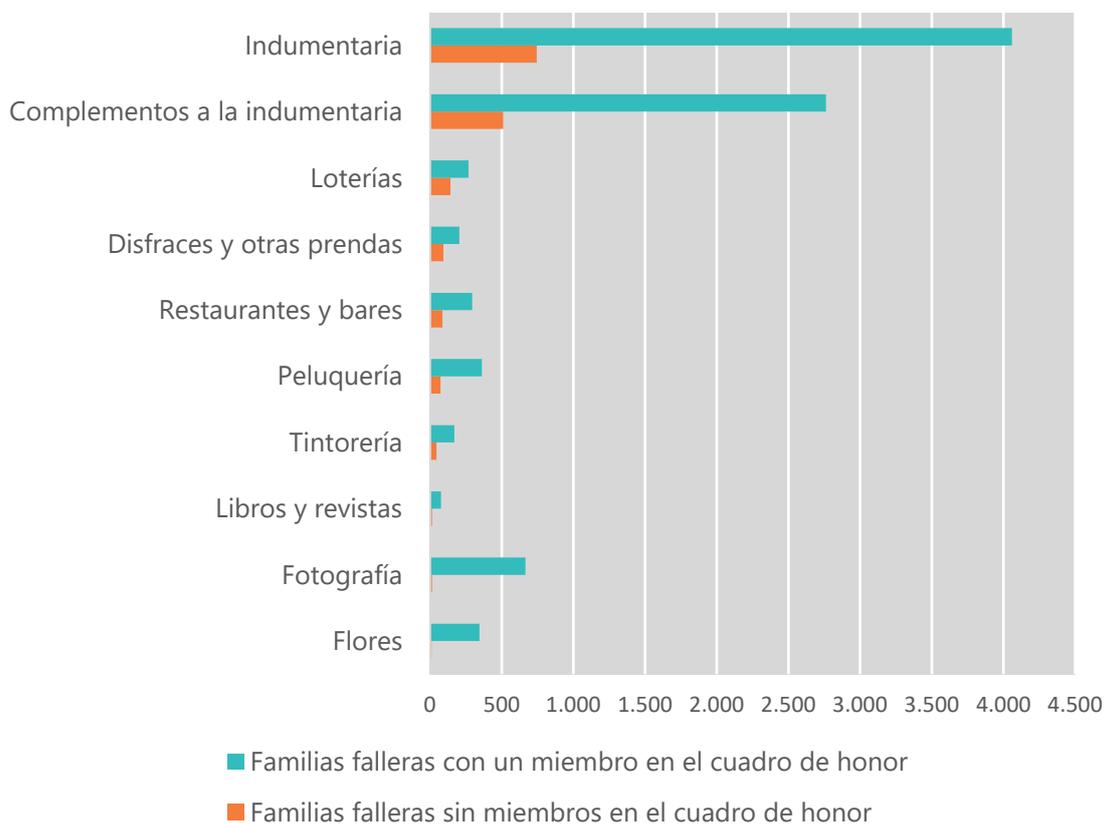
Una vez confirmada la validez de contenido, el cuestionario se preparó en versión *online* mediante la herramienta LimeSurvey para poder difundir el enlace fácilmente y que se pudiera responder también desde el teléfono móvil. Se envió tras la celebración de las Fallas de 2023, en concreto, la encuesta estuvo abierta desde el 23/03/23 al 10/05/23. Al no poder disponer de datos de contacto de todos los falleros se solicitó la colaboración de las comisiones falleras para que enviasen el enlace de la encuesta a las familias falleras por el

²⁴ En cada comisión fallera hay habitualmente 4 personas que forman el cuadro de honor: una Fallera Mayor, el Presidente, una Fallera Mayor Infantil y un Presidente Infantil.

método “bola de nieve”²⁵, animando a los encuestados a que lo hiciesen extensivo a todos sus conocidos falleros. Se recogieron respuestas válidas de 3.373 familias, correspondientes a 9.562 falleros (10,72% del censo fallero) que se distribuían en 290 comisiones.

En esta encuesta se obtuvo información sobre la composición familiar (número de personas que viven en el hogar y cuántas son falleras, distinguiendo por edad y sexo e indicando si algún miembro ha sido parte del cuadro de honor) y sobre el gasto aproximado realizado con motivo de las Fallas, tanto durante el ejercicio fallero 2022-2023 (indumentaria valenciana y complementos a la indumentaria, como aderezos, peinetas y otras joyas, peluquería, loterías, etc.), como los gastos realizados durante la semana fallera de 2023, distinguiendo partidas como comidas, cenas u otras consumiciones en restaurantes y bares, compras en mercadillos, transporte, etc.²⁶ Los **gráficos 7 y 8** recogen el promedio de gastos en las principales partidas de ambos horizontes temporales, distinguiendo aquellos hogares falleros con miembros en el cuadro de honor.

Gráfico 7. Promedio de gastos de un hogar fallero durante el ejercicio fallero 2022-2023 (euros)

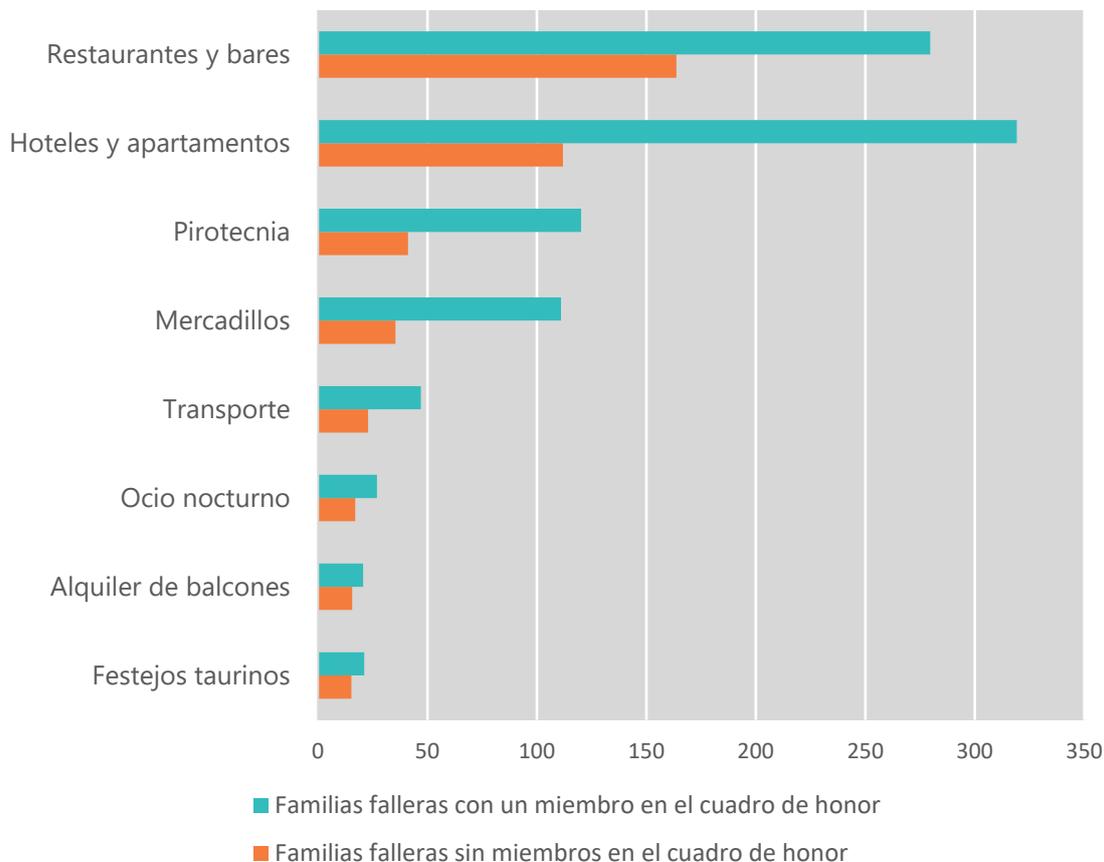


Fuente: Elaboración propia.

²⁵ El método de bola de nieve es una técnica de muestreo que se aplica cuando los potenciales participantes son difíciles de contactar y consiste en reclutar a los miembros de la muestra a través de referencias de otros sujetos que ya forman parte de la muestra. El nombre de bola de nieve se debe a que la muestra se expande progresivamente a medida que se van sumando nuevos sujetos referidos por los anteriores. Este proceso continúa hasta alcanzar un número suficiente de sujetos.

²⁶ No se incluyen en este listado de gastos los abonados como cuotas a la comisión falleras o cualquier otro tipo de gasto que se realiza en su comisión, pues los mismos son a su vez ingresos de las comisiones que utilizan para sufragar los gastos que posteriormente se recogerán como propios de las mismas. De esta manera se evita la doble contabilización.

Gráfico 8. Promedio de gastos de un hogar fallero durante la semana fallera de 2023 (euros)



Fuente: Elaboración propia.

A pesar de contar con un alto número de respuestas, se consideró que podrían generalizarse mejor los resultados si las comisiones a las que pertenecían las familias falleras encuestadas se clasificaban en clústeres o grupos de comisiones falleras con características homogéneas²⁷, en lugar de limitarse a generalizar los resultados extrapolando a la toda la población. Esta técnica de identificación de clústeres sería además utilizada a la hora de extrapolar posteriormente los gastos de las comisiones falleras.

A tal fin, se seleccionaron un conjunto de variables para la elaboración de clústeres de comisiones falleras, tanto relacionadas con la comisión en sí, como con su localización geográfica. En el primer conjunto de variables se consideraron el número de falleros (distinguiendo entre infantiles y mayores), el presupuesto de la falla (monumento fallero) grande e infantil, gastos en iluminación decorativa de calles y subvención recibida por

²⁷ El análisis clúster es una técnica de análisis de datos que agrupa a individuos de manera que aquellos pertenecientes a un mismo grupo (o clúster) son más similares entre sí en ciertos aspectos que aquellos en otros grupos. En contextos como el de las comisiones falleras, se utiliza para identificar patrones y similitudes dentro de un conjunto de datos. Los clústeres se forman de tal manera que maximizan las similitudes internas y minimizan las similitudes entre diferentes grupos. Esto es particularmente útil en este estudio, ya que permite asumir con mayor confianza que las comisiones falleras dentro de un mismo clúster tienen patrones de gasto similares, a pesar de la ausencia de datos directos de todas ellas. Este método de análisis permite una estimación más ajustada y realista del gasto total.

pirotecnia y música. Por lo que respecta a la ubicación de la comisión, se tuvieron en cuenta datos socioeconómicos del barrio, en concreto se consideraron variables como el nivel de renta media, la edad media de la población residente en el barrio, los m² por vivienda, los precios de venta y alquiler de las viviendas, el nivel de estudios superiores de la población mayor de 15 años, o el peso de los mayores de 65 años, entre otras.

Del análisis de estas variables surgieron 9 clústeres. Entre 3 de ellos se explican más de tres cuartas partes de la población, quedando el resto de las comisiones repartidas en 5 clústeres y una comisión que forma un único clúster. En el **cuadro 8** se observa el reparto de comisiones falleras en cada clúster, así como el índice de respuesta obtenido.

Cuadro 8. Número de comisiones por clúster y porcentaje de respuestas de las familias falleras de cada clúster

CLÚSTERES	Nº comisiones	% sobre el total	Nº falleros por clúster	% respuestas
Clúster 1	97	27,87%	23.682	10,56%
Clúster 2	86	24,71%	18.434	13,59%
Clúster 3	10	2,87%	3.568	14,97%
Clúster 4	8	2,30%	2.469	34,35%
Clúster 5	13	3,74%	4.018	6,37%
Clúster 6	14	4,02%	4.920	6,99%
Clúster 7	90	25,86%	23.169	9,65%
Clúster 8	29	8,33%	8.496	3,33%
Clúster 9	1	0,29%	407	19,90%
Total	348	100,00%	89.163	

Fuente: Elaboración propia.

Gracias al uso de los clústeres se estima que el total de gasto del conjunto de falleros y falleras durante todo el ejercicio fallero asciende a 74.129.800 euros, cuyo impacto económico se analizará en el apartado 4.

Las comisiones falleras

El segundo agente generador de gasto con motivo de las Fallas son las comisiones falleras. Este colectivo, que es el responsable de que la fiesta se viva en cada rincón de la ciudad, recauda fondos de las cuotas que pagan sus asociados y asociadas -los falleros-, así como donativos de empresas y vecindario, subvenciones específicas para diversas actividades, etc.

Para estimar el gasto de este agente se preparó un cuestionario a modo de pre-test que fue explicado a los presidentes o tesoreros de diez comisiones falleras en una sesión organizada en diciembre de 2022 en la Facultat d'Economia. Tras resolver sus dudas e incorporar sus sugerencias, se llevaron el cuestionario para rellenarlo a partir del presupuesto del año anterior y se acordaron citas individuales de cada comisión fallera participante en el pre-test con uno de los miembros del equipo de investigación para recabar sus impresiones.

Con la información ofrecida por las comisiones participantes en el pre-test se diseñó el cuestionario definitivo, que aparece en el **anexo 3** y en el que se les pregunta a las directivas de las comisiones por sus gastos en diversos conceptos:

- Las fallas: guionistas, artistas falleros, instalación, decoración, etc.
- El casal: electricidad, electrónica, mobiliario, reparaciones, alquileres/cuotas de préstamo, papelería, decoración, etc.
- Inmuebles (excepto el casal): alquiler de trasteros, de salas de celebraciones, etc.
- Elementos mobiliarios: alquiler de carpas, escenario, grupos electrógenos, iluminación extraordinaria, etc.
- Actividades: bandas de música, orquestas, discomóvil, espectáculos, disfraces, *merchandising*, animación infantil, pirotecnia, entradas a museos, circo, etc.
- Protocolo: bandas, insignias, cuadros conmemorativos, regalos, premios, etc.
- Transporte: alquiler de autobuses, furgonetas, transporte urbano, etc.
- Servicios profesionales y/o técnicos: limpieza, sanitarios, seguridad, camareros, arquitectos, asesoría (fiscal, legal, contable), diseño gráfico, mantenimiento, jardinería, etc.
- Comida y bebida: cáterin, bares y restaurantes, alimentos y bebidas, vajilla, carbónicos, etc.
- Suministros: electricidad, agua, teléfono, internet, gas, leña, combustible, etc.
- Flores
- Imprenta
- Intereses y gastos financieros
- Comunicación: redes sociales, publicidad

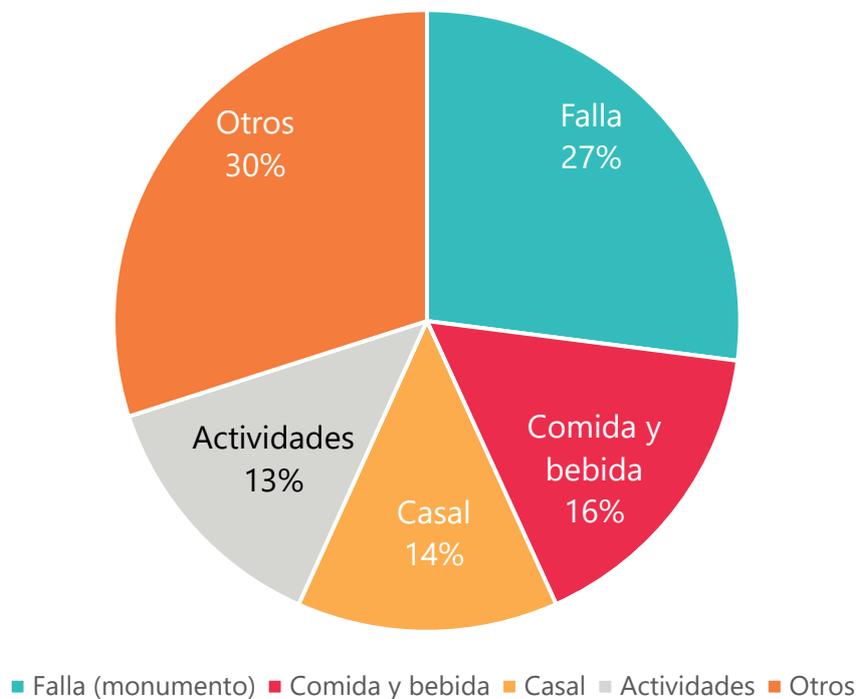
El cuestionario se diseñó para ser respondido tanto *online*, utilizando la plataforma LimeSurvey adaptada para la Universitat de València, como en papel, para lo cual los encuestados disponían de un fichero en formato PDF que podían imprimir, rellenar y enviarlo escaneado. Se preparó una versión en castellano y otra en valenciano, y fue enviado gracias a la colaboración de Junta Central Fallera a todas las comisiones falleras. El envío se realizó en abril, una vez terminadas las fiestas, y teniendo en cuenta que la contabilidad del año fallero se cierra en ese momento.

Si bien el censo de Junta Central Fallera contabiliza en 2023 un total de 384 comisiones falleras²⁸, solo se consideraron las 348 comisiones corresponden con las fallas de la ciudad de València y sus pedanías. Las encuestas estuvieron abiertas para que las comisiones pudieran responder desde el 26/04/23 al 8/09/2023 y la tasa de respuesta fue del 20,4% (71 comisiones) que, teniendo en cuenta el censo de falleras y falleros, suponen el 23,57% de la población, y si lo consideramos en función del presupuesto dedicado a la falla, la muestra recoge el 25,89%.

²⁸ Este número varía cada año, pues no es extraño que aparezcan nuevas comisiones, se cierren otras o se fusionen algunas comisiones vecinas

El presupuesto medio de las comisiones que han respondido a la encuesta supera los 120 mil euros, dedicándose las mayores partidas a la falla con cerca del 27%. El reparto en los centros de gasto más destacados se observa en el **gráfico 9**.

Gráfico 9. Distribución del presupuesto medio de las comisiones por principales centros de gasto



Fuente: Elaboración propia.

Tal y como ya se ha descrito en el anterior subapartado, de cara a generalizar los resultados se ha adoptado un enfoque basado en la creación de clústeres para estimar los gastos de las comisiones falleras: grupos homogéneos de comisiones falleras que tendrán patrones de gasto similares, dadas sus variables clave y las condiciones socioeconómicas comunes de los barrios donde se ubican.

En el **cuadro 9** se observa el reparto de comisiones falleras en cada clúster, así como el índice de respuesta obtenido respecto de sus gastos.

A partir de las encuestas a comisiones en cada clúster se estima un gasto medio por comisión fallera que, combinado con la cifra total de falleros de cada falla, ofrece una estimación muy refinada del gasto realizado por las comisiones falleras. El total estimado asciende a 34.923.800 euros y sus impactos económicos se presentan en la sección 4.

Cuadro 9. Número de comisiones por clúster y porcentaje de respuestas de sus gastos

Clústeres	Nº comisiones	% sobre el total	% respuestas
Clúster 1	97	27,87%	19,59%
Clúster 2	86	24,71%	17,44%
Clúster 3	10	2,87%	30,00%
Clúster 4	8	2,30%	37,50%
Clúster 5	13	3,74%	15,38%
Clúster 6	14	4,02%	28,57%
Clúster 7	90	25,86%	24,44%
Clúster 8	29	8,33%	10,34%
Clúster 9	1	0,29%	0,00%
Total	348	100%	20,40%

Fuente: Elaboración propia.

Las agrupaciones falleras

Otro agente de gasto, aunque cuantitativamente menos importante, son las agrupaciones falleras. Como se mencionó previamente, las comisiones se organizan administrativamente en sectores según la cercanía geográfica. Sin embargo, más allá de esta asignación geográfica automática, las comisiones que así lo prefieren pueden formar agrupaciones. El objetivo de estas agrupaciones es fomentar la fraternidad, llevar a cabo actividades en conjunto y colaborar en temas de interés común con otras fallas. Estas asociaciones se basan en criterios voluntariamente seleccionados, que pueden incluir el presupuesto de la Falla, su orientación o incluso nuevamente la proximidad geográfica.

Tal y como presentamos en la **figura 6**, en la ciudad de València hay 22 agrupaciones.

Figura 6. Agrupaciones de fallas del ámbito de Junta Central Fallera

Fuente: Junta Central Fallera.

En el ejercicio de sus funciones, las agrupaciones realizan gastos para la realización de sus actividades. Estos gastos han sido facilitados directamente por este colectivo para la realización del informe. El gasto total de las 22 agrupaciones asciende a 510.544 euros, cuyo detalle se presentan en la sección 4.

Los visitantes

La ciudadanía no fallera es otro de los grandes pilares de gasto en la fiesta fallera, el más importante desde el punto de vista del gasto. Este colectivo se puede dividir en varias tipologías de agentes de gasto según su procedencia. Así, entre las personas no falleras que disfrutan de las Fallas podemos distinguir entre aquellas que son residentes de la ciudad y aquellas que acuden a València con motivo de las Fallas. Ambos colectivos realizan gastos adicionales con motivo de las Fallas, si bien en diferentes conceptos y con distinto peso de estos.

Así, los **residentes** que participan de manera privada en la fiesta gastan en salidas a restaurantes y bares, compras, transporte, etc.²⁹ Al tener su domicilio en la ciudad de València, mayoritariamente no incurrir en gastos de alojamiento.

En cuanto a las personas no residentes, distinguimos de nuevo dos tipologías según si vienen solo a pasar el día, sin pernocta (excursionistas), o si pernoctan en la ciudad (turistas), de acuerdo con las definiciones comúnmente aceptadas en el área de turismo.

Los **excursionistas** son aquellas personas que no residen en la ciudad de València y que acuden a pasar el día, pernoctando en sus domicilios. Este colectivo es muy relevante en las Fallas, por existir un gran número de poblaciones muy cercanas a la ciudad, cuyos habitantes se sienten atraídos por la fiesta. El patrón de consumo de este colectivo es similar al de los residentes, si bien el hecho de pasar el día alejados de sus domicilios los lleva a un modelo y volumen de gasto diferente.

La otra categoría de personas no residentes son los **turistas**, que se distinguen de los anteriores por pernoctar en la ciudad, por lo que, al patrón de gasto que ya se ha descrito, habría que añadir el del alojamiento en hoteles, hostales, apartamentos, etc.

Para determinar el volumen de gasto realizado durante la semana fallera es necesario conocer en primer lugar el número de visitantes que recibe la ciudad de València durante esta semana. Uno de los problemas más importantes en este tipo de estudios es el de la estimación del número de visitantes. Afortunadamente, las nuevas tecnologías y en especial, el uso de técnicas de análisis *big data* pueden ayudar a mejorar las estimaciones de estos impactos respecto a las obtenidas mediante los métodos tradicionales, evitando su sobreestimación. Ello es así en la medida en que facilitan el conocimiento con mayor exactitud de las magnitudes de volumen (ej. el número de visitantes) asociadas realmente al

²⁹ Es cierto que algunas personas que residen en la ciudad aprovechan los días de fiesta para realizar algún viaje. Si dicho viaje es dentro de la Comunitat Valenciana el impacto económico del gasto realizado debería ser considerado como impacto de las Fallas. En el resto de los casos, solo sería impacto económico si la contratación del viaje se realizara por medio de una agencia de viajes de la Comunitat Valenciana. Este tipo de impactos, cuantitativamente de poca importancia, no se contemplan en este estudio.

fenómeno de estudio y reducen la dependencia de fuentes indirectas como pueda ser la ocupación hotelera o a simples apreciaciones subjetivas (Perles y Díaz, 2019).

Como ya se ha mencionado en la sección 2, para este estudio se ha contado con la colaboración de Telefónica que, mediante el conteo del número de móviles que hay en una determinada zona en un espacio de tiempo concreto y el uso de técnicas de *big data*, ofrece datos precisos del número de visitantes únicos por día en la ciudad de València. Según los datos proporcionados por Telefónica (2023) sobre el flujo de visitantes a la ciudad de València durante las Fallas, la semana fallera atrajo 804.332 personas procedentes de otros municipios tanto de la Comunitat Valenciana como de otras comunidades y otros países³⁰. Además, durante esa semana se contabilizaron 529.147 residentes en la ciudad. Los dos fines de semana previos se observó un aumento en la cifra de visitantes de 158.610 personas, atribuibles a la celebración de la fiesta, por lo que su gasto es también considerado en este estudio.

Una vez conocido el número de residentes y visitantes, se requiere conocer los gastos en los que incurren, así como su distribución por partidas de gasto. Para ello, se realizaron entrevistas presenciales a personas mayores de 18 años que afirmaban estar en la ciudad de València con motivo de las Fallas. Se diferencian 4 perfiles en función del lugar de residencia habitual:

- Local: residentes en la ciudad de València
- Regional: residentes en otro municipio de la Comunitat Valenciana
- Nacional: residentes en el resto de España
- Internacional: residente en el extranjero.

Durante la semana fallera, Visit Valencia realizó un total de 808 entrevistas, lo que supone operar con un error en los resultados globales de $\pm 3,5\%$ para la situación de varianza poblacional más desfavorable $p = q = 50\%$ y un nivel de confianza del 95%. Se establecieron cuotas según procedencia del encuestado garantizando que la muestra final no sobrepase el 8% de error relativo. El número de encuestas realizado según procedencia del encuestado se recoge en la penúltima columna del **cuadro 10**.

Las entrevistas tuvieron lugar entre el 16 y el 19 de marzo de 2023, en las franjas horarias de 11:00 a 15:00 y de 18:00 a 22:00, estableciéndose tres puntos de muestreo asociados a una alta actividad fallera (Ciutat Vella, Eixample y Extramurs).

La encuesta, que puede consultarse en el **anexo 4**, se centra en varios aspectos relevantes para comprender la experiencia y gastos de residentes y visitantes durante las Fallas de València. Tras confirmar que se encuentran en la ciudad con motivo de la celebración de las Fallas, se les pregunta sobre su lugar de residencia, la duración de la estancia, la cantidad de días que prevén disfrutar de las Fallas y el número de personas que acompañan al entrevistado, para después entrar a conocer los gastos realizados o previstos en conceptos como transporte (público y privado, local e ida y vuelta), comidas, cenas y otro tipo de consumiciones en restaurantes y bares, ocio diurno y nocturno, compras, alojamiento y otros

³⁰ Estas cifras excluyen aquellas personas que se desplazan a la ciudad por motivos de trabajo. En caso de incluirse, el número de visitantes procedentes de otros municipios ascendería a 965.248 personas.

gastos. En el caso de los turistas, se indaga además sobre el lugar de pernoctación durante las fiestas falleras, el tipo de alojamiento utilizado (hotel, alquiler de apartamento, casa de familiares o amigos, vivienda en propiedad, otros) y el gasto incurrido en el mismo.

Cuadro 10. Visitantes y residentes susceptibles de generar impacto económico durante la semana fallera, muestra y error muestral. 2023

	Visitantes y residentes	%	Muestra	Error muestral
Local ¹	529.147	39,7	162	7,7
Regional ²	448.555	33,6	146	8,1
Nacional ³	204.326	15,3	252	6,2
Internacional	151.451	11,4	248	6,2
Total	1.333.479	100,0	808	3,4

¹ Residentes de la ciudad de València

² Residentes en otro municipio de la Comunitat Valenciana

³ Residentes en otra CCAA

Fuente: Telefónica (2023) y elaboración propia.

A partir de los resultados obtenidos con estas encuestas, se estima un gasto medio por residente y visitante. La combinación del gasto medio de residentes y visitantes con la cifra total de residentes y visitantes procedente del informe LUCA ofrece una estimación muy refinada del gasto realizado por los residentes y visitantes, que asciende a 268.965.713 euros, y que se presentará con más detalle en la sección 4.

Las empresas

El quinto agente generador de gasto asociado a las Fallas son las empresas e instituciones privadas. Se recoge aquí una amplia variedad de organizaciones que, con motivo de las Fallas, realizan una serie de gastos extraordinarios que es necesario contemplar.

Por un lado, los medios de comunicación realizan un importante despliegue de medios para cubrir los actos falleros, tanto las cadenas televisivas como la radio y la prensa escrita, que además imprime habitualmente espacios extraordinarios con motivo de las Fallas.

Por otro lado, son numerosas las empresas que colaboran con la fiesta ofreciendo patrocinio a algunas de las actividades de las comisiones falleras, ya sea con sus propios productos (bebidas, arroz, cesión de automóviles, etc.), como con diversos elementos de *merchandising* (bolsas, delantales, etc.), o instalando otros elementos promocionales (mostradores, neveras, vallas, luminosos, etc.).

No faltan las empresas que realizan acciones publicitarias, sorteos o eventos específicos, como campeonatos deportivos o espectáculos pirotécnicos. Incluso, una empresa del sector sanitario pone a disposición de la ciudad un conjunto de desfibriladores, para los cuales ofrece también formación, que debe ser contabilizada como gasto imputable a las Fallas.

Por último, las empresas de telefonía colocan los equipos necesarios para dimensionar adecuadamente las redes y aumentar su capacidad, tanto por el incremento de personas que transitan en la ciudad durante la semana fallera como por la acumulación de personas en eventos puntuales de la misma. El gasto derivado de estos refuerzos se debe al equipamiento hardware extra, la adecuación de infraestructuras, la instalación de equipos y sistema radiante, tendidos de fibra óptica, integración y la optimización de la red.

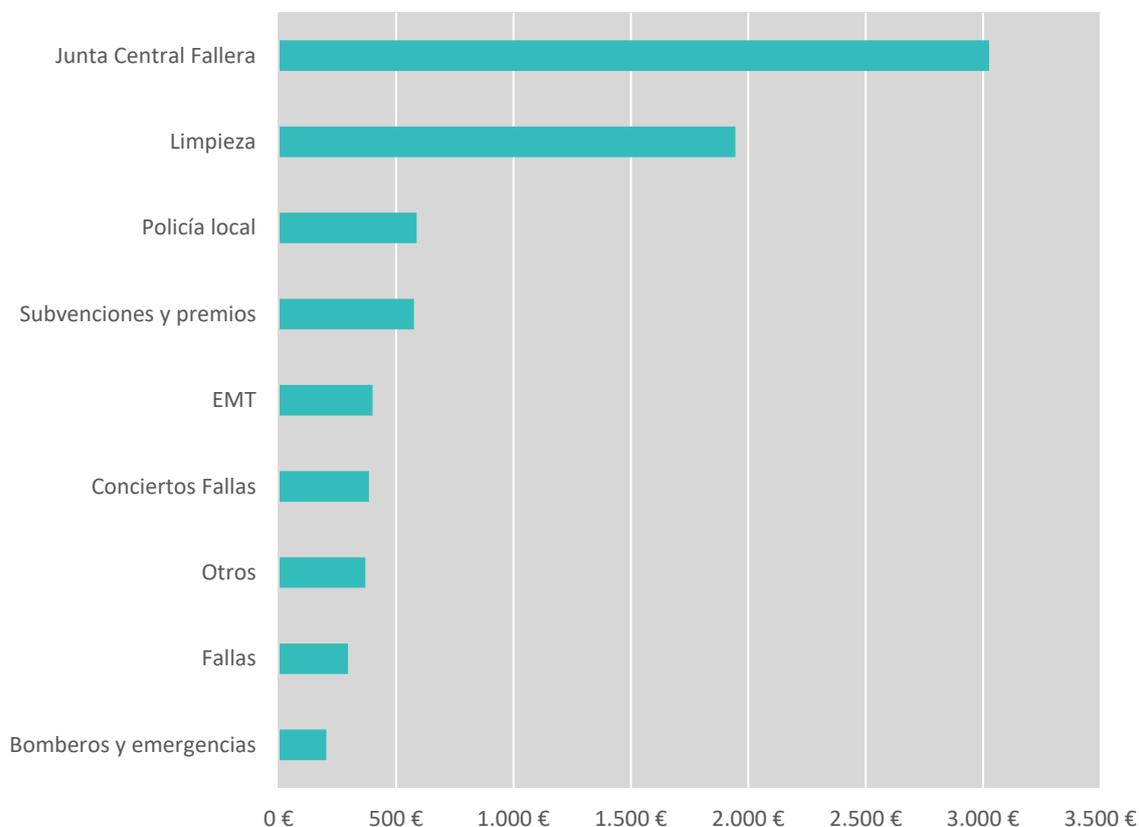
Este estudio ha identificado aquellos agentes del sector privado más significativos e incorporado sus gastos en el informe, que ascienden a un total de 7.971.788 euros.

Las administraciones públicas

El sexto agente que se requiere analizar para calcular el impacto económico es la **administración pública**, que interviene a todos los niveles, pero muy especialmente a nivel municipal.

El Ayuntamiento de València, además de correr con el coste de las dos fallas municipales, paga iluminación, pirotecnia y otorga premios y subvenciones a los agentes privados de la fiesta. Además, la ciudad incurre en una serie de costes que son asimismo sufragados por el consistorio, como la limpieza y la seguridad (policía, bomberos, emergencias, etc.). El **gráfico 10** recoge los principales gastos en que incurrió el ayuntamiento en las Fallas.

Gráfico 10. Gastos del Ayuntamiento de València en las Fallas 2023 (miles de euros)



Fuente: Ayuntamiento de València.

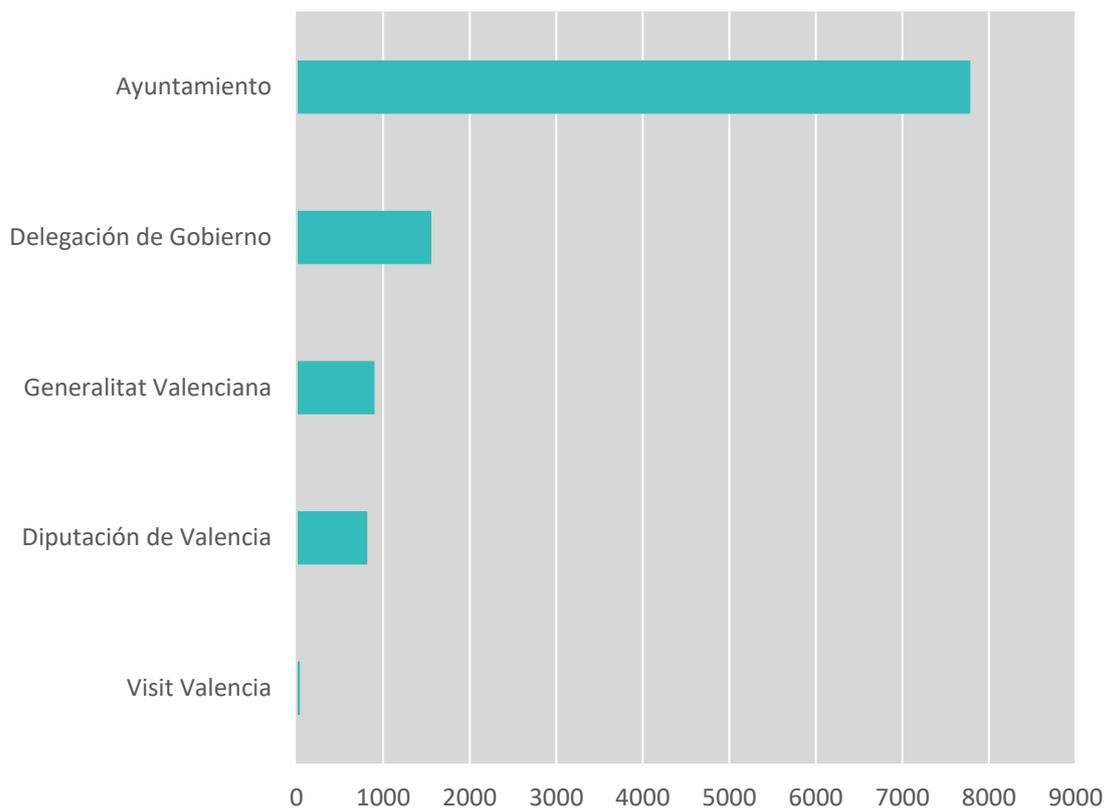
La Fundación Visit Valencia invierte asimismo una importante partida presupuestaria en el mundo fallero, ya sea para materiales de apoyo a las Fallas (planos, banderines, visitas guiadas, etc.), como diversos tipos de acciones y *Fam Trips*.

El gasto en Fallas de la Generalitat Valenciana tampoco es desdeñable, como tampoco lo es el de la Diputación de Valencia, que celebra diferentes actos, homenajes y campañas e incluye entre sus partidas la de los bomberos, fundamentales en la fiesta.

Del mismo modo, este estudio contabiliza el gasto en policía nacional y protección civil, que corre a cargo de la Delegación de Gobierno.

En total, las administraciones públicas han destinado 11.096.505 euros en estas Fallas de la ciudad de València en 2023, como se observa en el **gráfico 11**, a las que habría que sumar 3.882.767 euros correspondientes a subvenciones a comisiones falleras.

Gráfico 11. Gasto de las administraciones públicas en las Fallas de la ciudad de València 2023 (euros)



Fuente: Elaboración propia.

4. La estimación del gasto y su impacto económico

El objetivo de esta sección del informe es cuantificar en términos económicos el gasto adicional realizado con motivo de las Fallas y su impacto económico en términos de ventas, renta y empleo siguiendo la metodología explicada en la sección 3.

Ello requiere estimar toda la actividad económica que mueve la fiesta fallera a través de los seis agentes de gasto considerados (**figuras 3 y 4**): a) el que realizan los falleros y falleras; b) el que efectúan las comisiones falleras; c) el que hacen las agrupaciones falleras; d) el que realizan los visitantes y residentes con motivo de las fiestas; e) el que efectúan las empresas y f) el que realizan las administraciones públicas para el apoyo a la fiesta fallera.

Una vez hemos estimado los gastos señalados por medio de la metodología descrita en la sección 3, la cuantificación de su impacto se realiza en términos de valor de las ventas (o producción), de la renta (valor añadido, equivalente a la aportación al PIB) y de puestos de trabajo generados (medido en términos de ocupados equivalentes a tiempo completo). Esta cuantificación se lleva a cabo utilizando el análisis *input-output*, cuya metodología se detalla en el **anexo 1**.

Con esta metodología se estima el impacto económico total, que incluye el directo, el indirecto y el inducido. El directo es el que se genera en el primer eslabón de la cadena de valor, que se corresponde con el gasto inicial realizado (es el impacto directo en las ventas), que da lugar a una primera renta generada (salarios y beneficios) y que necesita un determinado número de ocupados para hacer frente a esa actividad inicial. Pero para que las empresas puedan abastecer esas ventas iniciales, deben aumentar sus compras a sus proveedores, y estos a su vez a los suyos, y así sucesivamente en la cadena de producción. En todas estas etapas se generan ventas, renta y empleo, dan lugar a lo que se denomina impacto indirecto. Adicionalmente, una parte de la renta directa e indirecta generada se destina a consumir, por lo que otras empresas tendrán que aumentar su producción, rentas y empleo, dando lugar a impactos denominados inducidos. La suma del impacto directo, indirecto e inducido es el impacto total que estimamos en el informe.

4.1. Las falleras y falleros

Como ya se ha advertido, el cálculo del impacto económico del gasto que realizan los falleros requiere conocer, por una parte, los distintos conceptos de gasto en los que incurren y, por otra, el número de falleros.

Para obtener de la forma más precisa posible los diferentes conceptos de gastos de los hogares falleros durante el ejercicio fallero 2022-2023 y la semana fallera 2023, se diseñó una encuesta, que ha sido ya explicada en la sección 3 y que aparece en el anexo 2. Por su parte, el censo oficial de falleros proporciona el número total de falleros de cada una de las comisiones pertenecientes a Junta Central Fallera.

Inicialmente se encuestaron 3.610 hogares con 9.817 falleros; tras depurar la muestra de respuestas inconsistentes y circunscribir el análisis solo a las comisiones de la ciudad de València, la muestra se reduce a 3.373 hogares y 9.562 falleros como muestra el **cuadro 11**.

Cuadro 11. Muestra de la encuesta a los falleros (número de hogares y de falleros)

	Hogares falleros	Falleros
Encuestados originalmente	3.610	9.817
Después de aplicar criterios de depuración	3.373	9.562
Considerados tras aplicar el criterio de clúster	3.278	9.280

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se ha explicado en la sección 3, para extrapolar los datos al conjunto de falleros y falleras se ha optado por agrupar las comisiones en clústeres. Lamentablemente, algunas respuestas no ofrecían información sobre la comisión a la que pertenecían, por lo que dichas observaciones no han podido ser clasificadas como parte de los clústeres, dando como resultado una muestra final de 3.278 hogares y 9.280 falleros encuestados, con un tamaño medio del hogar fallero de 3 personas. De este total, el 96,7% (8.970 personas) pertenecen a familias falleras sin miembros en el cuadro de honor de su comisión (**cuadro 12**).

Cuadro 12. Falleros encuestados por tipo de fallero (número de falleros)

	Número
Nº Falleros (tras criterios de depuración)	9.562
- Falleros cuadro de honor	322
- Falleros NO cuadro de honor	9.240
Nº de falleros con los que se trabaja (tras aplicar clúster)	9.280
- Falleros cuadro de honor	310
- Falleros NO cuadro de honor	8.970
- Tamaño medio del hogar fallero (personas por hogar)	2,8

Fuente: Elaboración propia.

Con la muestra de hogares falleros y de los gastos en los que incurrieron a lo largo del último ejercicio fallero y la semana de Fallas se obtiene un gasto medio por fallero total y por concepto de gasto para cada uno de los clústeres, diferenciando si esos gastos están relacionados o no con el hecho de ser miembro del cuadro de honor de la comisión fallera. Los gastos medios se elevan considerando los datos del censo oficial proporcionado por Junta Central Fallera, lo que permite contar con el gasto total que realizaron los falleros pertenecientes a las comisiones de la ciudad de València. Con un total de 89.163 falleros, de los cuales 1.392 pertenecen al cuadro de honor de sus comisiones, el **cuadro 13** muestra la clasificación de los falleros por clúster en la ciudad de València.

Cuadro 13. Censo fallero de la ciudad de València (personas)

	Total falleros	De los que: Falleros cuadro de honor
Clúster 1	23.682	388
Clúster 2	18.434	344
Clúster 3	3.568	40
Clúster 4	2.469	32
Clúster 5	4.018	52
Clúster 6	4.920	56
Clúster 7	23.169	360
Clúster 8	8.496	116
Clúster 9	407	4
Total	89.163	1.392

Fuente: Junta Central Fallera.

4.1.1. El gasto de las falleras y falleros

Los falleros de la ciudad de València que no pertenecen al cuadro de honor de su comisión gastaron de media 767 euros por persona durante el ejercicio fallero 2022-2023 y la semana de Fallas 2023 (**cuadro 14**), aumentando hasta 4.111 euros en los falleros pertenecientes al cuadro de honor. De esta forma, el gasto total de los falleros se estima en 74,13 millones de euros (el 7,7% corresponde a los miembros del cuadro de honor). En ambos grupos, los falleros del clúster 4 realizan los gastos per cápita más elevados de la ciudad.

Cuadro 14. Gasto medio y gasto total por clúster

	Gasto medio (euros/fallero)	Gasto total (miles de euros)
Gasto NO relacionado a ser miembro del cuadro de honor		
Clúster 1	804,7	19.056,2
Clúster 2	814,6	15.016,2
Clúster 3	821,3	2.930,5
Clúster 4	1.353,2	3.341,1
Clúster 5	582,4	2.340,0
Clúster 6	597,2	2.938,2
Clúster 7	692,2	16.036,6
Clúster 8	766,1	6.508,5
Clúster 9	588,8	239,7
Total	767,2	68.406,9

Gasto originado por ser miembro del cuadro de honor		
Clúster 1	4.089,4	1.586,7
Clúster 2	3.723,0	1.280,7
Clúster 3	5.918,1	236,7
Clúster 4	10.477,1	335,3
Clúster 5	5.471,7	284,5
Clúster 6	2.043,0	114,4
Clúster 7	3.286,5	1.183,1
Clúster 8	5.754,5	667,5
Clúster 9	8.469,2	33,9
Total	4.111,3	5.722,9

Gasto total (originado por ser y no miembro del cuadro de honor)		
Clúster 1	871,7	20.642,9
Clúster 2	884,1	16.296,9
Clúster 3	887,7	3.167,2
Clúster 4	1.489,0	3.676,3
Clúster 5	653,2	2.624,5
Clúster 6	620,5	3.052,6
Clúster 7	743,2	17.219,7
Clúster 8	844,6	7.176,0
Clúster 9	672,1	273,5
Total	831,4	74.129,8

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Por conceptos, la encuesta realizada es muy rica y desciende a un elevado número de ítems, con el detalle que ofrece el **cuadro 15**, distinguiendo los miembros del cuadro de honor del resto. En los miembros del cuadro de honor los gastos son mucho más elevados en indumentaria, comidas y bebidas y regalos, lo que justifica que se haya tratado aparte a este colectivo de falleros.

Cuadro 15. Gasto medio por fallero según principales conceptos de gasto

	Gasto medio (euros/fallero)
Gasto NO relacionado a ser miembro del cuadro de honor	
G1. Indumentaria valenciana	317,6
G2. Complementos a la indumentaria: aderezos, peinetas, otras joyas	84,9
G3. Complementos a la indumentaria: manteletas, enaguas, ahuecadores, carambas, pañolones, otros textiles	64,7
G4. Complementos a la indumentaria: espardeñas, zapatos	20,5
G5. Otros textiles falleros: forros polares, parkas, blusones	19,9
G6. Disfraces	9,6
G7. Peluquería y maquillaje	26,1
G8. Pirotecnia	15,2
G9. Flores	4,1
G10. Alquiler de balcones para ver la <i>masclètà</i> y/o <i>cremà</i>	2,4
G11. Fotografía y/o vídeo	13,0
G12. Restauración	83,6
G13. Ocio nocturno fuera de la Falla	4,2
G14. Entradas a festejos taurinos	3,0
G15. Compra de <i>merchandising</i> y mercadillos	11,9
G16. Lotería y rifas de la Falla	41,3
G17. Libros y revistas relacionados con las Fallas	3,1
G18. Servicio de tintorería	10,1
G19. Hoteles	7,5
G20. Alquiler de apartamentos	17,9
G21. Transporte y desplazamientos	6,5
Gasto medio total por fallero	767,2
Gasto originado por ser miembro del cuadro de honor	
G1. Indumentaria de particular para eventos falleros	2.250,1
G2. Regalos (atenciones protocolarias o a la comisión)	498,0
G3. Comida, bebida y servicio de catering (por atenciones protocolarias o a la comisión)	1.260,5
G4. Transporte y desplazamientos por motivos protocolarios	102,7
Gasto medio total por fallero	4.111,3

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Una vez se ha estimado el gasto de los falleros con motivo de las Fallas, es necesario imputarlo por ramas de actividad teniendo en cuenta la clasificación sectorial de la tabla *input-output* de la Comunitat Valenciana. Ello se hace teniendo en cuenta que disponemos de información del destino de ese gasto por conceptos, tal y como se refleja en los **cuadros 16**.

Una vez se busca la correspondencia entre los conceptos de gasto y las ramas de actividad, construimos lo que se denomina el vector de demanda, a partir del cual se estiman los impactos económicos. No obstante, hay que tener en cuenta que hay gastos que son abastecidos por empresas de fuera de la Comunitat Valenciana, por lo que deben ser deducidos al no generar impactos en la economía valenciana, que es el área geográfica sobre la que cuantificamos el impacto de las Fallas. Para eliminar ese gasto que podemos denominar "importado", se utiliza la propensión media a importar de cada rama de actividad que ofrece la propia tabla *input-output*.

Con estos ajustes, en el **cuadro 16** se reproduce el vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto de los falleros desagregando la información a 30 y 5 ramas de actividad. Como puede observarse, el gasto de los falleros supone un *shock* de demanda total de 68,8 millones de euros. Destaca el gasto que se asigna al sector textil (60,35% del total) y el 13,5% a la hostelería.

4.1.2. El impacto de los gastos de las falleras y falleros

Utilizando la metodología *input-output*, se cuantifica el impacto económico generado por los gastos adicionales realizados por los falleros. La estimación ofrece que el gasto de los falleros ha generado un impacto de 134,4 millones de euros sobre las ventas, de 28,4 millones en términos de rentas, y ha generado 1.159 empleos a tiempo completo (**cuadro 17**). Los sectores más beneficiados son el comercio, la industria textil y la hostelería. Del impacto total, algo más de la mitad son indirectos e inducidos (**cuadro 18**).

Cuadro 16. Vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto realizado por las falleras y falleros durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	124.045	0,18
Pesca	-	-
Extracción de productos energéticos	-	-
Extracción de otros minerales excepto prod. energéticos	-	-
Alimentación, bebidas y tabaco	-	-
Industria textil	41.513.951	60,35
Industria del cuero y del calzado	825.229	1,20
Industria de la madera y del corcho	-	-
Papel; edición y artes gráficas	182.542	0,27
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares	-	-
Industria química	928.293	1,35
Caucho y plástico	-	-
Otros productos minerales no metálicos	84.913	0,12
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	-	-
Maquinaria y equipo mecánico	-	-
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	-	-
Fabricación de material de transporte	-	-
Industrias manufactureras diversas	193.647	0,28
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	-	-
Construcción	-	-
Comercio y reparación	3.793.135	5,51
Hostelería	9.267.398	13,47
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	615.338	0,89
Intermediación financiera	-	-
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	2.758.374	4,01
Administración pública, defensa y seq. social obligatoria	3.344.932	4,86
Educación	-	-
Sanidad y servicios sociales	-	-
Otras activ. sociales y de serv. comunidad; serv. personales	4.936.024	7,18
Hogares que emplean personal doméstico	-	-
Economías domésticas	216.316	0,31
Total	68.784.138	100,00

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería y pesca	124.045	0,18
Energía	-	-
Manufacturas	43.728.575	63,57
Construcción	-	-
Servicios	24.715.202	35,93
Economías domésticas	216.316	0,31
Total	68.784.138	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 17. Resumen de impactos totales por sectores del gasto realizado por las falleras y falleros durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	1.607.959	1,1	359.104	1,3	21	1,8
Pesca	34.531	0,0	9.106	0,0	0	0,0
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-
Extracción de otros minerales excepto prod. energéticos	248.166	0,2	44.540	0,2	1	0,1
Alimentación, bebidas y tabaco	7.749.168	5,4	735.680	2,6	23	2,0
Industria textil	42.846.411	29,9	3.207.622	11,3	247	21,3
Industria del cuero y del calzado	1.225.567	0,9	159.824	0,6	7	0,6
Industria de la madera y del corcho	312.803	0,2	31.147	0,1	2	0,1
Papel; edición y artes gráficas	1.325.246	0,9	206.293	0,7	6	0,5
Refino de petróleo y tratamiento de comb. nucleares	1.035.160	0,7	90.078	0,3	0	0,0
Industria química	1.888.664	1,3	254.317	0,9	8	0,7
Caucho y plástico	1.281.340	0,9	204.986	0,7	8	0,7
Otros productos minerales no metálicos	657.541	0,5	55.530	0,2	3	0,3
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	405.385	0,3	67.253	0,2	2	0,2
Maquinaria y equipo mecánico	1.044.964	0,7	240.822	0,8	8	0,7
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	213.327	0,1	30.862	0,1	1	0,1
Fabricación de material de transporte	308.469	0,2	23.818	0,1	1	0,1
Industrias manufactureras diversas	852.925	0,6	151.375	0,5	6	0,5
Producción y distrib. de energía eléctrica, gas y agua	4.873.736	3,4	619.728	2,2	5	0,5
Construcción	4.171.331	2,9	592.677	2,1	18	1,5
Comercio y reparación	15.961.788	11,1	4.993.243	17,6	291	25,1
Hostelería	17.035.182	11,9	4.249.043	14,9	163	14,1
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	3.790.408	2,6	1.070.838	3,8	35	3,0
Intermediación financiera	4.986.655	3,5	1.286.045	4,5	21	1,8
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	18.367.876	12,8	6.002.317	21,1	104	9,0
Administración pública, defensa y Seg. Soc. obligatoria	3.344.932	2,3	1.191.346	4,2	48	4,1
Educación	146.349	0,1	57.217	0,2	2	0,2
Sanidad y servicios sociales	265.950	0,2	77.308	0,3	5	0,4
Otras activ. sociales y serv. comunidad; serv. personales	6.704.020	4,7	2.104.937	7,4	92	8,0
Hogares que emplean personal doméstico	673.582	0,5	314.899	1,1	30	2,6
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	143.359.434	100,0	28.431.956	100,0	1.159	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería y pesca	1.642.491	1,1	368.211	1,3	21	1,8
Energía	6.157.062	4,3	754.346	2,7	7	0,6
Manufacturas	60.111.809	41,9	5.369.530	18,9	322	27,8
Construcción	4.171.331	2,9	592.677	2,1	18	1,5
Servicios	71.276.742	49,7	21.347.193	75,1	791	68,3
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	143.359.434	100,0	28.431.956	100,0	1.159	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 18. Resumen de impactos totales del gasto realizado por las falleras y falleros durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

Tipo de impacto	Ventas	Renta	Empleo
Impacto directo	68.784.138	13.737.609	560
Impacto indirecto e inducido	74.575.296	14.694.348	599
Impacto total	143.359.434	28.431.956	1.159

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Las comisiones falleras

Al igual que sucedía en el caso de los falleros, la muestra de las comisiones falleras encuestadas se limita a las pertenecientes a la ciudad de València. Si bien 71 de las 348 comisiones existentes proporcionaron, a través de la encuesta descrita en la sección 3 y que aparece en el anexo 3, los datos detallados de los diferentes conceptos de gasto en los que incurrieron en el ejercicio fallero 2022-2023 y la semana fallera de 2023, de las otras 277 comisiones únicamente se conocía con precisión la información pública disponible: su gasto en la falla (monumento fallero) y en la iluminación extraordinaria de Navidad y la semana fallera. Para realizar este estudio, es por tanto necesario estimar el gasto completo de aquellas comisiones que no proporcionaron sus datos y solo se dispone de la citada información pública.

Dado que todas las comisiones de la ciudad de València han sido clasificadas en clústeres en función de criterios de similitud socioeconómicos y puesto que sí se dispone de información precisa sobre el número de falleros en cada una de ellas (**cuadro 19**), se calcula el gasto por fallero para cada concepto de gasto y para cada uno de los clústeres de las 71 comisiones con información completa disponible, exceptuando los gastos de la falla y de iluminación extraordinaria. Así, se tiene un perfil de gasto por fallero de las comisiones que forman parte de cada uno de los clústeres³¹.

Cuadro 19. Muestra de la encuesta a las comisiones falleras

	Comisiones con detalle de gasto		Comisiones con gasto estimado		Total comisiones	Total falleros
	Comisiones	Falleros	Comisiones	Falleros		
Clúster 1	19	5.845	78	17.837	97	23.682
Clúster 2	15	3.886	71	14.548	86	18.434
Clúster 3	3	895	7	2.673	10	3.568
Clúster 4	3	812	5	1.657	8	2.469
Clúster 5	2	978	11	3.040	13	4.018
Clúster 6	4	990	10	3.930	14	4.920
Clúster 7	22	6.475	68	16.694	90	23.169
Clúster 8	3	1.135	26	7.361	29	8.496
Clúster 9	0	0	1	407	1	407
Total	71	21.016	277	68.147	348	89.163

Fuente: Elaboración propia.

³¹ El análisis se realiza del clúster 1 al 8, pues el clúster 9 está formado por solo una comisión fallera, cuyo perfil se asemeja a la de una comisión del clúster 2 y por tanto se acuerda estimarla con dicho patrón de gasto.

4.2.1. El gasto de las comisiones falleras

Para estimar el gasto total de cada una de las 277 comisiones ya mencionadas, se multiplica el perfil de gasto de la comisión por fallero del clúster al que pertenece por el número de falleros con los que cuentan, dando como resultado un gasto total por cada concepto de gasto para cada uno de los clústeres. Esta información se une al gasto de la falla y de la iluminación extraordinaria, ya que no es preciso estimarlas al ser proporcionados por las 348 comisiones falleras de la ciudad.

El gasto total por concepto de gasto y clúster de la muestra de 277 comisiones se suma al de las 71 comisiones con información completa y se obtiene el gasto total de las comisiones falleras de la ciudad de València por clúster para el ejercicio fallero y la semana fallera que asciende a un total de 34,9 millones de euros, con un gasto medio por comisión de 100.356 euros y por fallero de 392 euros (**cuadro 20**). Las diferencias entre comisiones son apreciables y oscilan entre un mínimo de 76.293 euros a uno máximo de más del cuádruple (312.000).

Por conceptos (**cuadro 21**), el gasto medio más elevado es en la falla (23.173 euros), seguido de comida y bebida (14.372 euros) y tenencia y mantenimiento del casal (11.489 euros).

Cuadro 20. Gasto total y gasto medio de las comisiones falleras por comisión y por cada fallero en cada clúster (miles de euros, euros/comisión y euros/fallero)

	Comisiones falleras	Total falleros	Gasto total (miles de euros)	Gasto medio por comisión (euros/comisión)	Gasto medio por cada fallero (euros/fallero)
Clúster 1	97	23.682	8.735,8	90.060,1	368,9
Clúster 2	86	18.434	6.561,2	76.292,8	355,9
Clúster 3	10	3.568	1.984,9	198.487,8	556,3
Clúster 4	8	2.469	2.496,1	312.009,0	1.011,0
Clúster 5	13	4.018	1.378,7	106.050,5	343,1
Clúster 6	14	4.920	1.258,4	89.888,1	255,8
Clúster 7	90	23.169	8.643,6	96.040,5	373,1
Clúster 8	29	8.496	3.736,6	128.846,8	439,8
Clúster 9	1	407	128,6	128.554,9	315,9
Total	348	89.163	34.923,8	100.355,8	391,7

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 21. Gasto total y gasto medio de las comisiones falleras por comisión y por cada fallero por concepto de gasto (miles de euros, euros/comisión y euros/fallero)

	Gasto total (miles de euros)	Gasto medio por comisión (euros/comisión)	Gasto medio por cada fallero (euros/fallero)
G1. Coste de la falla (monumento fallero)	8.064,3	23.173,1	90,4
G2. Iluminación extraordinaria de Navidad y semana fallera	1.095,8	3.148,9	12,3
G3. Transporte, decoración y logística de montaje de la falla	1.793,4	5.153,5	20,1
G4. Tenencia (hipoteca o alquiler) y mantenimiento del casal	3.998,1	11.488,8	44,8
G5. Alquiler de locales y salones diferentes al casal	784,1	2.253,2	8,8
G6. Alquiler de vallas, la carpa y mob. relacionado y soporte	1.589,2	4.566,7	17,8
G7. Alquiler de iluminación extraordinaria	1.065,5	3.061,9	12,0
G8. Música y bandas de música	1.282,2	3.684,5	14,4
G9. Ocio nocturno en la falla	1.595,9	4.586,0	17,9
G10. Blusones, ropa identificativa, <i>merchandising</i> , decorados y disfraces para actividades en la falla	264,1	758,9	3,0
G11. Ocio diurno	276,9	795,7	3,1
G12. Pirotecnia	1.313,3	3.774,0	14,7
G13. Bandas, insignias, premios y cuadro conmemorativos	657,7	1.889,9	7,4
G14. Alquiler de autobuses y furgonetas y transporte público	418,2	1.201,8	4,7
G15. Servicios profesionales requeridos por la falla	1.314,2	3.776,5	14,7
G16. Restauración	999,4	2.871,7	11,2
G17. Comida y bebida	5.001,3	14.371,6	56,1
G18. Luz, agua, gas, leña, telefonía, televisión e internet	940,8	2.703,5	10,6
G19. Flores para ofrenda, <i>plantà</i> , presentaciones y actos relac.	758,8	2.180,6	8,5
G20. Imprenta	771,0	2.215,5	8,6
G21. Comunicación (redes sociales, web, publicidad)	38,1	109,5	0,4
G22. Otros gastos	901,2	2.589,8	10,1
Total	34.923,8	100.355,8	391,7

Fuente: Elaboración propia.

Una vez estimado el gasto total de las comisiones, su imputación por ramas de actividad se realiza teniendo en cuenta la correspondencia de los distintos conceptos de gasto y las ramas de actividad de la tabla *input-output* de la Comunitat Valenciana. Además, al igual que se ha hecho con el resto de los gastos, lo relevante es el gasto que se realiza en la economía valenciana, por lo que se elimina el componente "importado" utilizando la propensión media a importar de cada rama que proporciona la propia tabla. Con esta aproximación, el **cuadro 22** contiene el vector de demanda final, con desagregación a 30 y 5 ramas de actividad. Es este vector el relevante a la hora de estimar los impactos económicos. Como se observa en el cuadro, destaca el 30% del gasto que se imputa al sector de actividades inmobiliarias y servicios empresariales, y el 23% a otras actividades sociales.

Cuadro 22. Vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto realizado por las comisiones falleras durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	299.066	1,22
Pesca	-	-
Extracción de productos energéticos	-	-
Extracción de otros minerales except. productos energéticos	-	-
Alimentación, bebidas y tabaco	926.274	3,78
Industria textil	927	0,00
Industria del cuero y del calzado	-	-
Industria de la madera y del corcho	13.720	0,06
Papel; edición y artes gráficas	220.744	0,90
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares	-	-
Industria química	920.588	3,76
Caucho y plástico	10.521	0,04
Otros productos minerales no metálicos	116.095	0,47
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	-	-
Maquinaria y equipo mecánico	-	-
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	81.917	0,33
Fabricación de material de transporte	-	-
Industrias manufactureras diversas	491.796	2,01
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	1.761.973	7,19
Construcción	1.133.905	4,63
Comercio y reparación	1.210.047	4,94
Hostelería	959.002	3,91
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	175.590	0,72
Intermediación financiera	984.539	4,02
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	7.413.307	30,25
Administración pública, defensa y seg. social obligatoria	2.109.250	8,61
Educación	-	-
Sanidad y servicios sociales	2.074	0,01
Otras activ. sociales y serv. a la comunidad; serv. personales	5.646.637	23,04
Hogares que emplean personal doméstico	-	-
Economías domésticas	31.406	0,13
Total	24.509.379	100,00

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería y pesca	299.066	1,22
Energía	1.761.973	7,19
Manufacturas	2.782.582	11,35
Construcción	1.133.905	4,63
Servicios	18.500.447	75,48
Economías domésticas	31.406	0,13
Total	24.509.379	100,00

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. El impacto del gasto de las comisiones falleras

Utilizando la metodología *input-output*, se estiman los impactos económicos totales en términos de valor de las ventas, rentas y empleo asociado a los 24,5 millones de gasto generador de impacto de las comisiones falleras.

El impacto en ventas se estima en 53,6 millones de euros, lo que genera 13,5 millones de euros de rentas (aportación al PIB) y 421 empleos a tiempo completo (**cuadros 23 y 24**).

En el caso de la renta y el empleo (que son las variables relevantes desde el punto de vista del bienestar), en torno al 80% de los impactos se generan en el sector servicios, destacando el de las actividades inmobiliarias y servicios empresariales, el comercio y reparación y la hostelería.

Cuadro 23. Resumen de impactos totales por sectores del gasto realizado por las comisiones falleras durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	783.149	1,5	203.927	1,5	11	2,5
Pesca	16.176	0,0	4.243	0,0	0	0,0
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-
Extracción de otros minerales excepto productos	178.206	0,3	31.814	0,2	1	0,2
Alimentación, bebidas y tabaco	2.818.770	5,3	302.465	2,2	10	2,3
Industria textil	33.365	0,1	2.534	0,0	0	0,0
Industria del cuero y del calzado	88.259	0,2	11.408	0,1	1	0,1
Industria de la madera y del corcho	193.686	0,4	19.184	0,1	1	0,2
Papel; edición y artes gráficas	445.010	0,8	87.159	0,6	3	0,7
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles	515.175	1,0	44.593	0,3	0	0,0
Industria química	1.222.616	2,3	163.761	1,2	5	1,2
Caucho y plástico	134.118	0,3	21.343	0,2	1	0,2
Otros productos minerales no metálicos	450.884	0,8	36.574	0,3	2	0,5
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	164.405	0,3	27.657	0,2	1	0,2
Maquinaria y equipo mecánico	324.265	0,6	74.335	0,6	2	0,6
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	227.298	0,4	31.618	0,2	1	0,2
Fabricación de material de transporte	157.515	0,3	12.043	0,1	0	0,1
Industrias manufactureras diversas	764.772	1,4	132.613	1,0	5	1,3
Producción y distrib. energía eléctrica, gas y agua	3.888.353	7,3	496.277	3,7	4	1,0
Construcción	3.448.488	6,4	487.383	3,6	15	3,5
Comercio y reparación	4.039.859	7,5	1.243.602	9,2	72	17,2
Hostelería	4.627.649	8,6	1.149.555	8,5	44	10,6
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	1.479.571	2,8	403.383	3,0	11	2,7
Intermediación financiera	3.312.809	6,2	823.760	6,1	13	3,0
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	13.669.028	25,5	4.434.126	33,0	92	21,9
Administración pública, defensa y seguridad	2.109.250	3,9	747.269	5,6	30	7,1
Educación	67.999	0,1	26.449	0,2	1	0,2
Sanidad y servicios sociales	124.773	0,2	36.086	0,3	2	0,6
Otras activ. sociales y serv. a la comunidad; serv.	7.968.171	14,9	2.251.566	16,7	78	18,4
Hogares que emplean personal doméstico	318.762	0,6	148.233	1,1	14	3,3
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	53.572.381	100,0	13.454.958	100,0	421	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería y pesca	799.325	1,5	208.170	1,5	11	2,6
Energía	4.581.734	8,6	572.684	4,3	5	1,2
Manufacturas	7.024.964	13,1	922.692	6,9	32	7,6
Construcción	3.448.488	6,4	487.383	3,6	15	3,5
Servicios	37.717.871	70,4	11.264.030	83,7	358	85,1
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	53.572.381	100,0	13.454.958	100,0	421	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 24. Resumen de impactos totales del gasto realizado por las comisiones falleras durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

Tipo de impacto	Ventas	Renta	Empleo
Impacto directo	24.509.379	6.371.459	199
Impacto indirecto e inducido	29.063.003	7.083.499	222
Impacto total	53.572.381	13.454.958	421

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Las agrupaciones falleras

Las agrupaciones falleras, como se ha advertido anteriormente, son otro agente de gasto, aunque de menor relevancia en términos cuantitativos. En la ciudad de València, existen un total de 22 agrupaciones.

4.3.1. El gasto de las agrupaciones falleras

La cuantificación del gasto de las agrupaciones se ha realizado de forma directa a partir de los datos facilitados por las agrupaciones a través de la Interagrupación de fallas. El gasto total de las 22 agrupaciones asciende a 510.544 euros, 425.821 euros netos de importaciones (**cuadro 25**). Como puede observarse estos gastos va destinado de forma mayoritaria a tres sectores que concentran tres cuartas partes del gasto realizado por las agrupaciones (76,8%): Hostelería, Actividades inmobiliarias y servicios empresariales y a Otras actividades sociales y de servicios a la comunidad; servicios personales.

4.3.2. El impacto del gasto de las agrupaciones falleras

Al igual que con el resto de los agentes, se utiliza la metodología *input-output* para cuantificar el impacto económico generado por los gastos adicionales realizados por agrupaciones.

La estimación ofrece que los 425.821 euros de gasto realizado por las agrupaciones han generado un impacto de 886.980 de euros sobre las ventas, de 224.629 euros en términos de rentas, y ha generado 8 empleos a tiempo completo (**cuadros 26 y 27**).

Los sectores más beneficiados son Hostelería, Actividades inmobiliarias y servicios empresariales Otras actividades sociales y de servicios a la comunidad; servicios personales y Comercio y reparación. Estos 4 sectores acaparan el 73,5% de la renta generada. Asimismo, casi 3 de cada 4 empleos generados van a estos sectores.

Cuadro 25. Vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto realizado por las agrupaciones falleras durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	5.421	1,27
Pesca	-	-
Extracción de productos energéticos	-	-
Extracción de otros minerales excepto productos energéticos	-	-
Alimentación, bebidas y tabaco	-	-
Industria textil	97	0,02
Industria del cuero y del calzado	-	-
Industria de la madera y del corcho	-	-
Papel; edición y artes gráficas	13.422	3,15
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares	-	-
Industria química	16.837	3,95
Caucho y plástico	-	-
Otros productos minerales no metálicos	14	0,00
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	1.243	0,29
Maquinaria y equipo mecánico	-	-
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	-	-
Fabricación de material de transporte	-	-
Industrias manufactureras diversas	5.470	1,28
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	-	-
Construcción	-	-
Comercio y reparación	15.915	3,74
Hostelería	190.390	44,71
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	1.289	0,30
Intermediación financiera	7.258	1,70
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	68.606	16,11
Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	31.955	7,50
Educación	-	-
Sanidad y servicios sociales	-	-
Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad; serv. personales	67.904	15,95
Hogares que emplean personal doméstico	-	-
Economías domésticas	-	-
Total	425.821	100,00

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería y pesca	5.421	1,27
Energía	-	-
Manufacturas	37.084	8,71
Construcción	-	-
Servicios	383.317	90,02
Economías domésticas	-	-
Total	425.821	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 26. Resumen de impactos totales por sectores del gasto realizado por las agrupaciones falleras durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	14.776	1,7	3.902	1,7	0	2,6
Pesca	273	0,0	72	0,0	0	0,1
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-
Extracción de otros minerales excep. prod. energéticos	2.246	0,3	400	0,2	0	0,1
Alimentación, bebidas y tabaco	51.092	5,8	5.026	2,2	0	2,1
Industria textil	648	0,1	51	0,0	0	0,0
Industria del cuero y del calzado	1.468	0,2	189	0,1	0	0,1
Industria de la madera y del corcho	1.791	0,2	177	0,1	0	0,1
Papel; edición y artes gráficas	16.883	1,9	3.412	1,5	0	1,5
Refino de petróleo y trat. de combustibles nucleares	7.878	0,9	680	0,3	0	0,0
Industria química	21.498	2,4	2.873	1,3	0	1,2
Caucho y plástico	2.007	0,2	319	0,1	0	0,2
Otros productos minerales no metálicos	4.642	0,5	383	0,2	0	0,3
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	3.556	0,4	580	0,3	0	0,3
Maquinaria y equipo mecánico	4.433	0,5	1.014	0,5	0	0,4
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	1.457	0,2	218	0,1	0	0,1
Fabricación de material de transporte	2.321	0,3	179	0,1	0	0,1
Industrias manufactureras diversas	9.817	1,1	1.805	0,8	0	1,0
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	31.781	3,6	4.266	1,9	0	0,5
Construcción	25.892	2,9	3.651	1,6	0	1,5
Comercio y reparación	64.753	7,3	20.003	8,9	1	15,6
Hostelería	251.500	28,4	61.613	27,4	2	31,4
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	20.329	2,3	5.593	2,5	0	2,2
Intermediación financiera	40.297	4,5	10.003	4,5	0	2,2
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	168.637	19,0	55.661	24,8	1	13,4
Administración pública, defensa y seguridad social	31.955	3,6	11.295	5,0	0	6,0
Educación	1.103	0,1	428	0,2	0	0,2
Sanidad y servicios sociales	2.032	0,2	586	0,3	0	0,5
Otras activ. sociales y serv. comunidad; serv. personales	96.594	10,9	27.782	12,4	1	13,1
Hogares que emplean personal doméstico	5.322	0,6	2.469	1,1	0	3,1
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	886.980	100,0	224.629	100,0	8	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería y pesca	15.050	1,7	3.974	1,8	0	2,7
Energía	41.905	4,7	5.347	2,4	0	0,7
Manufacturas	121.612	13,7	16.226	7,2	1	7,4
Construcción	25.892	2,9	3.651	1,6	0	1,5
Servicios	682.521	77,0	195.433	87,0	7	87,8
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	886.980	100,0	224.629	100,0	8	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 27. Resumen de impactos totales del gasto realizado por las agrupaciones falleras durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

Tipo de impacto	Ventas	Renta	Empleo
Impacto directo	425.821	120.616	4
Impacto indirecto e inducido	461.158	104.013	4
Impacto total	886.980	224.629	8

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Los visitantes

Para estimar el impacto económico que genera el gasto que realizan los residentes y visitantes con motivo de las Fallas diferenciamos entre el gasto realizado durante la semana fallera y el gasto adicional realizado durante los dos fines de semana de marzo previos a la semana fallera. Los dos epígrafes siguientes describen la estimación del gasto realizado en cada uno de estos periodos, así como su impacto económico.

4.4.1. El gasto de los visitantes y residentes

El **cuadro 28** muestra el número de personas que acoge València durante las fiestas falleras y el número de días de estancia (panel a), su comportamiento de alojamiento cuando este no les supone un gasto (panel b), datos sobre aquellas que pernoctan en un alojamiento que implica gasto (panel c) y el gasto medio diario en el resto de los conceptos para todas las personas (panel d) a partir del trabajo de campo realizado. La información distingue entre los cuatro perfiles de visitantes considerados: local (residente), regional, nacional e internacional. Obviamente, en el caso de los residentes locales en València, no hay gasto en alojamiento, ya que no pernoctan fuera de sus domicilios. Como suele ser habitual, los turistas internacionales presentan más días de pernoctación y de estancia que los nacionales y regionales. Así, frente a las 4,4 pernoctaciones con gasto de media de un turista internacional a las Fallas, en un nacional la cifra es de 2,7 y de 2,3 para un turista regional. Como también suele ser habitual, los turistas internacionales realizan un mayor gasto diario que los nacionales, aunque llama la atención que el gasto en alojamiento sea mayor en los regionales (probablemente se trate de personas con alto poder adquisitivo que, pese a residir en la Comunitat Valenciana, deciden pernoctar en València durante las Fallas).

Teniendo en cuenta la cifra de visitantes, el número de pernoctaciones y días de estancia, así como el gasto diario, el panel e del **cuadro 28** recoge el gasto total estimado, que arroja un valor de 259,7 millones de euros. De esa cifra, 66,6 millones corresponde a los visitantes locales (residentes en València), 71,5 millones a los visitantes regionales (de la Comunitat Valenciana), 49,2 millones a los del resto de España y 71,4 millones a los visitantes de fuera de España. Para el total del gasto, el destino más importante es en comidas y bares y restaurantes (97,2 millones de euros). Si sumamos otros gastos también en bares y restaurantes, la cifra aumenta a casi 144,7 millones, lo que supone el 56% del gasto turístico total. En alojamiento el gasto ha sido de 48,8 millones de euros.

Cuadro 28. Estimación del gasto de los visitantes y residentes durante la semana fallera 2023

a) Visitantes y residentes en València con motivo de las Fallas

	Local	Regional	Nacional	Internacional
Personas	529.147	448.555	204.326	151.451
Número de días de estancia en València	3,9	3,5	3,7	4,8

b) Personas en alojamientos que no implican gasto en la Comunitat Valenciana

	Local	Regional	Nacional	Internacional
Residencia habitual	100%	75,3%	7,1%	0,0%
En casa de familiares o amigos	0%	15,8%	54,4%	29,4%
Vivienda propia (segunda residencia)	0%	2,1%	2,8%	1,2%
Otro tipo de alojamiento	0%	0%	0%	2,4%
Alojamiento fuera de la CV	0%	0,7%	0,4%	0,0%

c) Alojamiento que implica gasto en la Comunitat Valenciana

	Local	Regional	Nacional	Internacional
Personas en alojamiento que implica gasto	0%	6,2%	35,3%	66,9%
Gasto medio diario en alojamiento	-	79,6	63,1	70,1
Número de pernoctaciones	-	2,3	2,7	4,4

d) Resto de gastos

	Local	Regional	Nacional	Internacional
Gasto medio diario	32,4	42,3	49,0	57,1
<i>Transporte público local</i>	3,1	1,8	3,2	5,3
<i>Transporte privado dentro de València</i>	0,4	0,3	1,6	1,1
<i>Comidas y cenas en restaurantes y bares</i>	14,0	19,4	25,5	26,0
<i>Resto de consumiciones en restaurantes y bares</i>	8,1	7,7	11,9	13,7
<i>Ocio diurno</i>	2,3	0,7	1,5	3,1
<i>Ocio nocturno</i>	1,0	0,7	1,1	0,6
<i>Compras</i>	3,6	3,8	4,2	7,2
<i>Transporte público ida y vuelta hasta València</i>	0,0	4,2	0,0	0,0
<i>Transporte privado ida y vuelta hasta València</i>	0,0	3,7	0,0	0,0

e) Gasto total

	Local	Regional	Nacional	Internacional	Total
Alojamiento	0	5.137.559	12.385.883	31.298.515	48.821.957
Transporte público local	6.269.079	2.762.752	2.391.446	3.790.370	15.213.648
Transporte privado dentro de València	920.144	462.679	1.210.265	785.012	3.378.099
Comidas y cenas en restaurantes y bares	28.747.935	30.480.405	19.193.555	18.765.363	97.187.259
Resto restaurantes/bares	16.643.729	12.030.414	8.922.789	9.907.668	47.504.601
Ocio diurno	4.650.354	1.055.888	1.155.550	2.268.105	9.129.896
Ocio nocturno	2.029.163	1.155.951	830.532	428.141	4.443.787
Compras	7.350.394	6.024.782	3.120.500	5.180.851	21.676.527
Transp. público hasta VLC	0	6.594.953	0	0	6.594.953
Transp. privado hasta VLC	0	5.789.125	0	0	5.789.125
Total	66.610.799	71.494.508	49.210.521	72.424.025	259.739.852

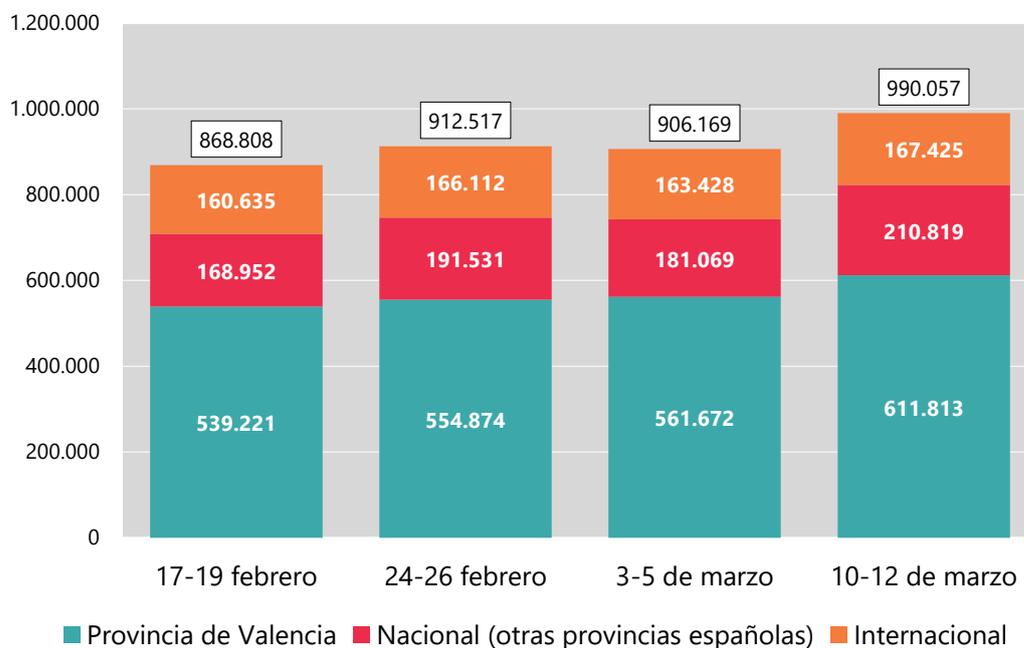
Nota: En el cálculo del transporte de ida y vuelta hasta València solo se tiene en cuenta el contratado desde la Comunitat Valenciana, apareciendo como 0 cuando el visitante ha efectuado el gasto fuera de la misma.

Fuente: Telefónica (2023) y elaboración propia.

Además de los visitantes durante la semana fallera, las Fallas también comportan actividad turística los días previos a su celebración en los que ya hay distintos eventos programados como la Crida, la entrada de bandas de música en la Plaza del Ayuntamiento o espectáculos pirotécnicos (*despertàs, masclètàs, castillos, etc.*), que ya empezaron en el fin de semana del 24-26 de febrero.

Con el fin de contemplar estos visitantes adicionales, a partir de la información sobre flujos turísticos a la ciudad de que proporciona Telefónica (2023), se ha analizado el volumen de visitantes en la ciudad de València los cuatro fines de semana previos a la semana fallera. El **gráfico 12** recoge la suma de los visitantes diarios durante cada uno de estos fines de semana según procedencia. Se observa que el volumen de visitantes el último fin de semana de febrero y los dos fines de semana de marzo es sensiblemente superior al del fin de semana del 17 al 19 de febrero. Adoptando un criterio conservador, este estudio considera solo los visitantes adicionales del mes de marzo, de forma que no se tienen en cuenta los posibles visitantes que en el fin de semana del 24-26 de febrero pudieran visitar València con motivo de la celebración de actos falleros. Como muestra el **gráfico 13**, para ello comparamos el volumen de visitantes que acude a la ciudad de València cada uno de los dos primeros fines de semana respecto al fin de semana del 17-19 de febrero, que es un fin de semana típico en el que no hubo actos falleros. Entre el 3 y el 5 de marzo vinieron a València 37.361 visitantes más y 121.249 entre el 10 y 12 de marzo. En total, se estima que cerca de 159.000 personas visitaron València con motivo de algunos de los actos falleros. El 60% de estos visitantes procedían de otros municipios de la ciudad de València.

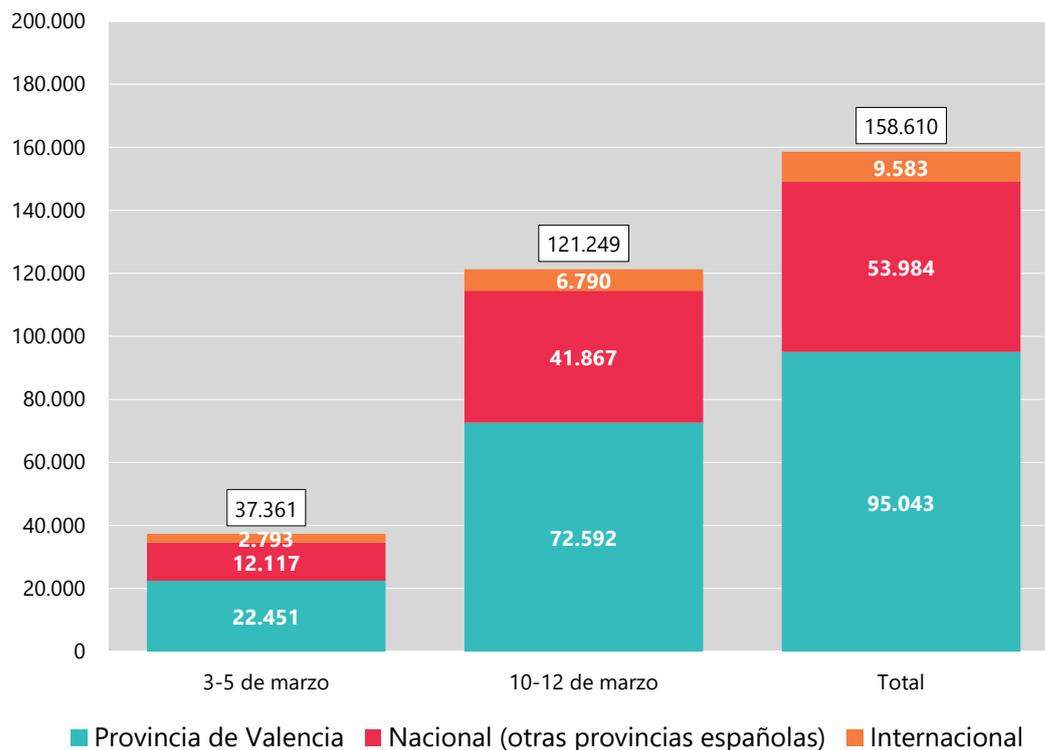
Gráfico 12. Número acumulado de visitantes a la ciudad de València durante los fines de semana previos a la semana fallera 2023



Nota: Se excluyen aquellas personas que se desplazan a la ciudad por motivos de trabajo

Fuente: Telefónica (2023) y elaboración propia.

Gráfico 13. Número de visitantes adicionales los dos fines de semana de marzo previos a la semana fallera respecto al fin de semana del 17-19 de febrero 2023



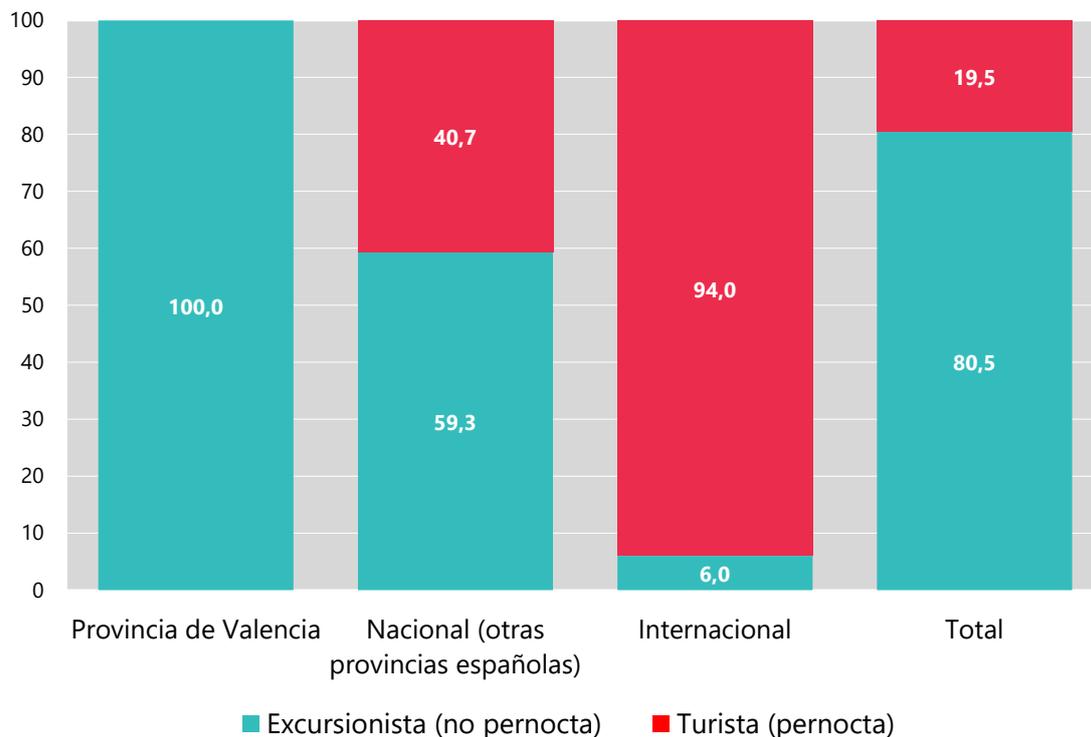
Fuente: Telefónica (2023) y elaboración propia.

La información que proporciona Telefónica permite conocer cuántos de estos visitantes adicionales pernoctaron durante su estancia de fin de semana. Esta información es relevante para poder imputar correctamente el coste de alojamiento. El **gráfico 14** muestra el porcentaje de cada perfil de visitante. Ninguno de los visitantes procedentes de otro municipio de la provincia de Valencia pernoctó en la ciudad. Sin embargo, el 41% de los visitantes nacionales y el 94% de los internacionales durmieron en la capital.

A partir de la cifra de visitantes adicionales durante los dos primeros fines de semana de marzo (**gráfico 13**), el gasto diario según origen de los visitantes presentado en la sección anterior y las pernoctaciones durante el fin de semana (**gráfico 14**), se obtiene el gasto total de estos visitantes. El **cuadro 29** muestra que este gasto se eleva a 9,2 millones de euros³². De esa cifra, 4 millones corresponde a los visitantes de la provincia de Valencia, otros 4 millones a los residentes en el resto de España y 1,2 millones a los visitantes de fuera de España.

³² Nótese que en este caso no se considera el gasto adicional en que pudiera haber incurrido los residentes en la ciudad de València

Gráfico 14. Distribución de los visitantes adicionales los fines de semana de marzo previos a la semana fallera 2023 según origen y pernoctación en la ciudad de València (porcentaje)



Fuente: Telefónica (2023) y elaboración propia.

Cuadro 29. Gasto acumulado de los visitantes adicionales durante los dos fines de semana de marzo previos a la semana fallera 2023 (euros)

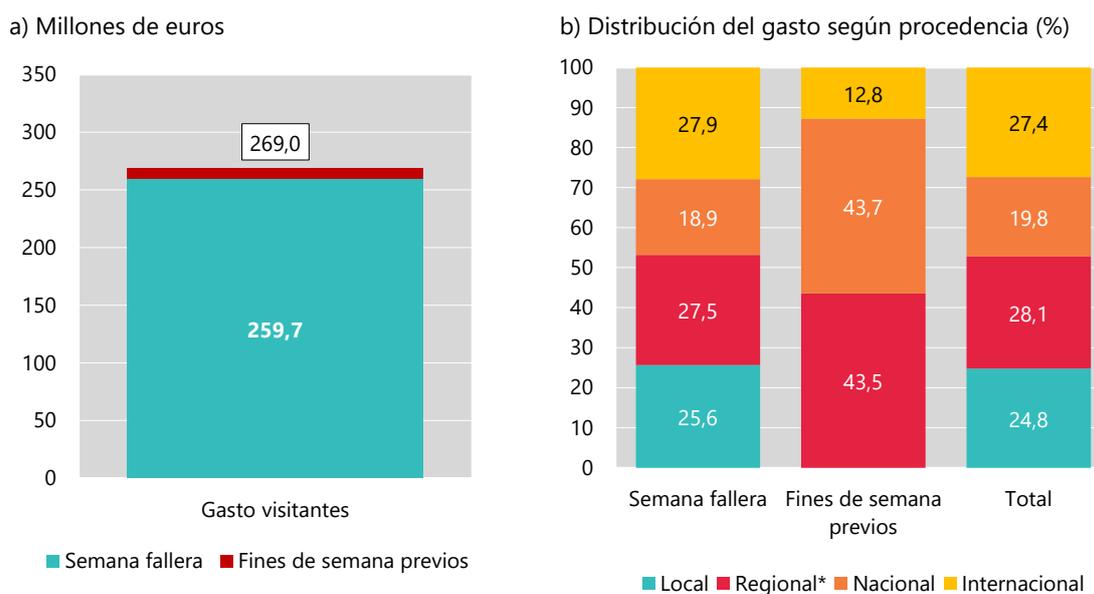
	Provincia de València*	Nacional (resto de provincias)	Internacional	Total
Alojamiento	0	1.385.426	631.489	2.016.916
Transporte público local	167.255	171.760	50.406	389.421
Transporte privado dentro de València	28.010	86.925	10.439	125.374
Comidas y cenas en restaurantes y bares	1.845.258	1.378.535	249.549	3.473.342
Resto de consumiciones en rest. y bares	728.311	640.860	131.756	1.500.927
Ocio diurno	63.923	82.995	30.162	177.079
Ocio nocturno	69.980	59.651	5.694	135.325
Compras	364.735	224.123	68.897	657.755
Transp. público ida y vuelta hasta València	399.253	0	0	399.253
Transp. privado ida y vuelta hasta València	350.469	0	0	350.469
Total	4.017.194	4.030.274	1.178.392	9.225.861

*Se asigna el gasto medio diario, sin contar el alojamiento, del visitante regional.

Fuente: Telefónica (2023) y elaboración propia.

Teniendo en cuenta tanto los visitantes en la semana fallera como los de los dos fines de semana anteriores, el **gráfico 15** recoge el gasto total asociado a los visitantes de la ciudad de València con motivo de las Fallas. El volumen de gasto se eleva a 269 millones de euros. El 96,6% se realiza durante la semana fallera y el 3,4% restante en los dos fines de semana de marzo anteriores. Los visitantes regionales, en su conjunto, son los que representan el mayor gasto (28,1%), seguido del internacional (27,4%), el local (24,8%) y, por último, el nacional que aporta el 19,8% del gasto turístico generado por los visitantes durante las Fallas.

Gráfico 15. Gasto total realizado por los visitantes y residentes con motivo de las Fallas 2023



*En el caso de los visitantes regionales durante los fines de semana previos se refiere solo al procedente de la provincia de Valencia

Fuente: Telefónica (2023) y elaboración propia.

Tras estimar el gasto de los visitantes con motivo de las Fallas se imputan los gastos a las diferentes ramas de actividad teniendo en cuenta la clasificación sectorial de la tabla *input-output* de la Comunitat Valenciana y se descuentan los gastos que son abastecidos por empresas de fuera de la Comunitat Valenciana. Con estos ajustes, en el **cuadro 30** se reproduce el vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto turístico de los visitantes desagregando la información a 30 y 5 ramas de actividad. El cuadro distingue entre el gasto efectuado durante la semana fallera y el gasto adicional durante los dos fines de semana de marzo previos a la semana fallera. En total, el gasto neto es de 245 millones de euros, y de esa cifra el 77% se imputa a la hostelería. El segundo sector en importancia, a gran distancia, es el del transporte (9,1%).

Cuadro 30. Vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto turístico de los visitantes durante las Fallas 2023 (euros)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sector de actividad	Semana fallera	Fines de semana previos	Total	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	-	-	-	-
Pesca	-	-	-	-
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-
Extracción otros minerales excepto prod. energ.	-	-	-	-
Alimentación, bebidas y tabaco	-	-	-	-
Industria textil	54.949	1.667	56.616	0,0
Industria del cuero y del calzado	-	-	-	-
Industria de la madera y del corcho	-	-	-	-
Papel; edición y artes gráficas	1.262.220	38.301	1.300.521	0,5
Refino de petróleo y tratami. de comb. nucleares	-	-	-	-
Industria química	-	-	-	-
Caucho y plástico	-	-	-	-
Otros productos minerales no metálicos	1.048.979	31.830	1.080.810	0,4
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	-	-	-	-
Maquinaria y equipo mecánico	-	-	-	-
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	-	-	-	-
Fabricación de material de transporte	-	-	-	-
Industrias manufactureras diversas	2.392.236	72.590	2.464.826	1,0
Producción y distr. de energía eléctrica, gas y agua	-	-	-	-
Construcción	-	-	-	-
Comercio y reparación	2.289.106	69.461	2.358.567	1,0
Hostelería	181.900.076	6.574.395	188.474.471	76,9
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	21.463.411	833.624	22.297.036	9,1
Intermediación financiera	-	-	-	-
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	4.469.134	231.979	4.701.113	1,9
Admon. pública, defensa y seq. social obligatoria	15.035.758	521.872	15.557.630	6,4
Educación	-	-	-	-
Sanidad y servicios sociales	-	-	-	-
Otras activ. Soc. y ser. comunidad; ser. personales	6.519.334	150.045	6.669.380	2,8
Hogares que emplean personal doméstico	-	-	-	-
Economías domésticas	-	-	-	-
Total	236.435.203	8.525.765	244.960.968	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sector de actividad	Semana fallera	Fines de semana previos	Total	%
Agricultura, ganadería y pesca	-	-	-	-
Energía	-	-	-	-
Manufacturas	4.758.384	144.389	4.902.773	2,0
Construcción	-	-	-	-
Servicios	231.676.819	8.381.376	240.058.195	98,0
Economías domésticas	-	-	-	-
Total	236.435.203	8.525.765	244.960.968	100,0

Fuente: Elaboración propia.

4.4.2. Impacto económico del gasto de los visitantes

Con este vector de demanda, en los **cuadros 31 y 32** se ofrecen los resultados del impacto económico total de los 244,9 millones de gasto adicional realizado por los visitantes a las Fallas, así como el desglose por ramas de actividad.

El impacto total en términos de valor de las ventas se estima en 500,5 millones de euros, que dan lugar a un aumento de la renta de 125,5 millones de euros, y que necesitan de 4.525 ocupados equivalentes a tiempo completo para conseguir esas cifras de actividad.

Centrando la atención en el impacto sobre la renta (contribución al PIB), el sector más favorecido por las Fallas es la hostelería, en donde se generan 56,2 millones de euros, el 44,8% de toda la renta generada por el gasto de los visitantes. Le sigue en importancia el sector de actividades inmobiliarias y servicios empresariales, que aglutina el 15,3% del impacto en renta (19,2 millones de euros).

En términos de empleo, la hostelería concentra el 48,4% (2.191 puestos de trabajo), seguido del transporte (10,5%, con 476 empleos). Del impacto total, tanto en renta como en empleo, el 42% es indirecto e inducido, mientras que el 58% es directo.

Cuadro 31. Resumen de impactos totales por sectores del gasto turístico de los visitantes durante las Fallas 2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	6.090.315	1,2	1.542.572	1,2	81	1,8
Pesca	185.762	0,0	48.615	0,0	2	0,1
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-
Extrac. otros minerales exc prod. energéticos	598.900	0,1	106.670	0,1	2	0,1
Alimentación, bebidas y tabaco	34.712.080	6,9	3.386.214	2,7	109	2,4
Industria textil	326.574	0,1	26.587	0,0	2	0,0
Industria del cuero y del calzado	818.797	0,2	105.591	0,1	5	0,1
Industria de la madera y del corcho	912.328	0,2	90.154	0,1	5	0,1
Papel; edición y artes gráficas	3.240.003	0,6	609.587	0,5	20	0,4
Refino de petróleo y trat. de comb. nucleares	4.995.986	1,0	431.434	0,3	1	0,0
Industria química	2.275.936	0,5	304.134	0,2	10	0,2
Caucho y plástico	1.029.860	0,2	163.502	0,1	7	0,2
Otros productos minerales no metálicos	3.141.983	0,6	279.698	0,2	15	0,3
Metalurgia y fabricación de productos	963.113	0,2	160.600	0,1	6	0,1
Maquinaria y equipo mecánico	2.437.272	0,5	557.419	0,4	18	0,4
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	716.140	0,1	104.195	0,1	3	0,1
Fabricación de material de transporte	1.290.731	0,3	99.289	0,1	3	0,1
Industrias manufactureras diversas	5.065.150	1,0	899.297	0,7	36	0,8
Producción y distrib. energía eléct., gas y agua	19.302.996	3,9	2.548.248	2,0	24	0,5
Construcción	15.040.547	3,0	2.120.752	1,7	64	1,4
Comercio y reparación	31.552.633	6,3	9.760.829	7,8	583	12,9
Hostelería	222.657.957	44,5	56.239.093	44,8	2.191	48,4
Transportes, almacenamiento y	34.914.546	7,0	11.038.254	8,8	476	10,5
Intermediación financiera	16.255.632	3,2	4.194.595	3,3	69	1,5
Actividades inmobiliarias y servicios	58.084.350	11,6	19.225.219	15,3	256	5,7
Administración pública, defensa y seguridad	15.557.630	3,1	5.498.920	4,4	221	4,9
Educación	580.298	0,1	225.353	0,2	7	0,2
Sanidad y servicios sociales	1.129.778	0,2	326.151	0,3	22	0,5
Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad;	13.638.220	2,7	4.013.249	3,2	155	3,4
Hogares que emplean personal doméstico	2.972.877	0,6	1.379.244	1,1	131	2,9
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	500.488.393	100,0	125.485.463	100,0	4.525	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería y pesca	6.276.077	1,3	1.591.187	1,3	83	1,8
Energía	24.897.882	5,0	3.086.353	2,5	27	0,6
Manufacturas	56.929.966	11,4	6.786.264	5,4	238	5,3
Construcción	15.040.547	3,0	2.120.752	1,7	64	1,4
Servicios	397.343.922	79,4	111.900.907	89,2	4.111	90,9
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	500.488.393	100,0	125.485.463	100,0	4.525	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 32. Resumen de impactos totales del gasto turístico de los visitantes durante las Fallas 2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

Tipo de impacto	Ventas	Renta	Empleo
Impacto directo	244.960.968	72.229.670	2.604
Impacto indirecto e inducido	255.527.425	53.255.794	1.920
Impacto total	500.488.393	125.485.463	4.525

Fuente: Elaboración propia.

4.5. Las empresas

El quinto factor que contribuye al gasto durante las Fallas son las empresas e instituciones privadas. Se trata de gastos de empresas como los medios de comunicación, que realizan importantes desembolsos para cubrir la fiesta, empresas de telefonía móvil, que instalan antenas adicionales, o diversas grandes marcas de consumo, que colaboran con la fiesta ofreciendo bebidas, alimentos, cesión de automóviles, *merchandising*, acciones publicitarias, etc.

4.5.1. El gasto de las empresas

La estimación de estos gastos se ha realizado de forma directa mediante información obtenida de las empresas más relevantes. El gasto total adicional realizado por las empresas con motivo de las Fallas asciende a aproximadamente 8 millones de euros, 6,7 millones de euros neto de importaciones (**cuadro 33**). Como puede observarse, estos gastos van destinados de forma mayoritaria a dos sectores que concentran el 85,2% del gasto realizado por las empresas: Transportes, almacenamiento y comunicaciones (65,5%) y Actividades inmobiliarias y servicios empresariales (19,7%).

4.5.2. El impacto del gasto de las empresas

Los **cuadros 34 y 35** muestran los resultados de la estimación del impacto económico generado por los 6,7 millones de gasto adicional de las empresas.

La estimación revela que los gastos de las empresas han generado un impacto de 13,2 millones de euros sobre las ventas, de 3,5 millones de euros en términos de rentas, y ha generado 115 empleos a tiempo completo.

Los sectores más beneficiados son Transportes, almacenamiento y comunicaciones, Actividades inmobiliarias y servicios empresariales y Comercio y reparación. Estos tres sectores acaparan el 72,8% de la renta generada y el 70,8% del empleo.

Cuadro 33. Vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto realizado por las empresas durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	-	-
Pesca	-	-
Extracción de productos energéticos	-	-
Extracción de otros minerales excepto productos energéticos	-	-
Alimentación, bebidas y tabaco	61.371	0,91
Industria textil	25.688	0,38
Industria del cuero y del calzado	120	0,00
Industria de la madera y del corcho	-	-
Papel; edición y artes gráficas	62.666	0,93
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares	-	-
Industria química	-	-
Caucho y plástico	8.101	0,12
Otros productos minerales no metálicos	-	-
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	-	-
Maquinaria y equipo mecánico	-	-
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	8.154	0,12
Fabricación de material de transporte	570	0,01
Industrias manufactureras diversas	287	0,00
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	-	-
Construcción	-	-
Comercio y reparación	216.658	3,22
Hostelería	2.500	0,04
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	4.402.291	65,50
Intermediación financiera	-	-
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	1.323.733	19,69
Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	-	-
Educación	1.700	0,03
Sanidad y servicios sociales	-	-
Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad; serv. personales	607.500	9,04
Hogares que emplean personal doméstico	-	-
Economías domésticas	-	-
Total	6.721.340	100,00

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería y pesca	-	-
Energía	-	-
Manufacturas	166.958	2,48
Construcción	-	-
Servicios	6.554.382	97,52
Economías domésticas	-	-
Total	6.721.340	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 34. Resumen de impactos totales por sectores del gasto realizado por las empresas durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	100.783	0,76	25.840	0,74	1	1,18
Pesca	4.170	0,03	1.091	0,03	0	0,05
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-
Extrac. otros minerales exc prod. energéticos	15.547	0,12	2.769	0,08	0	0,05
Alimentación, bebidas y tabaco	487.213	3,68	49.813	1,42	2	1,38
Industria textil	36.379	0,27	2.341	0,07	0	0,11
Industria del cuero y del calzado	22.844	0,17	2.939	0,08	0	0,12
Industria de la madera y del corcho	33.655	0,25	3.326	0,09	0	0,16
Papel; edición y artes gráficas	119.978	0,91	23.616	0,67	1	0,68
Refino de petróleo y trat. de comb. nucleares	119.953	0,91	10.359	0,30	0	0,03
Industria química	72.417	0,55	9.677	0,28	0	0,27
Caucho y plástico	32.155	0,24	5.105	0,15	0	0,19
Otros productos minerales no metálicos	53.100	0,40	4.489	0,13	0	0,20
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	27.489	0,21	4.569	0,13	0	0,14
Maquinaria y equipo mecánico	36.961	0,28	8.453	0,24	0	0,24
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	68.892	0,52	12.989	0,37	0	0,41
Fabricación de material de transporte	32.699	0,25	2.509	0,07	0	0,07
Industrias manufactureras diversas	66.340	0,50	10.320	0,29	0	0,37
Producción y distrib. energía eléct., gas y agua	422.041	3,19	54.838	1,56	0	0,43
Construcción	364.866	2,75	51.447	1,47	2	1,37
Comercio y reparación	1.003.736	7,58	307.964	8,77	18	15,36
Hostelería	956.498	7,22	238.113	6,78	9	8,07
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	4.802.871	36,25	1.301.917	37,10	26	22,80
Intermediación financiera	416.694	3,14	109.090	3,11	2	1,55
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	2.891.950	21,83	945.464	26,94	37	32,61
Administración pública, defensa y seguridad social	-	-	-	-	-	-
Educación	18.654	0,14	7.293	0,21	0	0,20
Sanidad y servicios sociales	30.522	0,23	8.817	0,25	1	0,54
Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad; serv.	928.563	7,01	265.874	7,58	9	8,23
Hogares que emplean personal doméstico	83.146	0,63	38.575	1,10	4	3,19
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	13.250.117	100,0	3.509.595	100,00	11	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería y pesca	104.953	0,79	26.932	0,77	1	1,23
Energía	557.542	4,21	67.965	1,94	1	0,52
Manufacturas	1.090.123	8,23	140.145	3,99	5	4,33
Construcción	364.866	2,75	51.447	1,47	2	1,37
Servicios	11.132.634	84,02	3.223.106	91,84	106	92,56
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	13.250.117	100,00	3.509.595	100,00	115	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 35. Resumen de impactos totales del gasto realizado por las empresas durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

Tipo de impacto	Ventas	Renta	Empleo
Impacto directo	6.721.340	1.827.447	60
Impacto indirecto e inducido	6.528.777	1.682.148	55
Impacto total	13.250.117	3.509.595	115

Fuente: Elaboración propia.

4.6. Las administraciones públicas

El último agente para calcular el impacto económico es el sector público: Ayuntamiento de València, Diputación de Valencia, Delegación de Gobierno y Generalitat Valenciana. Como se ha visto en la sección 3.3.4, sus gastos van destinados a cubrir los costes asociados a las dos fallas municipales, la iluminación, la pirotecnia, limpieza y la seguridad, policía local y nacional, bomberos, servicios de emergencia, etc.

4.6.1. El gasto de la administración pública

La cuantificación del gasto de las administraciones públicas se ha realizado de forma directa a partir de los datos facilitados por las mismas. El gasto total de las administraciones supera los 15 millones de euros, de los cuales casi 4 millones de euros corresponden a subvenciones a comisiones falleras. De los 11,1 que ejecuta directamente, una vez descontadas las importaciones, asciende a 9,6 millones de euros³³ (**cuadro 36**). Como puede observarse estos gastos va destinado de forma mayoritaria a tres sectores que concentran el 84,2% del gasto realizado por las administraciones: Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria, Otras actividades sociales y de servicios a la comunidad y Actividades inmobiliarias y servicios empresariales.

4.6.2. El impacto del gasto de la administración pública

Los **cuadros 37 y 38** presentan los resultados de la estimación del impacto económico generado por los 9,6 millones de gasto adicional generado por las administraciones. Los resultados indican que los gastos de las administraciones han generado un impacto de 21 millones de euros sobre las ventas, de 5,9 millones de euros en términos de rentas, y ha generado 212 empleos. Los cinco sectores más beneficiados son: Otras actividades sociales y de servicios a la comunidad, Actividades inmobiliarias y servicios empresariales, Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria, Hostelería y Transportes, almacenamiento y comunicaciones. Estos sectores acaparan el 80% de toda la renta y el 77% del empleo generado por el gasto de las administraciones públicas con motivo de las Fallas.

³³ Para hacer el estudio de impacto no se incorporan las subvenciones y/o ayudas públicas a las comisiones falleras, cuyo efecto es considerado en el presupuesto de gastos de las propias comisiones. De esta manera, se evita la doble contabilización de estas partidas.

Cuadro 36. Vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto realizado por la administración pública durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	25.234	0,26
Pesca	-	-
Extracción de productos energéticos	-	-
Extracción de otros minerales excepto productos energéticos	33.248	0,34
Alimentación, bebidas y tabaco	-	-
Industria textil	5.067	0,05
Industria del cuero y del calzado	-	-
Industria de la madera y del corcho	-	-
Papel; edición y artes gráficas	31.993	0,33
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares	-	-
Industria química	316.075	3,28
Caucho y plástico	-	-
Otros productos minerales no metálicos	-	-
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	3.547	0,04
Maquinaria y equipo mecánico	-	-
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	-	-
Fabricación de material de transporte	-	-
Industrias manufactureras diversas	20.596	0,21
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	-	-
Construcción	16.754	0,17
Comercio y reparación	165.856	1,72
Hostelería	128.518	1,33
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	723.950	7,51
Intermediación financiera	633	0,01
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	1.464.648	15,19
Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	3.602.203	37,36
Educación	-	-
Sanidad y servicios sociales	43.658	0,45
Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad; serv. personales	3.059.133	31,73
Hogares que emplean personal doméstico	-	-
Economías domésticas	-	-
Total	9.641.115	100,00

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Total	Estructura
Agricultura, ganadería y pesca	25.234	0,26
Energía	33.248	0,34
Manufacturas	377.279	3,91
Construcción	16.754	0,17
Servicios	9.188.600	95,31
Economías domésticas	-	-
Total	9.641.115	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 37. Resumen de impactos totales por sectores del gasto realizado por la administración pública durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023
 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Nº	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	194.177	0,92	50.096	0,84	3	1,24
Pesca	7.155	0,03	1.873	0,03	0	0,04
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-
Extracción de otros minerales exc. prod. energ.	79.587	0,38	14.175	0,24	0	0,14
Alimentación, bebidas y tabaco	740.443	3,52	81.034	1,35	3	1,20
Industria textil	18.317	0,09	1.483	0,02	0	0,04
Industria del cuero y del calzado	40.922	0,19	5.279	0,09	0	0,11
Industria de la madera y del corcho	43.510	0,21	4.300	0,07	0	0,11
Papel; edición y artes gráficas	133.495	0,63	25.247	0,42	1	0,39
Refino de petróleo y tratamiento comb. nucleares	221.323	1,05	19.113	0,32	0	0,03
Industria química	435.015	2,07	58.131	0,97	2	0,87
Caucho y plástico	35.401	0,17	5.620	0,09	0	0,11
Otros productos minerales no metálicos	89.827	0,43	7.431	0,12	0	0,18
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	49.230	0,23	8.178	0,14	0	0,14
Maquinaria y equipo mecánico	90.051	0,43	20.595	0,34	1	0,32
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	34.173	0,16	4.991	0,08	0	0,07
Fabricación de material de transporte	67.312	0,32	5.339	0,09	0	0,08
Industrias manufactureras diversas	133.798	0,64	22.068	0,37	1	0,42
Producción y distrib. de energía eléctrica, gas y	709.773	3,38	93.950	1,57	1	0,42
Construcción	656.668	3,12	92.592	1,55	3	1,33
Comercio y reparación	1.189.150	5,65	366.505	6,13	22	10,38
Hostelería	1.760.189	8,37	437.352	7,31	17	8,01
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	1.306.902	6,21	406.743	6,80	17	7,93
Intermediación financiera	761.640	3,62	200.456	3,35	3	1,54
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	4.017.608	19,11	1.317.687	22,02	37	17,69
Admon. pública, defensa y seq. social obligatoria	3.602.203	17,13	1.273.216	21,28	51	24,16
Educación	33.392	0,16	12.948	0,22	0	0,19
Sanidad y servicios sociales	104.178	0,50	29.332	0,49	1	0,65
Otras activ. sociales y serv. común.; serv. personales	4.331.403	20,60	1.352.027	22,60	41	19,25
Hogares que emplean personal doméstico	141.756	0,67	65.767	1,10	6	2,94
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	21.028.596	100,00	5.983.524	100,00	212	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Nº	%
Agricultura, ganadería y pesca	201.332	0,96	51.968	0,87	3	1,28
Energía	1.010.683	4,81	127.237	2,13	1	0,59
Manufacturas	1.911.494	9,09	249.695	4,17	9	4,05
Construcción	656.668	3,12	92.592	1,55	3	1,33
Servicios	17.248.420	82,02	5.462.033	91,28	196	92,7
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	21.028.596	100,00	5.983.524	100,0	212	100

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 38. Resumen de impactos totales del gasto realizado por la administración públicas durante la semana fallera 2023y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

Tipo de impacto	Ventas	Renta	Empleo
Impacto directo	9.641.115	3.419.612	121
Impacto indirecto e inducido	11.387.481	2.563.912	91
Impacto total	21.028.596	5.983.524	212

Fuente: Elaboración propia.

4.7. Impacto económico total

Una vez estimados por separado el gasto y el impacto económico de los distintos agentes, en este apartado se agregan para así disponer de una visión global del *shock* de demanda que supone para la economía valenciana el gasto adicional generado por las Fallas y su impacto total en la economía valenciana.

4.7.1. El gasto total

El **cuadro 39** recoge el gasto adicional de todos los agentes durante el conjunto del ejercicio fallero 2022-2023, tanto de la semana fallera como el realizado a lo largo del año, y también el gasto adicional neto de importaciones, que será el que se utiliza a efectos del cálculo de impacto económico.

Cuadro 39. Gasto adicional y gasto adicional neto de importaciones realizado por los agentes de gasto durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros)

Agente de gasto	Gasto adicional	Gasto adicional neto de importaciones
Falleros/as	74.129.811	68.784.138
Comisiones	34.923.802	24.509.379
Agrupaciones	510.554	425.821
Visitantes	268.965.713	244.960.968
Empresas	7.971.788	6.721.340
Adm. públicas	11.096.505	9.641.115
Total	397.598.173	355.042.761

Fuente: Elaboración propia.

El **cuadro 40** muestra el vector de demanda una vez se suma el gasto adicional de los seis agentes generadores de impacto económico. En total, ya neto de importaciones (es decir, descontando el gasto satisfecho por proveedores de fuera de la Comunitat Valenciana), asciende a 355 millones de euros, de los que el 69% tiene su origen en el gasto turístico de los visitantes. Le sigue en importancia el gasto de los falleros (19%) y las comisiones (7%), siendo mucho más reducido el del resto de agentes generadores de gasto.

Cuadro 40. Vector de demanda neto de importaciones asociado al gasto realizado por los agentes de gasto durante la semana fallera 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (miles de euros)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sectores de actividad	Falleros	Comis. falleras	Agrup. falleras	Visitantes	Empresas	AAPP	Total
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	124,0	299,1	5,4	-	-	25,2	453,8
Pesca	-	-	-	-	-	-	-
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-	-
Extracción de otros minerales exc. productos energéticos	-	-	-	-	-	33,2	33,2
Alimentación, bebidas y tabaco	-	926,3	-	-	61,4	-	987,6
Industria textil	41.514,0	0,9	0,1	56,6	25,7	5,1	41.602,3
Industria del cuero y del calzado	825,2	-	-	-	0,1	-	825,3
Industria de la madera y del corcho	-	13,7	-	-	-	-	13,7
Papel; edición y artes gráficas	182,5	220,7	13,4	1.300,5	62,7	32,0	1.811,9
Refino de petróleo y tratam. comb. nucleares	-	-	-	-	-	-	-
Industria química	928,3	920,6	16,8	-	-	316,1	2.181,8
Caucho y plástico	-	10,5	-	-	8,1	-	18,6
Otros productos minerales no metálicos	84,9	116,1	0,0	1.080,8	-	-	1.281,8
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	-	-	1,2	-	-	3,5	4,8
Maquinaria y equipo mecánico	-	-	-	-	-	-	-
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	-	81,9	-	-	8,2	-	90,1
Fabricación de material de transporte	-	-	-	-	0,6	-	0,6
Industrias manufactureras diversas	193,6	491,8	5,5	2.464,8	0,3	20,6	3.176,6
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	-	1.762,0	-	-	-	-	1.762,0
Construcción	-	1.133,9	-	-	-	16,8	1.150,7
Comercio y reparación	3.793,1	1.210,0	15,9	2.358,6	216,7	165,9	7.760,2
Hostelería	9.267,4	959,0	190,4	188.474,5	2,5	128,5	199.022,3
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	615,3	175,6	1,3	22.297,0	4.402,3	723,9	28.215,5
Intermediación financiera	-	984,5	7,3	-	-	0,6	992,4
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	2.758,4	7.413,3	68,6	4.701,1	1.323,7	1.464,6	17.729,8
Administración pública, defensa y seg. social obligatoria	3.344,9	2.109,2	32,0	15.557,6	-	3.602,2	24.646,0
Educación	-	-	-	-	1,7	-	1,7
Sanidad y servicios sociales	-	2,1	-	-	-	43,7	45,7
Otras activ. sociales y serv. comunidad; serv. personales	4.936,0	5.646,6	67,9	6.669,4	607,5	3.059,1	20.986,6
Hogares que emplean personal doméstico	-	-	-	-	-	-	-
Economías domésticas	216,3	31,4	-	-	-	-	247,7
Total	68.784,1	24.509,4	425,8	244.961,0	6.721,3	9.641,1	355.042,8

Fuente: Elaboración propia.

b) Información a 5 sectores de actividad

Sectores de actividad	Falleros	Comis.	Agrup.	Visitantes	Empresas	AAPP	Total
Agricultura, ganad. y pesca	124,0	299,1	5,4	-	-	25,2	453,8
Energía	-	1.762,0	-	-	-	33,2	1.795,2
Manufacturas	43.728,6	2.782,6	37,1	4.902,8	167,0	377,3	51.995,3
Construcción	-	1.133,9	-	-	-	16,8	1.150,7
Servicios	24.715,2	18.500,4	383,3	240.058,2	6.554,4	9.188,6	299.400,1
Economías domésticas	216,3	31,4	-	-	-	-	247,7
Total	68.784,1	24.509,4	425,8	244.961,0	6.721,3	9.641,1	355.042,8

Fuente: Elaboración propia.

Si se analizan los sectores donde va el gasto con motivo de las Fallas se observa que solo tres sectores (Hostelería, Industria textil y Transportes, almacenamiento y comunicaciones) concentran 268,8 millones de los 355 millones de gasto adicional generado por las Fallas, es decir el 75,7% de todo el gasto.

4.7.2. El impacto económico total

Los **cuadros 41 y 42** presentan el impacto económico total de las Fallas generado por los 355 millones de euros de gasto adicional neto de importaciones. Se estima un impacto económico total de 733 millones en términos de ventas, 177 millones de rentas (valor añadido) y 6.440 empleos.

Por sectores, los servicios concentran el 87% de la renta y el empleo que generan las fiestas falleras. Si descendemos por ramas de actividad, la más beneficiada es la hostelería, con 62,4 millones de euros de renta (35% del total) y 2.427 empleos (38% del total). Le sigue en importancia las actividades inmobiliarias y servicios empresariales (32 millones de euros de renta, 18%; y 529 puestos de trabajo, 8%) y el comercio (16,7 millones de euros de renta, 9,4%; 987 empleos, 15%).

En el análisis del impacto económico de las Fallas de València, se observa una distribución bifurcada de los beneficios económicos. Un 55 % de los impactos económicos son directos, incidiendo primordialmente en sectores directamente vinculados a la festividad, como proveedores de bienes y servicios específicos demandados para la celebración de las Fallas. Esta circunstancia podría sugerir una limitación en el alcance de los beneficios a dichos sectores. Sin embargo, es crucial destacar que el restante 45 % de los impactos económicos se manifiestan de manera indirecta e inducida, permeando a través de todos y cada uno los sectores de la economía valenciana³⁴. Este fenómeno ilustra una interconexión más profunda y extensa de lo que inicialmente se percibe, demostrando que incluso aquellos sectores que no están directamente relacionados con las festividades, como aquellos aparentemente ajenos a la esfera cultural y festiva, se benefician de manera sustancial. Este impacto transversal refleja la capacidad de las Fallas para generar una amplia gama de beneficios económicos, más allá de los límites inmediatos del sector turístico y cultural.

³⁴ A excepción del sector Extracción de productos energéticos.

Cuadro 41. Impacto económico total por sectores del gasto realizado durante las Fallas 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a) Información a 30 sectores de actividad

Sector de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	8.791.159	1,2	2.185.441	1,2	117	1,8
Pesca	248.068	0,0	65.000	0,0	3	0,0
Extracción de productos energéticos	-	-	-	-	-	-
Extracción otros minerales exc. prod. energéticos	1.122.651	0,2	200.368	0,1	4	0,1
Alimentación, bebidas y tabaco	46.558.766	6,4	4.560.230	2,6	147	2,3
Industria textil	43.261.694	5,9	3.240.618	1,8	249	3,9
Industria del cuero y del calzado	2.197.857	0,3	285.230	0,2	13	0,2
Industria de la madera y del corcho	1.497.772	0,2	148.287	0,1	8	0,1
Papel; edición y artes gráficas	5.280.614	0,7	955.313	0,5	30	0,5
Refino de petróleo y tra. combustibles nucleares	6.895.476	0,9	596.257	0,3	2	0,0
Industria química	5.916.146	0,8	792.893	0,4	25	0,4
Caucho y plástico	2.514.881	0,3	400.874	0,2	17	0,3
Otros productos minerales no metálicos	4.397.977	0,6	384.105	0,2	21	0,3
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	1.613.177	0,2	268.836	0,2	10	0,1
Maquinaria y equipo mecánico	3.937.946	0,5	902.638	0,5	30	0,5
Equipo eléctrico, electrónico y óptico	1.261.286	0,2	184.872	0,1	5	0,1
Fabricación de material de transporte	1.859.048	0,3	143.176	0,1	5	0,1
Industrias manufactureras diversas	6.892.802	0,9	1.217.478	0,7	49	0,8
Producción y distrib. energía eléctrica, gas y agua	29.228.680	4,0	3.817.307	2,2	35	0,5
Construcción	23.707.792	3,2	3.348.501	1,9	102	1,6
Comercio y reparación	53.811.920	7,3	16.692.147	9,4	987	15,3
Hostelería	247.288.974	33,8	62.374.768	35,2	2.427	37,7
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	46.314.627	6,3	14.226.727	8,0	565	8,8
Intermediación financiera	25.773.727	3,5	6.623.950	3,7	108	1,7
Actividades inmobiliarias y servicios empresariales	97.199.448	13,3	31.980.474	18,1	529	8,2
Administración pública, defensa y S. Soc. oblig.	24.645.969	3,4	8.722.045	4,9	350	5,4
Educación	847.795	0,1	329.687	0,2	10	0,2
Sanidad y servicios sociales	1.657.233	0,2	478.281	0,3	32	0,5
Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad; serv. personales	33.666.970	4,6	10.015.434	5,7	376	5,8
Hogares que emplean personal doméstico	4.195.444	0,6	1.949.187	1,1	184	2,9
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	732.585.902	100,0	177.090.127	100,0	6.440	100,0

b) Información a 5 sectores de actividad

Sector de actividad	Ventas		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería y pesca	9.039.228	1,2	2.250.441	1,3	120	1,9
Energía	37.246.807	5,1	4.613.932	2,6	41	0,6
Manufacturas	127.189.967	17,4	13.484.552	7,6	607	9,4
Construcción	23.707.792	3,2	3.348.501	1,9	102	1,6
Servicios	535.402.108	73,1	153.392.701	86,6	5.570	86,5
Economías domésticas	-	-	-	-	-	-
Total	732.585.902	100,0	177.090.127	100,0	6.440	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 42. Impacto económico total del gasto realizado durante las Fallas 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

	Ventas	Renta	Empleo
Impacto directo	355.042.761	97.706.413	3.549
Visitantes	244.960.968	72.229.670	2.604
Falleros	68.784.138	13.737.609	560
Comisiones falleras	24.509.379	6.371.459	199
Agrupaciones falleras	425.821	120.616	4
Empresas	6.721.340	1.827.447	60
Administraciones públicas	9.641.115	3.419.612	121
Impacto indirecto e inducido	377.543.141	79.383.714	2.890
Visitantes	255.527.425	53.255.794	1.920
Falleros	74.575.296	14.694.348	599
Comisiones falleras	29.063.003	7.083.499	222
Agrupaciones falleras	461.158	104.013	4
Empresas	6.528.777	1.682.148	55
Administraciones públicas	11.387.481	2.563.912	91
Impacto total	732.585.902	177.090.127	6.440
Visitantes	500.488.393	125.485.463	4.525
Falleros	143.359.434	28.431.956	1.159
Comisiones falleras	53.572.381	13.454.958	421
Agrupaciones falleras	886.980	224.629	8
Empresas	13.250.117	3.509.595	115
Administraciones públicas	21.028.596	5.983.524	212

* Incluye el gasto realizado por los visitantes, falleros, comisiones falleras y agentes (empresas, agrupaciones falleras y AA.PP.)

Fuente: Elaboración propia.

El **cuadro 43** resume las cifras globales de gasto de los agentes implicados, distinguiendo entre el gasto adicional que realizan con motivo de las Fallas y el gasto adicional neto, una vez descontadas las importaciones, así como los valores de impacto total en ventas, renta y empleo.

Como puede advertirse el agente de gasto que explica el mayor porcentaje del impacto económico de las Fallas son los visitantes, ya que supone el 71% del total de la renta y el 70% del empleo (**gráfico 16**). Le sigue en importancia el impacto que generan los falleros (16% en renta y 18% en empleo) y las comisiones falleras (8% en renta y 7% en empleo).

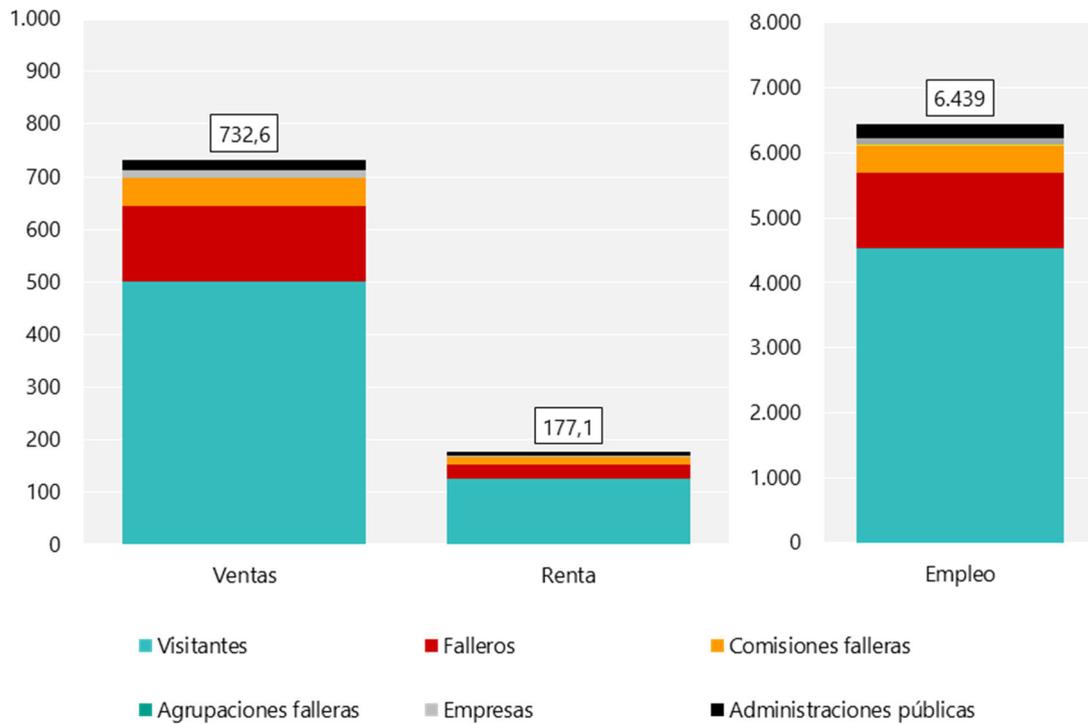
Cuadro 43. Gasto total e impacto económico total del gasto realizado durante las Fallas 2023 y el ejercicio fallero 2022-2023 (euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

Agente de gasto	Gasto adicional	Gasto adicional neto de importaciones	Impacto total		
			Ventas	Renta	Empleo
Falleros/as	74.129.811	68.784.138	143.359.434	28.431.956	1.159
Comisiones	34.923.802	24.509.379	53.572.381	13.454.958	421
Agrupaciones	510.554	425.821	886.980	224.629	8
Visitantes	268.965.713	244.960.968	500.488.393	125.485.463	4.525
Empresas	7.971.788	6.721.340	13.250.117	3.509.595	115
Adm. públicas	11.096.505	9.641.115	21.028.596	5.983.524	212
Total	397.598.173	355.042.761	732.585.901	177.090.125	6.440

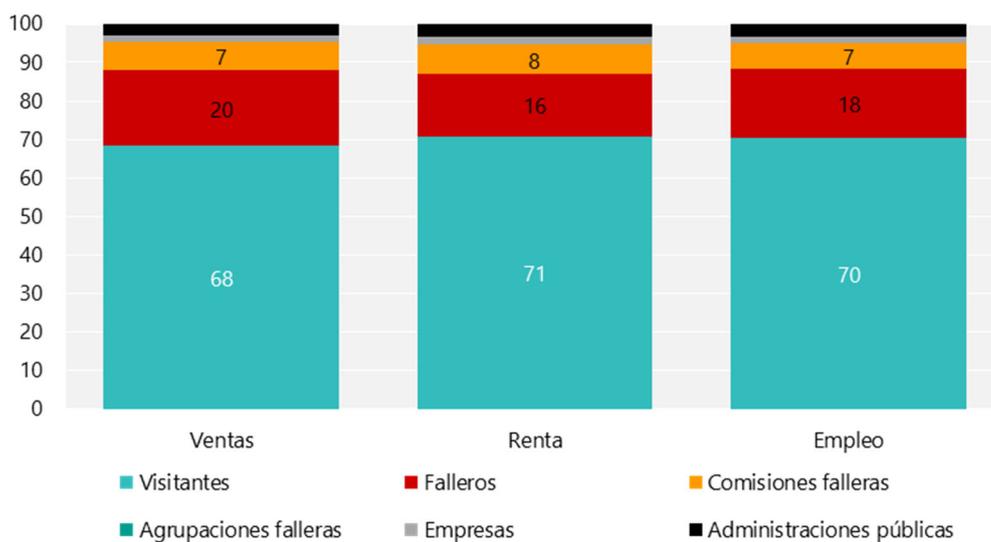
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 16. Resumen de los impactos económicos por agente de gasto

a) Millones de euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo



b) Porcentajes



Fuente: Elaboración propia.

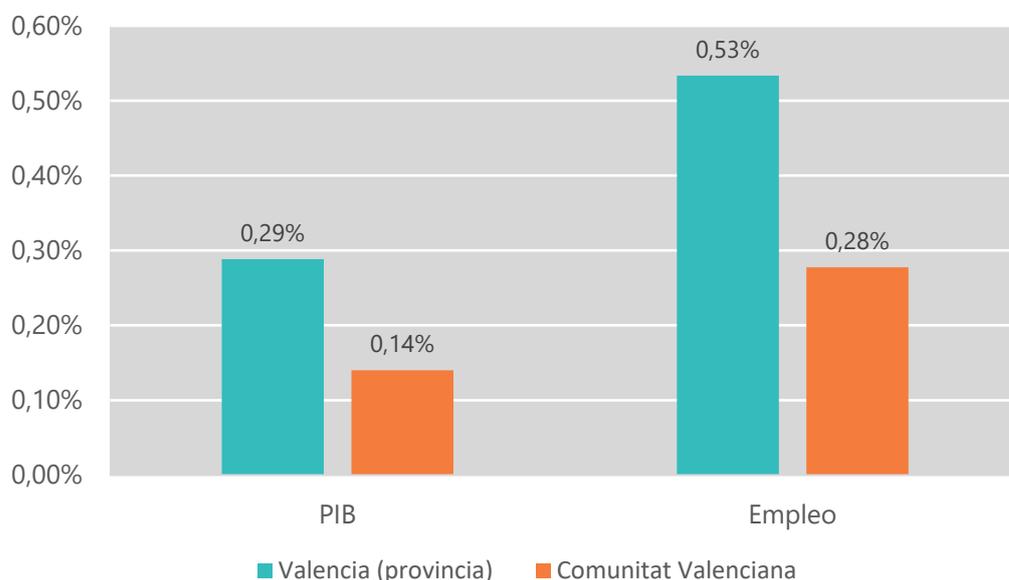
Con el fin de ofrecer una perspectiva más clara de la relevancia de estos impactos en la economía regional, el **gráfico 17** desglosa el impacto total en renta y empleo en relación con el PIB y el empleo total de la provincia de Valencia y en la Comunitat Valenciana³⁵. Como puede observarse, los impactos económicos generados por las Fallas de València representan el 0,14% del PIB de toda la Comunitat Valenciana y el 0,28% del empleo. Asimismo, equivalen al 0,29% del PIB de la provincia de Valencia y al 0,53% del empleo provincial.

Estos datos reflejan la significativa contribución económica que las Fallas de Valencia aportan a la región, evidenciando que su impacto, aunque pueda parecer modesto en términos porcentuales, es una parte integral de la dinámica económica y del mercado laboral de la Comunitat Valenciana

Los resultados revelan una notable eficiencia en la utilización de los recursos públicos, pues con una moderada inversión de las administraciones públicas de 15 millones de euros (incluyendo las subvenciones a otros agentes considerados en el estudio) se genera un retorno sustancial. Concretamente, cada millón de euros invertido por la administración pública permite que la fiesta de las Fallas genere 12 millones de euros de PIB, se creen 430 puestos de trabajo e impulse las ventas en el tejido empresarial valenciano en 49 millones de euros. Estas cifras no solo subrayan la importancia económica de las Fallas de València como motor de crecimiento regional, sino que también evidencian la eficacia de la inversión pública en eventos culturales como catalizadores de actividad económica y del empleo, beneficiando a un amplio espectro de sectores económicos más allá del ámbito puramente festivo y turístico.

Gráfico 17. Impactos económicos de las Fallas en la Comunitat Valenciana. 2023

(porcentajes respecto al PIB* y los ocupados** en la provincia de Valencia y la CV)



* PIB a precios de mercado de la Comunitat Valenciana 2022 y provincia de Valencia 2021.

** Empleo total (ocupados) en tercer trimestre 2023

Fuente: INE y elaboración propia.

³⁵ Hay que señalar que los impactos económicos se generan en toda la Comunitat Valenciana, trascendiendo del municipio de Valencia o de su provincia. No obstante, los datos provinciales se ofrecen a modo ilustrativo.

5. Conclusiones

Las Fallas, además de ser expresión de júbilo y tradición cultural valenciana, constituyen un verdadero pilar de la economía, el empleo y la riqueza en la Comunitat Valenciana. Su organización y celebración implica la realización de gastos adicionales por distintos agentes que estimulan la demanda de las empresas valencianas, dinamizando la economía de la ciudad. Sin embargo, sus efectos económicos no se limitan a la ciudad de València, sino que se extienden por toda la región y afectan a todos los sectores de la economía valenciana.

Este estudio nace de la urgente necesidad de comprender y cuantificar estos impactos económicos, en un contexto donde hasta ahora se ha carecido de un análisis integral, científico y riguroso. La ausencia de una evaluación económica completa ha dejado un hueco en el entendimiento de la sociedad valenciana sobre cómo esta festividad repercute no solo a nivel sociocultural, sino también en la economía local y regional.

No obstante, el propósito de esta investigación ha ido sido más ambicioso que el de llenar este vacío, pues busca establecer un nuevo paradigma en la evaluación económica de eventos culturales, aprovechando la riqueza informativa que brindan las nuevas tecnologías. Asimismo, este estudio, centrado en la dimensión estrictamente económica, se aleja de los enfoques tradicionales que priorizan aspectos culturales, sociales y/o turísticos y adopta una metodología integral, detallada y exhaustiva, empleando novedosas técnicas de recopilación de datos para determinar el gasto adicional de todos los agentes relacionados con las Fallas y cómo este se traduce en mayores ventas, renta y empleo en la Comunitat Valenciana.

La estructura del estudio ha sido meticulosamente diseñada para ofrecer una comprensión completa y ordenada del tema, al incorporar un breve resumen del contexto histórico y cultural de las Fallas y una descripción sucinta de una fiesta organizada en tres pilares principales: las comisiones falleras, el Ayuntamiento de València y Junta Central Fallera, contando también con el apoyo fundamental de otras administraciones públicas.

El estudio ha mostrado que la magnitud de la "maquinaria" que año tras año se pone en marcha para la celebración de las Fallas es impresionante: 348 comisiones falleras en València, casi 90 mil falleros, más de 800 mil visitantes, 1.857 instalaciones efímeras, 400 calles cortadas al tráfico, 350 eventos pirotécnicos de envergadura, 2.634 servicios especiales de Metrovalencia, 3 millones de plazas adicionales de autobuses de la EMT, más de 6.000 agentes de Policía Local, Nacional y Guardia Civil, un dispositivo de bomberos con 400 personas y 147 vehículos, refuerzo en los servicios de limpieza de 1.193 personas, etc.

La dimensión de la fiesta es tal y de tal calado que sus repercusiones económicas no solo afectan a los sectores directamente relacionados con ella, sino que tienen un impacto indirecto en todos los sectores de la economía valenciana. Los sectores tradicionales, como artistas de fallas, indumentaria, pirotecnia y medios de comunicación específicos de las fiestas son solo la punta del iceberg.

Para calcular el impacto económico de las Fallas, se ha considerado el gasto adicional de seis agentes, a saber, falleros, comisiones, agrupaciones, visitantes, empresas y administraciones públicas y se han utilizado cuatro fuentes principales para contabilizarlo: encuestas a familias falleras, a comisiones falleras, a visitantes y residentes y datos de gasto recopilados

directamente de empresas, fundaciones y administraciones públicas. El número de personas en las calles se ha calculado a partir de los datos que ofrece el informe LUCA Tourism de Telefónica Tech.

Los resultados indican que el gasto total adicional generado por los seis agentes principales alcanza casi 400 millones de euros que, excluyendo las importaciones de fuera de la Comunitat Valenciana, es de 355 millones de euros. De esta cantidad, el turismo aporta la mayor parte con 269 millones de euros, lo que representa el 68% del total. Por su parte, los falleros contribuyen con 74,13 millones (19%) y las comisiones falleras con 35 millones (9%). La mayor parte de este gasto se canaliza hacia sectores como la hostelería, la industria textil y los sectores de transporte, almacenamiento y comunicaciones, sumando en conjunto 268,8 millones de euros, es decir, el 75,7% del gasto adicional total generado por las Fallas.

El impacto económico global de las Fallas derivado de los 398 millones de euros de gasto adicional asciende a 733 millones de euros en ventas, 177 millones en renta (valor añadido) y la creación de 6.440 empleos. Desglosando por sectores, la hostelería se posiciona como la actividad económica más beneficiada, con una renta de 62,4 millones de euros (35% del total) y 2.427 empleos (38% del total). Le siguen las actividades inmobiliarias y los servicios empresariales, con 32 millones de euros en renta (18%) y 529 empleos (8%), y el comercio, con 16,7 millones de euros en renta (9,4%) y 987 empleos (15%).

Si consideramos los gastos en los que incurren el Ayuntamiento de València, la Diputación de València, la Generalitat Valenciana y la Delegación del Gobierno, tanto los que ejecutan en su función de soporte a la ciudadanía como los gastos directos en festejos, subvenciones a las comisiones falleras y a los sectores tradicionales de la fiesta, y lo comparamos con su retorno en términos de impacto, observamos que cada millón de euros invertido por las administraciones públicas permite que las Fallas generen 12 millones de euros de PIB, impulsen las ventas por valor de 49 millones de euros y que se creen 430 puestos de trabajo en el tejido empresarial valenciano.

En términos de impacto económico, las Fallas de València representan un 0,14% del PIB de toda la Comunitat Valenciana y un 0,28% del empleo, evidenciando su relevancia económica no solo a nivel local, sino también regional. Estos resultados muestran la capacidad de las Fallas de València para movilizar una actividad económica significativa, demostrando que la festividad no es solo un evento cultural, sino también un importante motor económico.

Referencias

Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba (2009). *Efectos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba*. Córdoba: Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba.

Alcázar, B.; González, E. M. y Sierra, P. (2018). *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes de la Semana Santa de Málaga 2018*. Herrezuelo. Cátedra de Estudios Cofrades. Fundación Lágrimas y Favores. Universidad de Málaga.

Ariño, A. (1990). Los ritos del fuego. En VV.AA. *Historia de las Fallas (1-14)*. Valencia: Levante EMV

Ariño, A. (1992a). La fiesta de Las Fallas: una liturgia civil del valencianismo temperamental. *Revista de antropología social*, 1, 29-60.

Ariño, A. (1992b). *La ciudad ritual: la fiesta de las fallas*. Rubí: Anthropos Editorial.

Ariño, A. y García, P. (2006). Apuntes para el estudio social de la fiesta en España. *Anduli: revista andaluza de ciencias sociales*, 44 (6), 13-28.

Artal, A.; Navarro, J.M.; Ramos, J.M.; Rosas, P. y García, M.V. (2021) *Análisis del impacto económico y socio-cultural de la Semana Santa en el Municipio de Lorca (Murcia)*. Lorca: Fundación Santo Domingo Paso Blanco. Colegio de Economistas de la Región de Murcia. Cátedra de Competitividad de la Región de Murcia.

Ayuntamiento de Zaragoza (2013). *Fiestas del Pilar 2013. Informe de valoración*. Área de cultura, educación y medio ambiente. Zaragoza; Observatorio de cultura.

Bernad, M.E. y Aguilar, P. T. (2019). El evento tradicional como potenciador económico territorial y creador de nuevos nichos de mercado: Caso "fiestas de la magdalena" de Castelló de la Plana (España). *Actas Icono 14*, 1 (1), 518-533.

Cuenca, E. y Giménez, V. (2017). La fiesta popular de la Tomatina de Buñol: Gestión e impacto de una fiesta internacional. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 16, 23-42.

Estatutos de la Interagrupación de Fallas de Valencia. <https://docplayer.es/135040088-Titulo-i-denominacion-capitulo-i-constitucion-y-fines-de-la-interagrupacion.html>

Fernández-Ramos, M.Y.; Cabezas Pascual, M.P. y Belloso, C. (2022). Estimación de los impactos económicos y sociales de las recreaciones históricas: "Las Bodas de Isabel de Segura" en Teruel (España). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20 (2), 481-501.

Fourie, J. y Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals, *Tourism Management*, 32 (6), 1364-1370.

García, P. (2011). El ritual festivo desde la perspectiva teórica de Pierre Bourdieu: el caso de las fallas de valencia. *Arxius de ciències socials*, 24, 95-106.

Hernández, G.M. (2006). Los estudios falleros. El desarrollo de la investigación social sobre las fallas de Valencia. *Anduli: revista andaluza de ciencias sociales*, 6, 93-114.

Herrero, L.C. (2011) La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional. *Investigaciones Regionales*, 19: 177-202

Herrero, L.C.; Sanz, J.A.; Devesa, M.; Bedate, A. y del Barrio, M.J. (2006). The economic impact of cultural events: a case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European urban and regional studies*, 13 (1), 41-57.

Hosbec (2023): *Informe ocupación hotelera*. <https://hosbec.com/la-ocupacion-hotelera-calienta-motores-con-la-vista-puesta-en-la-semana-santa-y-con-el-buen-balance-de-las-fallas-y-magdalena-2023/>

Ikerfel (2022). *Encuesta de gasto directo para el análisis de impacto económico de San Fermín 2022*. <https://www.pamplona.es/sites/default/files/2023-06/informe-final-encuestas-gasto-directo-sf2022.pdf>

Instituto Nacional de Estadística [INE] (2018). *Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR)*. <https://www.ine.es/daco/daco42/etr/etr0418.pdf>

Intergrupació de Falles de Valencia (2008). *Estudio del impacto económico y social de las Fallas en la ciudad de Valencia*. València: Intergrupación de Fallas de Valencia.

Krom, J.C.M (2008). Festivals of Moors and Christians: Performance, Commodity and Identity in Folk Celebrations in Southern Spain, *Journal of Mediterranean Studies*, 18 (1), 119-138.

Langen, F. y García, B. (2009). *Measuring the impacts of large scale cultural events: a literature review*. Liverpool: Impacts 08, 2009.

Leng, Y.; Noriega, A.; Pentland, A. S.; Winder, I.; Lutz, N. y Alonso, L. (2016). Analysis of tourism dynamics and special events through mobile phone metadata. *Proceedings of Data for Good Exchange (D4GX)*. New York, NY.

Marco, B.; Sabater, V.; García, F. y Ubeda M. (2018). *Impacto turístico de las Fallas de Valencia y las Hogueras de Alicante*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.

Maudos, J. y Benages, E. (2023). *42 Maratón Valencia Trinidad Alfonso 2022. Impacto económica*. València: Fundación Trinidad Alfonso. https://www.ivie.es/es_ES/ptproyecto/impacto-la-maraton-trinidad-alfonso-2022/

Maudos, J. y Albert, C. (2018). *Estimación del impacto económico en la Comunitat Valenciana del evento deportivo Copa Davis*. https://www.ivie.es/es_ES/ptproyecto/estimacion-del-impacto-economico-la-comunitat-valenciana-del-evento-deportivo-copa-davis/

Montagud, J. y Rausell, P. (2018). Impacto económico y social de las sociedades musicales en la Meseta de Requena-Utiel. *Oleana: Cuadernos de Cultura Comarcal*, 32, 293-310.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], (2016). La fiesta de las Fallas de Valencia - patrimonio inmaterial - Sector de Cultura – UNESCO. <https://ich.unesco.org/es/RL/la-fiesta-de-las-fallas-de-valencia-00859>

Palma, L.; García Sánchez, A. y Palma, M.L. (2008). Una Propuesta Metodológica para la Evaluación del Impacto Económico de las Fiestas de Primavera en la ciudad de Sevilla. *Cuadernos de economía de la cultura*, 9, 7-39.

Palma, L.; Palma, M.L. y Martín, J.L. (2014). La integración entre cultura y economía. El caso de las Fiestas de Primavera de Sevilla. *Estudios de Economía Aplicada*, 32 (1), 287-308.

Pastor, P.; Gómez, C.; Muñoz, M. y Arnas, I. (2011). *Impacto Socioeconómico de las Fiestas del Pilar 2010*. Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza.

Pastor, J. M.; Pérez, F.; Hernández, L.; Soler, Á. y Zaera, I. (2009). *La contribución socioeconómica de las universidades públicas valencianas*. https://www.ivie.es/es_ES/ptproyecto/impacto-socioeconomico-de-las-universidades-valencianas/

Pastor, J.M., Pérez, F (dirs.); Aldás-Manzano, J.; Goerlich, P.; Pérez, P.J.; Serrano, L.; Catalán, A.; Soler, À y Zaera, I (2019). *La contribución socioeconómica de las Universidades Públicas Valencianas: Cuarto informe del SUPV 2018*. València: Universitat de València, Universitat Politècnica de València, Universidad de Alicante, Universitat Jaume I, Universidad Miguel Hernández. https://www.ivie.es/es_ES/ptproyecto/las-contribuciones-sociales-economicas-las-universidades-publicas-valencianas-ejercicio-rendicion-cuentas-la-sociedad/

Pastor, J.M. (dir.); Ibáñez, J.; Mollá, A. y Soler, A. (2019): *Impacto económico de los bous al carrer en la Comunitat Valenciana*. Dirección General para la Agencia de Seguridad y Repuesta a las Emergencias de la Generalitat Valenciana.

Pastor, J.M.; Pérez, F. y Fernández de Guevara, J. (2013): Measuring the local economic impact of universities: an approach that considers uncertainty. *Higher Education* 65, 539–564.

Perles, J.F. (2006): Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística. *Cuadernos de turismo*, 17, 147-166.

Perles, J.F. y Díaz, E. (2019). Reestimación del impacto económico de las fiestas populares de proyección turística a través de metadatos provenientes de la telefonía móvil: Calp, un ejemplo de aplicación. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17 (5), 947-961.

Popescu, R. y Corbos, R.A. (2012). The role of festivals and cultural events in the strategic development of cities. Recommendations for urban areas in Romania. *Informatica Economica, Academy of Economics Studies*, 16 (4): 19-28.

Reglamento Fallero (2001). Aprobado por el pleno Municipal de València el 22 de febrero 2002 <https://www.fallas.com/index.php/es/main-jcf-es/main-reglamento-fallero-es/125-reglamento-fallero>

Secretaría General de Turismo (1995). El turismo de Semana Santa en España. *Estudios Turísticos*, 127, 89-104.

Ulloa, C. A. y Ruiz, P. (2010). Impacto del año Xacobeo en la economía gallega. Servicio de Estudios Económicos del BBVA. *Observatorio Regional*. Marzo.

Unión de Criadores de Toros de Lidia [UCTL] (2015). *El valor económico de la feria de San Fermín de Pamplona*. Informe UCTL y economía del toro.

Anexos

Anexo 1. Impacto económico: análisis *input-output*

Para poder analizar y cuantificar el impacto económico asociado a la celebración de las Fallas, es necesario disponer de información del gasto que realizan los distintos agentes involucrados en la celebración del evento.

En términos generales, la celebración de las Fallas involucra la participación de varios agentes:

- Los visitantes y residentes, que con motivo de la fiesta realizan gastos en restauración, alojamiento, ocio, cultura, transporte, etc.
- Las comisiones falleras que, durante el ejercicio fallero, invierten un volumen de recursos en la preparación y celebración de las Fallas en conceptos como la falla (el monumento fallero), alquiler y mantenimiento del casal, locales, comida y bebida, suministros, etc.
- Los hogares falleros que durante el ejercicio fallero incurren en una serie de gastos relacionados con la indumentaria valenciana y complementos, peluquería, fotografía, ocio, etc. En este caso se distingue entre los miembros del cuadro de honor y el resto de falleros.
- Otros agentes como empresas y fundaciones, administración pública y las agrupaciones falleras que realizan gastos en concepto de organización, publicidad, comunicación, etc.

En los tres primeros casos, los gastos en los que incurre cada uno de estos agentes con motivo de las Fallas se estiman a través de la realización de tres encuestas (cada una específica de cada agente) y la información sobre el número de personas que visitan la ciudad de València con motivo de las Fallas (proporcionada por Telefónica) y el número de comisiones falleras y falleros y falleras (proporcionada por Junta Central Fallera). En el caso de los visitantes, se ha contado con una muestra representativa de 808 encuestas estableciendo cuotas según la procedencia del encuestado. El gasto de las comisiones falleras ha sido estimado a partir de una muestra de 71 comisiones que ofrecieron información detallada sobre sus gastos y otras 277 que declararon el gasto sobre falla (monumento) y la iluminación. Por último, se ha contado con una muestra 3.278 falleros y falleras que respondieron a la encuesta para estimar el gasto que han realizado.

En el resto de agentes, es necesario disponer de la información de los gastos realizados con el mayor detalle posible, para poder imputar con precisión el gasto a los distintos sectores de actividad de la economía valenciana.

Una vez cuantificado el impacto directo (que se corresponde con la suma de gastos realizados), la estimación del impacto económico total (incluyendo los impactos indirectos e inducidos) sobre la producción (ventas o cifra de negocio), la renta y el empleo de la economía valenciana se realiza utilizando el análisis *input-output*.

Análisis *input-output*

La estimación de los impactos sobre la producción, renta y empleo de la economía valenciana se realiza utilizando la metodología *input-output* y la tabla correspondiente referida a la economía de la Comunitat Valenciana, dada la no disponibilidad de una tabla específica de València.

Además, dado que la última tabla *input-output* oficial disponible para la Comunitat Valenciana, elaborada y publicada por el IVE (Instituto Valenciano de Estadística) está referida a un año ya muy lejano como el 2000, el IVE ha realizado una actualización de la misma mediante la aplicación del método Euro, utilizado y recomendado por la Oficina Europea de Estadística (Eurostat). Dicha actualización ha tomado como base principal la información proporcionada por la Contabilidad Regional de España del INE (Instituto Nacional de Estadística). Con esta aproximación, se dispone de una actualización de la tabla *input-output* de la Comunitat Valenciana referida al año 2010, que es la que se ha utilizado para estimar el impacto de las Fallas.

La tabla *input-output* recoge la estructura productiva de una economía en la medida en la que cuantifica los requerimientos de *inputs* que un sector demanda del resto de sectores para satisfacer su producción. De ese modo, la esencia del análisis *input-output* es que permite estimar el impacto que sobre la producción, la renta y el empleo tiene un determinado aumento de la demanda final (en nuestro caso, el gasto asociado a la celebración de las Fallas).

El análisis *input-output* permite estimar distintos tipos de impactos, tanto a nivel agregado para toda la economía como a nivel sectorial por ramas productivas.

Los impactos directos sobre la producción se corresponden con los gastos directos comentados anteriormente. En el caso de la renta (valor añadido), los impactos directos se estiman a partir de la información que proporciona la propia tabla *input-output* sobre la proporción que la renta representa de la producción de cada sector. En el caso del empleo, es posible ofrecer una estimación a través de la ratio empleo/producción que reporta la propia tabla *input-output*.

Además de los impactos directos, la actividad económica conlleva la existencia de efectos multiplicadores, conocidos técnicamente como efectos keynesianos, que inducen impactos sobre toda la economía. Además de estimar los llamados multiplicadores tipo I, en el informe se estiman los multiplicadores tipo II que captan efectos adicionales inducidos a través del consumo de las economías domésticas. Este aspecto es sumamente importante ya que la no consideración de estos impactos inducidos supone una infravaloración de los verdaderos impactos económicos asociados a un *shock* de demanda.

Multiplicadores de output. Definamos B como la inversa de la matriz tecnológica

$$B = [I - A]^{-1}$$

Cada elemento de la matriz B , b_{ij} , indica el incremento en la producción del sector i necesario para satisfacer un incremento de una unidad en la demanda final del sector j . Por tanto, la suma de una columna de la matriz B indica la producción necesaria de todos los sectores de la economía para satisfacer un incremento de una unidad en la demanda final del sector j . De esta forma, da una idea del impacto sobre todo el sistema económico de un incremento en la demanda final del sector j . Los multiplicadores del *output* se calculan como

$$MO_j = \sum_{i=1}^n b_{ij}$$

Multiplicadores de renta. Representan una cuantificación de la capacidad de generar renta derivada de cambios en la demanda final. Sin embargo, al igual que el multiplicador keynesiano, el aumento inicial de la renta debido a cambios en la demanda final tiene unos efectos inducidos adicionales en el consumo de las economías domésticas que provocará un aumento adicional de la demanda final. Al igual que en el caso del multiplicador keynesiano este proceso de interacción entre consumo-renta se producirá en fases sucesivas hasta la desaparición de los efectos inducidos por el cambio inicial en la demanda final. La inclusión o no del efecto inducido por el incremento en la renta derivada de un aumento en la demanda final representa la diferencia fundamental entre el llamado multiplicador de la renta tipo I (no contiene el efecto inducido, solo el efecto directo e indirecto de un aumento de una unidad en la demanda final) y el multiplicador de la renta tipo II (contiene el efecto directo, indirecto e inducido de aumentos en la demanda final).

El multiplicador de la renta tipo I se define como

$$MR_j^I = \sum_{i=1}^n v_i b_{ij}$$

$$MR^I = v'B$$

donde v_i es la capacidad de generar renta por unidad de *output* en el sector i , calculada como el coeficiente unitario de valor añadido (valor añadido en el sector j /producción en el sector j).

Para construir los multiplicadores de la renta tipo II es necesario ampliar la matriz de transacciones intersectoriales incluyendo el sector de economías domésticas como si se tratara de otro sector productivo. De esta forma, la matriz de transacciones intersectoriales tendrá una fila y una columna adicionales. Los elementos de la última fila de la nueva matriz, T^* , indican la renta doméstica directamente generada al obtener una unidad del sector j . La última columna de la nueva matriz representa las necesidades directas de producto i para la obtención de una unidad final de consumo privado.

Los multiplicadores de la renta tipo II se calculan utilizando la última fila de la nueva matriz inversa ampliada de Leontief. En forma de matriz particionada podemos expresar la nueva matriz de transacciones intersectoriales como

$$\begin{bmatrix} X \\ y \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} A & cf \\ \omega' & 0 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} X \\ y \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} Y - CF \\ RE \end{bmatrix}$$

donde y es el valor añadido, cf es el vector de coeficientes correspondientes a los consumos de los hogares, CF es el vector de consumo de los hogares, Y es la renta familiar, RE son las rentas recibidas del exterior, ω' es el vector de ratios renta/producto.

La matriz inversa de Leontief B^* es igual a

$$B^* = \begin{bmatrix} A & cf \\ \omega' & 0 \end{bmatrix}^{-1}$$

Por tanto, los multiplicadores de la renta tipo II pueden escribirse como

$$MR_j^{II} = b_{n+1,j}^*$$

Multiplicadores del empleo. Al igual que los multiplicadores de la renta, los multiplicadores del empleo se pueden obtener teniendo en cuenta sólo los efectos directos e indirectos de incrementos en la demanda final (multiplicadores del empleo tipo I) o teniendo en cuenta también los efectos inducidos por el aumento de la renta (multiplicadores del empleo tipo II). El multiplicador del empleo tipo I es igual a:

$$ME_j^I = \sum_{i=1}^n l_i b_{ij}$$

$$ME^I = l' B$$

donde l_i es el coeficiente de trabajo calculado como el cociente entre el empleo y el *output* del sector i y el vector l contiene los coeficientes de trabajo de los distintos sectores.

Para obtener el multiplicador del empleo tipo II sólo es necesario sustituir los coeficientes de la matriz inversa de Leontief B por los coeficientes de la matriz B^* .

$$ME_j^{II} = \sum_{i=1}^n l_i b_{ij}^*$$

Anexo 2. Cuestionario a los falleros y miembros del cuadro de honor



VNIVERSITAT
D VALÈNCIA

ESTUDIO DE IMPACTO ECONÓMICO DE LAS FALLAS DE LA CIUDAD DE VALÈNCIA CUESTIONARIO A HOGARES FALLEROS

La Universitat de València está realizando un estudio sobre el impacto económico de las Fallas de València. Le agradecería que contestase a unas preguntas dirigidas a los FALLEROS y FALLERAS. Sus respuestas se utilizarán exclusivamente para el objetivo de esta investigación y serán tratadas de forma anónima. Gracias por su colaboración.

CU1 Incluyéndose a usted ¿Cuántas personas viven en su hogar? ¿Y cuántas han sido falleras en el pasado ejercicio fallero (2022-2023)?

Nº miembros de su hogar	
Nº de falleros/as	

CU2 Respecto a los que son falleros/as ¿podría indicar sus edades y sexos?

(Indicar nº de personas de cada grupo)	Hombres	Mujeres
65 o más años		
Entre 18 y 64 años		
Entre 10 y 17 años		
Menores de 10 años		

Gasto del hogar relacionado con las Fallas

P1 ¿Usted o algún miembro del hogar familiar ha sido en las Fallas de 2023 miembro del **cuadro de honor** (Fallera Mayor, Presidente) de su Comisión?

- Sí
- No [Ir a P3](#)

P2 ¿Podría indicarme en euros el **gasto aproximado durante el ejercicio fallero 2022-20232, en su hogar por motivo** de que algún miembro de su familia **haya formado parte del Cuadro de honor** de su Comisión?

Ropa, zapatos y complementos de particular dirigida a eventos falleros	
Regalos (atenciones protocolarias o a la comisión)	
Comida y bebida (por atenciones protocolarias o a la comisión)	
Servicio de catering (por atenciones protocolarias o a la comisión)	
Transporte y desplazamientos por motivos protocolarios (aparcamiento, taxi, bus, metro, alquiler de vehículos)	
Otros (indicar):	
Otros (indicar):	

P3 ¿Podría indicarme en euros el **gasto aproximado realizado en su hogar con motivo de las fallas durante el ejercicio fallero 2022-2023** en los siguientes conceptos? (no debe incluir los gastos recogidos en P2 si han formado parte del cuadro de honor de la Comisión)

Indumentaria valenciana	
Complementos a la indumentaria: aderezos, peinetas, otras joyas	
Complementos a la indumentaria: manteletas, enaguas, ahuecadores, carambas, pañolones, otros textiles	
Complementos a la indumentaria: espardeñas, zapatos...	
Otros textiles falleros: forros polares, parcas, blusones...	
Disfraces	
Peluquería, postizos, maquillaje, manicura	
Fotografía / video	
Flores	
Comidas, cenas y otros gastos en bares y restaurantes por asistencia a reuniones y/o actos protocolarios	
Servicio de tintorería	
Compras de papeletas de loterías, rifas... de fallas	
Libros, revistas relacionados con las fallas	
Otros (indicar):	

P4 ¿Podría indicarme en euros los **gastos** que se han realizado en su hogar **durante la pasada semana fallera de 2023, en las siguientes partidas?** (no debe incluir los gastos recogidos en P2 si han formado parte del cuadro de honor de la Comisión)

Comidas y cenas en restaurantes y bares	
Otras consumiciones en restaurantes y bares (desayuno, tapeo, chocolates, cafés, aperitivos, copas...)	
Ocio nocturno (espectáculos fuera de su Falla)	
Entradas a festejos taurinos	
Compra de <i>merchandising</i> en tiendas y mercadillos (pulseras, chapas, camisetas...)	
Compra en mercadillos y en paradas en la calle de productos diversos	
Pirotecnia	
Hoteles	
Alquiler de apartamentos	
Transporte y desplazamientos (aparcamiento, taxi, bus, metro, alquiler de vehículos)	
Otros (indicar):	



VNIVERSITAT
D VALÈNCIA

**ESTUDIO DE IMPACTO ECONÓMICO DE LAS FALLAS DE LA CIUDAD DE VALÈNCIA
CUESTIONARIO A HOGARES FALLEROS**

Datos de clasificación

C1. ¿Podría indicarme el nombre de su falla?

C2. Código postal de su lugar de residencia:

Control de campo

En cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos que sus datos personales recogidos en la encuesta tienen como finalidad el control de calidad de la misma, no serán tratados informáticamente y se destruirán una vez finalizado el estudio.

Anexo 3. Cuestionario a las comisiones falleras



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

ESTUDIO DE IMPACTO ECONÓMICO DE LAS FALLAS DE LA CIUDAD DE VALÈNCIA CUESTIONARIO A LAS COMISIONES FALLERAS

La importancia de la Fallas trasciende de lo puramente cultural y festivo, teniendo importantes repercusiones sociales, económicas y medioambientales. Además, el reconocimiento de las Fallas por la UNESCO como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad ha supuesto un salto cualitativo para el conjunto de la fiesta que concierne a todo el mundo fallero y, en especial, a las instituciones y organismos más implicados en la misma.

En este marco, la Universitat de València pretende conocer en profundidad los efectos de la fiesta fallera a nivel económico y, para ello, va a abordar un estudio sobre el impacto económico de las Fallas de la ciudad de València.

Para ello, nos dirigimos a ustedes como organizadores de las fiestas falleras para solicitarles que cumplimenten los datos de la encuesta siguiente referidos al ejercicio fallero 2022-2023, agradeciéndoles de antemano su colaboración, imprescindible para el buen fin del estudio.

Todas las respuestas en este cuestionario serán tratadas de forma confidencial y exclusivamente para los fines descritos del estudio, serán analizadas de forma anónima y no serán publicadas individualmente.

Si desea realizar alguna observación lo puede hacer en el apartado de observaciones o si precisa plantear alguna consulta no dude en ponerse en contacto a través del siguiente correo electrónico: catedramesval@uv.es

Si es de su interés, puede descargar la encuesta completa en PDF en este [enlace](#) o copie y pegue esta dirección:

<https://www.uv.es/mesval/Fallas/Comisiones.pdf>

Si una vez iniciada la encuesta considera que no va a poder acabarla en ese momento, puede clicar en la parte superior derecha a "continuar después" y seguir las instrucciones. Recibirá un link a su email para retomar la encuesta en otro momento sin perder la información ya incorporada. Por favor, asegúrese de recordar su contraseña, no podemos recuperarla por usted.

Muchas gracias por su colaboración.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre de la Comisión Fallera:

Número de censo :

Código postal en el que se encuentra la sede social de la asociación:

Sector fallero al que pertenece la comisión:

Agrupación o agrupaciones falleras a las que pertenece la comisión (si es el caso):

Correo electrónico:

Número de falleros y falleras de la comisión mayor:

Número de falleros y falleras de la comisión infantil:


**VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA**

A continuación, queremos que nos indique en euros los GASTOS que tienen una relación directa con la celebración de todas las actividades organizados por su comisión fallera en el ejercicio 2022-2023

1.- En cuanto a las FALLAS (infantil y mayor) indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Coste de las fallas (pago a los artistas falleros, guionistas, bocetistas...).	
Logística de transporte, instalación y montaje de las fallas (traslados, grúa).	
Decoración de las fallas: Arena, piedra, vidrio.	
Decoración de las fallas: Césped, corcho, etc.	
Otro gasto relacionado con las fallas, si lo hubiera. En el caso de que rellene esta casilla, ruego complete en el concepto en la casilla correspondiente.	
(1)	
(2)	

2.- En cuanto al CASAL indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Elementos de iluminación.	
Electrónica y sonido (ordenadores, equipos audiovisuales...).	
Mobiliario.	
Electrodomésticos.	
Reparación y acondicionamiento del casal.	
Cuotas del préstamo por la compra del casal (si procede).	
Cuotas del alquiler del local o locales utilizados como casal (si procede).	
Gasto de papelería.	
Elementos de decoración.	
Comunidad de propietarios (si procede).	
Otros gastos relacionados con el Casal:	
(1)	
(2)	

3.- En cuanto a ALQUILERES DE ELEMENTOS INMOBILIARIOS indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Alquiler de locales (trasteros, almacenes) EXCLUIDO EL CASAL.	
Alquiler de salones para celebraciones (teatros, colegios, restaurantes, salas de fiestas...).	
Otros gastos relacionados con alquileres de elementos inmobiliarios:	
(1)	
(2)	


**VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA**

4.- En cuanto a ALQUILERES DE ELEMENTOS MOBILIARIOS indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Alquiler de carpa y mobiliario (escenario, sillas, mesas, jaimas, WC portátiles, cortinajes, tapices...).	
Alquiler de vallas.	
Alquiler de elementos de soporte (grupos electrógenos, calefacción...).	
Alquiler de iluminación extraordinaria (Navidad, semana fallera...).	
Otros gastos relacionados con alquileres de elementos mobiliarios:	
(1)	
(2)	

5.- En cuanto a las ACTIVIDADES que se desarrollen por parte de la Comisión indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Bandas de música/charanga/collas de dolçainas y tabales/batucadas...	
Orquestas (verbena).	
Discomóvil (alquiler).	
Discomóvil (pago del servicio del DJ).	
Otros espectáculos (monólogos, variedades...).	
Construcción de decorados, belenes...	
Instrumentos musicales (compra).	
Disfraces, blusones, forros polares, prendas deportivas... (pagados por la comisión y no cobrados a los falleros).	
Disfraces alquilados (pagados por la comisión y no cobrados a los falleros).	
Merchandising (pulseras, chapas, camisetas pagadas por la comisión y no cobrados a los falleros).	
Animaciones.	
Parques infantiles.	
Pirotecnia.	
Entradas (museos, circo... pagados por la comisión y no cobradas a los falleros).	
Otros gastos relacionados con las actividades:	
(1)	
(2)	

6.- En cuanto a ELEMENTOS DE PROTOCOLO indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Bandas y carambas.	
Insignias.	
Cuadros conmemorativos.	
Regalos (recordatorios falleros de honor y similar).	
Premios (copas, diplomas, trofeos...).	
Premios en metálico.	
Otros gastos relacionados con Elementos de Protocolo:	
(1)	
(2)	


**VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA**

7.- En cuanto a TRANSPORTE indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Alquiler de autobuses.	
Alquiler de furgonetas.	
Tickets de transporte urbano.	
Otros gastos relacionados con transporte:	
(1)	
(2)	

8.- En cuanto a SERVICIOS PROFESIONALES Y/O TÉCNICOS indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Servicios de limpieza.	
Servicio de desinfección.	
Ambulancia, médicos, auxiliares.	
Seguridad.	
Camareros y/o porteros.	
Servicios de aparejador/arquitecto.	
Servicios de asesoría fiscal/ legal/ gestoría.	
Diseño gráfico.	
Instaladores, técnicos de mantenimiento.	
Servicios de decoración y jardinería.	
Revisión de extintores.	
Otros gastos relacionados con servicios profesionales y/o técnicos:	
(1)	
(2)	

9.- En cuanto a COMIDA Y BEBIDA indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Catering a cargo de la comisión.	
Bares, restaurantes, casas de comida para llevar.	
Compra de comida y café (elaborada o sin elaborar) en otros proveedores.	
Compra de bebida (leche, agua, refrescos, alcohol...).	
Menaje (manteles, platos, vasos, cubiertos, desechables...).	
Carbónicos (botellas CO2 para los grifos de cerveza).	
Hielo.	
Otros gastos relacionados con comida y bebida:	
(1)	
(2)	


**VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA**

10.- En cuanto a OTROS SUMINISTROS indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Suministro luz (gastos ordinarios del ejercicio).	
Suministro luz (gastos iluminación extraordinaria Navidad y semana fallera).	
Suministro agua.	
Suministro telefonía, TV e internet.	
Suministro gas.	
Suministro de leña.	
Suministro combustible (calefacciones, cremà...).	
Otros gastos relacionados con otros suministros:	
(1)	
(2)	

11.- En cuanto a FLORES indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Flores, plantas (incluye todos los actos: Ofrenda, plantá, presentación, nombramientos).	
Otros gastos relacionados con flores y plantas:	
(1)	
(2)	

12.- En cuanto a IMPRENTA indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Imprenta (llibrets, folletos, pancartas...).	
Banderas decorativas para las calles, replegá...	
Otros gastos relacionados con imprenta:	
(1)	
(2)	

13.- En cuanto a GASTOS FINANCIEROS indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	<i>Ejercicio fallero 2022-2023</i>
	<i>Importe total en euros</i>
Comisiones y gastos de correo de los bancos.	
Intereses por préstamos, pólizas de créditos (excluidas amortizaciones).	
Otros gastos relacionados con gastos financieros:	
(1)	
(2)	



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

14.- En cuanto a COMUNICACIÓN indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	Ejercicio fallero 2022-2023
	Importe total en euros
Redes sociales (incluye dominio web).	
Publicidad.	
Otros gastos relacionados con comunicación:	
(1)	
(2)	

15.- En cuanto a OTROS indicar el importe gastado en cada uno de los siguientes conceptos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

	Ejercicio fallero 2022-2023
	Importe total en euros
Seguros.	
Impuestos.	
Tasas públicas.	
Cuotas a agrupaciones, asociaciones...	
Donaciones.	
Loterías jugadas por la comisión.	

16.- En caso de que considere que en su comisión hubiera algún otro gasto que no haya sido considerado, indique el concepto y el importe gastado en cada uno de ellos durante el ejercicio fallero 2022-2023 (importe total en euros).

Especificar	Ejercicio fallero 2022-2023
	Importe total en euros
(1)	
(2)	
(3)	
(4)	

Escriba las observaciones que estime oportunas al desarrollo de la ficha.

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 4. Cuestionario a visitantes y residentes no falleros de la ciudad

GRUPO: 0 -

V6000 (P0) - LI DEMANEM EL SEU CONSENTIMENT PER A TRACTAR LES SEUES DADES DE MANERA ESTADÍSTICA I LI GARANTIM QUE TOTA LA INFORMACIÓ QUE VOSTÈ ENS FACILITE SERÀ TRACTADA DE MANERA CONFIDENCIAL I EN COMPLIMENT DE LA LEGISLACIÓ VIGENT. D'ACORD?
LE PEDIMOS SU CONSENTIMIENTO PARA TRATAR SUS DATOS DE FORMA ESTADÍSTICA Y LE GARANTIZAMOS QUE TODA LA INFORMACIÓN QUE VD. NOS FACILITE SERÁ TRATADA DE FORMA CONFIDENCIAL Y EN CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN VIGENTE. ¿DE ACUERDO?
WE INFORM YOU THAT YOUR PERSONAL AND OPINION DATA YOU GIVE US, WILL BE TREATED AS CONFIDENTIAL INFORMATION AND ONLY FOR THE PURPOSES PROVIDED FOR THIS STUDY, WITH AN ANONYMOUS CHARACTER AND IN COMPLIANCE WITH THE CURRENT LAW. DO YOU AGREE?
(OBLIGATORIA)

1 - SI
 YES

2 - NO
 Sigüente pregunta: V100

V1 (P01) - ÈS VOSTÈ FALLER/A D'UNA FALLA DE LA CIUTAT DE VALÈNCIA?
¿ES VD. FALLERO/A DE UNA FALLA DE LA CIUDAD DE VALENCIA?
ARE YOU A FALLERO OF A FALLA IN THE CITY OF VALENCIA? (OBLIGATORIA)

Observaciones al programador/a: SI CITA 1 = FIN DE LA ENCUESTA

1 - SI
 YES
 Sigüente pregunta: V100

2 - NO

V2 (P02) - QUIN ÈS EL SEU LLOC DE RESIDÈNCIA HABITUAL?
¿CUÁL ES SU LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL?
WHERE IS YOUR PERMANENT RESIDENCE? (OBLIGATORIA)

Observaciones al entrevistador/a: CITAR OPCIONES

1 - VALÈNCIA CIUTAT
 VALENCIA CIUDAD
 VALENCIA CITY

2 - PROVÍNCIA DE VALÈNCIA
 PROVINCIA DE VALENCIA
 PROVINCE OF VALENCIA

3 - PROVÍNCIA DE CASTELLÓ
 PROVINCIA DE CASTELLÓN
 PROVINCE OF CASTELLÓN

4 - PROVÍNCIA D'ALACANT
 PROVINCIA DE ALICANTE
 PROVINCE OF ALICANTE

5 - UNA ALTRA PROVÍNCIA FORA DE LA COMUNITAT VALENCIANA.
 OTRA PROVINCIA FUERA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (SE ESPECIFICA EN LA SIGUIENTE PREGUNTA)
 ANOTHER PROVINCE OUTSIDE THE VALENCIAN COMMUNITY

6 - L'ESTRANGER.
 EL EXTRANJERO (SE ESPECIFICA EN LA SIGUIENTE PREGUNTA)
 ABROAD.

V3 (P03) - QUIN PROVÍNCIA ?
¿QUÉ PROVINCIA?
WHICH PROVINCE? (OBLIGATORIA)

Condiciones al entrar: Mostrar si [V2="5"]
 Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P02= 5

V4 (P04) - QUIN PAÍS?
¿QUÉ PAÍS?
WHICH COUNTRY? (OBLIGATORIA)

Condiciones al entrar: **Mostrar si [V2="6"]**
Observaciones al programador/a: **A QUIENES EN P02= 6**

Texto - Codificable

GRUPO: 1 - LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL VALENCIA CIUDAD

Condiciones: **Mostrar si [V2="1"]**

V6 (P1A) - EN LA SEUA DECISIÓ D'ESTAR HUI ACÍ, QUINA IMPORTÀNCIA TÉ LA CELEBRACIÓ DE LES FALLES?
EN SU DECISIÓN DE ESTAR HOY AQUÍ, ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE LA CELEBRACIÓN DE LAS FALLAS?
IN YOUR DECISION TO BE HERE TODAY, HOW IMPORTANT IS THE CELEBRATION OF THE FALLAS? (OBLIGATORIA)

Observaciones al entrevistador/a: **CITAR ESCALA**
Observaciones al programador/a: **SI CITA 1 O 2 = FIN DE ENTREVISTA**

6 - MOLT IMPORTANT.
MUY IMPORTANTE
VERY IMPORTANT

4 - BASTANT IMPORTANT.
BASTANTE IMPORTANTE
QUITE IMPORTANT.

3 - IMPORTANT
ALGO IMPORTANTE
SOMEWHAT IMPORTANT.

2 - POC IMPORTANT
POCO IMPORTANTE
SLIGHTLY IMPORTANT

Siguiente pregunta: **v100**

1 - GENS IMPORTANT
NADA IMPORTANTE
NOT IMPORTANT AT ALL.
Siguiente pregunta: **v100**

V8 (P2A) - QUANTS DIES PREVEU EIXIR PER A GAUDIR DE LES FALLES (INCLÒENT ELS QUE JA HA EIXIT)?
¿CUÁNTOS DÍAS PREVÉ SALIR PARA DISFRUTAR DE LAS FALLAS (INCLUYENDO LOS QUE YA HA SALIDO)?
HOW MANY DAYS DO YOU PLAN TO GO OUT TO ENJOY THE FALLAS (INCLUDING THOSE YOU HAVE ALREADY ENJOYED)?

Número

V7 (P3A) - CONSIDERANT A TOTES LES PERSONES DE LA SEUA FAMILIA O GRUP D'AMICS AMB ELS QUALS ESTÀ CELEBRANT LES FALLES, INDIQUE QUANT S'HAN GASTAT O TENEN PREVIST GASTAR EN AQUESTS DIES A VALÈNCIA ADICIONALMENT AL QUE ÉS HABITUAL.
CONSIDERANDO A TODAS LAS PERSONAS DE SU FAMILIA O GRUPO DE AMIGOS CON LOS QUE ESTÁ CELEBRANDO LAS FALLAS, INDIQUE CUÁNTO SE HAN GASTADO O TIENEN PREVISTO GASTAR EN ESTOS DÍAS EN VALENCIA ADICIONALMENTE A LO QUE ES HABITUAL:
CONSIDERING ALL THE PEOPLE IN YOUR FAMILY OR GROUP OF FRIENDS WITH WHOM YOU ARE ENJOYING THE FALLAS, INDICATE HOW MUCH YOU ALL HAVE SPENT OR PLAN TO SPEND THESE DAYS IN VALENCIA IN ADDITION TO WHAT IS USUAL:

Observaciones al entrevistador/a: **QUE ELIJA EL ENTREVISTADO SI PREFIERE DAR EL GASTO DIARIO O EL DE TODA LA ESTANCIA. NO ES NECESARIO AMBOS.**

	1 - DESPESA DIARI GASTO DIARIO DAILY EXPENDITURE	2 - DESPESA TOTS ELS DIES QUE TÈ PREVIST EIXIR GASTO DE TODOS LOS DÍAS QUE TIENE PREVISTO SALIR EXPENDITURE OF ALL THE DAYS YOU PLAN TO GO OUT	3 - NOMBRE DE PERSONES (INCLÒS L'ENTREVISTAT) NÚMERO DE PERSONAS (INCLUIDO EL ENTREVISTADO) NUMBER OF PERSONS (INCL. INTERVIEWEE)
a - TRANSPORT PUBLIC LOCAL (AUTOBÚS, METRE, TAXI, VALENCISL...). TRANSPORTE PÚBLICO LOCAL (AUTOBÚS, METRO, TAXI, VALENCISL...). LOCAL PUBLIC TRANSPORT (BUS, METRO, TAXI, VALENCISL...).	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)

<p>b - TRANSPORT PRIVAT DINS DE VALÈNCIA (GASOLINA; APARCAMENT; LLOGUER DE VEHICLES, BICICLETES, PATINETES...). TRANSPORTE PRIVADO DENTRO DE VALENCIA (GASOLINA; APARCAMIENTO; ALQUILER DE VEHICULOS, BICICLETAS, PATINETES...).</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)
<p>c - MENJARS I SOPARS EN RESTAURANTS I BARS. COMIDAS Y CENAS EN RESTAURANTES Y BARES. LUNCH AND DINNER IN RESTAURANTS AND BARS.</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)
<p>d - RESTA DE CONSUMICTIONS EN RESTAURANTS I BARS (ESMORZARS, APERITIVS, BEGUDES, COPES, XOCOLATES, CAFÈS...). RESTO DE CONSUMICTIONS EN RESTAURANTES Y BARES (ALMUERZOS, APERITIVOS, BEBIDAS, COPAS, CHOCOLATES, CAFÈS...).</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)
<p>e - OCI DIURN (ENTRADES, ESDEVENIMENTS, ENTRETENIMENT...). OCIO DIURNO (ENTRADAS, EVENTOS, ENTRETENIMIENTO...).</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)
<p>f - OCI NOCTURN (ESPECTACLES, ENTRADES...). OCIO NOCTURNO (ESPECTACULOS, ENTRADAS...).</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)
<p>g - COMPRES EN BOTIGUES I MERCATS AMBULANTS, INCLOSOS PRODUCTES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES, PETARDS, BRUSES FALLERES, LLIBRETS.... COMPRAS EN TIENDAS Y MERCADILLOS, INCLUIDOS PRODUCTOS DE ALIMENTACION Y BEBIDAS, PETARDOS, BLUSONES, LLIBRETS....</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)
<p>h - ALLOTJAMENT (EXCEPTE HABITATGE PROPÍ O CEDIT GRATUÏTAMENT). ALOJAMIENTO (SALVO VIVIENDA PROPIA O CEDIDA GRATUÏTAMENTE).</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)
<p>i - ALTRES DESPESES. OTROS GASTOS (SE ESPECIFICA EN LA SIGUIENTE PREGUNTA). OTHER EXPENSES.</p>	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/>	(1 text/o's llibre/s: Numèric)

V8 (P4A) - ESPECIFICA QUE ALTRES DESPESES ESPECIFICA QUE OTROS GASTOS
 SPECIFY WHAT OTHER EXPENDITURE

Condiciones al entrar: Mostrar si [V7="11"] o [V7="12"]
 Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P3A = OTROS GASTOS

88 - ESPECIFICAR (6 text/o's llibre/s: Texto - Codificable)

GRUPO: 2 - LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL COMUNITAT VALENCIANA (EXCEPTO VALENCIA CIUDAD)

Condiciones: Mostrar si [V2="2"] o [V2="3"] o [V2="4"]

V105 (P1B) - EN LA SEUA DECISIÓ D'ESTAR HUI ACÍ, QUINA IMPORTÀNCIA TÉ LA CELEBRACIÓ DE LES FALLES?
 EN SU DECISION DE ESTAR HOY AQUÍ, ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE LA CELEBRACIÓN DE LAS FALLAS?
 IN YOUR DECISION TO BE HERE TODAY, HOW IMPORTANT IS THE CELEBRATION OF THE FALLAS? **(OBLIGATORIA)**

Observaciones al entrevistador/a: CITAR ESCALA
 Observaciones al programador/a: SI CITA 1 O 2 = FIN DE ENTREVISTA

- 5 - MOLT IMPORTANT.**
 MUY IMPORTANTE.
 VERY IMPORTANT.
- 4 - BASTANT IMPORTANT.**
 BASTANTE IMPORTANTE.
 QUITE IMPORTANT.
- 3 - IMPORTANT**
 ALGO IMPORTANTE.
 SOMEWHAT IMPORTANT.
- 2 -**

POC IMPORTANT.
POCO IMPORTANTE.
SLIGHTLY IMPORTANT

Siguiente pregunta: v100

1 - GENS IMPORTANT.
NADA IMPORTANTE.
NOT IMPORTANT AT ALL.
Siguiente pregunta: v100

V108 (P2B) - QUANTS DIES ESTARÀ A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES? (INCLOENT ELS QUE JA HA ESTAT)?
¿CUÁNTOS DÍAS VA A ESTAR EN VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLAS? (INCLUYENDO LOS QUE YA HA ESTADO)?
HOW MANY DAYS WILL YOU BE IN VALENCIA BECAUSE OF THE FALLAS? (INCLUDING THOSE YOU'VE ALREADY BEEN)?

Numérico

V113 (P3B) - QUANTES PERSONES HAN VINGUT AMB VOSTÈ A LES FALLES?
¿CUÁNTAS PERSONAS HAN VENIDO CON VD. A LAS FALLAS?
HOW MANY PEOPLE HAVE COME WITH YOU TO THE FALLAS?

Numérico

V114 (P4B) - ESTÀ PERNOCTANT EN LA SEUA RESIDÈNCIA HABITUAL DURANT LES FESTEJES FALLERES?
¿ESTÁ PERNOCTANDO EN SU RESIDENCIA HABITUAL DURANTE LAS FIESTAS FALLERAS?
ARE YOU SLEEPING THE NIGHT AT YOUR PERMANENT RESIDENCE DURING THE FALLAS?

1 - SI
YES

2 - NO

V109 (P5B) - ON ESTÀ PERNOCTANT DURANT LES FESTEJES FALLERES?
¿DÓNDE ESTÁ PERNOCTANDO DURANTE LAS FIESTAS FALLERAS?
WHERE ARE YOU SLEEPING DURING THE FALLAS?

Condiciones al entrar: Mostrar si [V114="2"]
Observaciones al entrevistador/a: CITAR OPCIONES
Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P4B= NO

1 - EN LA CIUTAT DE VALÈNCIA
EN LA CIUDAD DE VALENCIA.
IN THE CITY OF VALENCIA.

2 - EN UNA ALTRA POBLACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA.
EN OTRA POBLACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.
IN ANOTHER TOWN IN THE VALENCIAN COMMUNITY.

3 - FORA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
FUERA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA
OUTSIDE THE VALENCIAN COMMUNITY

V110 (P6B) - EN QUIN TIPUS D'ALLOTJAMENT ESTÀ PERNOCTANT?
¿EN QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO ESTÁ PERNOCTANDO?
IN WHAT TYPE OF ACCOMMODATION ARE YOU STAYING OVERNIGHT?

Condiciones al entrar: Mostrar si [V109="1"] o [V109="2"]
Observaciones al entrevistador/a: CITAR OPCIONES
Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P5B = 1 Ó 2

1 - HOTEL/HOSTAL O SIMILAR.
HOTEL/HOSTAL O SIMILAR.
HOTEL/HOSTEL OR SIMILAR.

2 - LLOGUER D'APARTAMENT.
ALQUILER DE APARTAMENTO.
RENTED APARTMENT.

3 - CASA DE FAMILIARS, AMICS
CASA DE FAMILIARES, AMIGOS.
HOUSE OF RELATIVES OR FRIENDS

4 - HABITATGE EN PROPIETAT
VIVIENDA EN PROPIEDAD.
OWN HOUSE

98 - UNS ALTRES (ESPECIFICAR):
OTROS (ESPECIFICAR):
OTHER (SPECIFY):
(1 text/a's libre/s: Texto - Codificable)

V111 (P7B) - QUANTES NITS HA PERNOCTAT O PERNOCTARÀ FORA DE CASA?
¿CUÁNTAS NOCHES HA PERNOCTADO O VA A PERNOCTAR FUERA DE CASA?
HOW MANY NIGHTS HAVE YOU SPENT OR WILL YOU SPEND AWAY FROM HOME?

Condiciones al entrar: Mostrar si [V110="1"] o [V110="2"] o [V110="98"]
Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P6B= 1 O 2 O 98

Númérico

V112 (P8B) - CONSIDERANT A TOTES LES PERSONES QUE HAN VINGUT AMB VOSTÈ EN AQUESTA VISITA A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES, INDIQUE QUANT S'HAN GASTAT O TENEN PREVIST GASTAR EN ALLOTJAMENT:
CONSIDERANDO A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN VENIDO CON USTED EN ESTA VISITA A VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLAS, INDIQUE CUÁNTO SE HAN GASTADO O TIENEN PREVISTO GASTAR EN ALOJAMIENTO:
CONSIDERING ALL THE PEOPLE WHO HAVE COME WITH YOU ON THIS VISIT TO VALENCIA BECAUSE OF THE FALLAS, INDICATE HOW MUCH YOU HAVE SPENT OR PLAN TO SPEND ON ACCOMMODATION:

Condiciones al entrar: Mostrar si [V110="1"] o [V110="2"] o [V110="98"]
Observaciones al entrevistador/a: QUE ELIJA EL ENTREVISTADO SI PREFIERE DAR EL GASTO DIARIO O EL DE TODA LA ESTANCIA. NO ES NECESARIO AMBOS.

1 - DESPESA DIARI
GASTO DIARIO
DAILY EXPENDITURE

Númérico

2 - DESPESA TOTA L'ESTADA
GASTO TODA LA ESTANCIA
EXPENDITURE OF THE WHOLE STAY

Númérico

98 - NOMBRE DE PERSONES (INCLÒS L'ENTREVISTAT)
NÚMERO DE PERSONAS (INCLUIDO EL ENTREVISTADO/A)
NUMBER OF PEOPLE (INCL. INTERVIEWEE)

Númérico

V107 (P9B) - CONSIDERANT A TOTES LES PERSONES QUE HAN VINGUT AMB VOSTÈ EN AQUESTA VISITA A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES, INDIQUE QUANT S'HAN GASTAT O TENEN PREVIST GASTAR EN AQUESTS DIES A VALÈNCIA ADDICIONALMENT AL QUE ÈS HABITUAL:
CONSIDERANDO A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN VENIDO CON USTED EN ESTA VISITA A VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLAS, INDIQUE CUÁNTO SE HAN GASTADO O TIENEN PREVISTO GASTAR EN ESTOS DÍAS EN VALENCIA ADICIONALMENTE A LO QUE ES HABITUAL:
CONSIDERING ALL THE PEOPLE WHO HAVE COME WITH YOU ON THIS VISIT TO VALENCIA BECAUSE OF THE FALLAS, INDICATE HOW MUCH YOU HAVE SPENT OR PLAN TO SPEND THESE DAYS IN VALENCIA IN ADDITION TO WHAT IS USUAL FOR YOU:

Observaciones al entrevistador/a: QUE ELIJA EL ENTREVISTADO SI PREFIERE DAR EL GASTO DIARIO O EL DE TODA LA ESTANCIA. NO ES NECESARIO AMBOS.
Observaciones al programador/a: A TODOS/AS LOS DE ESTE GRUPO.

	1 - DESPESA DIARI GASTO DIARIO DAILY EXPENDITURE	2 - DESPESA TOTS ELS DIES QUE TÈ PREVIST EIXIR GASTO DE TODOS LOS DÍAS QUE TIENE PREVISTO SALIR EXPENDITURE OF ALL THE DAYS YOU PLAN TO GO OUT	3 - NOMBRE DE PERSONES (INCLÒS L'ENTREVISTAT) NÚMERO DE PERSONAS (INCLUIDO EL ENTREVISTADO) NUMBER OF PERSONS (INCL. INTERVIEWEE)
j) - TRANSPORT PÚBLIC ANADA I TORNADA FINS A VALÈNCIA (TREN, AUTOBÚS, METRO, TAXI...) TRANSPORTE PÚBLICO IDA Y VUELTA HASTA VALENCIA (TREN, AUTOBÚS, METRO, TAXI...) PUBLIC TRANSPORT ROUND TRIP TO VALENCIA (TRAIN, BUS, METRO, TAXI...)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)
k) - TRANSPORT PRIVAT ANADA I TORNADA FINS A VALÈNCIA (GASOLINA, APARCAMENT, LLOGUER DE VEHICLES...) TRANSPORTE PRIVADO IDA Y VUELTA HASTA VALENCIA (GASOLINA, APARCAMIENTO, ALQUILER DE VEHÍCULOS...) PRIVATE TRANSPORT ROUND TRIP TO VALENCIA (PETROL, PARKING, CAR RENTAL...)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)
a) - TRANSPORT PÚBLIC LOCAL (AUTOBÚS, METRO, TAXI, VALENCISI...) TRANSPORTE PÚBLICO LOCAL (AUTOBÚS, METRO, TAXI, VALENCISI...) LOCAL PUBLIC TRANSPORT (BUS, METRO, TAXI, VALENCISI...)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's libre/s: Númérico)

<p>b - TRANSPORT PRIVAT DINS DE VALÈNCIA (GASOLINA; APARCAMENT; LLOGUER DE VEHICLES, BICICLETES, PATINETES...). TRANSPORTE PRIVADO DENTRO DE VALENCIA (GASOLINA; APARCAMIENTO; ALQUILER DE VEHÍCULOS, BICICLETAS, PATINETES...).</p>	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)
<p>c - MENJARS I SOPARS EN RESTAURANTS I BARS. COMIDAS Y CENAS EN RESTAURANTES Y BARES. LUNCH AND DINNER IN RESTAURANTS AND BARS.</p>	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)
<p>d - RESTA DE CONSUMIIONS EN RESTAURANTS I BARS (ESMORZARS, APERITIVS, BEGUDES, COPEJES, XOCOLATES, CAFÈS...). RESTO DE CONSUMIIONES EN RESTAURANTES Y BARES (ALMUERZOS, APERITIVOS, BEBIDAS, COPAS, CHOCOLATES, CAFÈS...).</p>	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)
<p>e - OCI DIURN (ENTRADES, ESDEVENIMENTS, ENTRETENIMENT...). OCIO DIURNO (ENTRADAS, EVENTOS, ENTRETENIMIENTO...).</p>	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)
<p>f - OCI NOCTURN (ESPECTACLES, ENTRADES...). OCIO NOCTURNO (ESPECTÁCULOS, ENTRADAS...).</p>	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)
<p>g - COMPRES EN BOTIGUES I MERCATS AMBULANTS, INCILOSOS PRODUCTES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES, PETARDOS, BRUSES FALLERES, LLIBRETS... COMPRAS EN TIENDAS Y MERCADILLOS, INCLUIDOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS, PETARDOS, BLUSONES, LLIBRETS... SHOPPING IN SHOPS AND FLEA MARKETS, INCLUDING FOOD AND BEVERAGE PRODUCTS, FIRECRACKERS, BOOKLETS...</p>	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)
<p>h - ALTRES DESPESES. OTROS GASTOS (SE ESPECIFICA EN LA SIGUIENTE PREGUNTA). OTHER EXPENSES.</p>	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)	<input type="checkbox"/> (1 text/a's llibre/s: Numèric)

V108 (P108) - ESPECIFICA QUE ALTRES DESPESES ESPECIFICA QUE OTROS GASTOS
SPECIFY WHAT OTHER EXPENDITURE

Condiciones al entrar: Mostrar si [V107="11"] o [V107="12"]
Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P9B= OTROS GASTOS

98 - ESPECIFICAR (5 text/a's llibre/s: Texto - Codificable)

GRUPO: 3 - LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL ESPAÑA (EXCEPTO COMUNITAT VALENCIANA)

Condiciones: Mostrar si [V2="5"]

v205 (P1C) - EN LA SEUA DECISIÓ D'ESTAR HUI ACÍ, QUINA IMPORTÀNCIA TÉ LA CELEBRACIÓ DE LES FALLAS?
EN SU DECISIÓN DE ESTAR HOY AQUÍ, ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE LA CELEBRACIÓN DE LAS FALLAS?
IN YOUR DECISION TO BE HERE TODAY, HOW IMPORTANT IS THE CELEBRATION OF THE FALLAS? (OBLIGATORIA)

Observaciones al entrevistador/a: CITAR ESCALA
Observaciones al programador/a: SI CITA 1 O 2 = FIN DE ENTREVISTA

- 5 - MOLT IMPORTANT.**
MUY IMPORTANTE.
VERY IMPORTANT.
 - 4 - BASTANT IMPORTANT.**
BASTANTE IMPORTANTE.
QUITE IMPORTANT.
 - 3 - IMPORTANT**
ALGO IMPORTANTE.
SOMEWHAT IMPORTANT.
 - 2 - POC IMPORTANT.**
POCO IMPORTANTE.
SLIGHTLY IMPORTANT
 - 1 - GENS IMPORTANT.**
NADA IMPORTANTE.
NOT IMPORTANT AT ALL.
- Siguiente pregunta: V100

Siguiente pregunta: V100

v208 (P2C) - QUANTS DIES ESTARÀ A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES? (INCLOENT ELS QUE JA HA ESTAT)?
¿CUÁNTOS DÍAS VA A ESTAR EN VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLAS? (INCLUYENDO LOS QUE YA HA ESTADO)?
HOW MANY DAYS WILL YOU BE IN VALENCIA BECAUSE OF THE FALLAS? (INCLUDING THOSE YOU'VE ALREADY BEEN)?

Numérico

v213 (P3C) - QUANTES PERSONES HAN VINGUT AMB VOSTÈ A LES FALLES?
¿CUÁNTAS PERSONAS HAN VENIDO CON VD. A LAS FALLAS?
HOW MANY PEOPLE HAVE COME WITH YOU TO THE FALLAS?

Numérico

v214 (P4C) - ESTÀ Pernoctant en la seua residència habitual durant les festes falleres?
¿ESTÁ Pernoctando en su residencia habitual durante las fiestas falleras?
ARE YOU SPENDING THE NIGHT AT YOUR PERMANENT RESIDENCE DURING THE FALLAS?

- 1 - SI
 YES
- 2 - NO

v209 (P5C) - ON ESTÀ Pernoctant durant les festes falleres?
¿DÓNDE ESTÁ Pernoctando durante las fiestas falleras?
WHERE ARE YOU SLEEPING DURING THE FALLAS?

Condiciones al entrar: Mostrar si [V214="2"]
 Observaciones al entrevistador/a: CITAR OPCIONES
 Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P4C= NO

- 1 - EN LA CIUTAT DE VALÈNCIA
 EN LA CIUDAD DE VALENCIA.
 IN THE CITY OF VALENCIA.
- 2 - EN UNA ALTRA POBLACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA.
 EN OTRA POBLACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.
 IN ANOTHER TOWN IN THE VALENCIAN COMMUNITY.
- 3 - FORA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
 FUERA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA
 OUTSIDE THE VALENCIAN COMMUNITY

v210 (P6C) - EN QUIN TIPUS D'ALLOTJAMENT ESTÀ Pernoctant?
¿EN QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO ESTÁ Pernoctando?
IN WHAT TYPE OF ACCOMMODATION ARE YOU STAYING OVERNIGHT?

Condiciones al entrar: Mostrar si [V209="1"] o [V209="2"]
 Observaciones al entrevistador/a: CITAR OPCIONES
 Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P5C = 1 Ó 2

- 1 - HOTEL/HOSTAL O SIMILAR.
 HOTEL/HOSTAL O SIMILAR.
 HOTEL/HOSTEL OR SIMILAR.
- 2 - LLOGUER D'APARTAMENT.
 ALQUILER DE APARTAMENTO.
 RENTED APARTMENT.
- 3 - CASA DE FAMILIARS, AMIGS
 CASA DE FAMILIARES, AMIGOS.
 HOUSE OF RELATIVES OR FRIENDS
- 4 - HABITATGE EN PROPIETAT
 VIVIENDA EN PROPIEDAD.
 OWN HOUSE
- 99 - UNS ALTRES (ESPECIFICAR):
 OTROS (SPECIFY):
 OTHER (SPECIFY):
 (1 texto/s libre/s: Texto - Codificable)

v211 (P7C) - QUANTES NITS HA Pernoctat o Pernoctarà fora de casa?
¿CUÁNTAS NOCHES HA Pernoctado o va a Pernoctar fuera de casa?
HOW MANY NIGHTS HAVE YOU SPENT OR WILL YOU SPEND AWAY FROM HOME?

Condiciones al entrar: Mostrar si [V210="1"] o [V210="2"] o [V210="99"]

Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P5C= 1 O 2 O 98

Númérico

V212 (P8C) - CONSIDERANT A TOTES LES PERSONES QUE HAN VINGUT AMB VOSTÈ EN AQUESTA VISITA A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES, INDIQUE QUANT S'HAN GASTAT O TENEN PREVIST GASTAR EN ALLOTJAMENT:
CONSIDERANDO A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN VENIDO CON USTED EN ESTA VISITA A VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLES, INDIQUE CUÁNTO SE HAN GASTADO O TIENEN PREVISTO GASTAR EN ALOJAMIENTO:
CONSIDERING ALL THE PEOPLE WHO HAVE COME WITH YOU ON THIS VISIT TO VALENCIA BECAUSE OF THE FALLES, INDICATE HOW MUCH YOU HAVE SPENT OR PLAN TO SPEND ON ACCOMMODATION:

Condiciones al entrar: Mostrar si [V210="1"] o [V210="2"] o [V210="98"]
 Observaciones al entrevistador/a: QUE ELIJA EL ENTREVISTADO SI PREFIERE DAR EL GASTO DIARIO O EL DE TODA LA ESTANCIA. NO ES NECESARIO AMBOS.

1 - DESPESA DIARI
GASTO DIARIO
DAILY EXPENDITURE

Númérico

2 - DESPESA TOTA L'ESTADA
GASTO TODA LA ESTANCIA
EXPENDITURE OF THE WHOLE STAY

Númérico

98 - NOMBRE DE PERSONES (INCLÒS L'ENTREVISTAT)
NÚMERO DE PERSONAS (INCLUIDO EL ENTREVISTADO/A)
NUMBER OF PEOPLE (INCL. INTERVIEWEE)

Númérico

V207 (P9C) - CONSIDERANT A TOTES LES PERSONES QUE HAN VINGUT AMB VOSTÈ EN AQUESTA VISITA A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES, INDIQUE QUANT S'HAN GASTAT O TENEN PREVIST GASTAR EN AQUESTS DIES A LA COMUNITAT VALENCIANA:
CONSIDERANDO A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN VENIDO CON USTED EN ESTA VISITA A VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLES, INDIQUE CUÁNTO SE HAN GASTADO O TIENEN PREVISTO GASTAR EN ESTOS DÍAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA:
CONSIDERING ALL THE PEOPLE WHO HAVE COME WITH YOU ON THIS VISIT TO VALENCIA BECAUSE OF THE FALLES, INDICATE HOW MUCH YOU HAVE SPENT OR PLAN TO SPEND THESE DAYS IN THE VALENCIAN COMMUNITY:

Observaciones al entrevistador/a: QUE ELIJA EL ENTREVISTADO SI PREFIERE DAR EL GASTO DIARIO O EL DE TODA LA ESTANCIA. NO ES NECESARIO AMBOS.

Observaciones al programador/a: A TODOS/AS LOS DE ESTE GRUPO

	1 - DESPESA DIARI GASTO DIARIO DAILY EXPENDITURE	2 - DESPESA TOTS ELS DIES QUE TÈ PREVIST EIXIR GASTO DE TODOS LOS DÍAS QUE TIENE PREVISTO SALIR EXPENDITURE OF ALL THE DAYS YOU PLAN TO GO OUT	3 - NOMBRE DE PERSONES (INCLÒS L'ENTREVISTAT) NÚMERO DE PERSONAS (INCLUIDO EL ENTREVISTADO) NUMBER OF PERSONS (INCL. INTERVIEWEE)
a - TRANSPORT PÚBLIC LOCAL (AUTOBUS, METRE, TAXI, VALENCISI...). TRANSPORTE PÚBLICO LOCAL (AUTOBÚS, METRO, TAXI, VALENCISI...).LOCAL PUBLIC TRANSPORT (BUS, METRO, TAXI, VALENCISI...).	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
b - TRANSPORT PRIVAT DINS DE VALÈNCIA (GASOLINA; APARCAMENT; LLOGUER DE VEHICLES, BICICLETES, PATINETES...). TRANSPORTE PRIVADO DENTRO DE VALENCIA (GASOLINA; APARCAMIENTO; ALQUILER DE VEHÍCULOS, BICICLETAS, PATINETES...).PRIVATE TRANSPORTATION WITHIN VALENCIA (PETROL; PARKING; RENTAL OF VEHICLES, BICYCLES, SCOOTERS...).	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
c - MENJARS I SOPARS EN RESTAURANTS I BARS. COMIDAS Y CENAS EN RESTAURANTES Y BARES. LUNCH AND DINNER IN RESTAURANTS AND BARS.	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
d - RESTA DE CONSUMIIONS EN RESTAURANTS I BARS (ESMORZARS, APERITIVS, BEGUES, COPEES, XOCOLATES, CAFÈS...). RESTO DE CONSUMICIONES EN RESTAURANTES Y BARES (ALMUERZOS, APERITIVOS, BEBIDAS, COPAS, CHOCOLATES, CAFÈS...).OTHER DRINKS IN RESTAURANTS AND BARS (LUNCHES, SNACKS, DRINKS, COCKTAILS, CHOCOLATES, COFFEES...).	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
e - OCIO DIURN (ENTRADES, ESDEVENIMENTS, ENTRETENIMENT...). OCIO DIURNO (ENTRADAS, EVENTOS, ENTRETENIMIENTO...).DAYTIME LEISURE (TICKETS, EVENTS, ENTERTAINMENT...).	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)

<p>f - OCIO NOCTURNO (ESPECTÁCULOS, ENTRADAS...) OCIO NOCTURNO (ESPECTÁCULOS, ENTRADAS...) NIGHTLIFE (SHOWS, TICKETS...)</p>	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
<p>g - COMPRES EN BOTIGUES I MERCATS AMBULANTS, INCLOSOS PRODUCTES D'ALIMENTACIÓ I BEGUES, PETARDS, BRUSES FALLERES, LLIBRETS... COMPRAS EN TIENDAS Y MERCADILLOS, INCLUIDOS PRODUCTOS DE ALIMENTACION Y BEBIDAS, PETARDOS, BLUSONES, LLIBRETS... SHOPPING IN SHOPS AND FLEA MARKETS, INCLUDING FOOD AND BEVERAGE PRODUCTS, FIRECRACKERS, BOOKLETS...</p>	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
<p>i - ALTRES DESPESES. OTROS GASTOS (SE ESPECIFICA EN LA SIGUIENTE PREGUNTA). OTHER EXPENSES.</p>	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)

v208 (P10C) - ESPECIFICA QUE ALTRES DESPESES ESPECIFICA QUE OTROS GASTOS SPECIFY WHAT OTHER EXPENDITURE

Condiciones al entrar: Mostrar si [v207="11"] o [v207="12"]
Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P9C= OTROS GASTOS

88 - ESPECIFICAR (6 texto/s libre/s: Texto - Codificable)

GRUPO: 4 - LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL EXTRANJERO

Condiciones: Mostrar si [V2="6"]

V305 (P1D) - EN LA SEUA DECISIÓ D'ESTAR HUI ACÍ, QUINA IMPORTÀNCIA TÉ LA CELEBRACIÓ DE LES FALLES? EN SU DECISIÓN DE ESTAR HOY AQUÍ, ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE LA CELEBRACIÓN DE LAS FALLAS? IN YOUR DECISION TO BE HERE TODAY, HOW IMPORTANT IS THE CELEBRATION OF THE FALLAS? (OBLIGATORIA)

Observaciones al entrevistador/a: CITAR ESCALA
Observaciones al programador/a: SI CITA 1 O 2 = FIN DE ENTREVISTA

6 - MOLT IMPORTANT. MUY IMPORTANTE. VERY IMPORTANT.

4 - BASTANT IMPORTANT. BASTANTE IMPORTANTE. QUITE IMPORTANT.

3 - IMPORTANT ALGO IMPORTANTE. SOMEWHAT IMPORTANT.

2 - POC IMPORTANT. POCO IMPORTANTE. SLIGHTLY IMPORTANT

Siguiente pregunta: v100

1 - GENS IMPORTANT. NADA IMPORTANTE. NOT IMPORTANT AT ALL.
Siguiente pregunta: v100

V306 (P2D) - QUANTS DIES ESTARÀ A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES? (INCLOENT ELS QUE JA HA ESTAT)? ¿CUÁNTOS DÍAS VA A ESTAR EN VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLAS? (INCLUYENDO LOS QUE YA HA ESTADO)? HOW MANY DAYS WILL YOU BE IN VALENCIA BECAUSE OF THE FALLAS? (INCLUDING THOSE YOU'VE ALREADY BEEN)?

Numérico

V313 (P3D) - QUANTES PERSONES HAN VINGUT AMB VOSTÈ A LES FALLES? ¿CUÁNTAS PERSONAS HAN VENIDO CON VD. A LAS FALLAS? HOW MANY PEOPLE HAVE COME WITH YOU TO THE FALLAS?

Numérico

V309 (P5D) - ON ESTÀ Pernoctant durant les festes falleres?
¿DÓNDE ESTÁ Pernoctando durante las fiestas falleras?
WHERE ARE YOU SLEEPING DURING THE FALLAS?

Observaciones al entrevistador/a: CITAR OPCIONES

- 1 - EN LA CIUTAT DE VALÈNCIA
EN LA CIUDAD DE VALENCIA.
IN THE CITY OF VALENCIA.
- 2 - EN UNA ALTRA POBLACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA.
EN OTRA POBLACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.
IN ANOTHER TOWN IN THE VALENCIAN COMMUNITY.
- 3 - FORA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
FUERA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA
OUTSIDE THE VALENCIAN COMMUNITY

V310 (P6D) - EN QUIN TIPUS D'ALLOTJAMENT ESTÀ Pernoctant?
¿EN QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO ESTÁ Pernoctando?
IN WHAT TYPE OF ACCOMMODATION ARE YOU STAYING OVERNIGHT?

Condiciones al entrar: Mostrar si [v309="1"] o [v309="2"]
 Observaciones al entrevistador/a: CITAR OPCIONES
 Observaciones al programador/a: A QUIENES EN PSD = 1 O 2

- 1 - HOTEL/HOSTAL O SIMILAR.
HOTEL/HOSTAL O SIMILAR.
HOTEL/HOSTEL OR SIMILAR.
- 2 - LLOGUER D'APARTAMENT.
ALQUILER DE APARTAMENTO.
RENTED APARTMENT.
- 3 - CASA DE FAMILIARS, AMICS
CASA DE FAMILIARES, AMIGOS.
HOUSE OF RELATIVES OR FRIENDS
- 4 - HABITATGE EN PROPIETAT
VIVIENDA EN PROPIEDAD.
OWN HOUSE
- 99 - UNS ALTRES (ESPECIFICAR):
OTROS (ESPECIFICAR):
OTHER (SPECIFY):
(1 texto/s libre/s: Texto - Codificable)

V311 (P7D) - QUANTES NITS HA Pernoctat o Pernoctarà fora de casa?
¿CUÁNTAS NOCHES HA Pernoctado o VA A Pernoctar fuera de casa?
HOW MANY NIGHTS HAVE YOU SPENT OR WILL YOU SPEND AWAY FROM HOME?

Condiciones al entrar: Mostrar si [v310="1"] o [v310="2"] o [v310="99"]
 Observaciones al programador/a: A QUIENES EN PSD= 1 O 2 O 99

Numérico

V312 (P8D) - CONSIDERANT A TOTES LES PERSONES QUE HAN VINGUT AMB VOSTÈ EN AQUESTA VISITA A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES, INDIQUE QUANT S'HAN GASTAT O TENEN PREVIST GASTAR EN ALLOTJAMENT:
CONSIDERANDO A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN VENIDO CON USTED EN ESTA VISITA A VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLAS, INDIQUE CUÁNTO SE HAN GASTADO O TIENEN PREVISTO GASTAR EN ALOJAMIENTO:
CONSIDERING ALL THE PEOPLE WHO HAVE COME WITH YOU ON THIS VISIT TO VALENCIA BECAUSE OF THE FALLAS, INDICATE HOW MUCH YOU HAVE SPENT OR PLAN TO SPEND ON ACCOMMODATION:

Condiciones al entrar: Mostrar si [v310="1"] o [v310="2"] o [v310="99"]
 Observaciones al entrevistador/a: QUE ELIJA EL ENTREVISTADO SI PREFIERE DAR EL GASTO DIARIO O EL DE TODA LA ESTANCIA. NO ES NECESARIO AMBOS.

1 - DESPESA DIARI
 GASTO DIARIO
 DAILY EXPENDITURE

Numérico

2 - DESPESA TOTA L'ESTADA
 GASTO TODA LA ESTANCIA
 EXPENDITURE OF THE WHOLE STAY

Numérico

99 - NOMBRE DE PERSONES (INCLÒS L'ENTREVISTAT)
 NÚMERO DE PERSONAS (INCLUIDO EL ENTREVISTADO/A)
 ?NUMBER OF PEOPLE (INCL. INTERVIEWEE)

Numérico

V307 (P9D) - CONSIDERANT A TOTES LES PERSONES QUE HAN VINGUT AMB VOSTÈ EN AQUESTA VISITA A VALÈNCIA AMB MOTIU DE LES FALLES, INDIQUE QUANT S'HAN GASTAT O TENEN PREVIST GASTAR EN AQUESTS DIES A LA COMUNITAT VALENCIANA:
CONSIDERANDO A TODAS LAS PERSONAS QUE HAN VENIDO CON USTED EN ESTA VISITA A VALENCIA CON MOTIVO DE LAS FALLAS, INDIQUE CUÁNTO SE HAN GASTADO O TIENEN PREVISTO GASTAR EN ESTOS DÍAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA:
CONSIDERING ALL THE PEOPLE WHO HAVE COME WITH YOU ON THIS VISIT TO VALENCIA BECAUSE OF THE FALLAS, INDICATE HOW MUCH YOU HAVE SPENT OR PLAN TO SPEND THESE DAYS IN THE VALENCIAN COMMUNITY:

Observaciones al entrevistador/a: QUE ELIJA EL ENTREVISTADO SI PREFIERE DAR EL GASTO DIARIO O EL DE TODA LA ESTANCIA. NO ES NECESARIO AMBOS.
 Observaciones al programador/a: A TODOS/LAS LOS DE ESTE GRUPO

	1 - DESPESA DIARI GASTO DIARIO DAILY EXPENDITURE	2 - DESPESA TOTS ELS DIES QUE TÈ PREVIST EDIR GASTO DE TODOS LOS DÍAS QUE TIENE PREVISTO SALIR EXPENDITURE OF ALL THE DAYS YOU PLAN TO GO OUT	3 - NOMBRE DE PERSONES (INCLOS L'ENTREVISTAT) NÚMERO DE PERSONAS (INCLUIDO EL ENTREVISTADO) NUMBER OF PERSONS (INCL. INTERVIEWEE)
a - TRANSPORT PUBLIC LOCAL (AUTOBÚS, METRE, TAXI, VALENCISI...) TRANSPORTE PÚBLICO LOCAL (AUTOBÚS, METRO, TAXI, VALENCISI...) LOCAL PUBLIC TRANSPORT (BUS, METRO, TAXI, VALENCISI...)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
b - TRANSPORT PRIVAT DINS DE VALÈNCIA (GASOLINA; APARCAMENT; LLOGUER DE VEHICLES, BICICLETES, PATINETES...) TRANSPORTE PRIVADO DENTRO DE VALENCIA (GASOLINA; APARCAMIENTO; ALQUILER DE VEHÍCULOS, BICICLETAS, PATINETES...) PRIVATE TRANSPORTATION WITHIN VALENCIA (PETROL; PARKING; RENTAL OF VEHICLES, BICYCLES, SCOOTERS...)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
c - MENJAR I SOPARS EN RESTAURANTS I BARS. COMIDAS Y CENAS EN RESTAURANTES Y BARES. LUNCH AND DINNER IN RESTAURANTS AND BARS	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
d - RESTA DE CONSUMIIONS EN RESTAURANTS I BARS (ESMORZARS, APERITIUS, BEGUDES, COPEES, XOCOLATES, CAFÈS...) RESTO DE CONSUMIIONES EN RESTAURANTES Y BARES (ALMUERZOS, APERITIVOS, BEBIDAS, COPAS, CHOCOLATES, CAFÈS...) OTHER DRINKS IN RESTAURANTS AND BARS (LUNCHES, SNACKS, DRINKS, COCKTAILS, CHOCOLATES, COFFEES...)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
e - OCI DIURN (ENTRADES, ESDEVENIMENTS, ENTRETENIMENT...) OCIO DIURNO (ENTRADAS, EVENTOS, ENTRETENIMIENTO...) DAYTIME LEISURE (TICKETS, EVENTS, ENTERTAINMENT...)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
f - OCI NOCTURN (ESPECTACLES, ENTRADES...) OCIO NOCTURNO (ESPECTACULOS, ENTRADES...) NIGHTLIFE (SHOWS, TICKETS...)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
g - COMPRES EN BOTIGUES I MERCATS AMBULANTS, INCLOSOS PRODUCTES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES, PETARDS, BRUSES FALLERES, LLIBRETS... COMPRAS EN TIENDAS Y MERCADILLOS, INCLUIDOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS, PETARDOS, BLUSONES, LLIBRETS... SHOPPING IN SHOPS AND FLEA MARKETS, INCLUDING FOOD AND BEVERAGE PRODUCTS, FIRECRACKERS, BOOKLETS	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)
i - ALTRES DESPESES. OTROS GASTOS (SE ESPECIFICA EN LA SIGUIENTE PREGUNTA). OTHER EXPENSES	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)	<input type="checkbox"/> (1 texto/s libre/s: Numérico)

V308 (P10D) - ESPECIFICA QUE ALTRES DESPESES
ESPECIFICA QUE OTROS GASTOS
SPECIFY WHAT OTHER EXPENDITURE

Condiciones al entrar: Mostrar si [v307="11"] o [v307="12"]
 Observaciones al programador/a: A QUIENES EN P9C= OTROS GASTOS

98 - ESPECIFICAR (5 texto/s libre/s: Texto - Codificable)

GRUPO: 5 - DATOS DE CLASIFICACIÓN

V316 (C1) - EDAT
EDAD
AGE
(OBLIGATORIA)

Observaciones al programador/a: A TODOS/AS

Númérico

V318 (C2) - SEXE
SEXO
SEX **(OBLIGATORIA)**

1 - HOME
 HOMBRE
 MAN

2 - DONA
 MUJER
 WOMAN

V317 (C3) - AMB GUI HA VINGUT ACOMPANYAT?
¿CON QUIÉN HA VENIDO ACOMPAÑADO?
WITH WHOM ARE YOU TRAVELLING?

Observaciones al entrevistador/a: LEER OPCIONES DE RESPUESTA

1 - EN SOLITARI
 SOLO
 ALONE

2 - PARELLA
 PAREJA
 PARTNER

3 - FAMÍLIA (FILLS, PARES, AVIS, ONCLES, GERMANOS...)
 FAMILIA (HIJOS, PADRES, ABUELOS, TÍOS, HERMANOS...)
 FAMILY (CHILDREN, PARENTS, GRANDPARENTS, UNCLÉS, SIBLINGS...)

4 - AMICS
 AMIGOS
 FRIENDS

5 - GRUP ORGANITZAT (CLUB, EMPRESA...)
 GRUPO ORGANIZADO (CLUB, EMPRESA...)
 ORGANIZED GROUP (CLUB, COMPANY...)

V318 (C4) - QUANTES PERSONES FORMEN EL SEU GRUP?
¿CUÁNTAS PERSONAS FORMAN SU GRUPO?
HOW MANY PEOPLE MAKE UP YOUR GROUP?

Observaciones al entrevistador/a: CITAR

1 - MENORS DE 18 ANYS
 MENORES DE 18 AÑOS
 UNDER 18 YEARS OLD _____
 Numérico

2 - MAJORS DE 18 ANYS
 MAYORES DE 18 AÑOS
 OVER 18 YEARS OLD _____
 Numérico

V318 (C5) - PODRIA DONAR-ME EL SEU NOM I TELÈFON? ÉS PERQUÈ ELS MEUS SUPERIORS PUGUEN SUPERVISAR EL MEU TREBALL
¿PODRÍA DARME SU NOMBRE Y TELÉFONO? ES PARA QUE MIS SUPERIORES PUEDAN SUPERVISAR MI TRABAJO
COULD YOU GIVE ME YOUR NAME AND PHONE NUMBER? IT'S SO THAT MY SUPERVISORS CAN MONITOR MY WORK.

1 - NOMBRE _____
 Texto

2 - TELÈFONO DE CONTACTO _____
 Numérico

V320 (C6) - ANOTAR (OBLIGATORIA)

Esta pregunta marca la encuesta como válida
 Esta pregunta finaliza la encuesta

1 - CIUTAT VELLA

2 - EIXAMPLE

3 - EXTRAMURS



mesval

Cátedra Modelo Económico
Sostenible València y Entorno