

ESTUDIO SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LAS ACTIVIDADES JUVENILES DE TIEMPO LIBRE EN EL MEDIO NATURAL ARAGONÉS

ELABORADO POR EL GRUPO 4 DEL OBSERVATORIO DE LA MONTAÑA DE ARAGÓN: ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y LA SEGURIDAD, ASÍ COMO OFRECER EN ARAGÓN UN TURISMO DE CALIDAD CON SEGURIDAD RELACIONADO CON LAS ACTIVIDADES EN LAS MONTAÑAS DE ARAGÓN



OBSERVATORIO
de la Montaña de Aragón

Este documento ha sido elaborado por el Departamento de Análisis Económico de la Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza e Instituto Agroalimentario de Aragón. Investigadores/as principales: Ignacio Cazcarro y Rosa Duarte. Equipo de investigación: Miguel Ángel Almazán, Javier Fernández, Raquel Langarita, Guillermo Rodríguez, Javier Tapia.



Zaragoza, septiembre de 2023.

Resumen ejecutivo.....	9
1. Introducción	13
2. La actividad de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón	17
3. Aproximación al impacto económico directo.....	23
3.1. Generación y explotación de las encuestas a las/os responsables de las actividades.	28
3.1.1. Información sobre el/la director/a de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil 29	
3.1.2. Información básica de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	30
3.1.3. Gastos por ámbito	35
3.1.4. Alojamiento	36
3.1.5. Restauración y manutención	37
3.1.6. Transporte y desplazamientos.....	38
3.1.7. Actividades de aventura, senderistas y de montaña	40
3.1.8. Empleadas/os	43
3.1.9. Gasto en suministros (agua, energía, gas)	46
3.1.10. Gastos en recuerdos y souvenirs	48
3.1.11. Otras actividades: Juegos, deportes (fútbol, baloncesto...), visitas culturales, "fiestas"	49
3.1.12. Otros gastos.....	51
3.2. Construcción del vector de impactos directos	52
3.2.1. Distribución del gasto	52
3.2.2. Actividades de turismo activo.....	54
3.2.3. 3.2.3 Vector de gasto directo	56
4. Estimación de los impactos indirectos	59
4.1. Modelo input-output.....	60
4.2. Efectos indirectos de incrementos en la demanda final	64
4.3. Tabla input-output multirregional.....	65
4.4. Resultados: impacto indirecto y total	66
5. Impactos sociales	73
6. Conclusiones.....	79
Referencias	83
Anexo A: Encuesta enviada a directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil.....	87
Anexo B: Impactos en valor añadido	95

Lista de gráficos

Gráfico 1. Diagrama de flujo de trabajo para el análisis del impacto económico completo	10
Gráfico 2. Diagrama de flujo de trabajo para el diseño de la herramienta sintética para valorar impactos económicos.....	12
Gráfico 3. Distribución de actividades juveniles en Aragón a 31 de agosto de 2018	17
Gráfico 4. Distribución de actividades juveniles en Aragón en 2022	18
Gráfico 5. Distribución de participantes en las actividades en Aragón en 2022.....	18
Gráfico 6. Distribución de participantes por comarcas en 2019.....	19
Gráfico 7. Número de turnos de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil por comarca en 2019.....	20
Gráfico 8. Número de participantes y turnos de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil por comarca	21
Gráfico 9. Tipo de actividad por provincia en 2019	22

Gráfico 10. Diagrama de flujo de trabajo para el análisis del impacto económico completo	26
Gráfico 11. Diagrama de flujo de trabajo para el diseño de la herramienta sintética para valorar impactos económicos	27
Gráfico 12. Edad de los/as directores/as	29
Gráfico 13. Años de experiencia en dirección	29
Gráfico 14. Número de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil realizados en 2022	30
Gráfico 15. Municipio donde se realiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil principal	31
Gráfico 16. Número de turnos de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	32
Gráfico 17. Estación del año en la que se realiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	32
Gráfico 18. Duración de cada turno	33
Gráfico 19. Coste anual desde la perspectiva de la organización	33
Gráfico 20. Precio pagado por participante	34
Gráfico 21. Gastos promedio	35
Gráfico 22. Porcentaje de gasto dedicado a cada tipo de gasto	36
Gráfico 23. Régimen de alimentación	37
Gráfico 24. Modo de gestión de la manutención	37
Gráfico 25. Porcentaje de campamentos que realizan las compras de alimentación en el municipio, en el resto de la comarca, en el resto de Aragón o en el resto de España	38
Gráfico 26. Modo de transporte para llegar al lugar donde se realiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	38
Gráfico 27. Modo de transporte para realizar las actividades de la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	39
Gráfico 28. Lugar donde se contratan las empresas de transporte	40
Gráfico 29. Número de actividades por actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	40
Gráfico 30. Tipos de actividades	41
Gráfico 31. Actividades contratadas a empresas externas	42
Gráfico 32. Modalidad de adquisición del equipamiento	42
Gráfico 33. Lugar de compra del material propio	43
Gráfico 34. Número de monitores/as en la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	43
Gráfico 35. Personal de dirección	44
Gráfico 36. Número de personas asalariadas por su trabajo de dirección	44
Gráfico 37. Personal adicional remunerado	45
Gráfico 38. Número de voluntarios/as en la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil	45
Gráfico 39. Gasto en energía	46
Gráfico 40. Gasto en suministros	46
Gráfico 41. Gastos financieros	47
Gráfico 42. Otros gastos de gestión	47
Gráfico 43. Gasto en regalos, souvenirs u otras compras	48
Gráfico 44. Existencia de día de visita para padres/madres/tutores/as	48
Gráfico 45. Número de días de visita	49
Gráfico 46. Realización de gastos en centros deportivos u otros	49
Gráfico 47. Centros donde se realizan los gastos	50
Gráfico 48. Cesiones de las administraciones	50
Gráfico 49. Gasto en seguros	51

Gráfico 50. Gastos promedio de cada actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil por tipo de gasto 53

Gráfico 51. Impacto porcentual en valor añadido por comarcas	71
Gráfico 52. Otros impactos sociales positivos	74
Gráfico 53. Pirámide de edad de población en La Jacetania	75
Gráfico 54. Pirámide de edad de población en Sobrarbe.....	76
Gráfico 55. Impactos sociales negativos.....	77

Lista de tablas

Tabla 1. Coste por tipo de actividad	55
Tabla 2. Vector de gasto por comarcas (euros)	57
Tabla 3. Efectos en valor añadido de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil a nivel provincial (Euros).....	67
Tabla 4. Impacto en valor añadido por comarcas, de mayor a menor en términos absolutos	68
Tabla 5. Impacto en valor añadido por comarcas, de mayor a menor en términos porcentuales	69
Tabla A 1. Encuesta enviada a directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil	87

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de este proyecto es realizar un análisis del impacto socioeconómico de la actividad de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, colonias de verano y campos de voluntariado en el territorio aragonés. Más concretamente, bajo este objetivo general, la investigación busca los siguientes objetivos específicos:

1. Valorar el impacto económico directo e indirecto de las actividades citadas sobre la base de la información actual disponible y mediante una doble aproximación por parte de la oferta y de la demanda de dichas actividades.
2. Identificar los impactos territoriales, según escalas, detallando la parte de los impactos que pueden asociarse a la comarca de realización de la actividad, a la provincia y al total del territorio aragonés.
3. Evaluar el impacto social de dichas actividades mediante un conjunto de informaciones y variables de carácter cuantitativo y cualitativo.
4. Proponer una herramienta y metodología de evaluación de impactos que permita a futuro actualizar los principales resultados y comparar temporalmente la evolución de los mismos.

El Gráfico 1 representa un diagrama de flujo de trabajo para el análisis del impacto económico completo que se ha llevado a cabo, así como los principales inputs de la herramienta construida, que se aporta adicionalmente a esta Memoria.

En la parte superior, en verde, se muestran los Excels que son inputs específicamente obtenidos en este proyecto. En primer lugar tenemos el Excel (de formato texto de los formularios) de las encuestas realizadas a la dirección de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil (que llamaremos A, C & CT en lo que sigue de este resumen inicial). Posteriormente, los Excels obtenidos por provincias con la información de los propios campamentos, turnos, participantes, personal, etc., que han sido unificados en una única hoja por año (también se observa así en la herramienta). Por último, y conectado con los anteriores mediante los identificadores comunes de las A, C & CT, el Excel para cada año sobre actividades de turismo activo, donde se detallan la tipología de actividades, el nº de las mismas en cada comarca (en un análisis inicial se distribuían también por municipios, para obtener todos los cálculos a nivel municipal), nº de participantes en cada actividad, si se contratan con empresa de turismo activo o no, si se contrata guía o no, etc. Este tipo de variables tomadas para los cálculos se presentan en los óvalos azules, para cada uno de los Excels.

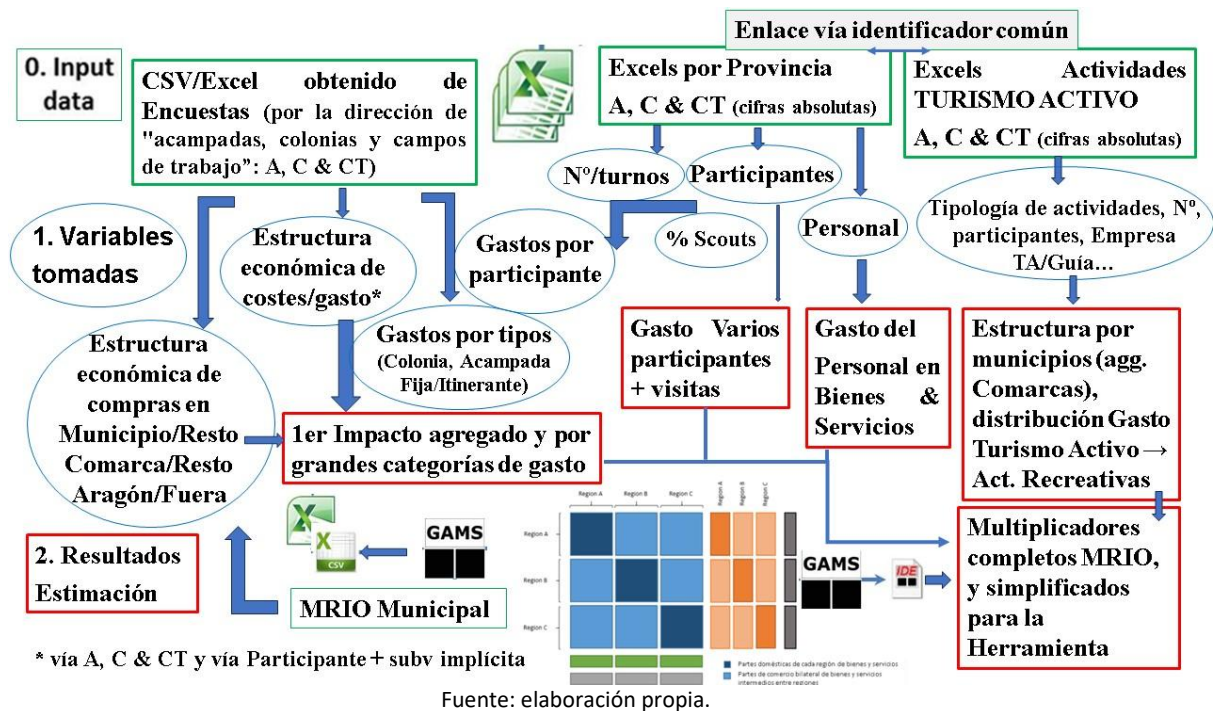
Finalmente, como muestran las flechas de forma más o menos sintética (pues algunas de las variables sirven para muchos cálculos, e.g. el nº de turnos, participantes, personal...), estas variables son integradas para obtener los resultados de gasto de los cuadros rojos. El más importante es el que se llama "1er impacto agregado y por grandes categorías de gasto". Para obtenerlo, del Excel de encuestas, la información más importante obtenida es la estructura económica de costes/gasto de los campamentos¹. Como se muestra en la sección 3 del informe, la información se obtiene del coste estimado (normalizado por nº de participantes y turnos) por las direcciones de campamentos, cosa que

¹ Como se detalla en la sección 3 del informe, se distinguen: Pernocta, Restauración y manutención, Transporte y desplazamientos, Actividades de turismo activo, Salarios y otros gastos asociados al personal responsable o de apoyo, Gasto en suministros (Agua, energía, gas...), Gastos financieros y de gestión (gastos de gestoría, comisiones bancarias...), y Otros gastos.

a la vez se pone en relación (y resulta razonablemente coherente) con los precios estimados de pago por participante más las subvenciones declaradas e implícitas. Cabe indicar que de las encuestas y de la tabla Multirregional input-output (MRIO) para Aragón (inicialmente disponible y utilizada a nivel municipal por Almazán-Gómez et al. (2023) y posteriormente agregadas a comarcas) se obtienen también los porcentajes de compras dentro de los propios municipios y comarcas del campamento, con respecto al resto de Aragón, y fuera de Aragón.

El impacto final en el análisis completo se obtiene utilizando dicha tabla y modelo MRIO (implementado en el software de optimización lineal GAMS, para procesar los millones de celdas que comprende el cálculo matricial implementado), incorporando también el resto de información que proporcionan los cuadros rojos. Algunos son relativamente directos y sencillos (e.g. la estimación de gasto en "Otros", que incluye souvenirs, y visita de familias; también lo es el gasto estimado por el personal, que, estimado el porcentaje medio de ahorro en España, se incorpora con una distribución general de gasto de hogares), y otros llevan más elaboración para el caso que nos ocupa, como es el de la distribución del gasto de actividades recreativas, donde destacan las de turismo activo. Su distribución se calcula haciendo uso de los citados datos, especialmente de nº de participantes en cada actividad, y de cara a imputar gasto o no, si se contratan con empresa de turismo activo o no, y si se contrata guía o no (con aplicación de gasto también a las declaradas sin ninguna de las dos y que por normativa deben disponer de guía). Así, finalmente, como se indica en la parte de abajo a la derecha de la figura, se obtienen los multiplicadores del MRIO y los impactos económicos de las A, C & CT en Aragón (por comarcas).

Gráfico 1. Diagrama de flujo de trabajo para el análisis del impacto económico completo

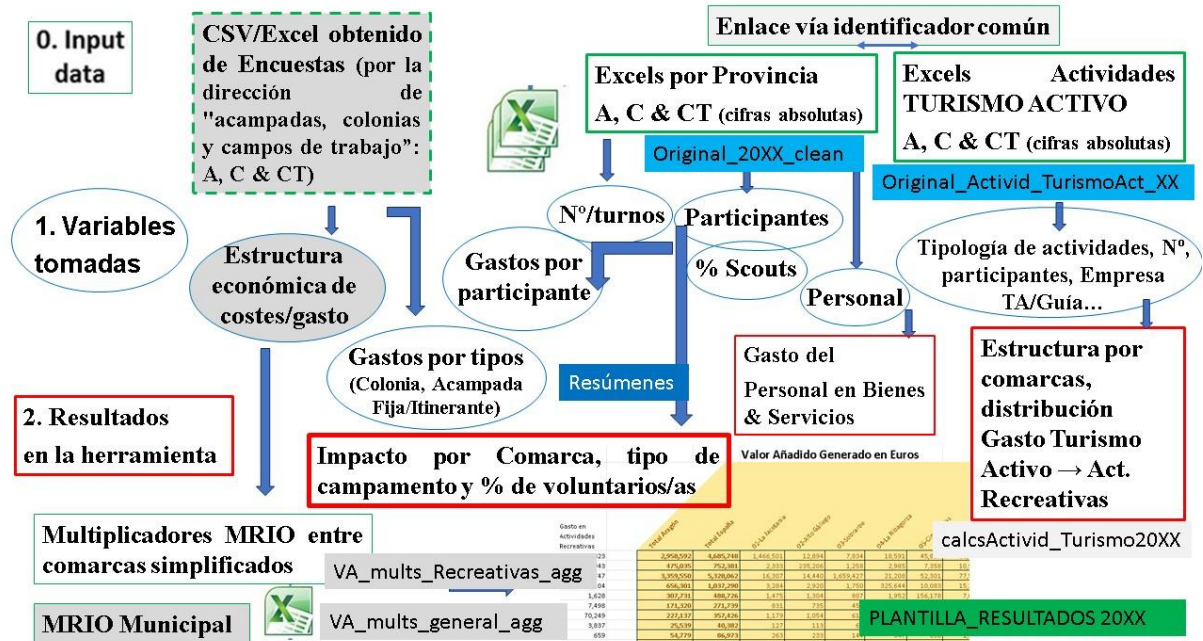


Como se muestra en el Gráfico 2, por su parte la herramienta muestra de forma sintética los cálculos arriba obtenidos, simplificando algunas partes que ya hemos detectado que puedan ser menores (e.g. el gasto en souvenirs y visita de familias, etc. que se incorpora de forma directa al multiplicador) y evitando la computación compleja (en GAMS, del MRIO completo) proporcionando ya los multiplicadores agregados obtenidos, distinguiendo los multiplicadores del gasto generales (excepto el de actividades de turismo activo) y los multiplicadores vinculados a tales a actividades de turismo activo. La herramienta pretende ser transparente (incorporando los cálculos que permiten llegar a los resultados obtenidos de forma agregada, pese a esos atajos/simplificaciones incorporadas una vez hecho el análisis completo), pero a la vez fácil de manejar, mostrando directamente los multiplicadores obtenidos del modelo multisectorial y multirregional completo). Por el contrario, pese a que consideramos que los resultados son los más fiables que podemos obtener con la información suministrada, entendiendo que la información podrá obtenerse en el futuro de forma actualizada en los mismos formatos, si ésta se incorpora de forma consistente (en el mismo formato, etc. en las hojas “original XXX” en azul) en la herramienta, ésta permite la actualización de los cálculos/impactos. Además, se muestra también de forma muy transparente cómo (a través de los “Resúmenes”) los cálculos están obtenidos con las estimaciones de “gasto medio por participante y tipologías”, para las estructuras existentes de personal voluntario vs. no voluntario², y de tipo de campamento, en concreto haciendo uso de la distinción de la información recibida (entre Colonia Juvenil, Acampada Fija y Acampada Itinerante³). Pero además de recalcularse de forma automática al introducir información actualizada en las hojas de origen, la herramienta permite su modificación de forma exógena. La herramienta permitiría por lo tanto también hacer ejercicios de simulación de modificación de forma exógena (manual) de los porcentajes “por defecto” (los de la información recibida, base de los cálculos).

² Estrictamente la distinción inicial proporcionada por la Campaña Montaña Segura se hace en función de “Scouts” vs. “no Scouts”, asumiendo la infraestimación del voluntariado.

³ De las encuestas se dispone de mayor diferenciación de estructura de gasto, especialmente en 4 tipologías de “Colonia Juvenil”, pero se hace uso de forma agregada, por ser sólo las 3 categorías indicadas las que se recogen en los Excels recibidos sobre las A, C & CT en Aragón: Albergue, Espacio cedido por la administración local (e.g. colegio, instituto, residencia...), Colonia en albergue/refugio guardado/hotel o similar con manutención incluida, Colonia en albergue/refugio guardado/hotel o similar con manutención autogestionada, Acampada: alojamiento en tiendas de campaña o similar (campas), Acampada de carácter itinerante (no más de 2 noches en el mismo lugar).

Gráfico 2. Diagrama de flujo de trabajo para el diseño de la herramienta sintética para valorar impactos económicos



Fuente: elaboración propia.

Con todo ello, las estimaciones sugieren que de todo el valor añadido generado en España gracias a estas actividades (15.881.775 euros), una parte importante (10.022.534 euros) se queda en Aragón. La provincia de Huesca es la más beneficiada, con un incremento en el valor añadido de más de 5 millones de euros. La provincia de Teruel tiene un impacto económico menor, con un valor añadido de 860.227 euros. En el caso de la provincia de Zaragoza, el impacto económico es de 4.118.246 euros en valor añadido.

Observando el valor añadido asociado a las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil como porcentaje del valor añadido que representa sobre el total de cada comarca, podemos ver que la comarca más beneficiada es Sobrarbe, con casi un 1%, seguida de La Jacetania, Sierra de Albarracín, La Ribagorza y Maestrazgo.

1. INTRODUCCIÓN

La demanda de actividades en el medio natural, a menudo de carácter deportivo, está experimentando recientemente un auge importante. La creciente afluencia de practicantes de actividades en el medio natural, y sus acompañantes, puede suponer un importante impulso económico y también social para las zonas, generalmente zonas rurales, en las que estas actividades se realizan, contribuyendo a la consolidación de economías más diversificadas e integradas (Duarte et al., 2022). Las rentas generadas en relación a estas actividades pueden llegar a ser un importante complemento para los habitantes del medio rural, y las propias actividades, una oportunidad para el desarrollo de negocios, productos y servicios. Por ello, un estudio del impacto socio-económico de estas actividades resulta de gran relevancia.

La actividad turística de carácter deportivo se está convirtiendo en un sector cada vez más popular (Gibson, 1998), con un creciente poder de atracción de practicantes y visitantes que ayudan a promover una región como destino turístico, así como para incentivar su desarrollo (Gregory, 2018; Masa'deh et al., 2017; Rivera Mateos, 2018).

Las actividades en el medio natural de carácter deportivo han recibido creciente atención en la literatura tanto por su capacidad para movilizar actividad turística (como destacan, para el caso de España, Medina and Sánchez Martín (2005)) como por el incremento en la propia actividad y su variedad, así como por el número de participantes (carreras por montaña, marcha a pie, carreras de orientación, ciclismo, etc. en España (MECD, 2018; Palco23, 2017)).

Las iniciativas deportivas también se utilizan a menudo para presentar una imagen atractiva a los y las turistas potenciales, aunque también se han encontrado problemas significativos asociados con este modo de comercialización del lugar (Smith, 2005), y los impactos económicos del evento o de la actividad pueden también desviarse hacia lugares vecinos (Daniels et al., 2004).

La literatura ha destacado en distintos estudios la necesidad de evaluar los impactos socioeconómicos de las actividades en el medio natural en distintos territorios (ver, por ejemplo, del Romero Renau, 2010; Lee & Taylor, 2005; Ramírez Hurtado et al., 2007), así como otras actividades y eventos de carácter cultural con capacidad de movilizar visitantes y rentas en los territorios (del Romero Renau, 2010; Duarte et al., 2015; Herrero et al., 2006). Sin embargo, generalmente, estos estudios se han centrado más, tanto en el caso de actividades deportivas como en el caso de actividades culturales, en grandes eventos. Análisis de actividades, ya sean deportivas o de otro tipo, de menor escala y centradas en zonas generalmente rurales se han estudiado en mucha menor medida (Langarita and Cazarro, 2022).

La capacidad de distintas actividades deportivas y culturales de contribuir a economías más integradas, con efectos claramente positivos sobre la actividad económica, el empleo, la renta y, en definitiva, sobre el desarrollo del territorio, se sustenta en las sinergias de estas actividades con otras actividades y sectores en las cadenas productivas, principalmente con el sector turístico, importante motor de desarrollo en economías locales, pero también con otros de comercio, manufactureros y de servicios.

El potencial dinamizador de este tipo de actividades, regulares o de carácter más esporádico, se encuentra a menudo infravalorado, y a veces ni siquiera contemplado. Más aún es el caso de las **actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural**, actividades que individualmente pueden considerarse de menor escala y realizadas generalmente en áreas rurales, pero que pueden ser muy

relevantes para la dinamización de las economías locales, más aún cuando forman parte de las actividades que año tras año acoge el territorio.

Así, la generación y mantenimiento de una oferta de actividades de este tipo que permita aprovechar todos los potenciales beneficios, bajo modelos de gestión que redunden en el desarrollo local, y sostenibles en sentido ambiental, es un reto para las políticas de desarrollo a todos los niveles.

Aragón es sin duda un entorno privilegiado para la realización de actividades infantiles y juveniles (colonias, acampadas y campos de voluntariado). Estas actividades, que implican a una media de 30.000 personas cada año, con más de 20.000 menores (IAJ, 2018), generan un impacto económico y social en el territorio aragonés que es necesario conocer y poner en valor.

En este contexto, el objetivo principal de este proyecto es realizar **un análisis del impacto socioeconómico de la actividad de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, colonias de verano y campos de voluntariado en el territorio aragonés**. Más concretamente, bajo este objetivo general, la investigación busca **los siguientes objetivos específicos**:

1. Valorar el impacto económico directo e indirecto de las actividades citadas sobre la base de la información actual disponible y mediante una doble aproximación por parte de la oferta y de la demanda de dichas actividades.
2. Identificar los impactos territoriales, según escalas, detallando la parte de los impactos que pueden asociarse a la comarca de realización de la actividad, a la provincia y al total del territorio aragonés.
3. Evaluar el impacto social de dichas actividades mediante un conjunto de informaciones y variables de carácter cuantitativo y cualitativas.
4. Proponer una herramienta y metodología de evaluación de impactos que permita actualizar los principales resultados y comparar temporalmente la evolución de los mismos.

Para ello, el proyecto toma como punto de partida la información disponible en el Instituto Aragonés de la Juventud (IAJ) sobre participantes en dichas actividades y distribución geográfica de las mismas.

Esta información, así como, de forma importante, la recabada sobre costes promedio según tipologías amplias de actividad, serán la base para el cálculo del impacto directo de dichas actividades.

En términos generales, se seguirá la metodología propuesta en Duarte et al. (2022) para la valoración de impactos socioeconómicos de las actividades en el medio natural, adaptada a las características de las actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural aragonés.

Como mejora técnica, siguiendo las recomendaciones de dicha metodología, se aporta la construcción mediante técnicas de estimación y actualización de una tabla input-output multirregional para Aragón⁴, con resultados escalados al ámbito municipal y comarcal, ámbitos de gran relevancia para la investigación propuesta, que será utilizada en el ámbito de la investigación para la generación de impactos.

⁴ Nótese que la última tabla disponible para Aragón se refiere a 2005 (Pérez y Pérez and Parra Rodríguez, 2009), aunque algunas actualizaciones de la misma han sido elaboradas y/o utilizadas en otros trabajos (Langarita and Cazarro, 2022; Langarita and Sánchez-Chóliz, 2013).

En primer lugar, estimaremos el **impacto directo** de la actividad, así como su distribución territorial.

Siguiendo la metodología propuesta en Duarte et al. (2022), y adaptada al caso de actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural, se realizará la construcción del vector de demanda, así como la distribución de la estructura de costes.

La base fundamental en esta etapa es la información proporcionada por el IAJ y el Gobierno de Aragón, que permita contar con un desglose lo más amplio posible sobre número de inscritos, tipo de actividades desarrolladas, que permita la posterior identificación de perfiles de participantes y tipología de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil.

Asimismo, se identificará el origen local/provincial y regional de los inputs para la estimación de este primer impacto de gasto. También se realizará una estimación de costes de personal en su caso y su primer impacto asociado.

Esta información se obtendrá, principalmente, además de las fuentes citadas, de una encuesta, elaborada específicamente para tal efecto, enviada a directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, que puede verse en la Tabla A 1 del Anexo A.

Una vez que tenemos el vector de gasto o impacto directo, nos aproximaremos a la evaluación del **impacto indirecto**, teniendo en cuenta los multiplicadores apropiados.

La generación de dichos multiplicadores se basará en las tablas input-output construidas para Aragón, contando con una completa descripción de las relaciones intersectoriales a escala regional y municipal y, posteriormente, agregada a nivel comarcal. Los multiplicadores derivados de dicha tabla servirán para otros estudios de impacto. Cabe señalar la importancia del avance, ya que, hasta donde conocemos, ninguna Comunidad Autónoma en España dispone de tablas input-output a nivel subregional. Hacerlo de forma completa (vía encuestas/cuestionarios, etc.) requeriría todo un proyecto de varios años, pero en todo caso los avances que se desarrollan para obtener información que permita escalar los impactos para obtener relaciones adicionales a nivel municipal y comarcal son elementos altamente novedosos en el marco de la valoración de estos impactos.

Finalmente, siguiendo también la metodología propuesta en Duarte et al. (2022), estudiaremos el **impacto social** en el territorio. Para ello, dentro de la elaboración del cuestionario, que se envía a directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, se incluirá una sección de preguntas relacionadas con la valoración del impacto social de las actividades en el territorio, y que también puede verse en la Tabla A 1 del Anexo A.

Con la evaluación final de los impactos sociales y económicos seremos capaces de dar respuesta a preguntas como:

- ¿Cuál es el impacto económico y social y el efecto de arrastre sobre el territorio de la realización estable de este tipo de actividades?
- ¿Qué volumen de gasto moviliza este tipo de actividades en el territorio aragonés, qué zonas son las más afectadas y qué inyección de renta pueden llegar a representar en la economía?
- ¿Qué otros elementos de índole social, comunitaria, psicológica se ven impulsados por el desarrollo de estas actividades? ¿Cómo pueden estos elementos ser dinamizadores de las comunidades locales a medio y largo plazo?

Tras esta introducción, el resto del trabajo se estructura de la siguiente forma. En la sección 2 se realiza una descripción de las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en

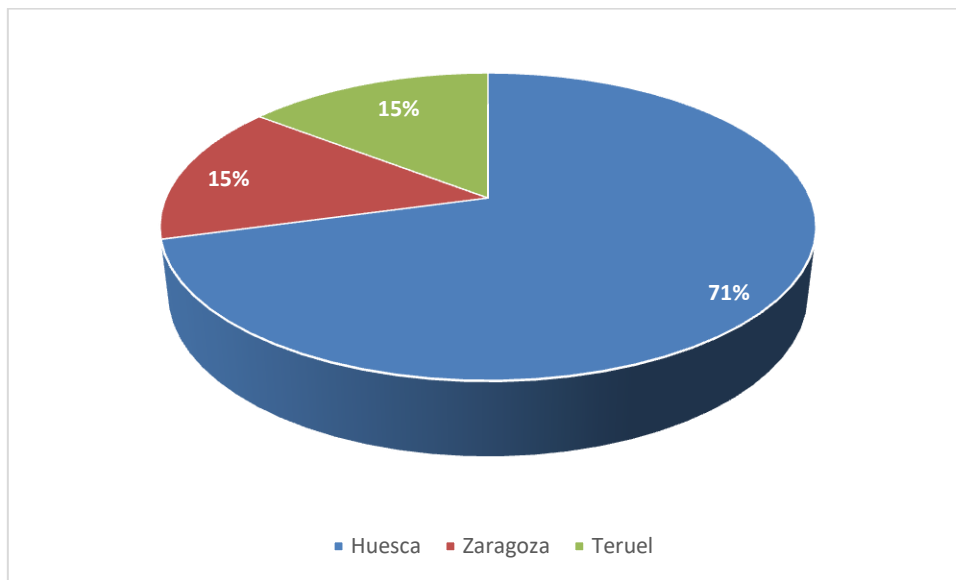
Aragón. En la sección 3 se muestra la estimación de los impactos directos. En la sección 4 mostramos los efectos indirectos, así como la metodología utilizada para su estimación. En la sección 5 se presenta el estudio de los impactos sociales ligados al desarrollo de estas actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural. El documento finaliza con conclusiones.

2. LA ACTIVIDAD DE ACAMPADAS, COLONIAS Y CAMPOS DE VOLUNTARIADO JUVENIL EN ARAGÓN

Como se ha indicado en la Introducción, Aragón es un entorno privilegiado para la realización de actividades infantiles y juveniles, como colonias, acampadas y campos de voluntariado, donde se realizan distintas actividades también de turismo activo. Dicha actividad se rige por el Decreto 74/2018, de 24 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento de las actividades juveniles de tiempo libre en la Comunidad Autónoma de Aragón en su modalidad de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil (BOA, 2018), y en él se regulan varios aspectos, como la necesidad de comunicar la actividad, gracias a lo cual se conoce el número de total de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón, así como el volumen de participantes. El conjunto de colonias, acampadas y campos de voluntariado implica a una media de 30.000 personas cada año, con más de 20.000 menores (IAJ, 2018), lo cual puede generar un impacto económico y social en las áreas generalmente rurales del territorio aragonés.

Según IAJ (2022), en 2019 se realizaron 475 actividades juveniles (acampadas/colonias/campos de voluntariado) en Aragón, distribuyéndose como se muestra en Gráfico 3.

Gráfico 3. Distribución de actividades juveniles en Aragón en 2019



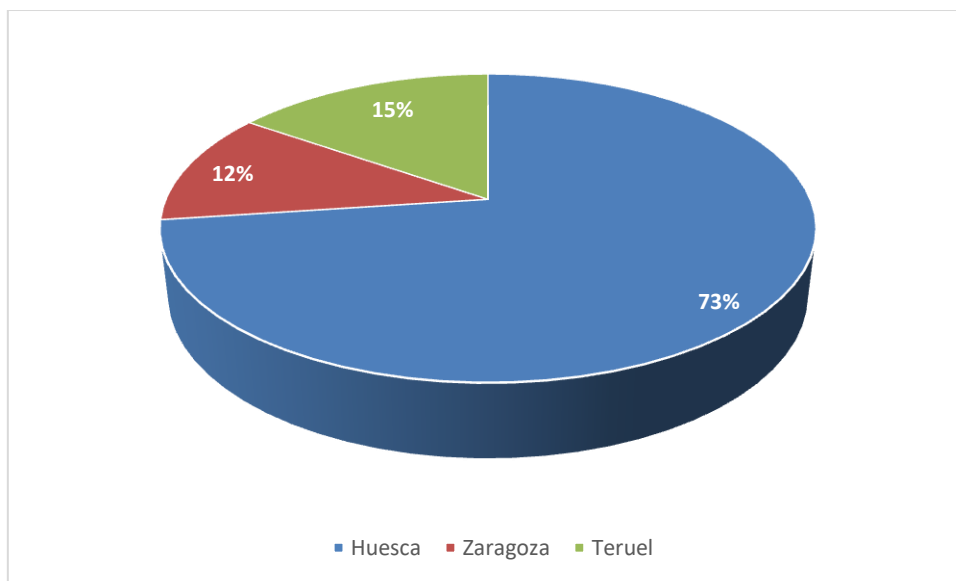
Fuente: IAJ (2022).

Como se puede ver, la provincia de Huesca es la que albergó el mayor volumen de actividades (336), seguida de la provincia de Zaragoza (70) y por último la de Teruel (69).

Según datos más recientes, relativos a 2022 (IAJ, 2022), ver Gráfico 4, en dicho año se desarrollaron un total de 457 actividades, implicando a 27.119 niñas y niños y jóvenes, así como a 4.934 monitores/as⁵.

La distribución de nuevo muestra el predominio de la provincia de Huesca, un 73% de estas actividades, así como un 74% de participantes (ver distribución de participantes en el Gráfico 5), seguida muy de lejos por Teruel, 15% de actividades y 17% de participantes, y Zaragoza (12% de las actividades y 9% de los/as participantes).

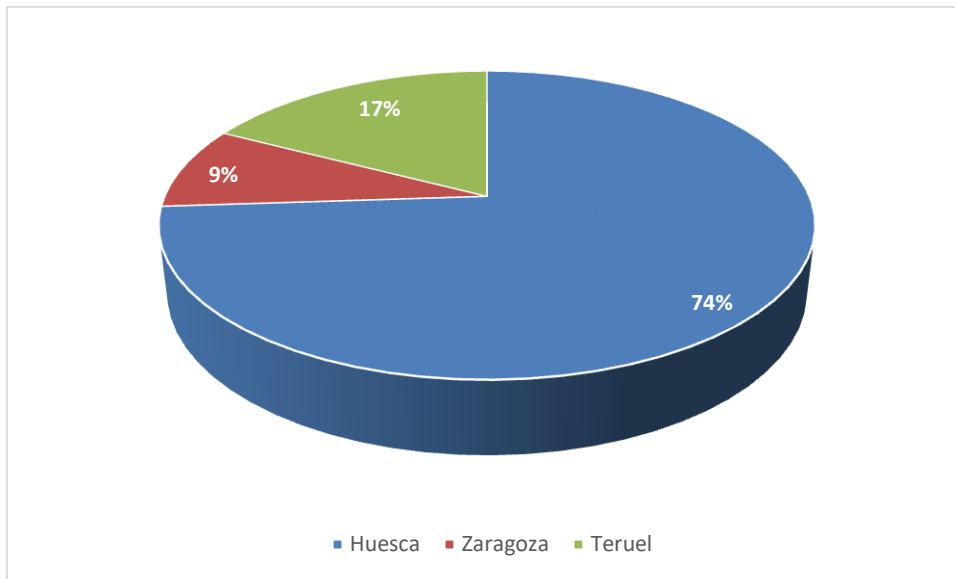
Gráfico 4. Distribución de actividades juveniles en Aragón en 2022



Fuente: IAJ (2022).

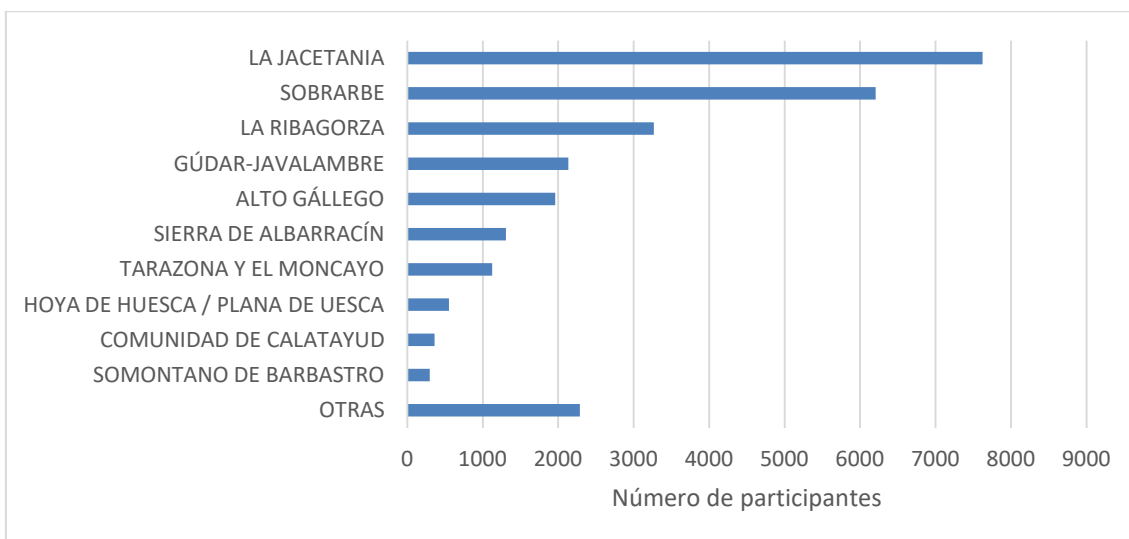
Gráfico 5. Distribución de participantes en las actividades en Aragón en 2022

⁵ Cabe destacar que un/a mismo/a monitor/a puede trabajar o colaborar en varias actividades a lo largo del verano, por lo que no hablamos de monitorado único.



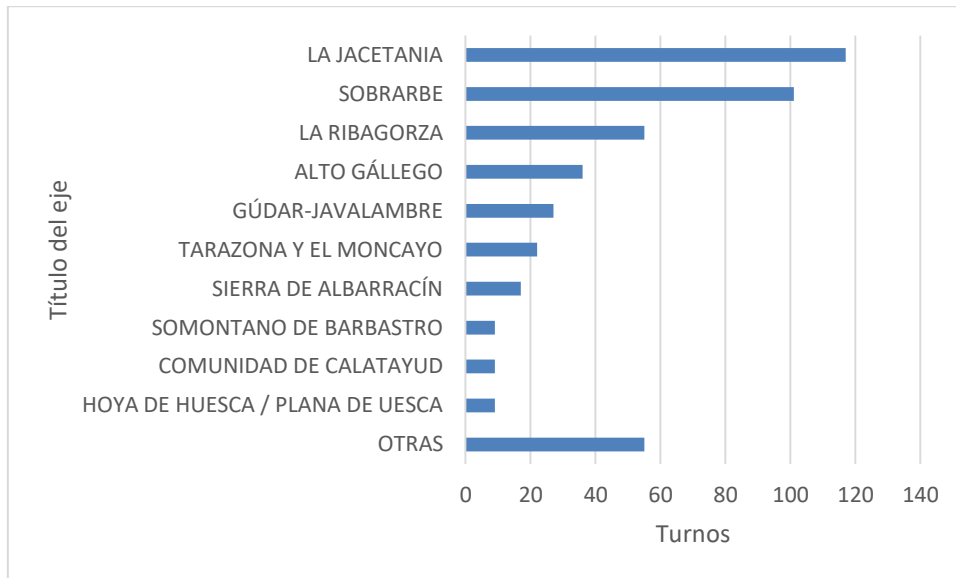
Fuente: IAJ (2022).

Gráfico 6. Distribución de participantes por comarcas en 2022



Fuente: IAJ (2022).

Gráfico 7. Número de turnos de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil por comarca en 2022

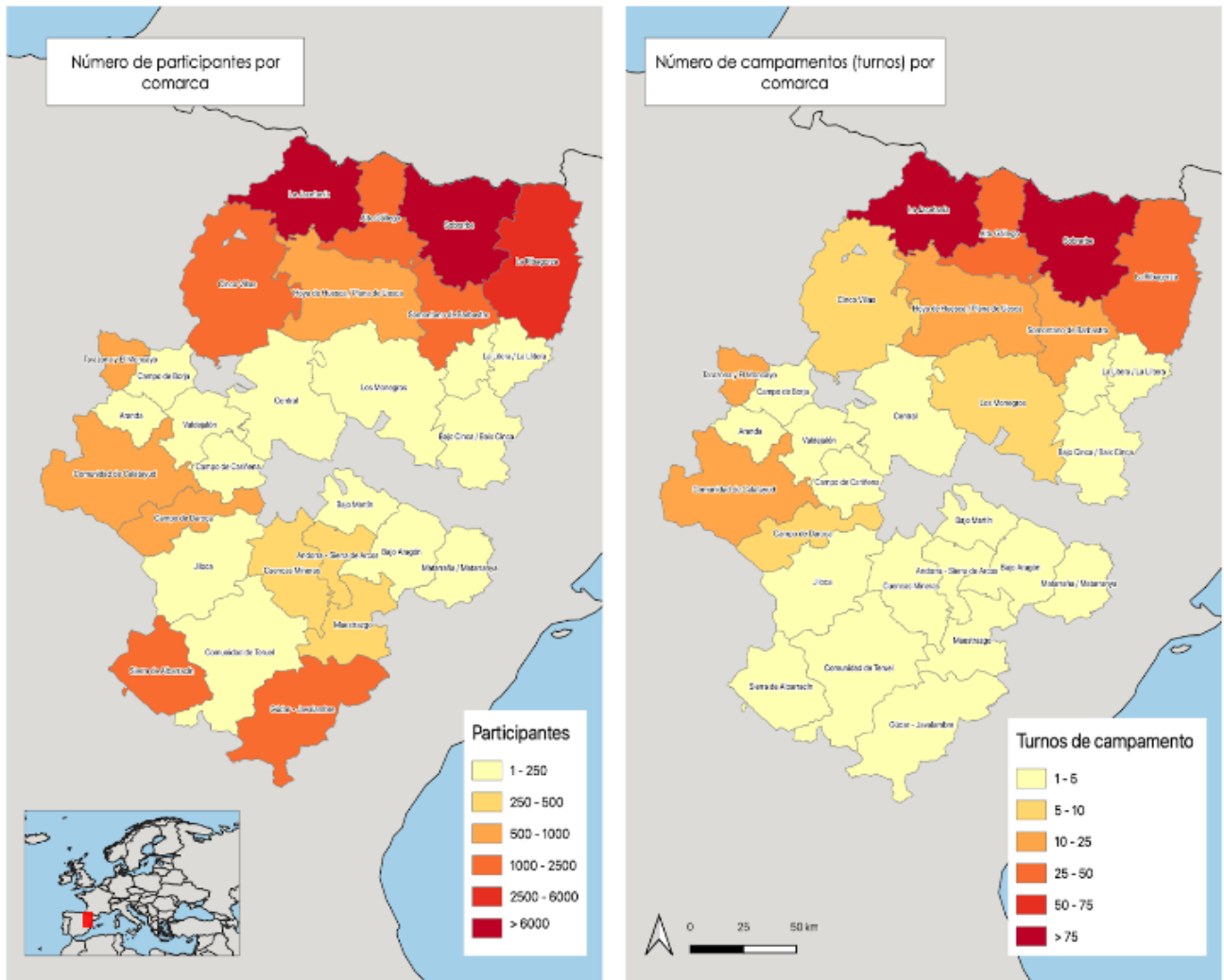


Fuente: IAJ (2022).

Además, son las comarcas de Sobrarbe y La Jacetania las que concentran a su vez la mayor proporción de actividades y participantes, estando estas comarcas seguidas a gran distancia por La Ribagorza, Alto Gállego y Gúdar-Javalambre. Es también de destacar que, aunque con una participación mucho menor, la práctica totalidad de las comarcas aragonesas acogen algún tipo de actividad de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil y similares.

Los siguientes gráficos aportan visibilidad a la distribución espacial de estas actividades en el territorio aragonés. No obstante, y como veremos a lo largo de este estudio, el impacto socioeconómico de las actividades analizadas trasciende el territorio concreto en el que se desarrollan, pudiendo identificar diversas rentas asociadas a esta actividad a lo largo de todo el territorio aragonés y fuera incluso de la Comunidad Autónoma aragonesa.

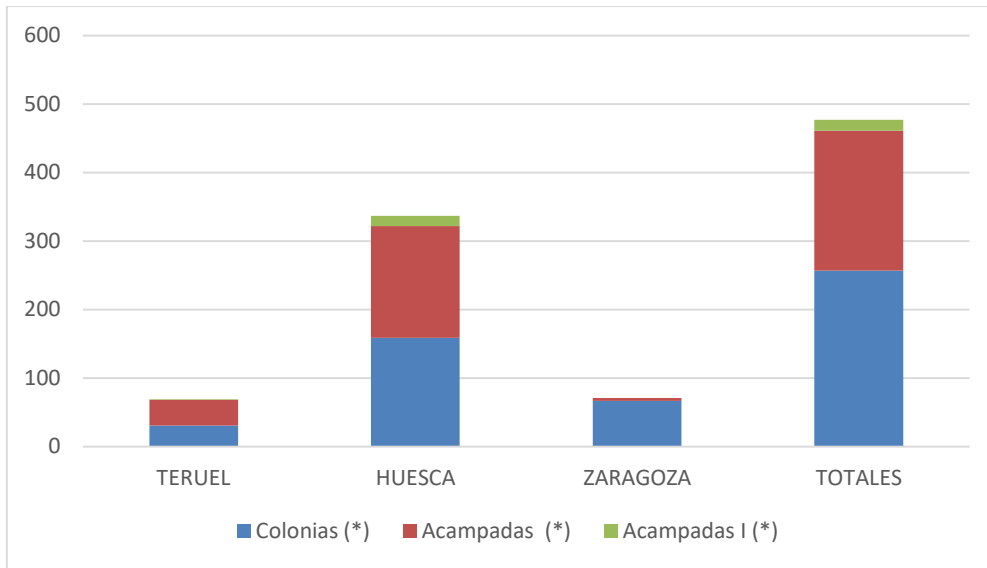
Gráfico 8. Número de participantes y turnos de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil por comarca



Fuente: IAJ (2022).

En relación al tipo de actividad, los datos indican igualmente una prevalencia de las actividades de colonias en Huesca y Zaragoza, mientras que orientación ligeramente superior hacia las acampadas en el caso de Teruel. Si bien esta información es importante, también es importante saber si se trata de acampadas, colonias o campos de voluntariado juvenil organizados por empresa o por asociaciones de tiempo libre, lo cual se tendrá en cuenta en el cálculo de resultados, ya que, en el caso de los organizados por empresa, todo el equipo de monitores y staff está contratado y, en el caso de asociaciones de tiempo libre, todo el equipo es de voluntariado.

Gráfico 9. Tipo de actividad por provincia en 2019



Nota: "Acampadas I" son acampadas itinerantes.

Fuente: IAJ (2022).

3. APROXIMACIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO

Aportados unos primeros rasgos sobre la actividad desarrollada en el territorio, así como el número y distribución de los/as participantes en la misma, abordamos ahora la metodología de estimación del impacto económico. Como hemos señalado, dicha metodología implicará la estimación de un impacto económico directo de la actividad, así como de su impacto indirecto e inducido, a través de las producciones e inputs asociadas a los bienes y servicios que constituyen el primer impacto.

La aproximación al impacto directo se realiza mediante un proceso en dos etapas en las que se genera y organiza información de distinta naturaleza y fuentes. En primer lugar, mediante el desarrollo y explotación de una encuesta a los responsables de las actividades (directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil), obtendremos información para la generación de las distribuciones generales de costes. En segundo lugar, en base a la información disponible (suministrada por el Instituto Aragonés de la Juventud) sobre número de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, localización territorial, tipología y número de participantes, se escalan los impactos tipo, hasta obtener un primer vector de impactos directos que genera la actividad.

El vector obtenido será la primera estimación de dicho impacto directo, que se complementará con información adicional sobre coste de actividades adicionales para determinadas categorías.

En esta sección se hará referencia de forma detallada a estas dos etapas, no obstante, un resumen del proceso se explica a continuación.

Al igual que en el resumen ejecutivo presentado al comienzo de este informe, el

Gráfico 10 representa un diagrama de flujo de trabajo para el análisis del impacto económico completo que se ha llevado a cabo, así como los principales inputs de la herramienta construida, que se aporta adicionalmente a esta Memoria.

En la parte superior, en verde, se muestran los Excels, que son inputs específicamente obtenidos en este proyecto. En primer lugar, observamos el Excel de las encuestas realizadas a la dirección de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil. Posteriormente, encontramos los Excels obtenidos por provincias con la información de los propios campamentos, turnos, participantes, personal, etc., que han sido unificados en una única hoja por año (también se observa así en la herramienta). Por último, y conectado con los anteriores mediante los identificadores comunes de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, tenemos el Excel para cada año sobre actividades de turismo activo, donde se detallan la tipología de actividades, el nº de las mismas en cada comarca (en un análisis inicial se distribuían también por municipios, para obtener todos los cálculos a nivel municipal), nº de participantes en cada actividad, si se contratan con empresa de turismo activo o no, si se contrata guía o no, etc. Este tipo de variables tomadas para los cálculos se presentan en los óvalos azules, para cada uno de los Excels.

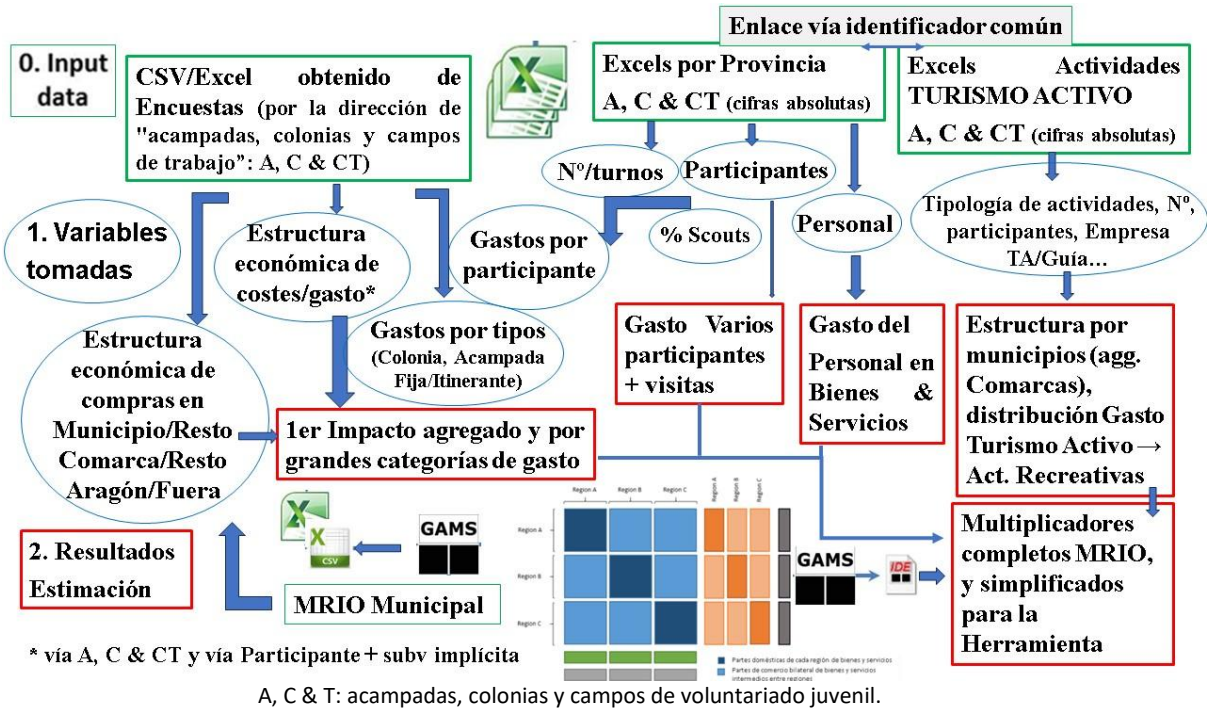
Finalmente, como muestran las flechas de forma más o menos sintética (pues algunas de las variables sirven para muchos cálculos, e.g. el nº de turnos, participantes, personal...), estas variables son integradas para obtener los resultados de gasto de los cuadros rojos. El más importante es el que se llama “1er impacto agregado y por grandes categorías de gasto”. Para obtenerlo, del Excel de encuestas, la información más importante obtenida es la estructura económica de costes/gasto de los campamentos⁶. Como se comenta a lo largo de esta sección, la información se obtiene del coste estimado (normalizado por nº de participantes y turnos) por las direcciones de campamentos, cosa que a la vez se pone en relación (y resulta razonablemente coherente) con los precios estimados de pago por participante más las subvenciones declaradas e implícitas. Cabe indicar que de las encuestas y de la tabla multirregional input-output (MRIO) para Aragón (inicialmente disponible y utilizada a nivel municipal por Almazán-Gómez et al. (2023) y posteriormente agregadas a comarcas, como también se explica después en el apartado 4.3), se obtienen también los porcentajes de compras dentro de los propios municipios y comarcas del campamento, con respecto al resto de Aragón, y fuera de Aragón.

El impacto final en el análisis completo se obtiene utilizando dicha tabla y modelo MRIO (implementado en el software de optimización lineal GAMS, *General Algebraic Modeling System*, para procesar los millones de celdas que comprende el cálculo matricial implementado), incorporando también el resto de información que proporcionan los cuadros rojos. Algunos son relativamente directos y sencillos (e.g. la estimación de gasto en “Otros”, que incluye souvenirs, y visita de familias; también lo es el gasto estimado por el personal, que, estimado el porcentaje medio de ahorro en España, se incorpora con una distribución general de gasto de hogares), y otros llevan más elaboración para el caso que nos ocupa, como es el de la distribución del gasto de actividades recreativas, donde destacan las de turismo activo. Su distribución se calcula haciendo uso de los citados datos, especialmente de número de participantes en cada actividad, y de cara a imputar gasto o no, si se contratan con empresa de turismo activo o no, y si se contrata guía o no (con aplicación de gasto también a las declaradas sin ninguna de las dos y que por normativa deben disponer de guía). Así, finalmente, como se indica en la

⁶ Se distinguen: Pernocta, Restauración y manutención, Transporte y desplazamientos, Actividades de turismo activo, Salarios y otros gastos asociados al personal responsable o de apoyo, Gasto en suministros (Agua, energía, gas...), Gastos financieros y de gestión (gastos de gestoría, comisiones bancarias...), y Otros gastos.

parte de abajo a la derecha de la figura, se obtienen los multiplicadores del MRIO y los impactos económicos de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón (por comarcas).

Gráfico 10. Diagrama de flujo de trabajo para el análisis del impacto económico completo



Fuente: elaboración propia.

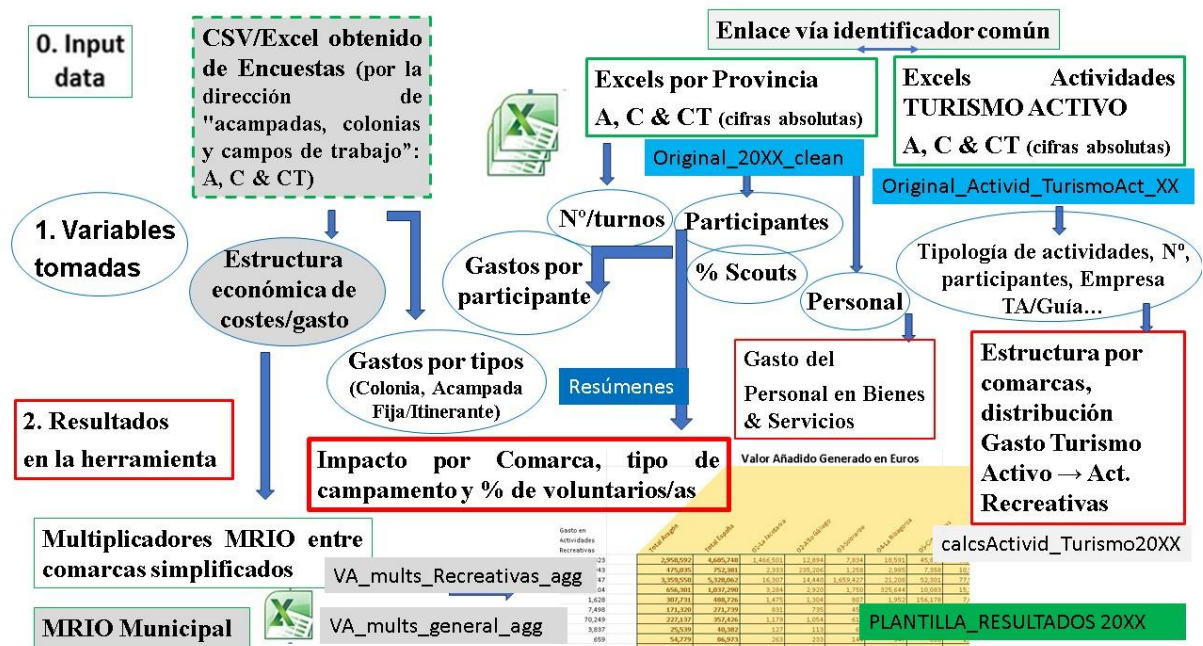
Como se muestra en el Gráfico 11, la herramienta muestra de forma sintética los cálculos arriba obtenidos, simplificando algunas partes que ya hemos detectado que puedan ser menores (e.g. el gasto en souvenirs y visita de familias, etc. que se incorpora de forma directa al multiplicador) y evitando la computación compleja (en GAMS, del MRIO completo) proporcionando ya los multiplicadores agregados obtenidos, distinguiendo los multiplicadores del gasto generales (excepto el de actividades de turismo activo) y los multiplicadores vinculados a tales a actividades de turismo activo. La herramienta pretende ser transparente (incorporando los cálculos que permiten llegar a los resultados obtenidos de forma agregada, pese a esos atajos/simplificaciones incorporadas una vez hecho el análisis completo), pero a la vez fácil de manejar, mostrando directamente los multiplicadores obtenidos del modelo multisectorial y multirregional completo). Por el contrario, pese a que consideramos que los resultados son los más fiables que podemos obtener con la información suministrada, entendiendo que la información podrá obtenerse en el futuro de forma actualizada en los mismos formatos, si ésta se incorpora de forma consistente (en el mismo formato, etc. en las hojas “original XXX” en azul) en la herramienta, ésta permite la actualización de los cálculos/impactos. Además, se muestra también de forma muy transparente cómo (a través de los “Resúmenes”) los cálculos están obtenidos con las estimaciones de “gasto medio por participante y tipologías”, para las estructuras existentes de personal voluntario vs. no voluntario⁷, y de tipo de campamento, en concreto haciendo uso de la distinción de la información recibida (entre Colonia Juvenil, Acampada Fija y Acampada Itinerante⁸). Pero además de recalcularse de

⁷ Estrictamente la distinción inicial proporcionada por la Campaña Montaña Segura se hace en función de “Scouts” vs. “no Scouts”, asumiendo la infraestimación del voluntariado.

⁸ De las encuestas se dispone de mayor diferenciación de estructura de gasto, especialmente en 4 tipologías de “Colonia Juvenil”, pero se hace uso de forma agregada, por ser sólo las 3 categorías indicadas las que se recogen en

forma automática al introducir información actualizada en las hojas de origen, la herramienta permite su modificación de forma exógena. La herramienta permitiría, por lo tanto, también hacer ejercicios de simulación de modificación de forma exógena (manual) de los porcentajes “por defecto” (los de la información recibida, base de los cálculos).

Gráfico 11. Diagrama de flujo de trabajo para el diseño de la herramienta sintética para valorar impactos económicos



Fuente: elaboración propia.

Se explica a continuación el proceso seguido con más detalle.

los Excels recibidos sobre las A, C & CT en Aragón: Albergue, Espacio cedido por la administración local (e.g. colegio, instituto, residencia...), Colonia en albergue/refugio guardado/hotel o similar con manutención incluida, Colonia en albergue/refugio guardado/hotel o similar con manutención autogestionada, Acampada: alojamiento en tiendas de campaña o similar (campas), Acampada de carácter itinerante (no más de 2 noches en el mismo lugar).

3.1. GENERACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LAS/OS RESPONSABLES DE LAS ACTIVIDADES.

Tal como se indicaba en la presentación de la misma, esta encuesta se encuentra integrada en el marco del proyecto: "*Impacto económico y social de las actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural aragonés*", desarrollado por el departamento de Análisis Económico de la Universidad de Zaragoza y el Gobierno de Aragón. La encuesta informaba del objetivo del proyecto, indicado el interés en analizar los beneficios (o algún potencial perjuicio) económicos y sociales que tienen las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en los municipios que los acogen poniendo en valor el papel que desempeñan estas actividades en la dinamización de los territorios en los que se realizan. Todas las preguntas y respuestas hacen referencia al año 2022.

La encuesta fue distribuida de forma telemática por el IAJ entre el total de responsables de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil que figuran en sus listados, repitiendo en dos ocasiones la solicitud de información.

Finalmente, se consiguió un total de 31 respuestas⁹ (si bien en algunas preguntas hay información de 30 personas, o en algún caso de alguna menos) con las que se trabajará. Se trata por tanto de un muestreo de conveniencia que nos permitirá obtener los datos básicos y las tendencias generales, así como para identificar primeras relaciones entre variables de interés cuyo estudio podría particularizarse en un futuro. No obstante, la distribución de las mismas permite recoger de forma bastante adecuada la información y realidad de distribución principal de los gastos asociados a las principales actividades. La difusión de la encuesta a través del IAJ ha permitido también contar con un grado de respuesta muy detallado, así como contar con principales instituciones de referencia en la organización de estas actividades.

La encuesta contiene un conjunto detallado de cuestiones que permite identificar principales perfiles de actividad, así como de gestión de las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón.

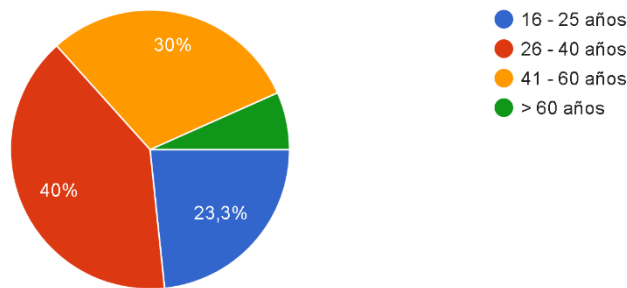
⁹ Tras dos envíos por parte del Instituto Aragonés de la Juventud (IAJ), que es la institución que mayor número de respuestas puede obtener, dados los contactos con directores/as de campamentos, se han obtenido 30 respuestas. Pueden parecer pocas, sin embargo, se trata de un análisis exploratorio, realizado mediante cuestionarios/entrevistas más que encuesta propiamente dicha, realizado a personas expertas en la temática. Además, en cuanto al porcentaje de distribución por tipo de campamentos sí es representativo de todos los campamentos de Aragón.

3.1.1. INFORMACIÓN SOBRE EL/LA DIRECTOR/A DE LA ACTIVIDAD DE ACAMPADA, COLONIA O CAMPO DE VOLUNTARIADO JUVENIL

Las primeras preguntas básicas de la encuesta correspondían a conocer el perfil de quienes respondieron. El 97% respondieron que son la persona que dirige u organiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, de modo que podemos hacer prácticamente dicha equivalencia. Además, para el 75% la tarea de dirección es su actividad principal, y un 70% ejerce la dirección de forma voluntaria. El 57% son mujeres (por el 43% de hombres) y como se muestra a continuación, existe amplia variedad en el rango de edad, siendo el rango más común el de los 26-40 años, siendo el 2º el de 41-60 años, lo que se puede apreciar en el Gráfico 12, pudiendo observar en el Gráfico 13 los años de experiencia en dirección de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil.

Gráfico 12. Edad de los/as directores/as

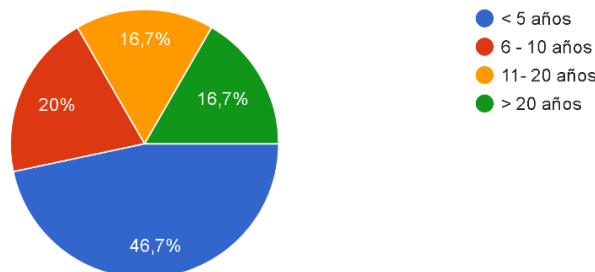
Edad
30 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 13. Años de experiencia en dirección

Años de experiencia en dirección de un campamento
30 respuestas



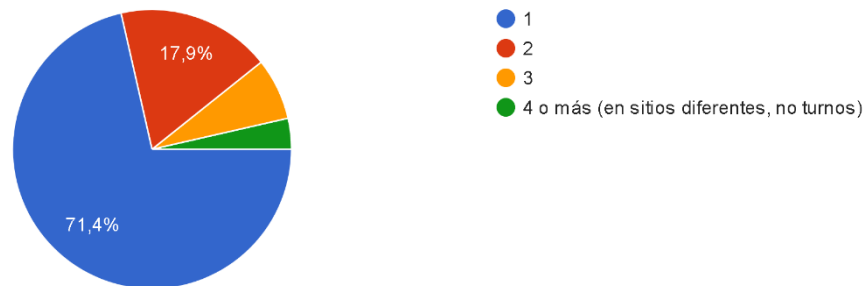
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

3.1.2. INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ACTIVIDAD DE ACAMPADA, COLONIA O CAMPO DE VOLUNTARIADO JUVENIL

En el 2º bloque buscábamos conocer la información básica de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, en primer lugar, para conocer si, como en general se observa (el 71,4%), se va a responder sobre un único destino (actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil), aunque se hable también de varios turnos.

Gráfico 14. Número de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil realizados en 2022

Número total de campamentos diferentes realizados en el año 2022 (No se hace referencia a turnos de un mismo campamento, sino a diferentes campamentos en diferentes épocas del año)
28 respuestas



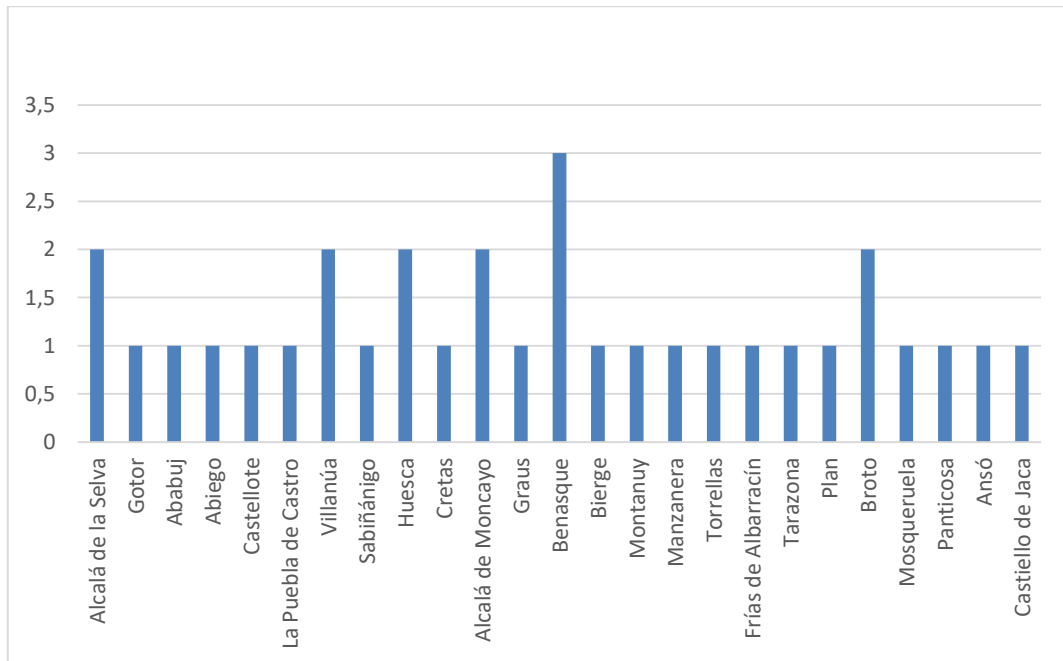
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

La muestra es ampliamente variada en cuanto a los municipios¹⁰ de realización de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil principales, salvo por el caso de Benasque, en el que se dan 3 de ellos, mientras que en el resto como máximo se dan 2, por ejemplo, en Alcalá de la Selva, Villanúa, Huesca, Alcalá de Moncayo, y Broto¹¹.

¹⁰ En el cuestionario enviado se preguntó por el municipio de celebración de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, aunque para el análisis posterior se agrupará a nivel comarcal, al igual que se mostrarán a nivel comarcal los resultados obtenidos.

¹¹ En este gráfico mostramos el municipio de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil principal, pero en las respuestas de la encuesta también tenemos información de los municipios donde se realizan la 2ª, 3ª... actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil (en caso de que las haya).

Gráfico 15. Municipio donde se realiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil principal

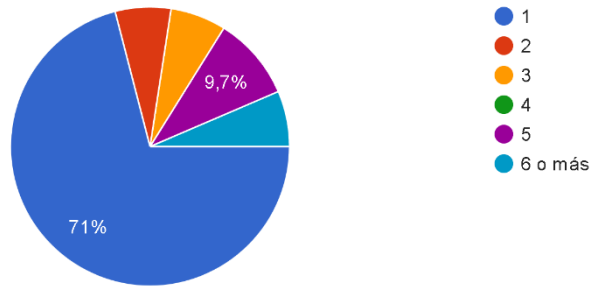


Fuente: elaboración propia a partir de las respuestas de la encuesta realizada.

Además, en la mayoría (71%) de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil se da sólo un turno. Ello no es óbice para que haya varias acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil reflejados aquí que tengan, 2, 3, 5 y 6 turnos o más. Se recogen principalmente respuestas sobre acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil de verano (90% de ellos), y su duración más habitual es de entre 13-15 días, siendo también bastante frecuentes los de 8-10 días y de 5-7 días.

Gráfico 16. Número de turnos de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil

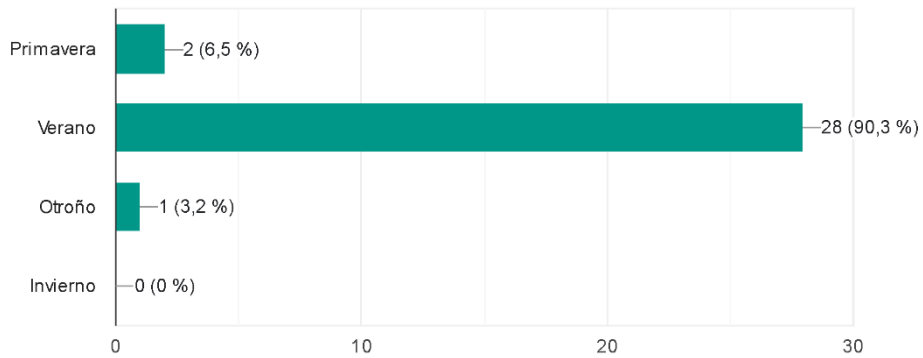
Número de turnos del campamento en Aragón (cada vez que se cambia de participantes)
31 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 17. Estación del año en la que se realiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil

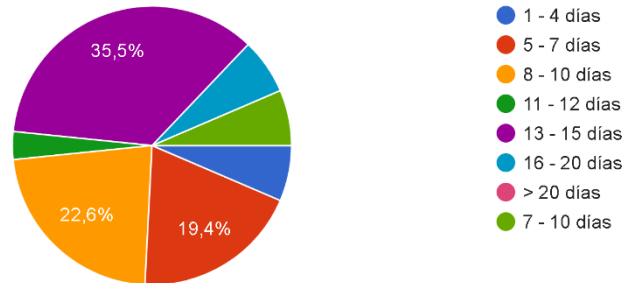
Estación del año en la que tiene lugar el campamento principal
31 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 18. Duración de cada turno

Duración de cada turno del campamento en días (cada vez que se cambia de participantes)
31 respuestas



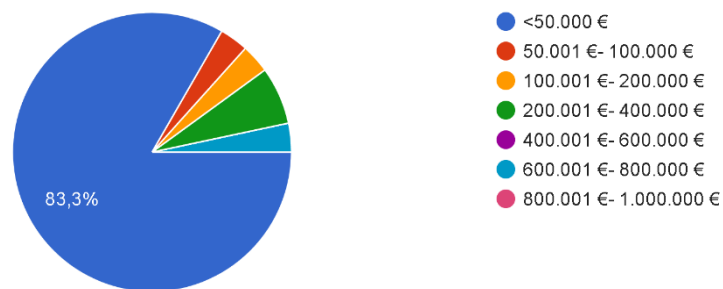
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

El precio de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil por participante y turno oscila principalmente entre los 150 y 500 euros, siendo el tramo más común el de 150-200 euros (también se indica en el 40% de los casos un descuento para hermanos/as, que puede llegar hasta un 50%, aunque lo más común es que se mueva entre el 5 y el 25%). Sólo un tercio de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil sobre los que se tiene información reciben subvención, que en el 50% de los casos puede cubrir entre un 0-5%, y en ninguno de los casos es superior al 20%.

El coste (gasto) total anual de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil (en conjunto de todos los turnos) está en su mayoría por debajo de los 50.000 euros, dato que nos resulta muy importante para conocer el rango de valores en el que se mueve, en media, la actividad. Esta información la podemos ver en el Gráfico 19.

Gráfico 19. Coste anual desde la perspectiva de la organización

Coste (Gasto) total anual del campamento (todos los turnos) (€)
30 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

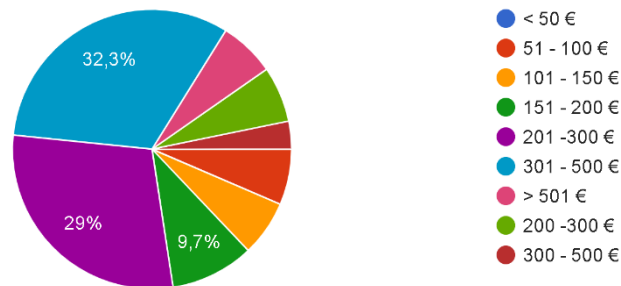
En la misma medida en la que preguntábamos por el coste de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, desde la perspectiva de la dirección, sus gastos, etc., contrastamos lo que pagan los/as participantes por cada turno (ver Gráfico 20). Como veremos en las siguientes secciones, ésta es una vía para estimar los volúmenes de dinero (en este caso de ingresos) de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, próximos a los gastos para la estimación del impacto.

En todo caso, dada la presencia de subvenciones a dichos precios, especialmente vinculados al IAJ-Gobierno de Aragón (generalmente implícitamente, siendo precios más bajos de lo que costarían), ésta no será nuestra información central para estimar dichos gastos e impactos.

Gráfico 20. Precio pagado por participante

Precio base por participante y turno (€)

31 respuestas



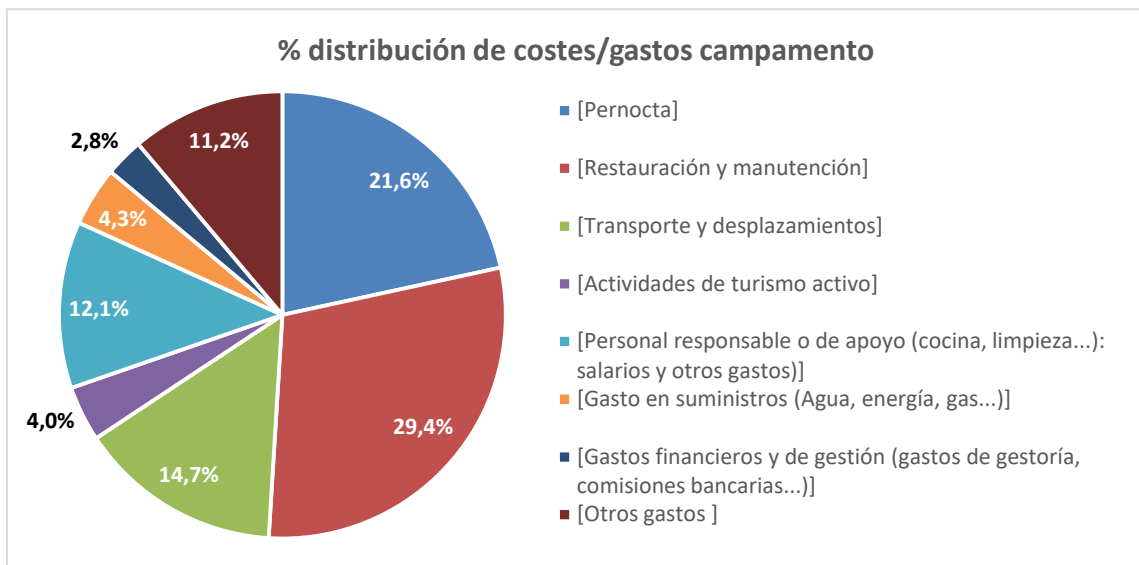
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

3.1.3. GASTOS POR ÁMBITO

De las respuestas obtenidas por tramos o rangos, del tipo de la gráfica horizontal de abajo (Gráfico 22), obtenemos mediante promedio en dichos tramos, y normalización de las estructuras de gasto al 100% en cada una de las respuestas¹². De este modo, en el Gráfico 21 podemos ver que el promedio de gasto muestra una distribución en un 29,4% en Restauración y manutención, 21,6% en pernocta; 14,7% en transporte y desplazamientos y 12,1% en personal responsable o de apoyo (cocina, limpieza...), salarios y otros gastos.

Finalmente, además de un importante valor, del 11,2% en el agregado de Otros (Otros gastos), son también menores los indicados en gasto en suministros (Agua, energía, gas...) con un 4,3%, Actividades de turismo activo, con un 4,0% y Gastos financieros y de gestión con un 2,8% (gastos de gestoría, comisiones bancarias...).

Gráfico 21. Gastos promedio

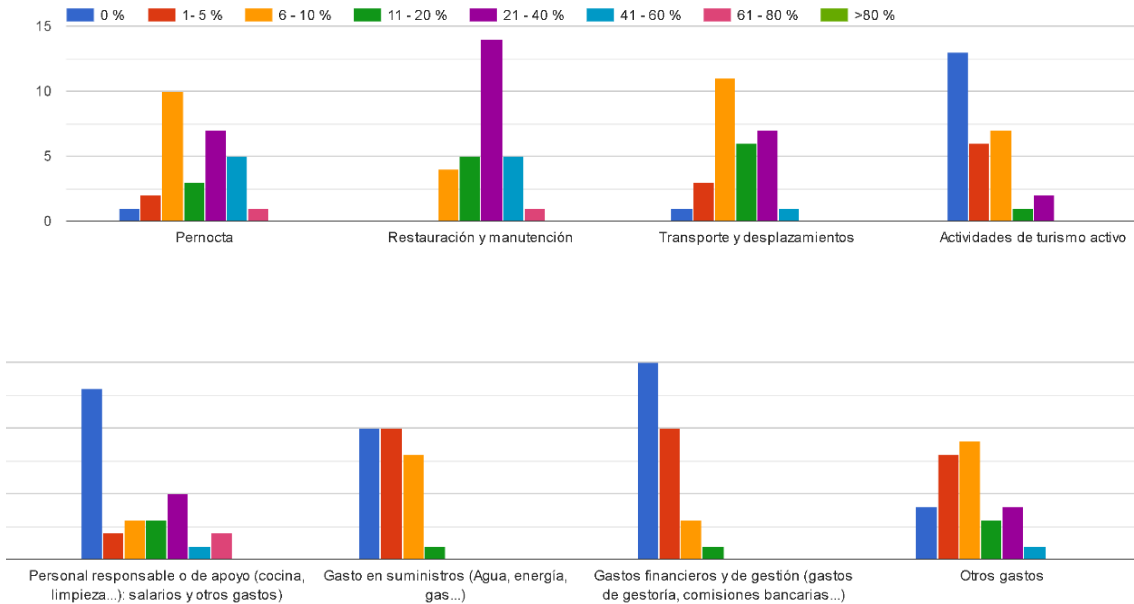


Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

¹² I.e., en el ejemplo más sencillo, una persona puede haber respondido en los tramos de arriba respectivamente: 41-60%; 21-40%; 0%; 0%; 6-10%; 1-5%;0%; 0%. Tomando valores medios de los rangos redondeados (que son los que intuitivamente se toman), obtenemos 50%; 30%; 0%; 0%; 8%; 2.5%;0%; 0%, resultando en un total para todas las categorías de 90,5%. Al normalizar para que su suma sea del 100%, obtenemos: 55,25%; 33,15%; 0%; 0%;8,84%;2,76%; 0%; 0%. Esto se realiza análogamente para todas las respuestas. De las 31 respuestas, 4 exceden con diferencia el rango razonable de desviación en estos resultados previa normalización (en 3 casos, suma de % superiores al 245% y en un caso suma del 37%). Excluidas éstas, tras la normalización, obtenemos el valor promedio de gasto en todas las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil.

Gráfico 22. Porcentaje de gasto dedicado a cada tipo de gasto

¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...?



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

3.1.4. ALOJAMIENTO

Una vez que hemos obtenido la estructura general de gastos/costes de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, nos adentramos en preguntar sobre las características y distribución de cada uno de ellos. Por ejemplo, en el caso del alojamiento, destaca que el modo más habitual es el de la “Colonia en albergue/refugio guardado/hotel o similar” (en un 29,3% con manutención incluida, y en un 22,5% con manutención autogestionada) y el de la acampada (en concreto, “Acampada: alojamiento en tiendas de campaña o similar (campas)” por un 41,9%+3,2% en acampada de carácter itinerante). La casuística de “Espacio cedido por la administración local (e.g. residencia, asociación, colegio/instituto)” es menor (3,2%).

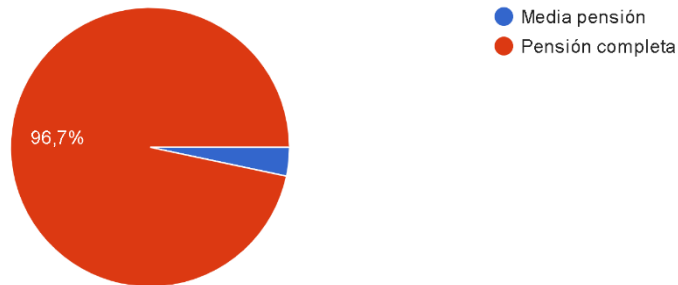
3.1.5. RESTAURACIÓN Y MANUTENCIÓN

En restauración y manutención, se evidencia que la gran mayoría de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil ofrece pensión completa, ver Gráfico 23. De cara al análisis input-output, confirma que la alimentación nunca va a depender de comercios locales de hostelería y restauración, sino que principalmente se realizan de forma autogestionada en la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, como puede verse en el Gráfico 24, siendo la segunda fórmula la manutención incluida en la contratación del alojamiento (pero que, a efectos de demanda final, resulta parecida, siendo la alimentación realizada a través de las compras de productos agrarios, agroalimentarios y de comercio de los mismos).

Gráfico 23. Régimen de alimentación

Tipo de régimen de alimentación

30 respuestas

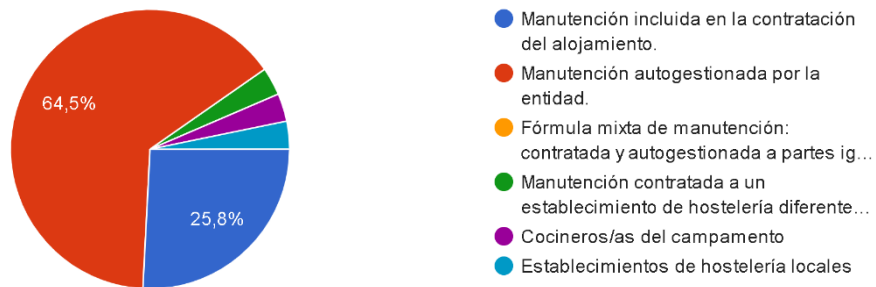


Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 24. Modo de gestión de la manutención

¿Dónde se realizan las comidas?

31 respuestas



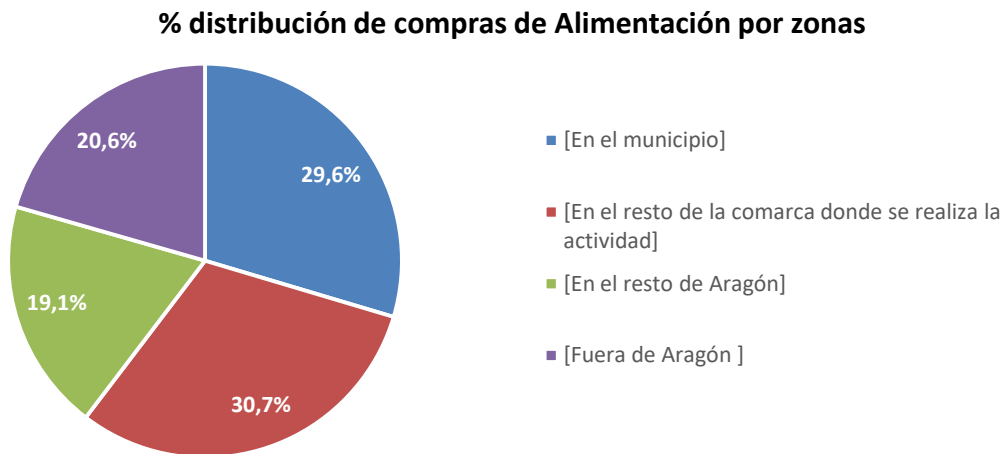
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Podemos ver en el Gráfico 25 dónde se realizan las compras para alimentación. El lugar en el que se realizan las compras de alimentación es mayoritariamente el propio municipio, y principalmente el resto de la comarca, pero no es nada despreciable el porcentaje (en torno al 20% cada origen) de

acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil que realizan las compras en otros municipios del resto de Aragón y fuera del mismo. De cara al análisis input-output, esta cifra es probablemente superior, ya que seguramente se infra estima la compra directa del resto de Aragón.

Por lo tanto, es necesario combinar la información aportada por los/as encuestados/as en términos de origen de las compras con la información sectorial aportada por las tablas input-output de Aragón. Así, por ejemplo, el marco input-output de Aragón estima que la compra de productos agrarios se realiza en un 7% en Aragón versus 93% en el resto.

Gráfico 25. Porcentaje de campamentos que realizan las compras de alimentación en el municipio, en el resto de la comarca, en el resto de Aragón o en el resto de España



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

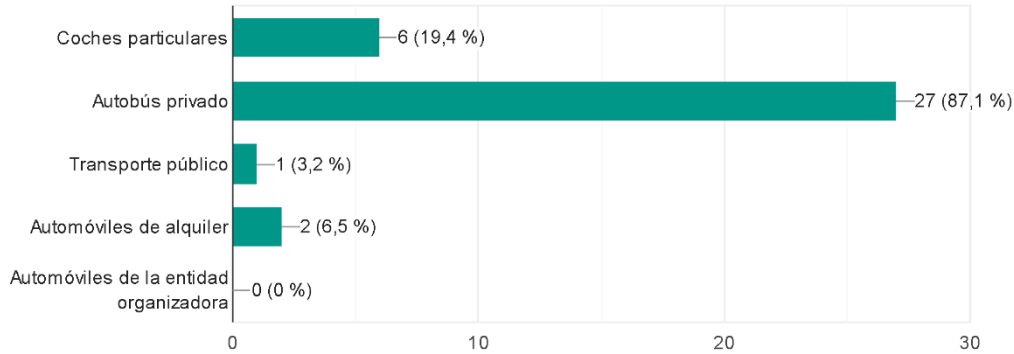
3.1.6. TRANSPORTE Y DESPLAZAMIENTOS

Respecto al modo de transporte para llegar al lugar donde se realiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, este transporte se realiza principalmente con la contratación de autobuses privados (87,1%), siendo el segundo modo el uso de coches particulares (19,4%), ver Gráfico 26.

Gráfico 26. Modo de transporte para llegar al lugar donde se realiza la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil

¿Cómo se realiza el transporte de los/las participantes desde su lugar de residencia hasta el lugar del campamento?

31 respuestas



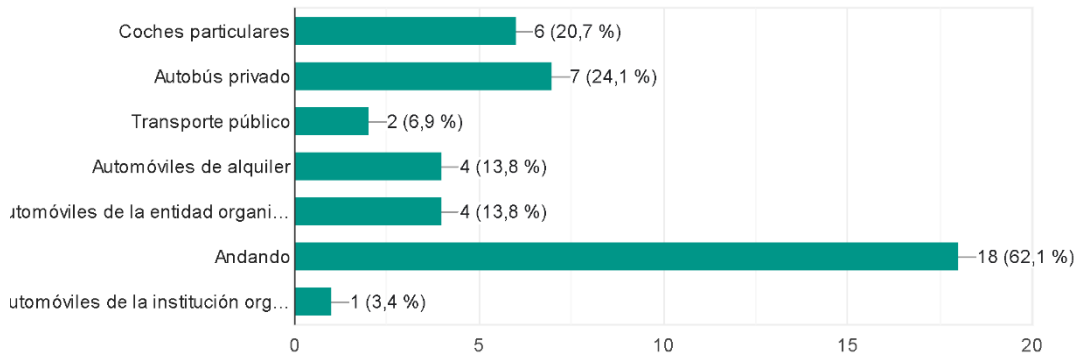
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

La movilidad durante el tiempo de realización de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil (para realizar actividades, etc.) principalmente se realiza andando, si bien los usos de los anteriores tipos de vehículos citados no son marginales, ver Gráfico 27.

Gráfico 27. Modo de transporte para realizar las actividades de la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil

¿Qué medio de transporte se utiliza para la realización de actividades durante la duración del campamento (e.g. desplazamiento para la realización de actividades)?

29 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

La contratación de estos servicios se realiza generalmente fuera del municipio y de la comarca, si bien tampoco son casos marginales (19,2% cada uno de ambos casos), ver

Gráfico 28.

Gráfico 28. Lugar donde se contratan las empresas de transporte

La(s) empresa(s) de transporte (en caso de contratarlas) se contratan en:
26 respuestas



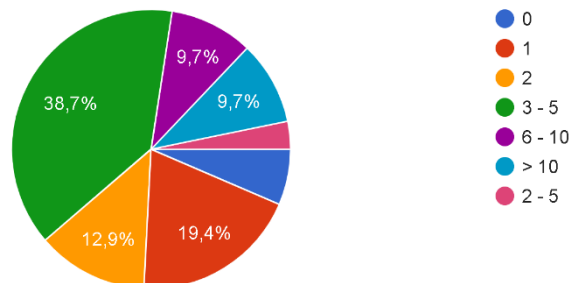
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

3.1.7. ACTIVIDADES DE AVENTURA, SENDERISTAS Y DE MONTAÑA

En relación a las actividades de turismo activo (TA), y más concretamente preguntando sobre actividades de aventura, senderistas, de montaña, etc., obtenemos las siguientes respuestas. Además, gracias al IAJ-Gobierno de Aragón obtenemos información de las actividades planeadas (previstas, para las que se requiere una comunicación mediante presentación de declaración responsable. El número total de actividades realizadas puede verse en el Gráfico 29.

Gráfico 29. Número de actividades por actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil

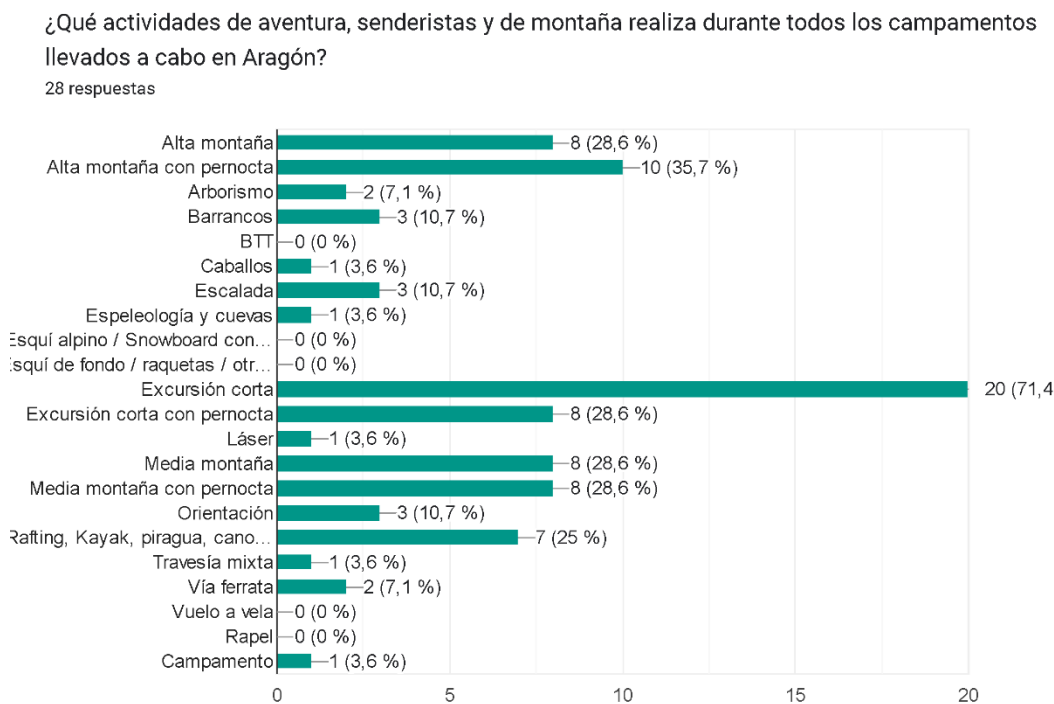
Número total de actividades de aventura, senderistas y de montaña durante todos los campamentos realizados en Aragón
31 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Las “excursiones cortas” destacan como la actividad principal (más del 70% de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil las realizan), si bien es bastante interesante el porcentaje importante de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil que realizan actividades de alta montaña (tanto con pernocta como sin pernocta) y de media montaña. Esta información se muestra en el Gráfico 30.

Gráfico 30. Tipos de actividades



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

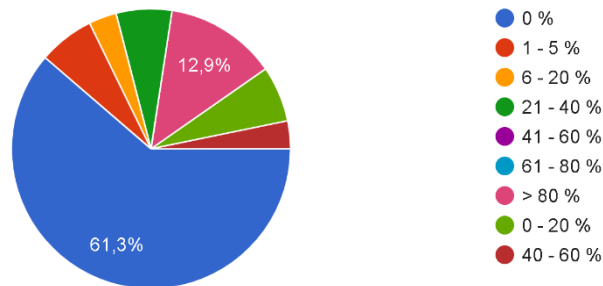
Destaca también que la mayoría (más del 60%) de estas actividades no se contratan¹³, sino que se realizan guiadas por los/as propios/as monitores/as de la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, ver Gráfico 31.

¹³ Nótese que, según BOA (2018), hay actividades técnicas que tienen la obligación de contratarlas, no siendo el caso de la actividad de senderismo.

Gráfico 31. Actividades contratadas a empresas externas

Porcentaje (%) de las actividades de aventura, senderistas y de montaña que se contratan a empresas externas durante la realización de campamentos en Aragón.

31 respuestas



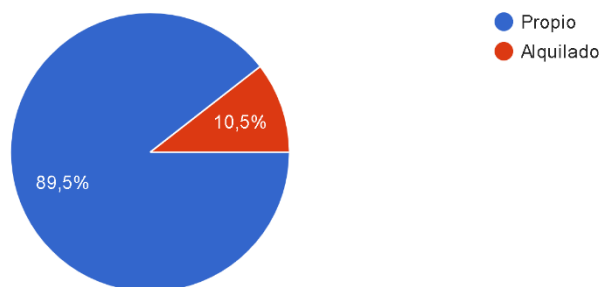
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Igualmente, escasamente un 10,5% del material es alquilado (ver Gráfico 32), realizando además las compras del material propio primordialmente (más del 50%) fuera de Aragón, siendo bajos los porcentajes de compra en el municipio o en la comarca (ver Gráfico 33)¹⁴.

Gráfico 32. Modalidad de adquisición del equipamiento

En el caso de aquellas actividades de aventura, senderistas y de montaña durante la realización de campamentos en Aragón que no se contratan a empresas externas, el equipamiento es

19 respuestas



¹⁴ Cabe indicar que, pese a tratarse de acampadas, colonias o campos de voluntariado juvenil de Aragón, realizados en los municipios que pueden verse en el

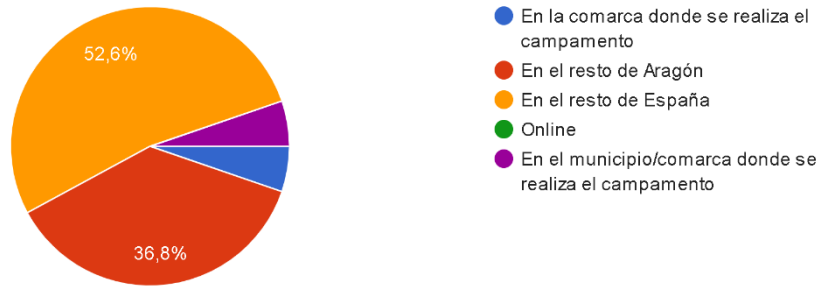
Gráfico 15, las compras de materiales pueden realizarse en el mismo municipio o comarca donde se realiza la actividad o fuera del mismo, incluso fuera de Aragón.

Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 33. Lugar de compra del material propio

En caso de que el material sea propio: ¿Se compra en el municipio/comarca o en el resto de Aragón?

19 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

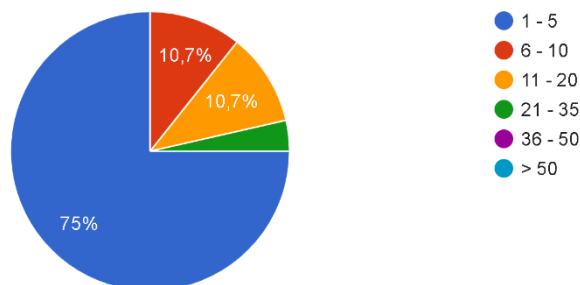
3.1.8. EMPLEADAS/OS

Retomando la cuestión del personal que se emplea (no voluntario), en la mayoría de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil se refleja cómo esta figura no es tan común, y sólo 1-5 monitores/as suelen serlo, ver Gráfico 34, lo cual también se tendrá en cuenta a la hora de obtener los resultados.

Gráfico 34. Número de monitores/as en la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil

¿Con cuántas/os monitoras/es cuenta el campamento ? (Que perciban una retribución por su trabajo)

28 respuestas

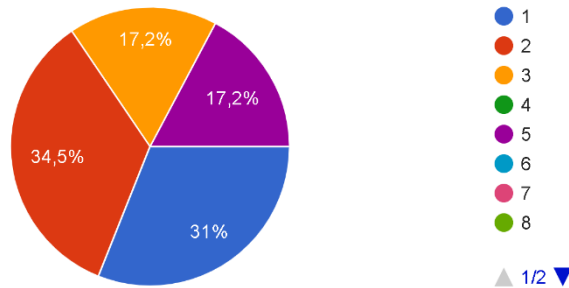


Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

El personal de dirección suele estar compuesto mayoritariamente por 1-2 personas (ver Gráfico 35), y raramente más de una persona de dirección cobra sueldo por su trabajo (ver Gráfico 36).

Gráfico 35. Personal de dirección

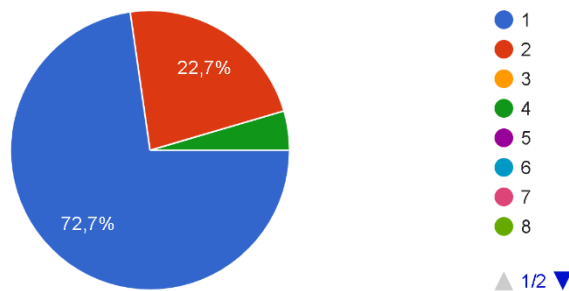
¿Con cuánto personal de dirección cuenta el campamento (director/a, tesorero/a, portavoces...)?
29 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 36. Número de personas asalariadas por su trabajo de dirección

De dichos puestos de dirección (director/a, tesorero/a, portavoces...): ¿cuántas personas cobran (no marginalmente, sino como un sueldo) por su trabajo para el campamento/colonia?
22 respuestas



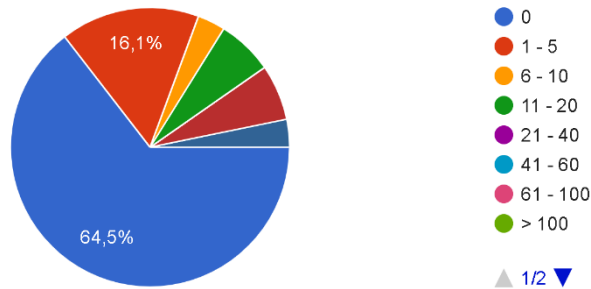
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

En general no hay más personal remunerado en la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, si bien en algún caso entre 1-5 personas lo son (Gráfico 37).

Gráfico 37. Personal adicional remunerado

¿Con cuántas personas remuneradas (además del monitorado y personal de dirección) cuenta el campamento?

31 respuestas



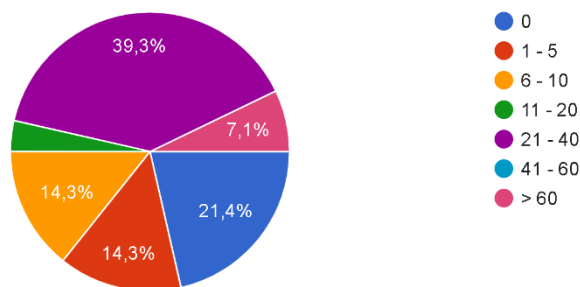
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Por el contrario, la respuesta más frecuente sobre el volumen de voluntarios/as en la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil es de 21-40 personas, como se puede apreciar en el Gráfico 38.

Gráfico 38. Número de voluntarios/as en la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil

¿Con cuántas/os voluntarias/os cuenta el campamento?

28 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

3.1.9. GASTO EN SUMINISTROS (AGUA, ENERGÍA, GAS)

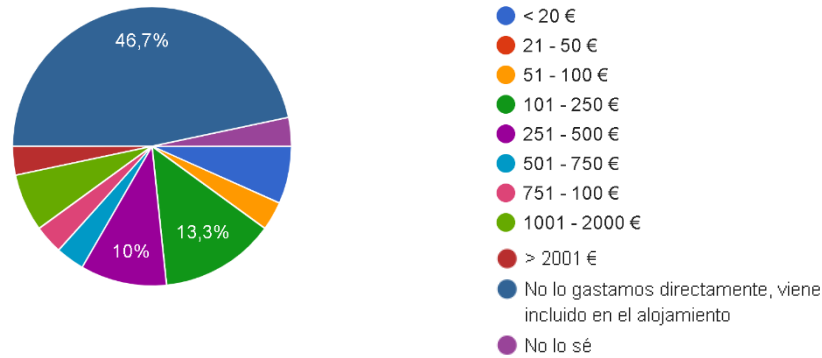
En relación a los gastos en suministros, lo más común es que vengan incluidos en el alojamiento.

En el Gráfico 39 se muestra el gasto en energía.

Gráfico 39. Gasto en energía

¿Cuál solía ser el gasto anual de energía del campamento en Aragón años anteriores al 2022 (e.g. en 2018, 2019...) y años no pandémicos? (€)

30 respuestas



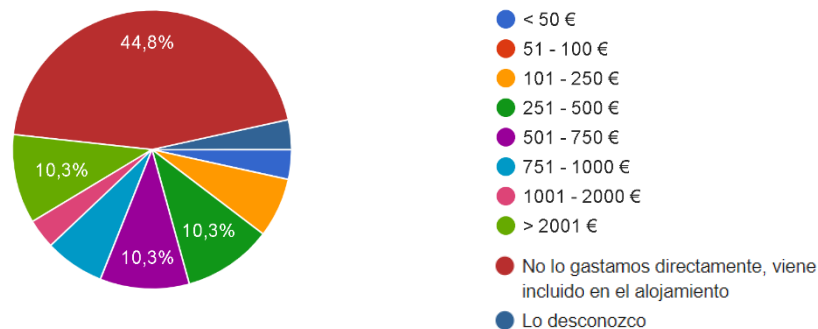
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

El gasto de la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil en suministros (ver Gráfico 40) se estima en su mayoría en más de 2.001 euros (el 10,3%), entre 251 y 250 euros (10,3%), o entre 501 y 750 euros (10,3%).

Gráfico 40. Gasto en suministros

¿Y cuánto ha sido el gasto anual del campamento en Aragón en suministros en 2022?

29 respuestas



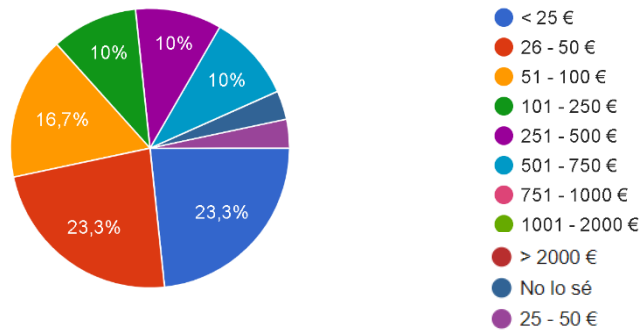
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

En relación a las comisiones bancarias, hay amplia casuística, pero se suelen estimar por debajo de los 51 euros (un 23,3% menos de 25 euros y un 23,3% entre 26 y 50 euros), aunque también hay

varios casos en los que este volumen se estima superior, llegando en algún caso a estimarse en cifras tan elevadas como los 251-500 euros. Esta información viene recogida en el Gráfico 41.

Gráfico 41. Gastos financieros

Gasto aproximado anual en gastos financieros (comisiones bancarias) a lo largo del año (€)
30 respuestas

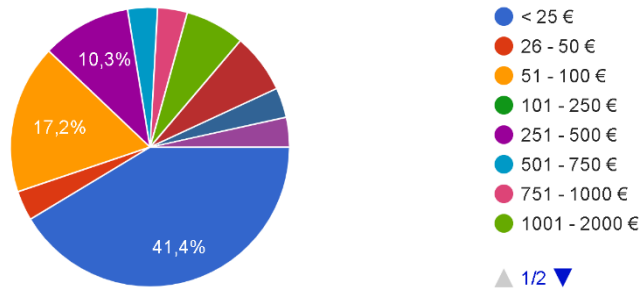


Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

La referencia a otros gastos (e.g. gestoría) se considera menor (Gráfico 42).

Gráfico 42. Otros gastos de gestión

Gasto aproximado anual en otros gastos de gestión (gastos de gestoría) a lo largo del año 2022 (€)
29 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

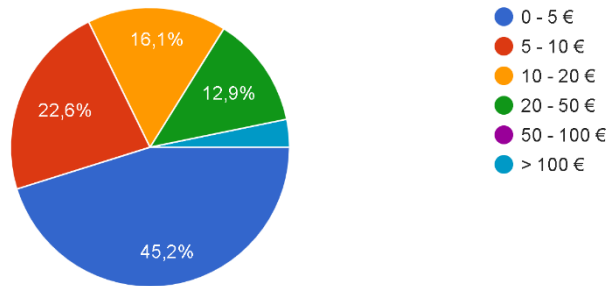
3.1.10. GASTOS EN RECUERDOS Y SOUVENIRS

Tampoco parece muy relevante la referencia a gastos en recuerdos y *souvenirs* (Gráfico 43).

Gráfico 43. Gasto en regalos, *souvenirs* u otras compras

¿Cuánto es el gasto medio por participante en *souvenirs*, regalos u otras compras que realicen de manera independiente?

31 respuestas



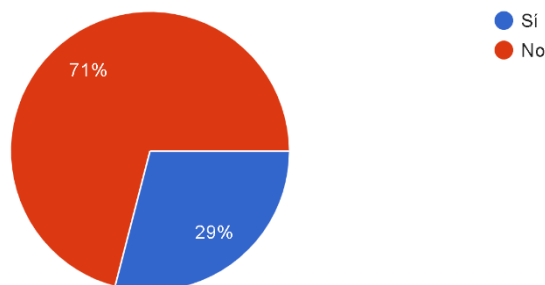
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Y aún más importante, si en menos del 30% de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil se indica que no hay día de visita de padres/madres/tutores/as, como puede verse en el Gráfico 44, el gasto en el entorno en dicho/s día/s no es generalizado, y como máximo suele ser de un día (máximo 2, en el 11,1% de los casos, en acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil de más duración), ver Gráfico 45. De cara al impacto, mediante el análisis input-output, realizaremos una estimación de estos gastos (día/s de visita/s de padres/madres/tutores/as y gasto en *souvenirs*) con estimación de gasto por persona y día de visita, que será un vector añadido a los resultantes de otros gastos de la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil.

Gráfico 44. Existencia de día de visita para padres/madres/tutores/as

¿Hay día de visita de padres/madres/tutores/as?

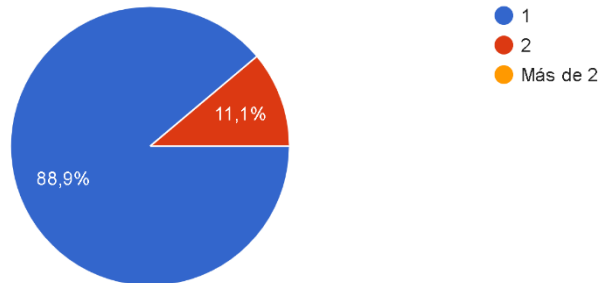
31 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 45. Número de días de visita

En caso afirmativo: ¿Cuántos días de visita de padres/madres/tutores/as, hay por turno?
9 respuestas



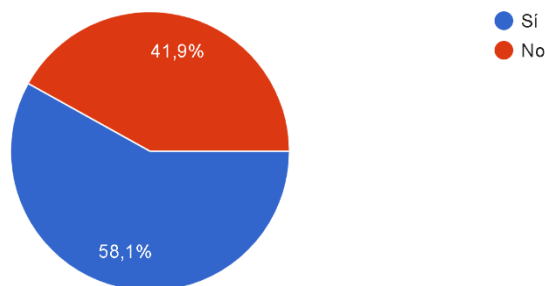
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

3.1.11. OTRAS ACTIVIDADES: JUEGOS, DEPORTES (FÚTBOL, BALONCESTO...), VISITAS CULTURALES, "FIESTAS"...

Por último, cabe referenciar los gastos en otras actividades, especialmente deportivas (en el 58% de los casos), ver Gráfico 46, que generalmente se dan por acceso a piscinas, y ya en menor medida a centro de interpretación, museos, centros deportivos municipales, etc., ver Gráfico 47.

Gráfico 46. Realización de gastos en centros deportivos u otros

¿Se realiza gasto en centros deportivos u otros centros de cualquier índole en el entorno del campamento?
31 respuestas

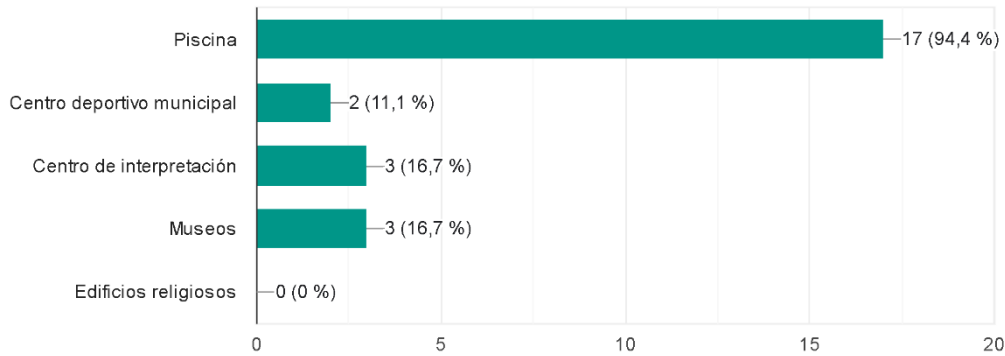


Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Gráfico 47. Centros donde se realizan los gastos

En caso afirmativo: ¿En qué tipo de centros?

18 respuestas



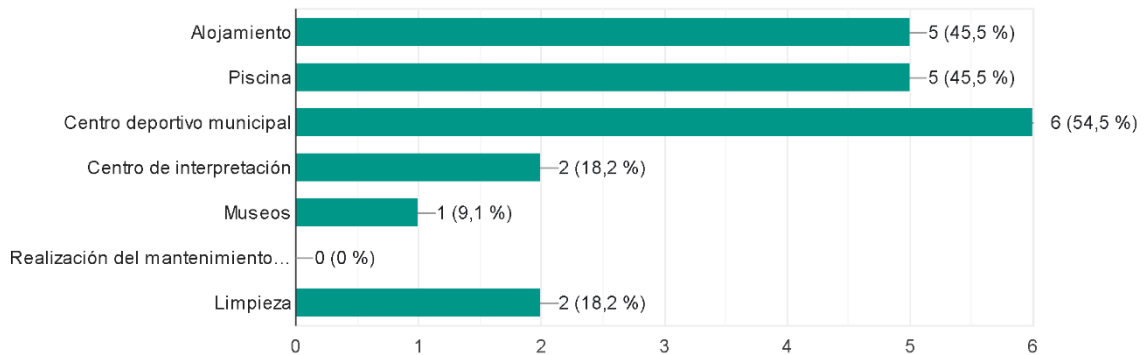
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Como puede verse en el Gráfico 48, se destaca de forma notable la cesión gratuita o a bajo coste por parte de ayuntamientos/administraciones, de tales accesos, de forma que no serían tanto gastos añadidos, impactos de gasto de la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, como mayor uso, conocimiento, etc. de tales instalaciones o centros.

Gráfico 48. Cesiones de las administraciones

¿Qué cesiones gratuitas o a bajo coste (más del 70% de descuento) realiza el ayuntamiento /administración?

11 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

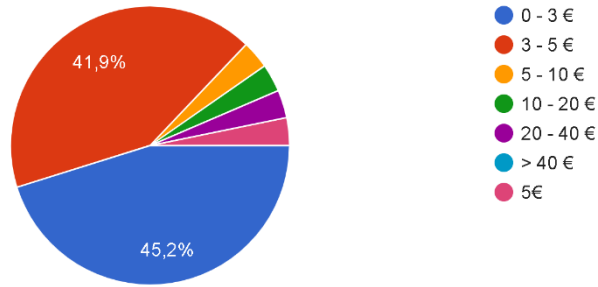
3.1.12. OTROS GASTOS

El gasto en seguros parece en general de no más de 5 euros por participante y día (ver Gráfico 49).

Gráfico 49. Gasto en seguros

Gasto medio por participante y día en seguros (€)

31 respuestas



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

3.2. CONSTRUCCIÓN DEL VECTOR DE IMPACTOS DIRECTOS

Como hemos ido apuntando en el apartado anterior, hay una serie de resultados de la encuesta clave para poder construir los vectores de shock o impacto en demanda final. Si bien la mayoría de la información se obtiene a nivel de gasto agregado de la acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, que es quien, recibido el pago de los/as participantes, ejecuta el gasto tanto en los territorios de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil como fuera de ellos (por ejemplo, compras previas fuera de ellos, servicios no proporcionados allí, etc.). De hecho, para obtener las cifras generales de gasto total, utilizamos una triple vía.

En primer lugar, chequeamos los precios indicados para los/as participantes en las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en webs del Instituto Aragonés de la Juventud (IAJ), situados para 2022-2023 en el entorno de los 270-290 euros¹⁵ (dependiendo de si son dentro o fuera de Aragón). Esas cifras obviamente tienen un precio relativamente subvencionado. Cabe destacar que el límite superior de este abanico coincide con la cifra promedio (a partir de rangos) que obtenemos de las respuestas de directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil sobre el precio medio que pagan los/as participantes (en concreto 292 euros, lo que sitúa las respuestas recibidas dentro de unos intervalos razonables).

En la encuesta preguntábamos por subvenciones, pero cabe recordar la pregunta realizada: “¿La organización del campamento¹⁶ recibe subvención para la realización del mismo?” En ese sentido no se centraba tanto en lo que pueda estar subvencionado el precio de participantes, como de la propia actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil. Más de un 60% de las respuestas nos indican que no reciben subvención, quedándose así una media de subvención global del 3%, pues las respuestas positivas se sitúan entre un 5 y un 18%.

Con todo ello, la estimación por el lado del gasto de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, nos lleva en casi 19 millones de euros para todo Aragón en un año¹⁷, cuya distribución por gasto realizado en cada comarca, vector a impactar (aunque para el impacto también se distinguirá a nivel sectorial) puede verse en la Tabla 2. Con la estimación por el lado del gasto de los/as participantes (nº de participantes x gasto por participante), sin contar la subvención, esta cifra se sitúa en el entorno de los 15 millones de euros para todo Aragón en un año.

3.2.1. DISTRIBUCIÓN DEL GASTO

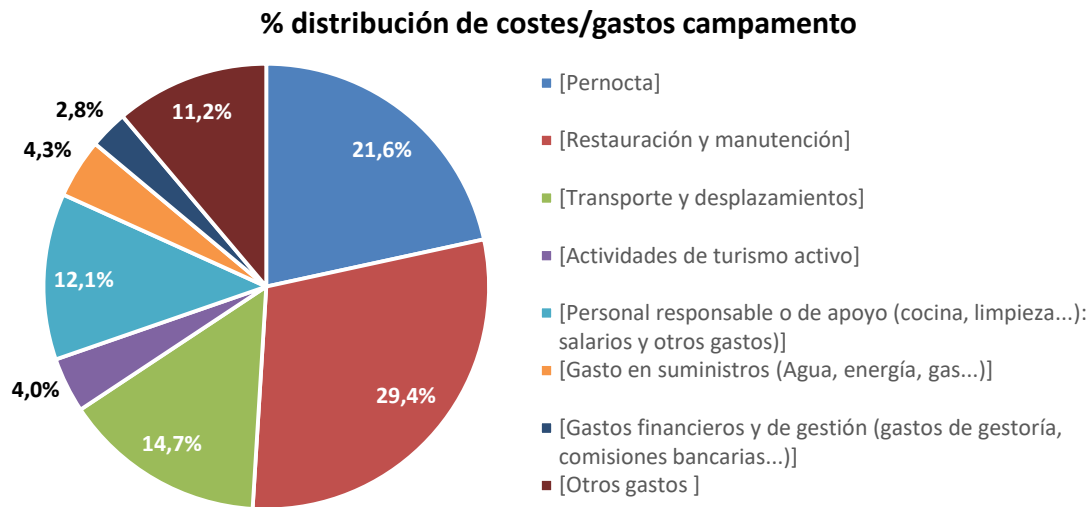
Las encuestas nos revelaban la distribución de gasto por partidas. Dicha distribución, ya mostrada en el análisis de resultados y repetido aquí debajo (Gráfico 50), resulta clave para realizar la distribución de gastos en el vector input-output.

¹⁵ La herramienta está preparada para distintos escenarios de costes de actividad.

¹⁶ Refiriéndose “campamento” a la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil.

¹⁷ La variabilidad entre años también nos llevaría a un rango entre los 15 y los 19 millones de euros. De hecho, con la información obtenida sobre el año 2022 (“resumen_2022_municipios”), aunque posiblemente todavía incompleta sobre el año, se arrojaban 613 turnos de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil y 36.567 participantes, frente a los 804 turnos y 50.266 participantes del año 2019, resultando en nuestros cálculos en unos 14,5 millones de euros. En todo caso hemos considerado que eso sería un rango bajo dada la probable incompletitud, y que la situación de un año “normal” podría ser más la de 2019.

Gráfico 50. Gastos promedio de cada actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil por tipo de gasto



Fuente: respuestas de las encuestas realizadas.

A partir de las mismas, realizamos una correspondencia (mediante matriz de correspondencia o “bridge matrix”) entre esos gastos genéricos por grupos y los productos, que además son enlazados mediante otra matriz de correspondencia o “bridge matrix”, y se conectan con los sectores económicos, y en concreto con las demandas finales, de nuestras tablas input-output (NACE).

Cabe destacar además que la partida de Personal no se imputa directamente como gasto en demanda final, como sí se realiza para el resto de partidas, asumiendo gastos como compradores directos desde la dirección de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil. Dicha parte de forma indirecta sí se imputa como gasto en demanda final, pero una vez aplicado un porcentaje de gasto sobre el ingreso obtenido por esas personas, como sueldos y salarios de trabajadores/as (estimado en torno al 85%, como un pseudo multiplicador tipo II). Si el gasto en el resto de partidas está identificado específicamente en las partidas correspondientes (en pernoctas, en alimentación, transporte, etc.), en este caso el gasto se distribuye de la misma forma que los hogares medios.

Por último, a las dos columnas o vectores de gasto descritos, se suma otra columna o vector estimado de gasto que es el referente a los gastos de participantes en souvenirs y en día/s de visita/s de padres/madres/tutores/as. Si los gastos del personal se estiman en agregado en unos 2 millones de euros, sumándose a los ~16.8 millones de euros del resto de partidas, este vector adicional de día/s de padres/madres/tutores/as + souvenirs supone simplemente 0.034 millones de euros aproximadamente, resultando la suma de todo ello en los cerca de 19 millones de euros de un año medio (como 2019).

3.2.2. ACTIVIDADES DE TURISMO ACTIVO

Existe además un aspecto clave que nos permite aún una mayor especificación territorial y aprovechamiento de la información de datos recogida por el IAJ y el Gobierno de Aragón, que tiene que ver con las actividades de turismo activo. El gasto en estas actividades, como hemos visto, se estimaba en torno al 4% del total (de esos casi 19 millones de euros), esto es, en torno a 0,76 millones de euros. A partir de los archivos proporcionados por IAJ-Gobierno de Aragón, donde se especifican el ID de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, lugar y fechas de realización, número de participantes, de pernóctas, etc., obtenemos de forma clave información también del número y tipos de actividades planeadas (previstas, para las que se requiere informar mediante declaración responsable¹⁸), si se contrata empresa de Turismo Activo (TA, y si hay o no guía titulado). Ya en previsión, los tipos de actividades aquí descritas fueron las que utilizamos en la encuesta realizada a directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, de forma que las informaciones fueran perfectamente compatibles y comparables.

Importante aquí, a la hora de estimar el gasto, son tanto la estimación de unos precios medios, aproximados, para dichas actividades, como la valoración de en qué medida ese gasto se ejecuta efectivamente. En este sentido hacemos una clara separación entre las actividades para las que se contrata empresa de TA y las que no.

Las empresas de turismo activo establecidas en Aragón o que operan en Aragón se recogen en [este enlace](#). En este documento de 59 fichas, unas 17 corresponden a empresas francesas (casi el 29% del total), con sede en Francia, que operan mayoritariamente en la provincia de Huesca y más específicamente en el descenso de barrancos en la Sierra de Guara. Además de ello ofrecen multi-actividad a grupos que vienen de países como Francia, Bélgica, Alemania, etc. Los precios medios se han obtenido directamente de la consulta de las páginas web de las principales empresas identificadas, con una trayectoria de años en el mercado, así como de consultas a personas con experiencia en el sector, resultando en los precios medios que se muestran en la Tabla 1.

¹⁸ Es lógico intuir que estas actividades no tienen por qué realizarse al 100%, pero dan una muy buena estimación, rango de volumen de actividades, distribución territorial, etc.

Tabla 1. Coste por tipo de actividad¹⁹

Actividad	Coste por participante (euros)
Alta montaña	60
Alta montaña con pernocta	135
Arborismo	20
Barrancos	60
Escalada	58
Excursión corta	45
Excursión corta con pernocta	95
Ferrata	6,5
Media montaña	58
Media montaña con pernocta	103
Rafting, Kayak, piragua, canoa...	50
Espeleología	40
BTT	40
Orientación	15
Vuelo a vela	130
Caballos	25
Travesía mixta	20
Cuevas	40
Laser/Paintball	26
Otros tipos de turismo activo	15
Rapel	55

Fuente: empresas de turismo activo.

Con dichos precios, aplicados a las actividades contratadas con empresas de TA, resultan en 0,45 millones de euros gastados en las mismas. A partir de ahí, mucho más delicado, y que permite considerar escenarios diferentes, es en qué medida se aplican esos precios para las actividades no contratadas. Cabe señalar en ese sentido que, por ejemplo, el “*expertise*” (“*expertise*” se refiere a la experiencia, pericia, hecho de ser competente, especialización, habilidad, conocimiento especial, etc. sobre un determinado tema o práctica) de monitores/as, su trabajo, etc., implícitamente ya está considerado en el gasto de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil al considerar la existencia o no de sueldos, de remuneración, a personal/monitores/as.

Manteniendo el total obtenido de las preguntas más generales sobre los gastos realizados en actividades de TA, implícitamente resulta en un 14-15% de los precios anteriores, aplicados a las

¹⁹ La herramienta está preparada para tener en cuenta distintos precios (en concreto, se ha ensayado con un 10% de descuento), si bien los resultados globales se modifican en un porcentaje inferior al 0.01%.

actividades sin contratación (e.g. reflejando gastos en materiales, etc., pero no en la contratación de actividad).

Cabe señalar además que la información disponible sobre Actividades de TA no es perfectamente coincidente con la disponible sobre turnos y participantes (i.e. no se va a poder tener reflejo de lo que realizan todas las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, pues para algunas no reportan o no están registradas sus actividades de TA)²⁰. En esos casos realizamos una estimación para todas las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil.

3.2.3. 3.2.3 VECTOR DE GASTO DIRECTO

De todo lo anterior, no lo hemos indicado, pero un aspecto clave y diferencial con respecto a muchos de los análisis input-output es nuestra capacidad para diferenciar dónde se realizan los gastos.

En primer lugar, resulta muy relevante conocer la distribución general de tales gastos en un vector normal de demanda final, entre lo que se gasta en Aragón vs. fuera de Aragón. Esto es así porque en general tales estructuras, obtenidas de la tabla de Aragón 2005 (Pérez and Sánchez, 2010; Pérez y Pérez and Parra Rodríguez, 2009), suelen mantenerse de forma relativamente estables por producto/sector dados los orígenes de compras, especialización de los diferentes territorios, etc., siendo además raramente bien conocidos por cualquier persona entrevistada (no es tanto dónde se compra, como de dónde viene el producto adquirido, es decir, si la empresa a la que se compra el producto es aragonesa o de fuera de Aragón).

Pero además, esa estructura inicial de lo que se compra en Aragón la rompemos, en base a la información proporcionada por nuestras encuestas²¹, en 3 categorías ([En el municipio]; [En el resto de la comarca donde se realiza la actividad]; [En el resto de Aragón]). Esta distinción resulta clave para identificar lo que es un impacto en el propio municipio, en su entorno, y en el resto de Aragón, es decir, las escalas y áreas de influencia de las actividades.

La implementación de ese gasto, para observar los efectos directos e indirectos en cada uno de esos territorios no habría sido posible, sin embargo, sin un marco input-output a esos niveles (municipal o comarcal), lo cual es tremendamente inhabitual. En este caso, nos beneficiamos enormemente de uno de los pocos desarrollos a nivel internacional de marcos input-output desagregados a niveles tan pequeños geográficamente, tan finos como son los municipios, realizado previamente en (Almazán-Gómez, 2020; Almazán-Gómez et al., 2019).

Actualizando este trabajo, seleccionando el espacio geográfico de Aragón, y distribuyendo finalmente los vectores de gasto señalados adecuándolos a la distribución territorial y por productos de la tabla multirregional input-output a nivel comarcal para Aragón desarrollada, obtenemos los efectos directos e indirectos en los diferentes territorios.

²⁰ Esto se refleja en que, en los datos de actividades de TA, para 2019 tenemos 20 comarcas, pero en los datos de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil tenemos 101 municipios con acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil pertenecientes a 29 comarcas diferentes; y 89 municipios pertenecientes a 26 comarcas diferentes en 2022.

²¹ Como se mostraba arriba, para muchos de los gastos se preguntaba por los lugares de realización de las compras en esas diferentes localizaciones geográficas (en otros casos, como el del gasto en pernocta, es claro que el gasto debe realizarse en el municipio indicado de realización de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil).

En este proceso, y en todos los anteriores en los que hay que combinar información municipal y comarcal, cabe destacar el importante esfuerzo realizado en el desarrollo de correspondencias para la asignación y agregación/desagregación de la información, en general a través de los códigos INE de municipios. Esta correspondencia se realiza también con bases cartográficas, de modo que los análisis y resultados se combinan, obtienen y presentan también mediante el uso de Sistemas de Información Geográfica (SIG).

Con todo ello, el vector de gasto a impactar es el que se muestra en la Tabla 2. En dicha tabla se presenta el gasto por comarcas, pero cabe recordar que, dentro de cada comarca, además, se distingue el gasto en cada uno de los 64 sectores.

Tabla 2. Vector de gasto por comarcas (euros)

Comarca	Total gasto
01-La Jacetania	5.534.180
02-Alto Gállego	888.671
03-Sobrarbe	6.306.236
04-La Ribagorza	1.221.153
05-Cinco Villas	579.706
06-Hoya de Huesca / Plana de Uesca	321.692
07-Somontano de Barbastro	417.885
08-Cinca Medio	47.570
09-La Litera / La Llitera	103.117
10-Los Monegros	57.752
11-Bajo Cinca / Baix Cinca	39.001
12-Tarazona y el Moncayo	387.279
13-Campo de Borja	62.179
14-Aranda	20.374
15-Ribera Alta del Ebro	0
16-Valdejalón	53.419
17-Central	26.343
18-Ribera Baja del Ebro	0
19-Bajo Aragón-Caspe / Baix Aragó-Casp	984
20-Comunidad de Calatayud	327.064
21-Campo de Cariñena	69.790
22-Campo de Belchite	0
23-Bajo Martín	60.072
24-Campo de Daroca	214.237
25-Jiloca	13.015
26-Cuencas Mineras	122.530
27-Andorra-Sierra de Arcos	169.514
28-Bajo Aragón	73.583
29-Comunidad de Teruel	105.988
30-Maestrazgo	220.844
31-Sierra de Albarracín	631.036

32-Gúdar-Javalambre	590.936
33-Matarraña / Matarranya	106.638
Total	18.772.786

Fuente: elaboración propia.

4. ESTIMACIÓN DE LOS IMPACTOS INDIRECTOS

Tomando como base la estimación de los impactos directos descrita en el apartado anterior, el objetivo de este apartado es mostrar la metodología utilizada para evaluar los efectos indirectos, es decir, los impactos totales en las rentas, derivados de las relaciones intersectoriales.

Los gastos de los individuos en su práctica de actividades en el medio natural pueden proveer beneficios significativos para las economías locales en términos de renta, e incluso si la generación de renta y actividad es robusta, pueden constituir una fuente de generación de empleo.

En este apartado se explica cómo, una vez estimado el gasto directo asociado a una determinada actividad, es posible estimar tanto los efectos globales en la economía local receptora, expresados en renta retenida, como los producidos en la economía exterior.

Estos impactos se sustentan en la red de relaciones intersectoriales de las actividades de un territorio y en las relaciones del territorio con otras economías, ya sean del resto del país o de otros países, creando de esta forma la producción necesaria para atender la nueva demanda. Resulta evidente que una proporción de esta producción se genera fuera de la economía local donde se ha realizado la actividad analizada (Duarte et al., 2022).

Siguiendo las recomendaciones de Duarte et al. (2022) para la estimación de los impactos socioeconómicos de las actividades en el medio natural, para la estimación del impacto indirecto utilizaremos la metodología input-output.

La idea que subyace en esta metodología es la siguiente: la primera etapa de gasto/inversión creada por la inyección original en una economía constituye un *impacto o efecto directo* sobre la misma, ya que implica un incremento en la demanda final de dicha economía. La economía receptora de ese shock moviliza otras actividades en sucesivas etapas indirectas por lo que el número de transacciones aumenta y la producción global se expande. Parte de esta expansión de la producción global se produce en la economía local (*efectos indirectos*). Al conjunto de los efectos directos e indirectos lo llamamos *efecto total*.²²

Así, el impacto global en el nivel de actividad económica se traduce en cambios en la producción, en la renta y posiblemente en el empleo de la economía receptora. Estos cambios se expresan numéricamente a través de los llamados multiplicadores. En definitiva, el significado último del multiplicador es el reflejo de hasta qué punto las inyecciones de gasto o inversión son retenidas dentro de la economía local y sirven de estímulo para nuevas actividades y consumos.

Para este trabajo, además, se adecúa una metodología híbrida de atribución, que nos permite implementar los shocks en demanda final, a partir de los diferentes gastos de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, de las personas que perciben sueldos y salarios (en su parte correspondiente) y de las personas visitantes (especialmente en el día/días de madres/padres).

²² Además, los citados incrementos de renta en la población local consecuentemente se reflejan en mayores niveles de consumo (a esto último se le llama *efectos inducidos* en la literatura). Este efecto lo tendremos en cuenta en lo que refiere al incremento en consumo derivado de los salarios recibidos directamente por los/as trabajadores/as de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil.

Así, el primer paso para obtener los impactos económicos ha sido la estimación de todos los efectos directos, que pueden reflejarse en diferentes facetas generando para ello estimaciones de las demandas de bienes (compras o gastos) asociados al desarrollo de las actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural. Como hemos apuntado, esta información puede obtenerse mediante encuestas directas a los usuarios, de la información de los distintos centros o gestores responsables y de los expertos en estos temas.

Para que estas demandas de bienes finales sean operativas, han sido convertidas en un vector de gasto, gasto que puede temporalizarse incluso para hacer análisis temporal de tipo mensual o anual. Para obtener este vector deberán seguirse los criterios de la clasificación nacional de actividades económicas (CNAE) de asignación que estén operativos en ese momento.

El modelo input-output se explica en la sección 4.1. Sobre la base del modelo, explicaremos en la sección 4.2 cómo se computan los incrementos en demanda sobre la producción y otras variables. Para realizar los cálculos necesitamos de tablas input-output. Mostramos la tabla utilizada en este estudio en la sección 4.3. Finalmente, los principales resultados sobre impacto indirecto y total se muestran en la sección 4.4.

4.1. MODELO INPUT-OUTPUT

Como se ha comentado, siguiendo de nuevo con las recomendaciones de (Duarte et al., 2022), para el cálculo del impacto indirecto utilizaremos el modelo input-output, (Leontief, 1941; Miller and Blair, 2009), el cual es una herramienta muy útil para analizar las relaciones entre sectores económicos. Además, permite complementar el análisis económico con el estudio de impactos sociales y medioambientales, ya que permite asociar con cada bien producido la estimación del impacto social (trabajo usado, renta generada, etc.), así como estimar su impacto medioambiental (uso de agua, emisiones producidas, destrucción de terreno virgen, etc.).

Una tabla input-output, que en realidad es una descripción congelada de todas las relaciones básicas de una economía, presenta una estructura similar a la que se muestra en la Tabla 1, donde las filas indican las ventas a los distintos sectores y a los distintos componentes de la demanda final y las columnas muestran los inputs necesarios de cada sector (producción del resto de sectores, así como valor añadido o importaciones). Además de los componentes de la demanda final (gasto en consumo final, gasto público, inversión y exportaciones), del valor añadido (que, a su vez, tiene en cuenta remuneración del trabajo, remuneración del capital e impuestos) y de las importaciones, un aspecto importante del modelo input-output son las relaciones intersectoriales – que están recogiendo la complejidad de las relaciones entre los distintos procesos de producción y entre los distintos agentes de una economía real-. Cada x_i , en tabla y en las ecuaciones que veremos después, representa el output total de cada sector (coincidiendo el “total de recursos” con el “total de empleos”). Por otra parte, cada x_{ij} representa la cantidad que la rama de actividad j demanda al sector i como input para incorporarlo en su proceso productivo²³.

²³ Por ejemplo, x_{23} representa la cantidad que demanda el sector 3 al sector 2.

Tabla 1. Esquema de una tabla input-output

Ramas de actividad	1	2	3	...	n	Demanda intermedia	Demanda final	Total empleos
1	x_{11}	x_{12}	x_{13}	...	x_{1n}	x_{1j}	d_1	x_1
2	x_{21}	x_{22}	x_{23}	...	x_{2n}	x_{2j}	d_2	x_2
3	x_{31}	x_{32}	x_{33}	...	x_{3n}	x_{3j}	d_3	x_3
...								
N	x_{n1}	x_{n2}	x_{n3}	...	x_{nn}	x_{nj}	d_n	x_n
Consumos intermedios	x_{i1}	x_{i2}	x_{i3}	...	x_{in}	x_{ij}	d_i	x_i
Valor añadido bruto	V_1	V_2	V_3	...	V_n	V_j		
Impuestos	T_1	T_2	T_3	...	T_n	T_j		
Producción bruta	P_1	P_2	P_3	...	P_n	P_j		
Importaciones	M_1	M_2	M_3	...	M_n	M_j		
Total recursos	x_1	x_2	x_3	...	x_n	x_j		

Fuente: elaboración propia.

No deberíamos pasar por alto que, en esta tabla, aparecen las importaciones y que en la demanda final también están las exportaciones (entendidas como todas las compras y ventas fuera de la región de análisis). Ello permite estimar, con la tabla, no sólo las relaciones dentro de lo que podríamos considerar el espacio geográfico de la economía, sino también las relaciones con otras regiones. Por ejemplo, los/as participantes en una actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil en Aragón pueden adquirir material deportivo en un municipio de Aragón, pero este material ha podido ser adquirido a una empresa de fuera de la región, que a su vez usa recursos producidos en otras regiones del país o de otros países. Aunque no insistamos en esto, nunca debería olvidarse en los análisis esta visión global y la capacidad de los modelos input-output de captar estos hechos.

Una tabla input-output puede expresarse matemáticamente mediante un sistema de ecuaciones, tanto haciendo la suma por filas como por columnas. El modelo más usual, modelo que se basa en la perspectiva de demanda, es el que presentamos brevemente a continuación. De la suma en la tabla por filas (demandas), obtenemos:

$$\begin{aligned}
 x_1 - (x_{11} + x_{12} + x_{13} + \dots + x_{1n}) &= d_1 \\
 x_2 - (x_{21} + x_{22} + x_{23} + \dots + x_{2n}) &= d_2 \\
 x_3 - (x_{31} + x_{32} + x_{33} + \dots + x_{3n}) &= d_3 \\
 &\dots\dots\dots \\
 x_n - (x_{n1} + x_{n2} + x_{n3} + \dots + x_{nn}) &= d_n
 \end{aligned}$$

Lo cual puede escribirse de la siguiente manera, utilizando los llamados coeficientes técnicos $a_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j}$, sin que quede modificada la expresión anterior:

$$\begin{aligned}
 x_1 - [(a_{11}x_1) + (a_{12}x_2) + (a_{13}x_3) + \dots + (a_{1n}x_n)] &= d_1 \\
 x_2 - [(a_{21}x_1) + (a_{22}x_2) + (a_{23}x_3) + \dots + (a_{2n}x_n)] &= d_2 \\
 x_3 - [(a_{31}x_1) + (a_{32}x_2) + (a_{33}x_3) + \dots + (a_{3n}x_n)] &= d_3 \\
 &\dots\dots\dots \\
 x_n - [(a_{n1}x_1) + (a_{n2}x_2) + (a_{n3}x_3) + \dots + (a_{nn}x_n)] &= d_n
 \end{aligned}$$

En las aplicaciones concretas, los coeficientes técnicos pueden calcularse dividiendo entre el total de recursos (total de output) o entre la producción bruta sin contar las importaciones, dependiendo la elección de una u otra alternativa, fundamentalmente, de la información estadística disponible y de si queremos analizar con mayor o menor profundidad las relaciones exteriores de la economía; además, en la práctica de las estimaciones, suelen considerarse los coeficientes técnicos constantes dada la estabilidad estructural de las economías durante periodos amplios de tiempo.

El proceso anterior nos permite descomponer la producción de cada sector, x_i , en dos partes fundamentales, la demanda final, d_i , y las ventas a otros sectores productivos, x_{ij} , o inputs intermedios. Los productos destinados a demanda final son las ventas que se hacen del producto correspondiente del sector a los distintos consumidores y demandantes, por ejemplo, las comidas (producto) que vende un restaurante (sector de hostelería) a los/as participantes en las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón (éstos serían los/as consumidores/as, que forman parte de la demanda). Las ventas a otros sectores productivos, o inputs intermedios, son productos que son usados como inputs para ser incorporados en el proceso de producción de estos otros sectores, por ejemplo, los alimentos (producto utilizado como input) que vende la industria agroalimentaria (sector) a un restaurante (sector de hostelería que compra el producto, en este caso alimentos, para introducirlo en su proceso productivo) para elaborar la comida (producto elaborado por la hostelería). Este producto (alimentos) elaborado por la hostelería (sector) puede, a su vez, ser vendido para uso final (hablaríamos

del concepto anterior, demanda final, d_i) a otro/a consumidor/a, que podrían ser los/as participantes en actividades de tiempo libre en el medio natural aragonés.

A su vez, este sistema de ecuaciones puede escribirse en forma matricial. Así la Tabla 1 se puede expresar como:

$$x - Ax = d \quad [1]$$

Siendo:

A: matriz $n \times n$ de coeficientes técnicos a_{ij} .

x: vector de producción final.

d: vector de demanda final.

Partiendo de [1] podemos llegar a:

$$x = (I - A)^{-1} d \quad [2]$$

Donde:

x: output

d: demanda final

$(I - A)^{-1}$ representa la inversa de Leontief. Cada una de las columnas de esta inversa de Leontief expresa los incrementos en producción bruta que se producirían en cada sector i tras un aumento de una unidad en la demanda final de bienes del sector j , captura por tanto la producción que se va a consumir (la unidad de demanda final) como los inputs necesarios para obtenerla.

La gran desagregación posible de todas estas herramientas, que es típica de todos los modelos que tienen como base una estructura input-output multisectorial, permite observar con detalle, descendiendo a nivel sectorial y, a veces, a nivel de grupo de agentes, el impacto de una política económica, fijándonos sobre variables como la distribución de la renta por estratos de formación o de género, el nivel de producción y su descomposición entre efectos locales y no locales, o entre efectos nacionales y efectos en el exterior.

Además, como será el caso del modelo utilizado en este estudio, también es posible tener un alto nivel de desagregación regional, en los llamados modelos input-output multirregionales (MRIO).

4.2. EFECTOS INDIRECTOS DE INCREMENTOS EN LA DEMANDA FINAL

El modelo input-output se ha utilizado usualmente en la literatura para analizar los efectos de algún cambio exógeno sobre la economía, ya sean cambios en la propia estructura productiva, en la demanda (lo que va a ser nuestro foco ahora) y en las relaciones con el resto de regiones del país y/o del mundo, etc.

Por ejemplo, en el caso de incrementos en la demanda, el modelo input-output se ha utilizado para analizar impactos, ya que tiene en cuenta tanto el impacto directo propio del incremento en demanda que se esté analizando como el impacto indirecto derivado de las relaciones intersectoriales. Véase a modo de ejemplo (Duarte et al., 2015). De forma simple, y sin entrar en expresiones matemáticas, podemos decir que además del impacto directo que supone el gasto adicional de demanda final, el modelo recoge también los inputs (físicos, trabajo, etc.) necesarios para obtener directamente esa demanda adicional, pero recoge igualmente los inputs necesarios para obtener estos últimos inputs y así sucesivamente. En otras palabras, recoge toda la cadena productiva asociada con el incremento de demanda final. Por ejemplo, un incremento en demanda final sería la comida que se demanda en un restaurante en un municipio del Pirineo como consecuencia de la realización de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil. Esto lo asociamos con el gasto o impacto directo. Para satisfacer este incremento en demanda, el restaurante debe aumentar su producción de comidas. Para ello, debe incrementar sus inputs, es decir sus factores productivos capital y trabajo, pero también los productos que compra a otros sectores. Por ejemplo, debe incrementar los productos que adquiere de la industria agroalimentaria, ya que deberá adquirir más productos alimenticios para poder incrementar la producción de platos de comida. Así, aumenta la demanda que se realiza a la industria agroalimentaria. Para satisfacer su incremento en demanda, la industria agroalimentaria, debe incrementar sus inputs también. Además de aumentar sus recursos de capital y trabajo, deberá aumentar las compras que realiza, por ejemplo, del sector de la agricultura. Esto hace que la agricultura deba incrementar su producción para satisfacer este incremento en demanda, incrementando las compras que realiza de otros sectores de la economía. El proceso se repite. Estas relaciones intersectoriales son las que recoge el modelo input-output.

Partiendo de la expresión [2], que muestra cuál es la producción necesaria para satisfacer la demanda final, \mathbf{d} , si tomamos incrementos llegamos a:

$$\Delta \mathbf{x} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1} \Delta \mathbf{d} \quad [3]$$

Lo que nos permite calcular cuál es el incremento en la producción generado a causa de una variación de la demanda²⁴ $\Delta \mathbf{d}$. En el caso de los estudios sobre el impacto de las actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural, este incremento en la demanda será el impacto directo calculado como se ha mostrado en la sección 2.1 a través de las encuestas de gasto a los y las participantes y acompañantes.

Teniendo en cuenta un vector de coeficientes de valor añadido, obtenido como $w_j = \frac{VA_j}{x_j}$, podemos obtener el impacto del shock de demanda sobre el valor añadido (ΔV).

²⁴ No deberíamos olvidar que este incremento de demanda tiene que estar adaptado, de acuerdo con la estructura sectorial de la tabla y que deberá respetar los criterios de asignación de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

$$\Delta V = w'(I - A)^{-1}d = w'x \quad [4]$$

4.3. TABLA INPUT-OUTPUT MULTIRREGIONAL

Dado que el objetivo del estudio se centra en las actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural que tienen lugar en Aragón, parece adecuado utilizar como base una tabla input-output para Aragón. Como se decía en Duarte et al. (2022), para ello hay dos alternativas, usar las tablas ya elaboradas, aunque tengan un cierto desfase temporal, o elaborar una propia lo más cercana a la actividad a valorar y con la última información disponible. La primera opción es más rápida y menos costosa, si bien ofrece resultados en las estimaciones de los impactos con ciertos desfases temporales. La segunda requiere un tiempo para su obtención, pero tiene la ventaja de su mayor proximidad temporal y espacial a la actividad en evaluación y la posibilidad de que su construcción se adapte también al efecto o efectos a medir.

En el caso de Aragón, la tabla más reciente publicada y de acceso público es del año 2005 (Pérez y Pérez and Parra Rodríguez, 2009)²⁵. Es posible, no obstante, disponer de tablas más recientes elaboradas mediante técnicas de actualización²⁶.

La dimensión espacial de la tabla input-output a utilizar dependerá de los datos disponibles para su adaptación a un territorio y del objetivo del estudio. Para conocer los impactos sobre la economía aragonesa que tienen las actividades juveniles de tiempo libre realizadas en el medio natural, es recomendable utilizar una estimación de una tabla input-output para Aragón, pero, en la medida de lo posible, si se trata de un evento circunscrito casi exclusivamente a una provincia o un área más reducida, como una comarca o un municipio concreto, podría también estimarse una tabla a dicho nivel territorial, o al menos, hacerse imputaciones locales utilizando información municipal. Es de señalar que, a medida que se reduce el ámbito territorial, los efectos exteriores tienen más peso y, por ello, no deberían nunca olvidarse. Esto es debido a que, cuanto menor es el ámbito territorial del que se trate, más probable es tener que realizar las compras fuera del territorio donde se realiza el gasto directo. Por ejemplo, si analizamos el impacto de un gasto que realiza un/a participante en una acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil en Aragón, puede haber probabilidad de tener que comprar algunos productos a sectores que se encuentren fuera de Aragón (ver la explicación de las relaciones intersectoriales en la sección 4.2) para satisfacer esa demanda. Pero, si analizamos el impacto de un gasto realizado en un municipio del Pirineo, todavía es más probable tener que comprar los productos necesarios para satisfacer esa demanda fuera de dicho municipio.

Una estimación de una tabla input-output es un proceso complejo, que requiere de tiempo e información adicional, además de conocimiento experto para la aplicación de diversos métodos de actualización. Sólo bajo la generación de estructuras sólidas y con detalle de las distintas escalas

²⁵ Pueden verse actualizaciones de estas tablas, usadas en otros estudios, por ejemplo, en Langarita & Cazcarro (2022) o Langarita & Sánchez-Chóliz (2013).

²⁶ Además de los datos necesarios para la actualización, una parte importante del proceso de actualización, es la aplicación de algún método de ajuste para cuadrar la tabla. El más común suele ser el método RAS, o una de sus variantes como el GRAS (Junius and Oosterhaven, 2003; Lenzen et al., 2007).

geográficas es posible disponer de una estimación realista de los impactos económicos que se genera y se quedan en el territorio estudiado

En este estudio, dada la regionalización necesaria, utilizamos la tabla que se explica a continuación.

Se parte de la base del marco EUREGIO-2017, desarrollado recientemente (ESPON, 2022). En comparación con su precedente, el EUREGIO-2013 (Thissen et al., 2019), el EUREGIO-2017 amplía el marco multirregional FIGARO al nivel NUTS-2²⁷, incluidos los flujos de región a región para todos los países de la UE-27 más Reino Unido, Noruega, Islandia, Suiza y Liechtenstein. Mientras que las bases de datos anteriores de EUREGIO (Thissen et al., 2019, 2018, 2013) usaban las tablas origen y destino (SUTs, por sus siglas en inglés) de WIOD y Eurostat, EUREGIO-2017 utiliza los principales datos más actualizados y homogéneos de FIGARO como restricciones (Remond-Tiendrez and Rueda-Cantuche, 2019). El proyecto FIGARO contiene tablas multirregionales input-output a nivel país que representan 64 sectores.

Nótese que las tablas FIGARO y EUREGIO-2017 contienen no sólo los flujos de sector-región a sector-región en toda Europa, sino también los de otros países como EEUU, China, Japón y Rusia, entre otros, incluidos a nivel de sector-país. Así, este marco multirregional y multisectorial es el marco interregional intersectorial más completo y actualizado disponible hoy en día en Europa.

Partiendo de esta tabla input-output multirregional y multisectorial, se procede a municipalizar la región de Aragón, dado que las actividades analizadas se realizan en municipios concretos de dicha región. Para la municipalización de la tabla, que consta de 731 municipios, se utilizan las siguientes fuentes de información. En lo que se refiere al sector primario, se utiliza información del Anuario estadístico del ministerio de agricultura, ganadería y pesca (Gobierno de España, 2021). Para municipalizar los sectores industriales se utilizan datos de la base de datos Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI), ver Bureau Van Dijk (2017). En relación con los sectores de servicios, se realiza de acuerdo con el número de habitantes de cada municipio (INE, 2023).

Seguidamente, se procede a agregar los municipios en las 33 comarcas que componen la región de Aragón. Todo ello permite disponer de una tabla multirregional y multisectorial a nivel comarcal, hasta donde conocemos, única en Aragón, y disponible para la evaluación de los impactos indirectos e inducidos de distintos shocks de demanda y oferta, siendo una de las más importantes contribuciones de este trabajo, en el marco de la evaluación de actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural.

4.4. RESULTADOS: IMPACTO INDIRECTO Y TOTAL

Teniendo en cuenta la metodología input-output, explicada en la sección 4.2, podemos identificar el valor añadido (es decir, la renta) y su distribución asociado a una determinada demanda final.

Tomando como shock exógeno el vector de demanda, construido como se ha explicado en la sección 3.2, y que puede verse a nivel comarcal en la Tabla 2, podemos obtener el valor añadido

²⁷ La base de datos EUREGIO-2017 utiliza NUTS-2 Rev. 2016 para UE27 y Reino Unido, y NUTS-2 Rev. 2021 para Noruega y Suiza.

asociado a las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón, como resultado de las relaciones intersectoriales e interterritoriales. Además, gracias al alto nivel de detalle espacial de la tabla input-output utilizada, podemos distribuir geográficamente dichos resultados sobre valor añadido.

La Tabla 3 muestra los efectos en valor añadido a nivel provincial, para las tres provincias de Aragón, así como para el resto de España a nivel agregado, valores que se han obtenido haciendo uso de la metodología input-output y que se derivan de las relaciones intersectoriales e interterritoriales. Como puede verse, y como era de esperar dado que la mayoría de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil tienen lugar ahí, la **provincia de Huesca** es la más beneficiada, con un incremento en el valor añadido de **más de 5 millones de euros**. En términos porcentuales a nivel de provincia este impacto puede parecer poco significativo, ya que representa un 0,09%, pero que puede ser muy importante dadas las características de las zonas donde se celebran. Además, teniendo en cuenta todo el valor añadido generado, un 31,76% se queda en la provincia de Huesca.

La **provincia de Teruel** tiene un impacto económico menor que la de Huesca, con un valor añadido asociado a las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil de **860.227 euros**.

En el caso de la **provincia de Zaragoza**, ésta muestra un impacto sobre el valor añadido de **4.118.246 euros**.

El "Resto de España" se refiere a las provincias fuera de Aragón que resultan beneficiadas de la generación de estas actividades tanto en los impactos directos (compras y gastos directos) como indirectos, mostrando un impacto sobre el valor añadido de 5.859.241 euros.

En general, como es lógico, a nivel de toda la economía aragonesa, las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil de Aragón representan un impacto económico relativamente bajo, es decir, el valor añadido representa un porcentaje reducido sobre el total de las economías, dado el impacto limitado de estas actividades. Sin embargo, estas actividades pueden ser muy relevantes para las zonas donde se llevan a cabo, teniendo en cuenta además las bajas inversiones y gastos públicos necesarios para su celebración.

Además, vemos que, **de todo el valor añadido generado gracias a estas actividades (15.881.775 euros), una parte muy importante (10.022.534 euros) se queda en Aragón, lo que representa un 63,11%** sobre el valor añadido total generado.

Tabla 3. Efectos en valor añadido de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil a nivel provincial (Euros)

	Valor añadido (euros)	Variación del valor añadido (euros)	Variación porcentual del valor añadido	Variación porcentual sobre la variación total
Huesca	5.801.816.951	5.044.062	0,09%	31,76%
Zaragoza	23.503.610.956	4.118.246	0,02%	25,93%
Teruel	3.141.656.730	860.227	0,03%	5,42%
Total Aragón	32.447.084.638	10.022.534	0,03%	63,11%
Resto de España	1.020.842.388.825	5.859.241	0,00%	36,89%
Total España	1.053.180.002.121	15.881.775	0,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 4 vemos el impacto en valor añadido, en términos absolutos y en porcentaje, ordenado de mayor a menor impacto absoluto comarcal. En ella observamos que la comarca que más incrementa su valor añadido es Comarca Central, con 2.461.335 euros, seguida de Sobrarbe, que incrementa su valor añadido en 1.677.065 euros, y La Jacetania, con 1.500.981 euros.

Tabla 4. Impacto en valor añadido por comarcas, de mayor a menor en términos absolutos

	Variación del valor añadido (euros)	Variación porcentual del valor añadido
17-Central	2.461.335	0,01%
03-Sobrarbe	1.677.065	0,91%
01-La Jacetania	1.500.981	0,45%
04-La Ribagorza	384.638	0,11%
06-Hoya de Huesca / Plana de Uesca	315.919	0,02%
05-Cinco Villas	306.886	0,04%
02-Alto Gállego	276.586	0,07%
11-Bajo Cinca / Baix Cinca	213.587	0,03%
16-Valdejalón	212.263	0,02%
20-Comunidad de Calatayud	203.984	0,03%
07-Somontano de Barbastro	202.685	0,04%
29-Comunidad de Teruel	197.747	0,02%
15-Ribera Alta del Ebro	196.073	0,01%
31-Sierra de Albarracín	183.409	0,17%
10-Los Monegros	179.800	0,03%
32-Gúdar-Javalambre	179.670	0,10%
09-La Litera / La Litera	169.752	0,03%
12-Tarazona y el Moncayo	141.823	0,04%
08-Cinca Medio	123.049	0,02%
28-Bajo Aragón	108.533	0,02%
24-Campo de Daroca	88.916	0,06%
21-Campo de Cariñena	84.138	0,03%
13-Campo de Borja	81.204	0,02%
33-Matarraña / Matarranya	73.360	0,03%
27-Andorra-Sierra de Arcos	71.592	0,04%
30-Maestrazgo	68.533	0,11%
19-Bajo Aragón-Caspe / Baix Aragó-Casp	67.514	0,02%
25-Jiloca	60.580	0,02%
26-Cuencas Mineras	55.220	0,03%
23-Bajo Martín	44.992	0,03%
18-Ribera Baja del Ebro	42.269	0,02%
14-Aranda	26.089	0,01%
22-Campo de Belchite	22.342	0,02%

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, observando el valor añadido asociado a las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil como porcentaje del valor añadido total de cada comarca, que puede verse en la Tabla 5 y en el Gráfico 51, podemos ver que cambia bastante la imagen. En la Tabla 5 ordenamos los efectos de mayor a menor impacto en valor añadido en términos porcentuales, ahí vemos que la comarca más beneficiada es Sobrarbe, donde el valor añadido generado gracias a las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil supone casi un 1%, seguida de La Jacetania, Sierra de Albarracín, La Ribagorza y Maestrazgo.

Tabla 5. Impacto en valor añadido por comarcas, de mayor a menor en términos porcentuales

	Variación del valor añadido (euros)	Variación porcentual del valor añadido
03-Sobrarbe	1.677.065	0,91%
01-La Jacetania	1.500.981	0,45%
31-Sierra de Albarracín	183.409	0,17%
04-La Ribagorza	384.638	0,11%
30-Maestrazgo	68.533	0,11%
32-Gúdar-Javalambre	179.670	0,10%
02-Alto Gállego	276.586	0,07%
24-Campo de Daroca	88.916	0,06%
12-Tarazona y el Moncayo	141.823	0,04%
05-Cinco Villas	306.886	0,04%
07-Somontano de Barbastro	202.685	0,04%
27-Andorra-Sierra de Arcos	71.592	0,04%
26-Cuencas Mineras	55.220	0,03%
33-Matarraña / Matarranya	73.360	0,03%
09-La Litera / La Litera	169.752	0,03%
11-Bajo Cinca / Baix Cinca	213.587	0,03%
21-Campo de Cariñena	84.138	0,03%
23-Bajo Martín	44.992	0,03%
20-Comunidad de Calatayud	203.984	0,03%
10-Los Monegros	179.800	0,03%
13-Campo de Borja	81.204	0,02%
16-Valdejalón	212.263	0,02%
06-Hoya de Huesca / Plana de Uesca	315.919	0,02%
22-Campo de Belchite	22.342	0,02%
08-Cinca Medio	123.049	0,02%
25-Jiloca	60.580	0,02%
28-Bajo Aragón	108.533	0,02%
19-Bajo Aragón-Caspe / Baix Aragó-Casp	67.514	0,02%
18-Ribera Baja del Ebro	42.269	0,02%
29-Comunidad de Teruel	197.747	0,02%

15-Ribera Alta del Ebro	196.073	0,01%
17-Central	2.461.335	0,01%
14-Aranda	26.089	0,01%

Fuente: elaboración propia.

En el Gráfico 51 podemos ver un mapa con la distribución geográfica del valor añadido asociado a las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón, en términos porcentuales y por comarcas, ilustrando los datos que veíamos en la Tabla 5.

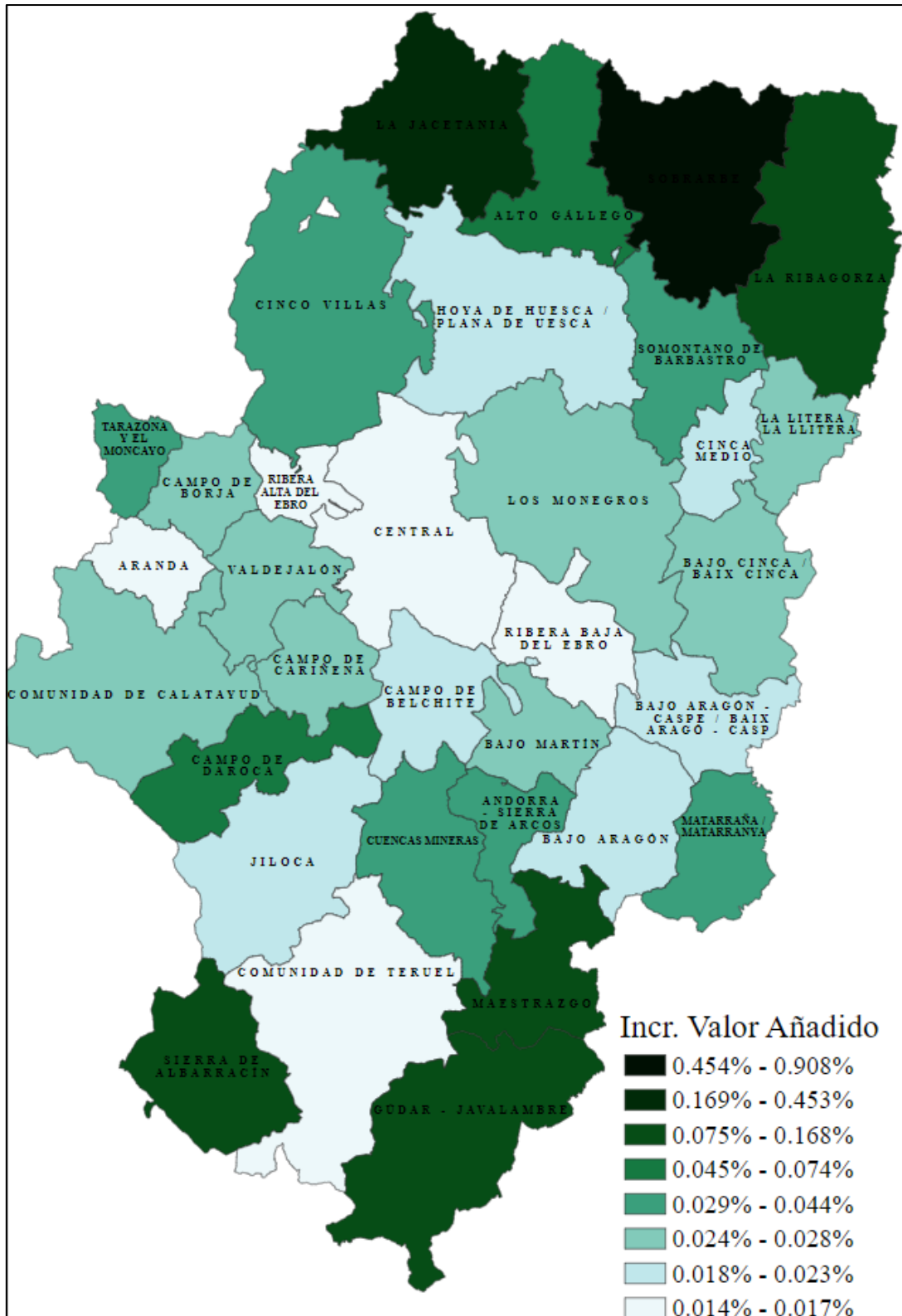
Por supuesto, la zona del Pirineo (La Jacetania, como ya se ha dicho, Sobrarbe y La Ribagorza, pero también Alto Gállego) se ve altamente beneficiada, así como la zona del sur de Teruel (Sierra de Albarracín, Gúdar-Javalambre y Maestrazgo), excepto la Comarca Comunidad de Teruel.

Como puede verse, Comarca Central, si lo vemos en porcentaje, así como las anexas, Ribera Alta del Ebro y Ribera Baja del Ebro, al igual que Aranda y Comunidad de Teruel, son las que menos beneficiadas se ven.

Sin embargo, también podemos destacar que, en mayor o menor medida, todas las comarcas de Aragón se ven beneficiados de algún modo de las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil realizadas.

Además, en la Tabla B 1 del Anexo B podemos ver que las comarcas que más se benefician (en el sentido de que son las que mayor porcentaje se llevan) de ese valor añadido generado son Comarca Central, Sobrarbe y La Jacetania, recibiendo un 15,5%, 10,56% y 9,45%, respectivamente, de toda la generación de valor añadido.

Gráfico 51. Impacto porcentual en valor añadido por comarcas



Fuente: elaboración propia.

5. IMPACTOS SOCIALES

En lo descrito hasta ahora hemos tratado de aproximarnos a los efectos económicos que el desarrollo de las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil puede tener para las economías locales donde se desarrollan. La aproximación presentada, permite estimar los posibles incrementos de renta vinculados con el shock de demanda que puede suponer la realización de estas actividades y los gastos asociados en un determinado momento del tiempo.

No obstante, la realización de estas actividades conlleva también todo un conjunto de efectos, a menudo de medio y largo plazo, de difícil monetización, que, sin embargo, pueden tener efectos en la actividad social y económica en el territorio. Estos elementos pueden ser atractores de población, de actividad, empleo y rentas y se relacionan, pero trascienden, la propia actividad cuyo impacto estamos evaluando. Es lo que recogemos bajo este epígrafe de efectos sociales.

La aproximación a los efectos sociales es compleja, y comprende un conjunto de elementos de distinta naturaleza y distintas dimensiones, que se pueden agrupar en impactos sociales positivos y negativos y que se explicarán a continuación.

Si bien el elemento central del análisis ha sido la estimación de los impactos económicos que la actividad de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil puede suponer cada año en el territorio aragonés, no cabe duda de que los impactos del desarrollo de estas actividades van más allá de estos efectos, pudiendo representar un elemento dinamizador y atractor en las áreas donde estas actividades se desarrollan año a año.

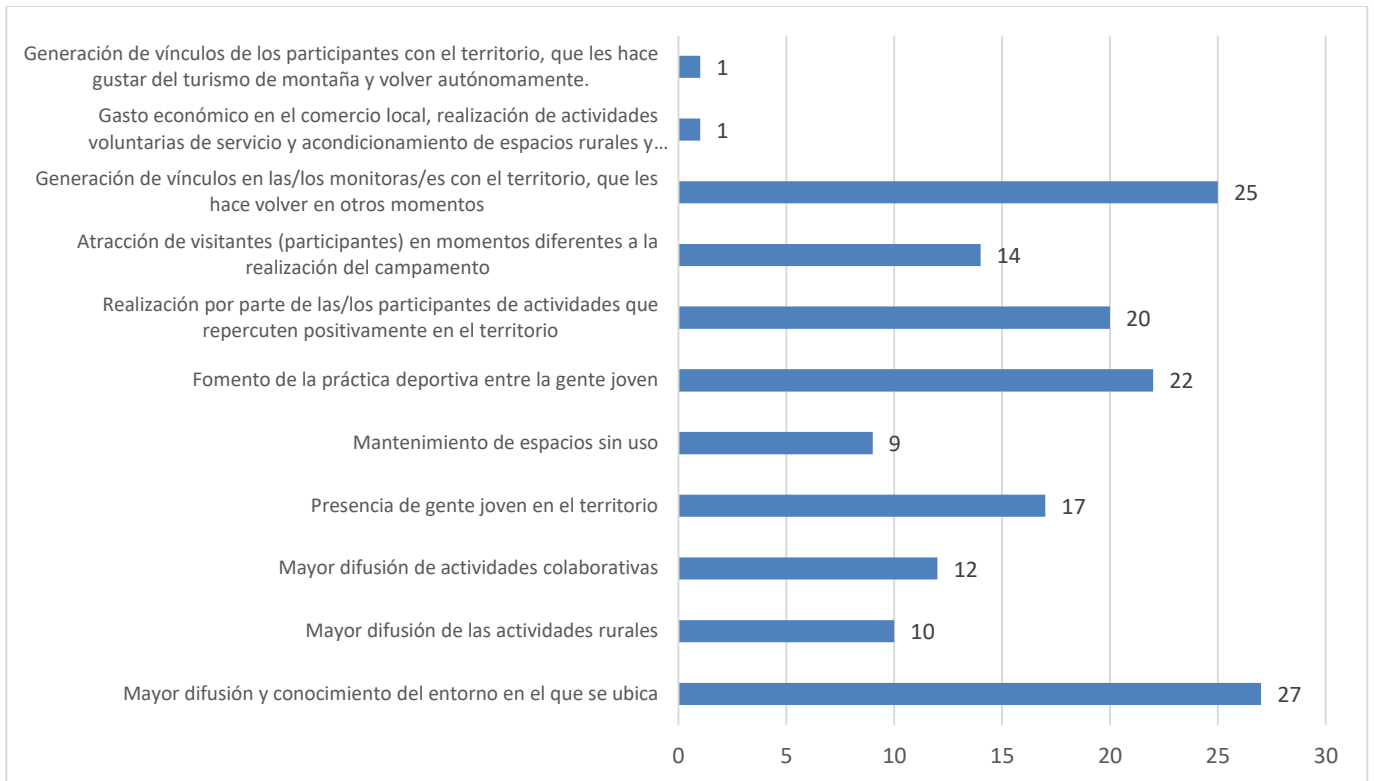
Completamos ahora este impacto cualitativo con una exploración de otras variables que generan un capital social en los territorios en los que estas actividades se desarrollan. Resumimos los principales resultados sobre el impacto social obtenidos del cuestionario realizado.

Para acercarnos a estos elementos, en la encuesta realizada a los/las responsables de estas actividades, incluimos un conjunto de preguntas relativas a otros potenciales impactos sociales de esta actividad de tiempo libre en el territorio rural donde se realizan.

En primer lugar, se ha preguntado sobre los potenciales impactos sociales positivos que se cree que ejerce la celebración de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil sobre la localidad, mediante una pregunta de respuesta múltiple. Los resultados muestran que la práctica totalidad de los/as encuestados/as señala que dichas acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil generan una mayor difusión y conocimiento del entorno en el que se desarrollan (90%). Igualmente, más del 70% de las respuestas constatan el papel de estas actividades para el fomento de la actividad deportiva, así como la oportunidad que suponen para la generación de vínculos en las/los monitoras/es con el territorio, lo que les hace volver en otros momentos.

Además, más de la mitad de las respuestas hacen referencia a la realización por parte de las/los participantes de actividades que repercuten positivamente en el territorio, así como la presencia de gente joven en el mismo durante estos periodos. Ver Gráfico 52.

Gráfico 52. Otros impactos sociales positivos



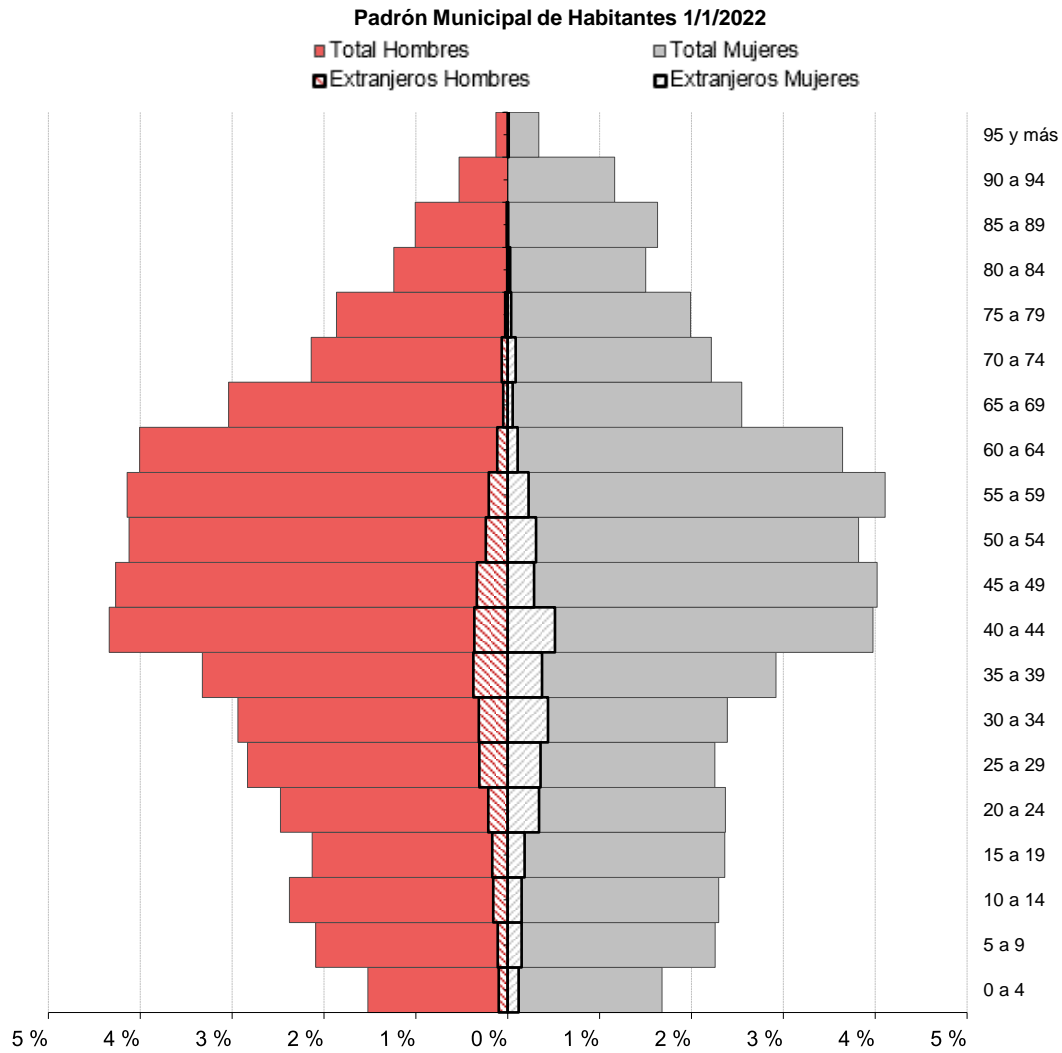
Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

En las respuestas abiertas se destaca también la posibilidad de generar empleo en el mundo rural, cuando se trata de empresas con monitores/as contratados/as, así como la activación de los establecimientos del entorno en los que se realizan algunas compras. Se incide en la potenciación de las visitas al entorno y cómo, a raíz de estas actividades, varios acampados/as y familias han elegido el Pirineo aragonés como lugar de veraneo personal después de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil.

Se destaca de nuevo que “ver gente joven en los municipios rurales llena de vida los pueblos”, la “conexión intergeneracional de los habitantes de tercera edad con los muchachos”. Puede verse, en el Gráfico 53, la pirámide de edad de población de La Jacetania y, en el

Gráfico 54, la de Sobrarbe, comarcas donde mayores gastos directos se realizan en actividades juveniles en el medio natural.

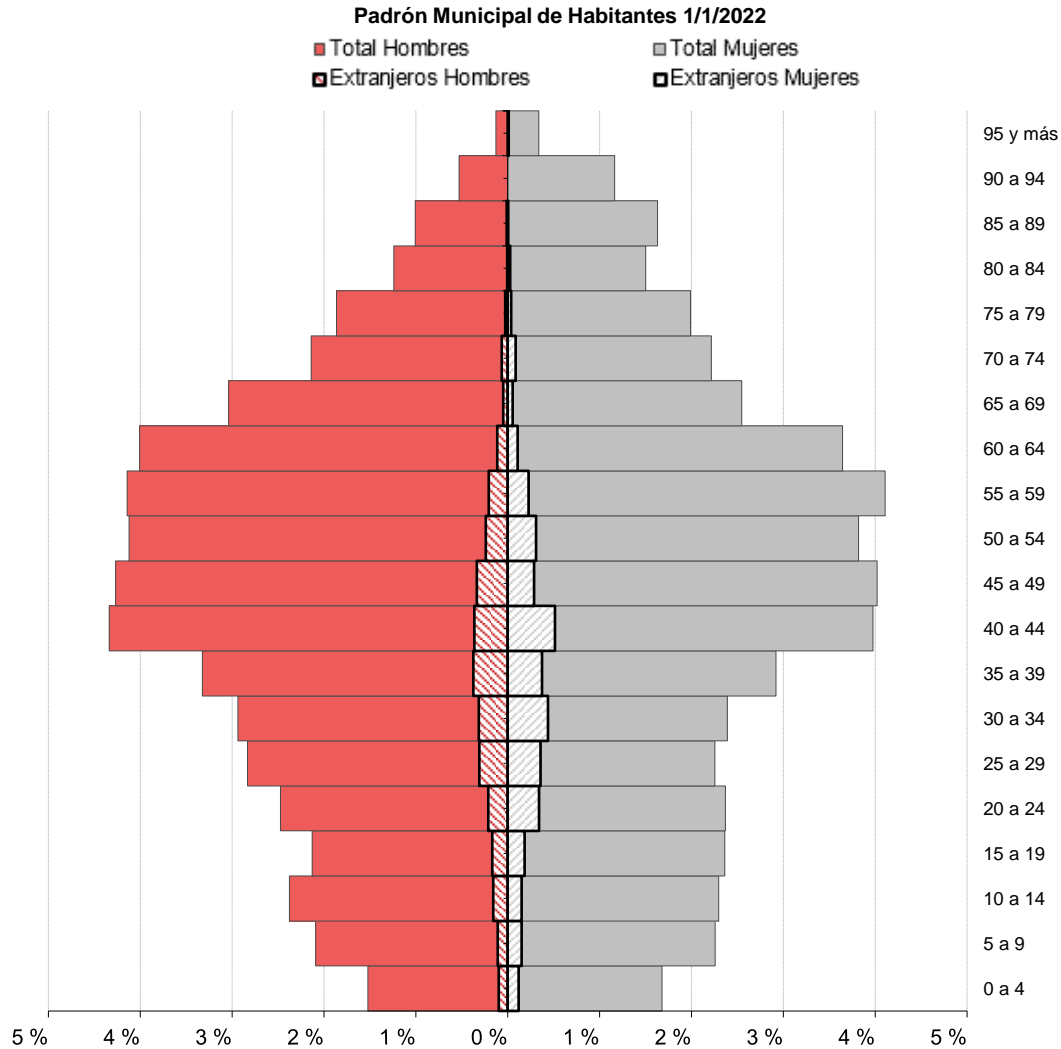
Gráfico 53. Pirámide de edad de población en La Jacetania



Nota: porcentajes sobre un total de población de 18.460 más 1.281 de población extranjera.

Fuente: <https://www.aragon.es/-/piramides-de-poblacion.-aragon>.

Gráfico 54. Pirámide de edad de población en Sobrarbe



Nota: porcentajes sobre un total de población de 7.755 más 975 de población extranjera.

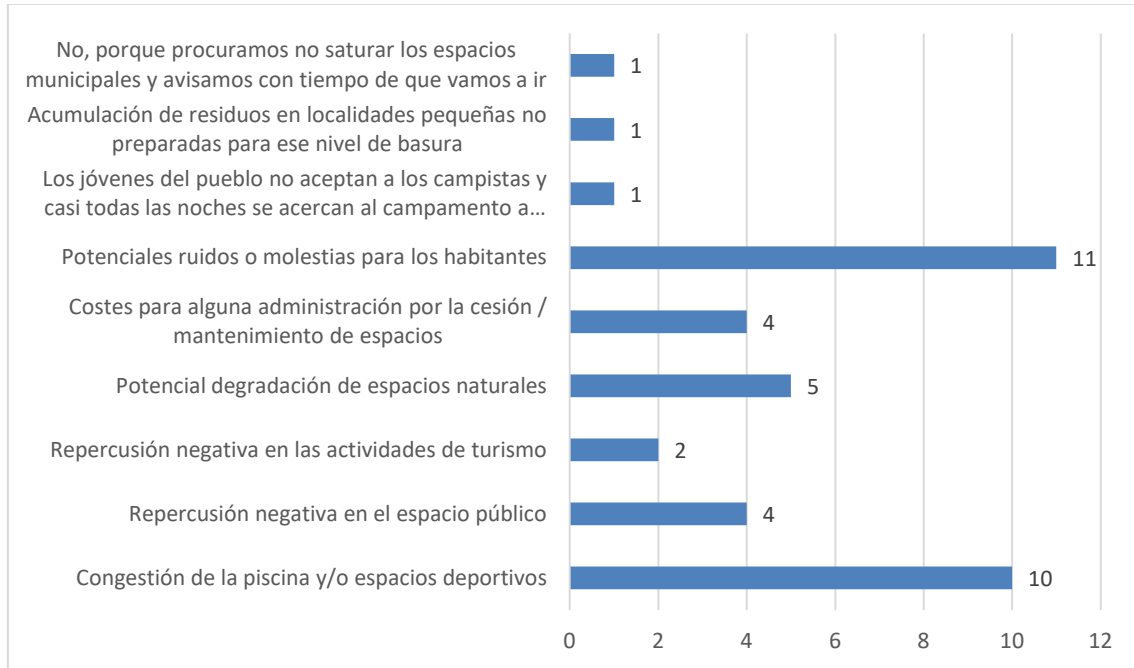
Fuente: <https://www.aragon.es/-/piramides-de-poblacion.-aragon>.

Es de destacar que un 40% de los/as encuestados/as hace referencia a que durante la realización de la actividad algunas familias de las/los participantes permanecen en la zona de la realización de la actividad de acampada, colonia o campo de voluntariado juvenil, lo que puede suponer un impacto adicional en las actividades económicas de la zona.

Preguntamos también por los potenciales efectos negativos, en una pregunta de respuesta múltiple, destacando los potenciales ruidos y molestias, así como la potencial congestión de la piscina y/o espacios deportivos. Otros elementos relacionados con la degradación de espacios, acumulación de residuos o problemas de integración en el espacio y con los habitantes no son destacados en general

como problemas relevantes. Los porcentajes de respuestas respecto a esta información pueden verse en el Gráfico 55.

Gráfico 55. Impactos sociales negativos



Fuente: respuestas de la encuesta realizada.

Finalmente, se ha preguntado sobre los impactos que la experiencia de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil puede tener en las/los participantes. En este sentido, no cabe duda en destacar que la experiencia aporta mayor independencia, mejora en las habilidades sociales y mayor facilidad para las relaciones, confianza en sí mismas/os y mayor disposición a probar cosas nuevas.

6. CONCLUSIONES

La creciente afluencia de practicantes de actividades juveniles de tiempo libre en el medio natural aragonés, y sus acompañantes, puede suponer un importante impulso económico y también social para las zonas, generalmente zonas rurales, en las que estas actividades se realizan. Además, cabe destacar la relevancia de incentivar a los/as jóvenes a hacer deporte por salud y porque favorece el desarrollo de la capacidad de realizar actividades más colaborativas, etc., sobre todo las actividades grupales. No cabe duda tampoco de que promover una “vida sana” también es algo respetuoso con el medio ambiente y la movilidad sostenible, etc.

La realización de prácticas que vinculen la colaboración en distintas actividades, deportivas o tareas de la vida cotidiana, con el deporte y el respeto por el medio ambiente, son de gran relevancia, especialmente para las generaciones futuras. Las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil de Aragón son un ejemplo de ello. Pero además de los efectos positivos en estos términos más sociales, pueden suponer una fuente importante de ingresos y generación de empleo en las zonas, generalmente zonas rurales, donde se desarrollan estas actividades.

En este contexto, el objetivo de este trabajo era estimar el impacto económico y social de las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón.

Como elemento altamente novedoso en este tipo de análisis socio-económicos podemos destacar el alto nivel de detalle espacial, que nos permite ver los resultados en términos de valor añadido por comarcas. Además, también nos aproximamos al impacto social mediante una profundización en términos de bienestar de la población donde tienen lugar las actividades, así como de otras cuestiones más de tipo cualitativo.

Para todo ello seguimos la metodología propuesta por Duarte et al. (2022), que, como se ha comentado anteriormente, ofrece un conjunto de criterios e indicaciones sobre los instrumentos a utilizar para la valoración de los impactos económicos y sociales asociados al desarrollo de actividades en el medio natural.

En Duarte et al. (2022) se indica que existen taxonomías de factores que pueden resultar condicionantes del impacto económico y que han de tenerse en cuenta para valorar la actividad y la profundidad con la que se quiere medir el impacto. Entre esos aspectos podemos destacar la regularidad con la que se practican las actividades, asistencia de participantes y origen, espacio, infraestructuras necesarias, y tipología de la actividad o evento. Teniendo todas estas cuestiones en cuenta, además de todo lo detallado en la sección 3 sobre el cuestionario, construimos el vector de gasto directo asociado a las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón. Como hemos visto, éstos se conforman por unos gastos de desplazamiento, de estancia, de manutención, gastos vinculados a las actividades realizadas, etc.

Una de las principales aportaciones de la guía metodológica de Duarte et al. (2022) es la de destacar la importancia de los gastos indirectos que pueden generarse en cualquier actividad. En especial, el análisis input-output se destaca como metodología idónea para esta cuestión.

La aproximación al impacto social es altamente compleja, con metodologías menos definidas y concretas en la literatura. Sin embargo, sí que existen bloques de cuestiones sobre posibles efectos positivos y negativos, que deben valorarse a la hora de considerar el impacto social. Para la valoración del impacto social también hemos seguido la propuesta de Duarte et al. (2022), donde se realiza un

importante esfuerzo por ofrecer una aproximación a aquellos elementos de interés para el desarrollo de actividades deportivas en el medio natural, especialmente en el territorio aragonés.

Todas estas cuestiones se tienen en cuenta en la encuesta, adaptada de la que se propuso en el *Informe guía sobre el contenido y la metodología que deberán seguir los Estudios socioeconómicos de las Actividades deportivas en el medio Natural*, realizada a directores/as de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil de Aragón. A partir de ella construimos el vector de gasto o impacto directo y, a través de la metodología input-output, el impacto indirecto. De la encuesta también obtenemos el impacto social.

Con todo ello, como se ha visto en la Tabla 3, nuestras estimaciones sugieren que de todo el valor añadido generado en España gracias a estas actividades (15.881.775 euros), una parte importante (10.022.534 euros) se queda en Aragón. La provincia de Huesca es la más beneficiada, con un incremento en el valor añadido de más de 5 millones de euros. La provincia de Teruel tiene un impacto económico menor, con un valor añadido asociado a las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil de 860.227 euros. En el caso de la provincia de Zaragoza, ésta muestra un impacto económico de 4.118.246 euros en valor añadido.

Observando el valor añadido asociado a las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil como porcentaje del valor añadido total de cada comarca, como hemos visto en la Tabla 5 y en el Gráfico 51, podemos ver que la comarca más beneficiada es Sobrarbe, donde el valor añadido generado gracias a las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil supone casi un 1%, seguida de La Jacetania, Sierra de Albarracín, La Ribagorza y Maestrazgo.

De todo esto se deduce que, aunque pueda parecer que la cantidad de valor añadido asociada a las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en términos absolutos no sea muy elevada en algunas comarcas, sí que puede ser muy relevante en términos porcentuales, y sobre todo teniendo en cuenta que generalmente se trata de zonas rurales y cuya mayor actividad tiene lugar en los meses de invierno, especialmente en la zona del Pirineo (como se ha comentado, La Jacetania, Sobrarbe, La Ribagorza y Alto Gállego son comarcas que reciben un alto porcentaje de valor añadido sobre su valor añadido total gracias a las actividades de acampadas, colonias o campos de voluntariado juvenil) o Valdelinares (la comarca de Gúdar-Javalambre también se ve altamente beneficiada de las actividades de acampadas, colonias o campos de voluntariado juvenil), por las pistas de esquí, y que las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón pueden suponer una fuente importante de ingresos en la temporada de verano especialmente.

Además, analizamos en profundidad, a través de la encuesta enviada a directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil, el impacto social potencial asociado a estas actividades.

Los resultados sugieren que las actividades de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil en Aragón generan una mayor difusión y conocimiento del entorno en el que se desarrollan (un 90% de los/as encuestados/as). Igualmente, más del 70% de las respuestas constata el papel de estas actividades para el fomento de la actividad deportiva, así como la oportunidad que suponen para la generación de vínculos de las/los monitoras/es con el territorio, lo que les puede hacer volver en el futuro. También parece que la realización de actividades repercute positivamente en el territorio, y se constata la presencia de gente joven en el mismo durante estos periodos.

Se destaca en la parte de impacto social de la encuesta la posibilidad de generar empleo en el mundo rural, cuando se trata de empresas con monitores/as contratados/as, así como la activación de

los establecimientos del entorno en los que se realizan algunas compras, percepción que queda constatada con el análisis del impacto económico, donde se ha destacado que en zonas rurales el porcentaje que representa el valor añadido asociado a estas actividades puede ser muy relevante. Como se ha dicho en la sección 5, se incide en la potenciación de las visitas al entorno y cómo, a raíz de estas actividades, varios acampados/as y familias han elegido el Pirineo aragonés como lugar de veraneo personal después de las acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil.

Sin embargo, también pueden aparecer efectos negativos, como ruidos o molestias, así como la potencial congestión de la piscina y/o espacios deportivos. Otros elementos relacionados con la degradación de espacios, acumulación de residuos o problemas de integración en el espacio y con los habitantes no son destacados en general como problemas relevantes, según la encuesta realizada.

No cabe duda de que la experiencia aporta a las/los participantes mayor independencia, mejora en las habilidades sociales y mayor facilidad para las relaciones, confianza en sí mismos/as y mayor disposición a probar cosas nuevas.

Como nuestros resultados sugieren, la generación y mantenimiento de una oferta de este tipo de actividades, bajo modelos de gestión sostenibles, puede contribuir al desarrollo económico y social de los entornos donde estas actividades se desarrollan, sin olvidar el potencial impacto social positivo en los/as participantes de las actividades.

Además, estas actividades pueden suponer una vía de mantener el escaso tejido social que sigue viviendo y sosteniendo las zonas donde se desarrollan estas actividades, generalmente rurales, que albergan el patrimonio y el medio natural.

REFERENCIAS

- Almazán-Gómez, M.Á., 2020. Water governance in the Ebro River Basin : Construction of a multiregional and multisectoral hydro-economic model. Faculty of Economics and Business Studies. University of Zaragoza.
- Almazán-Gómez, M.Á., Duarte, R., Langarita, R., Sánchez-Chóliz, J., 2019. Effects of water re-allocation in the Ebro river basin: A multiregional input-output and geographical analysis. *J. Environ. Manage.* 241, 645–657. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.03.042>
- Almazán-Gómez, M.Á., Llano, C., Pérez, J., Mandras, G., 2023. The European regions in the Global Value Chains: new results with new data. *Pap. Reg. Sci.* In press. <https://doi.org/10.1111/pirs.12760>
- BOA, 2018. Decreto 74/2018, de 24 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento de las actividades juveniles de tiempo libre en la Comunidad Autónoma de Aragón en su modalidad de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil. *Boletín Oficial de Ara. España.*
- Bureau Van Dijk, 2017. Iberian Balances Analysis System - Sistema de Análisis de Balances Ibericos (SABI) [WWW Document]. URL <https://sabi.bvdinfo.com>
- Daniels, M.J., Norman, W.C., Henry, M.S., 2004. Estimating income effects of a sport tourism event. *Ann. Tour. Res.* 31, 180–199. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.10.002>
- del Romero Renau, L., 2010. Two decades of planning-show in Spain: the big events as the engine of urban change. *Bull. Assoc. Spanish Geogr.* 53, 413–418.
- Duarte, R., Cazcarro, I., Fernández-Comuñas, J., Langarita, R., Sánchez-Chóliz, J., Tapia, J., 2022. Informe guía sobre el contenido y la metodología que deberán seguir los Estudios socioeconómicos de las Actividades deportivas en el medio Natural. Dirección General de Interior y Protección Civil. Gobierno de Aragón.
- Duarte, R., Jiménez, S., Langarita, R., Sánchez-Chóliz, J., 2015. Evaluating the structural effects of a big cultural event: The case of the International Expo Zaragoza 2008. *Reg. Sect. Econ. Stud.* 15.
- ESPON, 2022. Dataset for Interregional relations in Europe, Applied research project [WWW Document].
- Gibson, H.J., 1998. Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Manag. Rev.* 1, 45–76. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)
- Gobierno de España, 2021. Anuario de estadística 2021. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Gregory, R.B., 2018. La influencia de los eventos deportivos como motivación en la elección de un destino turístico y como motor de desarrollo del mismo. *J. Sport Soc. Sci.* 1. <https://doi.org/10.6093/2611-6693/5778>
- Herrero, L.C., Sanz, J.Á., Devesa, M., Bedate, A., del Barrio, M.J., 2006. The Economic Impact of Cultural Events: A Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *Eur. Urban Reg. Stud.* 13. <https://doi.org/10.1177/0969776406058946>

- IAJ, 2022. Datos proporcionados por el Insituto Aragonés de la Juventud específicamente para este estudio.
- IAJ, 2018. Actividades juveniles Aragón. Instituto Aragonés de la Juventud.
- INE, 2023. Padrón municipal a 1 de enero de 2023 [WWW Document].
- Junius, T., Oosterhaven, J., 2003. The solution of updating or regionalizing a matrix with both positive and negative entries. *Econ. Syst. Res.* 15, 87–96. <https://doi.org/10.1080/0953531032000056954>
- Langarita, R., Cazcarro, I., 2022. The socio-economic impact of sports tourism events in rural areas and losses from COVID19: a case study in Spain. *Appl. Econ.* 1–15. <https://doi.org/10.1080/00036846.2022.2044997>
- Langarita, R., Sánchez-Chóliz, J., 2013. Actualización de la tabla input-output de Aragón: 2008, 2009 y 2010. Proyecto Fin de Máster, Unizar. ed.
- Lee, C.-K., Taylor, T., 2005. Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tour. Manag.* 26, 595–603. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.03.002>
- Lenzen, M., Wood, R., Gallego, B., 2007. Some comments on the GRAS method. *Econ. Syst. Res.* 19, 461–465. <https://doi.org/10.1080/09535310701698613>
- Leontief, W., 1941. The structure of American economy 1919-1929: An empirical application of equilibrium analysis. Cambridge, Massachusetts. Harvard Univ. Press.
- Masa'deh, R., Nasseef, M.A., Alshayeb, H., Ojilat, J., Alshafiee, M., 2017. The Effect of Sport Tourism Management on Support for Tourism Development. *J. Manag. Strateg.* 8, 20. <https://doi.org/10.5430/jms.v8n3p20>
- MECD, 2018. Anuario de Estadísticas Deportivas. 2013-2018. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Medina, F.X., Sánchez Martín, R., 2005. Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España. *PASOS Rev. Tur. y Patrim. Cult.* 3, 97–107. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.007>
- Miller, R.E., Blair, P.D., 2009. Input-Output Analysis: Foundations and Extensions, Cambridge Books from Cambridge University. Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Palco23, 2017. Barómetro 2017. Toda La Información Económica Del Negocio Del Deporte.
- Pérez, L.P. y Sánchez, Á.C., 2010. Estimación de la Matriz de Contabilidad Social de Aragón 2005 Ángeles Cámara Sánchez. *Fund. Econ. Aragon.* 53.
- Pérez y Pérez, L., Parra Rodríguez, F., 2009. Estructura productiva y actualización del Marco Input-Output de Aragón 2005, Consejo económico y social de Aragón.
- Ramírez Hurtado, J.M., Ordaz Sanz, J.A., Rueda-Cantuche, J.M., 2007. Social and economic impact assessment of relevant sporting events in local communities: The case of the ITF Female Tennis Championship held in Seville in 2006 | Evaluación del impacto económico y social de la

celebración de grandes eventos deportivos a ni. *Rev. Metod. Cuantitativos para la Econ. y la Empres.* 3, 20–39.

Remond-Tiendrez, I., Rueda-Cantucho, J.M., 2019. EU inter-country supply, use and input-output tables — Full international and global accounts for research in input-output analysis (FIGARO), Statistical Working Papers (EUROSTAT). Luxembourg.

Rivera Mateos, M., 2018. Turismo activo, recreación al aire libre y deportes de naturaleza: una lectura geográfica. *Boletín la Asoc. Geógrafos Españoles* 462–492. <https://doi.org/10.21138/bage.2548>

Smith, A., 2005. Reimagining the city: The value of sport initiatives. *Ann. Tour. Res.* 32, 217–236. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.007>

Thissen, M., Diodato, D., van Oort, F., 2013. Integrated Regional Europe: European Regional Trade Flows in 2000, PBL Netherlands Assessment Agency. The Hague.

Thissen, M., Ivanova, O., Mandras, G., Husby, T., 2019. European NUTS 2 regions: construction of interregional trade-linked Supply and Use tables with consistent transport flows (No. JRC115439). Seville.

Thissen, M., Lankhuizen, M., van Oort, F., Los, B., Diodato, D., 2018. EUREGIO: The Construction of a Global IO Database With Regional Detail for Europe for 2000–2010. SSRN Electron. J. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3285818>

ANEXO A: ENCUESTA ENVIADA A DIRECTORES/AS DE ACAMPADAS, COLONIAS Y CAMPOS DE VOLUNTARIADO JUVENIL

Tabla A 1. Encuesta enviada a directores/as de acampadas, colonias y campos de voluntariado juvenil

Información del/a director/a del campamento	
1	Sexo
2	Edad
3	¿Es usted la persona que dirige u organiza el campamento?
4	¿Es la tarea de dirección su actividad principal?
5	¿Ejerce la dirección de forma voluntaria?
6	Años de experiencia en dirección de un campamento
Información básica del campamento	
7	Municipio donde se realiza el campamento principal
8	Número anual de participantes del campamento principal, incluyendo todos los turnos
9	Número de turnos del campamento en Aragón (cada vez que se cambia de participantes)
10	Duración de cada turno del campamento en días (cada vez que se cambia de participantes)
11	Estación del año en la que tiene lugar el campamento principal
12	Precio base por participante y turno (€)
13	¿Si se apuntan dos o más hermanas/os, reciben descuento?
14	En caso afirmativo: ¿Qué porcentaje de descuento reciben por participante?
15	¿La organización del campamento recibe subvención para la realización del mismo?
16	En caso afirmativo: ¿Qué porcentaje (%) total del coste del campamento cubre?
Información sobre costes totales y por grupos de gasto	
17	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Pernocta]
18	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Restauración y manutención]
19	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Transporte y desplazamientos]
20	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Actividades de turismo activo]
21	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Personal responsable o de apoyo (cocina, limpieza...): salarios y otros gastos]
22	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Gasto en suministros (Agua, energía, gas...)]
23	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Gastos financieros y de gestión (gastos de gestoría, comisiones bancarias...)]
24	¿Qué porcentaje del gasto (coste) total va destinado a ...? [Otros gastos]
25	Coste (Gasto) total anual del campamento (todos los turnos) (€)

Alojamiento	
26	¿Qué tipo de alojamiento principal utiliza?
27	En caso de haber elegido "Espacio cedido por la administración local": ¿de qué tipo de espacio se trata?
Restauración y manutención	
28	Tipo de régimen de alimentación
29	¿Dónde se realizan las comidas?
30	En caso de que el campamento cuente con su propio personal de cocina: ¿Qué porcentaje (%) de los productos se compran... (recuerde que la suma de las 4 filas no debería de ser muy diferente al 100%) [En el municipio]
31	En caso de que el campamento cuente con su propio personal de cocina: ¿Qué porcentaje (%) de los productos se compran... (recuerde que la suma de las 4 filas no debería de ser muy diferente al 100%) [En el resto de la comarca donde se realiza la actividad]
32	En caso de que el campamento cuente con su propio personal de cocina: ¿Qué porcentaje (%) de los productos se compran... (recuerde que la suma de las 4 filas no debería de ser muy diferente al 100%) [En el resto de Aragón]
33	En caso de que el campamento cuente con su propio personal de cocina: ¿Qué porcentaje (%) de los productos se compran... (recuerde que la suma de las 4 filas no debería de ser muy diferente al 100%) [Fuera de Aragón]
Transporte y desplazamientos	
34	¿Cómo se realiza el transporte de los/las participantes desde su lugar de residencia hasta el lugar del campamento?
35	¿Qué medio de transporte se utiliza para la realización de actividades durante la duración del campamento (e.g. desplazamiento para la realización de actividades)?
36	Porcentaje (%) de participantes de los diferentes orígenes (recuerde que la suma de las 6 filas no debería ser muy diferente al 100%) [De la propia comarca donde se realiza la actividad]
37	Porcentaje (%) de participantes de los diferentes orígenes (recuerde que la suma de las 6 filas no debería ser muy diferente al 100%) [Del resto de Aragón]
38	Porcentaje (%) de participantes de los diferentes orígenes (recuerde que la suma de las 6 filas no debería ser muy diferente al 100%) [De Provincias colindantes (Soria, Navarra, Lérida, Tarragona, Castellón, Guadalajara y Cuenca)]
39	Porcentaje (%) de participantes de los diferentes orígenes (recuerde que la suma de las 6 filas no debería ser muy diferente al 100%) [De otras provincias de España]
40	Porcentaje (%) de participantes de los diferentes orígenes (recuerde que la suma de las 6 filas no debería ser muy diferente al 100%) [De Francia]
41	Porcentaje (%) de participantes de los diferentes orígenes (recuerde que la suma de las 6 filas no debería ser muy diferente al 100%) [De Otros países]
Actividades de turismo activo	
42	Número total de actividades de aventura, senderistas y de montaña durante todos los campamentos realizados en Aragón
43	¿Qué actividades de aventura, senderistas y de montaña realiza durante todos los campamentos llevados a cabo en Aragón?

44	Porcentaje (%) de las actividades de aventura, senderistas y de montaña que se contratan a empresas externas durante la realización de campamentos en Aragón.
45	En el caso de aquellas actividades de aventura, senderistas y de montaña durante la realización de campamentos en Aragón que no se contratan a empresas externas, el equipamiento es
46	En caso de que el material sea alquilado: ¿Se alquila en el municipio/comarca o en el resto de Aragón?
47	En caso de que el material sea propio: ¿Se compra en el municipio/comarca o en el resto de Aragón?
Empleados/as	
48	¿Con cuántas/os monitoras/es cuenta el campamento? (Que perciban una retribución por su trabajo)
49	¿Con cuánto personal de dirección cuenta el campamento (director/a, tesorero/a, portavoces...)?
50	De dichos puestos de dirección (director/a, tesorero/a, portavoces...): ¿cuántas personas cobran (no marginalmente, sino como un sueldo) por su trabajo para el campamento/colonia?
51	¿Con cuántas personas remuneradas (además del monitorado y personal de dirección) cuenta el campamento?
52	¿Qué % del personal del campamento son...? (de nuevo, la suma de las 4 categorías debería ser de en torno al 100%) [Personal de cocina]
53	¿Qué % del personal del campamento son...? (de nuevo, la suma de las 4 categorías debería ser de en torno al 100%) [Personal de limpieza]
54	¿Qué % del personal del campamento son...? (de nuevo, la suma de las 4 categorías debería ser de en torno al 100%) [Monitoras/es]
55	¿Qué % del personal del campamento son...? (de nuevo, la suma de las 4 categorías debería ser de en torno al 100%) [Otras actividades]
56	¿Con cuántas/os voluntarias/os cuenta el campamento?
57	Porcentaje de personal responsable (monitorado) o de apoyo remunerado (cocina, limpieza, etc.). De nuevo, la suma de las 6 filas debería ser de en torno al 100% [Municipio donde se realiza el campamento]
58	Porcentaje de personal responsable (monitorado) o de apoyo remunerado (cocina, limpieza, etc.). De nuevo, la suma de las 6 filas debería ser de en torno al 100% [Resto de la comarca]
59	Porcentaje de personal responsable (monitorado) o de apoyo remunerado (cocina, limpieza, etc.). De nuevo, la suma de las 6 filas debería ser de en torno al 100% [Resto de Aragón]
60	Porcentaje de personal responsable (monitorado) o de apoyo remunerado (cocina, limpieza, etc.). De nuevo, la suma de las 6 filas debería ser de en torno al 100% [De provincias colindantes (Soria, Navarra, Lérida, Tarragona, Castellón, Guadalajara...)]
61	Porcentaje de personal responsable (monitorado) o de apoyo remunerado (cocina, limpieza, etc.). De nuevo, la suma de las 6 filas debería ser de en torno al 100% [De otras provincias de España]
62	Porcentaje de personal responsable (monitorado) o de apoyo remunerado (cocina, limpieza, etc.). De nuevo, la suma de las 6 filas debería ser de en torno al 100% [De otro país]
Gasto en suministros (Agua, energía, gas...)	
63	¿Cuál solía ser el gasto anual de energía del campamento en Aragón años anteriores al 2022 (e.g. en 2018, 2019...) y años no pandémicos? (€)
64	¿Y cuánto ha sido el gasto anual del campamento en Aragón en suministros en 2022?

Gastos financieros y de gestión	
65	Gasto aproximado anual en gastos financieros (comisiones bancarias) a lo largo del año (€)
66	Gasto aproximado anual en otros gastos de gestión (gastos de gestoría) a lo largo del año 2022 (€)
Gasto en recuerdos y souvenirs	
67	¿Cuánto es el gasto medio por participante en souvenirs, regalos u otras compras que realicen de manera independiente?
68	¿Hay día de visita de padres/madres/tutores/as?
69	En caso afirmativo: ¿Cuántos días de visita de padres/madres/tutores/as, hay por turno?
Otras actividades: Juegos, deportes, visitas culturales...	
70	¿Se realiza gasto en centros deportivos u otros centros de cualquier índole en el entorno del campamento?
71	En caso afirmativo: ¿En qué tipo de centros?
72	¿Qué porcentaje (%) del material utilizado para otras actividades (como material deportivo, material para manualidades, material para otros juegos, fiestas, etc.) se compra en ... ? [El municipio/localidad donde se realiza el campamento]
73	¿Qué porcentaje (%) del material utilizado para otras actividades (como material deportivo, material para manualidades, material para otros juegos, fiestas, etc.) se compra en ... ? [El resto de la comarca donde se realiza la actividad]
74	¿Qué porcentaje (%) del material utilizado para otras actividades (como material deportivo, material para manualidades, material para otros juegos, fiestas, etc.) se compra en ... ? [El resto de Aragón]
75	¿Qué porcentaje (%) del material utilizado para otras actividades (como material deportivo, material para manualidades, material para otros juegos, fiestas, etc.) se compra en ... ? [Online]
76	¿Qué cesiones gratuitas o a bajo coste (más del 70% de descuento) realiza el ayuntamiento /administración?
77	Gasto medio por participante y día en seguros (€)
Otros gastos	
78	Otros gastos (€) [Gasto (medio anual) en cursos de formación]
79	Otros gastos (€) [Gasto (medio por participante y día) en licencias federativas de la modalidad deportiva realizada]
80	Otros gastos (€) [Gasto aprox. (anual) en material de papelería]
81	Otros gastos (€) [Gasto aprox. (anual) en compra de ropa, textil (sábanas...)]
82	Otros gastos (€) [Gasto aprox. (anual) en servicios de limpieza (si se contrata; por el contrario, si todo se hace por personal contratado y en el campamento, indicar con cruz)]
Implicaciones sociales	
83	¿Qué otros impactos sociales positivos crees que ejerce la celebración de campamentos / colonias en la localidad?
84	¿Crees que puede haber alguna afección o impacto negativo para las/los habitantes de la

	localidad donde se realiza la actividad?
85	¿Crees que hay algún otro impacto positivo o negativo que suelen percibir (sea real o no) las/los habitantes del entorno (municipio, comarca, etc...)?
86	¿Qué impactos positivos crees que tienen los campamentos en las/los participantes?
87	¿Por qué se realiza el campamento / colonia en ese municipio en concreto ?
88	¿Durante la realización de la actividad, algunas familias de las/los participantes permanecen en la zona de la realización del campamento?
Otros comentarios y aclaraciones	
89	¿Qué otra información relevante te parece que podría indicarse, o quieres aportar para comprender el impacto o la repercusión social de actividades como la de los campamentos/colonias en el territorio?
90	¿Qué preguntas te gustaría matizar/explicar/indicar... que no se han planteado o podido contestar claramente?
91	Cuadro para comentar libremente

Fuente: elaboración propia.

ANEXO B: IMPACTOS EN VALOR AÑADIDO
Tabla B 1. Impactos en valor añadido (Euros)

	Valor añadido (euros)	Variación de valor añadido	Variación porcentual de valor añadido	Porcentaje sobre la variación total de valor añadido
01-La Jacetania	331.383.018	1.500.981	0,45%	9,45%
02-Alto Gállego	373.984.665	276.586	0,07%	1,74%
03-Sobrarbe	184.778.305	1.677.065	0,91%	10,56%
04-La Ribagorza	341.895.073	384.638	0,11%	2,42%
05-Cinco Villas	771.748.777	306.886	0,04%	1,93%
06-Hoya de Huesca / Plana de Uesca	1.390.375.314	315.919	0,02%	1,99%
07-Somontano de Barbastro	522.152.469	202.685	0,04%	1,28%
08-Cinca Medio	587.868.651	123.049	0,02%	0,77%
09-La Litera / La Llitera	604.804.536	169.752	0,03%	1,07%
10-Los Monegros	702.954.850	179.800	0,03%	1,13%
11-Bajo Cinca / Baix Cinca	761.620.070	213.587	0,03%	1,34%
12-Tarazona y el Moncayo	323.566.997	141.823	0,04%	0,89%
13-Campo de Borja	325.036.813	81.204	0,02%	0,51%
14-Aranda	191.944.582	26.089	0,01%	0,16%
15-Ribera Alta del Ebro	1.394.362.724	196.073	0,01%	1,23%
16-Valdejalón	865.539.280	212.263	0,02%	1,34%
17-Central	17.590.448.330	2.461.335	0,01%	15,50%
18-Ribera Baja del Ebro	248.963.578	42.269	0,02%	0,27%
19-Bajo Aragón-Caspe / Baix Aragó-Casp	379.155.049	67.514	0,02%	0,43%
20-Comunidad de Calatayud	752.224.850	203.984	0,03%	1,28%
21-Campo de Cariñena	303.383.051	84.138	0,03%	0,53%
22-Campo de Belchite	104.780.256	22.342	0,02%	0,14%
23-Bajo Martín	162.979.359	44.992	0,03%	0,28%
24-Campo de Daroca	142.985.327	88.916	0,06%	0,56%
25-Jiloca	298.253.631	60.580	0,02%	0,38%
26-Cuencas Mineras	159.295.841	55.220	0,03%	0,35%
27-Andorra-Sierra de Arcos	189.890.644	71.592	0,04%	0,45%
28-Bajo Aragón	558.416.131	108.533	0,02%	0,68%
29-Comunidad de Teruel	1.207.637.363	197.747	0,02%	1,25%
30-Maestrazgo	63.462.472	68.533	0,11%	0,43%
31-Sierra de Albarracín	109.471.342	183.409	0,17%	1,15%
32-Gúdar-Javalambre	179.128.041	179.670	0,10%	1,13%
33-Matarraña / Matarranya	213.121.906	73.360	0,03%	0,46%
Total Aragón	32.337.613.296	10.022.534	0,03%	63,11%
Resto de España	1.020.842.388.825	5.859.241	0,00%	36,89%
Total España	1.053.180.002.121	15.881.775	0,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia.