



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Estudio de casos de las Exposiciones Universales e Internacionales. Un análisis de *Stakeholders*

Case Study of Universal and International Exhibitions. Stakeholder's analysis.

Autora:

Tatiana González Armijos

Directora:

Nieves García Casarejos

Facultad de Economía y Empresa / Universidad de Zaragoza
2015/2016

Autora del trabajo: Tatiana González Armijos.

Directora del trabajo: Nieves García Casarejos.

Título del trabajo: Estudio de Casos de las Exposiciones Universales e Internacionales. Un análisis de *Stakeholders*.

Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas.

RESUMEN

La competición entre ciudades por acoger u organizar grandes eventos, como por ejemplo las Olimpiadas o las Exposiciones Universales/Internacionales, va más allá de generar el denominado turismo de eventos o la construcción de infraestructuras.

En este trabajo se muestra como los grandes eventos generan efectos positivos, pero también pueden derivar en consecuencias adversas, que podrán ser de índole económica, social o cultural. Lo que se pretende en este trabajo es analizar las consecuencias post-Expo para los principales *stakeholders* que intervienen en un evento de estas características. Para ello, y a través de la metodología de estudio de casos, se analizarán 4 exposiciones, dos italianas y dos españolas, en diferentes momentos históricos, intentando determinar cuál ha sido el impacto de cada Expo sobre los distintos grupos de interés objeto de análisis, al tiempo que se realiza una comparación entre las cuatro EXPOs analizadas.

Con objeto de analizar el impacto económico, social y cultural de las exposiciones universales e internacionales seleccionadas, se estudiarán aspectos como el número de visitantes y su procedencia, el tipo de planificación urbanística de la ciudad de acogida, la evolución de diversos sectores –por ejemplo, empleo o sector turístico-, etc. Para abordar éstas y otras variables se han considerado los siguientes *stakeholders*: patrocinadores y socios, principales sectores implicados, proyectos urbanísticos desarrollados en las ciudades anfitrionas y opinión del evento por parte de la población de la ciudad anfitriona.

Este proyecto confirma que es necesaria una planificación previa y minuciosa, que incluya todas las variables afectadas, ya que de lo contrario el impulso económico y social que produce una exposición no podrá ser catalizado suficientemente, y sus efectos no se podrán alargar más allá de los meses que dura la exposición.

ABSTRACT

Competition between cities for receiving or organizing big events, such as the Olympics or the Universal/Internacional exhibitions, goes beyond generating the named tourism of events or the construction of infrastructures.

This work shows how major events generate positive effects, but may also derive to adverse consequences, which may be economic, social or cultural. What is claimed in this work is to analyze the consequences post-Expo for principal stakeholders involved in an event of this nature. Through the methodology of study of cases, 4 exhibitions, two Italian and two Spanish, will be analyzed in distinct moments in history. The impact of each Expo on the different groups of interest object of analysis will be determined; at the time a comparison between the four resolved EXPOs is realized.

In order to establish the economic, social and cultural impact of the universal and international exhibition selected, aspects will be studied such as the number of visitors and their origin, the type of urban planning of the host city, the evolution of different sectors - for example, employment or tourism -, etc. To address these and other variables, the following stakeholders have been considered: sponsors and partners, main involved sectors, urban developed projects and opinion of the event from the population of the hostesses cities.

This project confirms that prior and thorough planning is required, including all the affected variables, since otherwise the economic and social boost that produces an exhibition not may be catalyzed enough, and its effects cannot last longer than the exhibition.

ÍNDICE

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	6
2.	LAS EXPOSICIONES UNIVERSALES/INTERNACIONALES	7
2.1	Evolución histórica de las EXPOs	9
2.2	La medición del éxito de la exposición	11
3.	CASO DE ESTUDIO.....	12
3.1	Las EXPOs objeto de análisis.....	12
3.2	Contextualización de las EXPOs objeto de estudio.....	14
3.3	Estudio comparado	17
3.4	El legado	20
4.	ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES «STAKEHOLDERS».....	21
4.1	Patrocinadores y socios.....	21
4.2	Principales sectores implicados	26
4.3	Ciudad anfitriona	39
4.4	Opinión pública	42
5.	CONCLUSIONES	48
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	52
	ANEXO 1	55
	ANEXO 2	55
	ANEXO 3	56
	ANEXO 5	58

Cuadro, gráficos y tablas.

Cuadro 1. DAFO: efectos en la población de la ciudad anfitriona de una EXPO	43
Gráfico 1. Exposiciones Universales más representativas.....	10
Gráfico 2. Línea temporal de las EXPOs 1992-2016.....	13
Gráfico 3. Número de países participantes	18
Gráfico 4. Número de visitantes.....	19
Gráfico 5. Extensión de los recintos expositivos (en hectáreas).....	20
Gráfico 6. Número total de socios y patrocinadores	22
Gráfico 7. Composición patrocinadores y socios - Expo'08	24
Gráfico 8. Composición patrocinadores y socios - Expo'15	25
Gráfico 9. Evolución del número de turistas e ingresos por turismo.	29
Gráfico 10. Evolución del VAB por sectores en Aragón.....	31

Gráfico 11. Comparativa tasa de paro.....	32
Gráfico 12. Paro registrado por sectores en Aragón. Años 2006 - 2015	33
Gráfico 13. Distribución de la ocupación por sectores pre-Expo'15.	35
Gráfico 14. Distribución de la ocupación por sectores post -Expo'15.	36
Gráfico 15. Impacto esperado de Expo' 15.....	38
Gráfico 16. Satisfacción pre-Expo'08 de los zaragozanos con su municipio y servicios.....	45
Gráfico 17. Evolución calidad de vida zaragozanos 2001-2009.....	46
Tabla 1. Procedencia de los visitantes	26
Tabla 2. Evolución del número de turistas en Andalucía, alojados en establecimientos hosteleros. Años1992 -1995	30
Tabla 3. Estructura de la población ocupada en 2007.....	31
Tabla 4. Preferencia internacional por CCAA españolas.....	34
Tabla 5. Distribución por sectores de las nuevas empresas creadas generadas de Expo' 15.....	37
Tabla 6. Cambios urbanísticos debido a las EXPOs	40
Tabla 7. Grado de utilización de los medios de transporte	42

1. INTRODUCCIÓN

Si hablamos de grandes eventos, seguramente a todos nos viene a la cabeza alguno que otro. Entre éstos, podemos encontrar eventos deportivos como el Mundial de Fútbol o los Juegos Olímpicos, festivales de música, eventos de moda o eventos culturales. Está claro que existen una serie de razones que justifican e impulsan estos grandes eventos pero, en ocasiones, se olvida a quiénes afecta la realización de estos grandes eventos. La repercusión de estos eventos no siempre es de fácil medición, son diversos los agentes que se ven afectados y en diferente medida. Lo mismo ocurre cuando intentamos delimitar territorialmente los efectos de las exposiciones, es decir, no se puede adjudicar a un lugar exacto la repercusión de estos eventos, hay que tener en consideración diferentes factores.

Aunque todos los grandes eventos se podrían analizar en profundidad, en este proyecto vamos a intentar dar respuesta a las cuestiones planteadas anteriormente para el caso de los eventos culturales; más específicamente estudiaremos las Exposiciones Universales/ Internacionales, a las que a partir de ahora denominaremos genéricamente EXPOs¹.

A lo largo de este estudio, se comprobará que las conocidas EXPOs suelen tener entre sus objetivos mostrar los avances al mundo y buscar soluciones a problemas mundiales. Este tipo de acontecimientos intenta hacer partícipe a todo tipo de público, ya sea en forma de visitante o participante. Son muchas las ciudades que quieren ser sede de estos grandes eventos. Intentaremos demostrar las motivaciones que justifican esta iniciativa, ya que reunir en una ciudad a millones de personas, organizaciones y empresas de muchos países conlleva una gran complejidad.

Algunas de las razones² que pueden incentivar a una ciudad a albergar una exposición de tal envergadura son:

¹ En caso de referirnos a una en particular, lo especificaremos con el nombre o indicando el año de realización. Ejemplo: Expo Universal Milán o Expo'15.

² - PARIS ROCHE F. (2003). *La Planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*. Editorial Paidotribo. Barcelona.

-Análisis histórico de los cambios (pre - post) producidos en las ciudades que han albergado exposiciones anteriores.

- Ser beneficiaria de la creación de un fondo, proveniente de entidades públicas y privadas (sobre todo), que permite a priori cubrir los gastos necesarios para la preparación y realización del evento.
- La aportación del sector terciario al PIB se ve incrementada durante los meses en los que se realiza la EXPO.
- Disminución de la tasa de paro debido a la creación de empleo en los años previos a la realización de una EXPO y durante su celebración.
- Revitalización del poder económico y cultural de la ciudad y/o país sede de la EXPO.
- En el caso de que la ciudad no posea las infraestructuras adecuadas para acoger la exposición, se debe invertir en su construcción. Por lo tanto, la preparación para una EXPO implica un impulso en los proyectos que ya estaban planeados.
- Rehabilitación de zonas abandonadas, construcción de infraestructuras y mejora de las vías de comunicación.
- Sentimiento, por parte de los habitantes del territorio de acogida, de pertenencia a un evento importante que dejará un legado ya sea físico, simbólico, social o cultural.

Todas estas motivaciones nos van a permitir afirmar que ser la sede de una EXPO supone una gran oportunidad para la ciudad e incluso para el país, pero también requiere de un gran esfuerzo. Estos eventos permiten que la ciudad sea un escaparate mundial, por lo que desde su candidatura se plantifica los cambios/mejoras que se deben realizar para mostrar la imagen deseada a la comunidad internacional.

2. LAS EXPOSICIONES UNIVERSALES/INTERNACIONALES

Para poder comprender cuál es la motivación que lleva a una ciudad a alojar una EXPO, primero se explicará brevemente qué es una Exposición. Según el Artículo 1 de la Convención de la Oficina Internacional de Exposiciones una Exposición es «un acontecimiento que, cualquiera que sea su título, tiene como finalidad principal la educación de la opinión pública: puede exhibir los medios a disposición del hombre para satisfacer las necesidades de la civilización, demostrar el progreso alcanzado en una o varias ramas de la actividad humana, o indicar perspectivas de futuro».

Este tipo de exposiciones empezaron en el primer semestre del siglo XIX, entonces tenían un sentido más claro ya que el lento desarrollo tecnológico y la dificultad de las comunicaciones, provocaba que estos eventos supusieran, en muchos casos, el primer paso para dar lugar a la innovación y el desarrollo de la humanidad. En otras ocasiones, constituyeron una importante plataforma para la presentación de nuevas invenciones que contribuyeron al desarrollo y progreso de la civilización, algunos de esos inventos fueron: la cosechadora (1851 - Londres), la máquina de coser (1855 - París), el primer coche de motor diésel (1889 - París), la televisión (1939 - Nueva York) o el teléfono móvil (1970 - Osaka).

Cabe destacar que no todas las exposiciones son iguales, es decir, se pueden clasificar en cuatro tipos³: Universal, Internacional, Hortícola y la «*Triennale di Milano*». Cada una de ellas debe cumplir unas normas específicas. Se definen cuáles son las características de cada una de ellas, si bien este trabajo está focalizado únicamente en las dos primeras, ya que son las Exposiciones que más relevancia económica tienen:

1. Exposición Universal: sus temas abarcan problemas de preocupación mundial, se llevan a cabo cada cinco años, duran hasta 6 meses y no tienen limitación en la superficie del recinto que alberga la exposición.
2. Exposición Internacional Especializada: su finalidad se centra en encontrar solución a retos específicos de la humanidad, se pueden alternar cada dos años y se permite una duración máxima de tres meses. A diferencia de una Expo Universal, no se permite a los países participantes la construcción propia de su pabellón y el tamaño del recinto se extiende únicamente hasta 25 hectáreas.
3. Exposición Hortícola: son de carácter internacional, realizada en conjunto por el BIE y la Asociación Internacional de Productores Hortícolas (AIPH). Su duración debe ser de 3 a 6 meses y el recinto como mínimo de 50 hectáreas.
4. «*Triennale di Milano*»: se trata de una exposición cada tres años que se realiza siempre en Milán. Esta exposición está organizada por la *Triennale di Milano Institución*, regulada por el BIE y su misión es la creación de un espacio donde se estimula la relación entre industria, arte y sociedad.

³ La definición de cada una de las EXPOs está definida por el BIE. Todas las características están disponibles en su página web «<http://www.bie-paris.org/site/en/>»

Tanto para las exposiciones internacionales como universales, la organización intergubernamental «*Bureau International des Exposition*» (BIE)⁴ es la encargada de supervisar y regular este tipo exposiciones de carácter no comercial, con una duración de más de tres semanas y menos de seis meses. El BIE se creó en París a partir del Convenio sobre Exposiciones Internacionales y, actualmente, está formada por 168 Estados.

El país que desee realizar cualquier tipo exposición, primero debe presentar una solicitud al BIE y, posteriormente, se realiza una «competición» de candidaturas. Una vez que una de las naciones vence, puede invitar, vía diplomática, a otras naciones o instituciones para que formen parte de su exposición. Estos participantes se pueden agrupar en dos categorías⁵:

- Participantes Oficiales: Países y Organizaciones Internacionales
- Participantes No Oficiales: ONGs, Empresas y Organizaciones.

2.1 Evolución histórica de las EXPOs ⁶

La revolucionaria idea de las Exposiciones Universales surgió en la tradición de las exposiciones nacionales francesas, que fue imitada por países de Europa Continental y, finalmente, por Reino Unido.

En la Era de la Industrialización (1851 -1933), las exposiciones universales se centraban en el comercio y los avances tecnológicos, pero debido a que justamente en esta época se produjo la Primera Guerra Mundial, la tecnología se asociaba a algo destructivo y su uso debía ser colocado bajo la supervisión política.

La primera Exposición Universal (1851) se realizó en el Palacio «*Crystal Palace*» de la capital inglesa. Entre el legado que dejó se puede encontrar, entre otros, el museo Victoria and Albert de Ciencias e Historia Natural.

Todas las exposiciones universales realizadas hasta 1935 corresponden al período pre-BIE, exactamente se realizaron 22 exposiciones universales antes de que el BIE realizara su primera exposición en el año 1935.

⁴ *Official Site of the Bureau International des Expositions, Our history.*

⁵ *Official Site of the Bureau International des Expositions. How organize an Expo?*

⁶ Elaborado a partir de los datos de la página oficial de «*Bureau International des Exposition*»

Después de la Segunda Guerra Mundial, los temas de las exposiciones se centraron en temas específicos de importancia cultural, colocando en el centro el progreso humano y el diálogo internacional. Al mismo tiempo, con el proceso de descolonización, el número de países participantes año tras año fue creciendo⁷: 39 en Bruselas, 62 en Montreal, 78 en Osaka, 112 en Sevilla, 155 en Hannover y 193 en Shanghái.

En general, bajo la responsabilidad del BIE, las Exposiciones Universales son las de mayor importancia⁸ pero, entre estas, no todas han destacado de igual manera. Solo aquellas que han mejorado alguna característica⁹ tomando como referencia anteriores o han sido claves para la difusión de logros científicos/tecnológicos/industriales perduran en la historia. Si, además, esto se vincula a las grandes infraestructuras¹⁰ que hoy en día aún continúan en pie, se puede concluir que las EXPOs Universales más representativas son las que muestran en el Gráfico 1.

Gráfico 1. Exposiciones Universales más representativas



Fuente: *Dossier Expo Milano S.A (2014)*

⁷ *Official Site of the Bureau International des Expositions, History of Expos.*

⁸ Conclusión extraída de la valoración y comparación conjunta de las características de cada tipo de exposición.

⁹ Expo Shanghái 2010: con una duración de seis meses, fue la primera exposición realizada en un país emergente y con récord de visitas (73 millones).

¹⁰ Torre Eiffel (París), Atomium (Bruselas), Biosfera (Montreal) o Canadá Place (Vancouver).

2.2 La medición del éxito de la exposición

Aparte de la función cultural que tienen hoy en día las EXPOs, el BIE estableció otro objetivo implícito: hacer vivir a los visitantes una experiencia única y memorable a través de la cultura, la educación y el entretenimiento. Se trata de fomentar la participación activa del visitante y conseguir que este se implique en la búsqueda de posibles soluciones a los problemas planteados en las EXPOs. El resultado es una visita basada en experiencias, lo que hace que el usuario recuerde esa visita en el futuro y tenga incentivos para volver a vivir otra experiencia EXPO.

No es fácil medir con precisión el grado de éxito alcanzado por una exposición, ya sea universal o internacional. La complejidad está en que no siempre es posible identificar lo imputable a la exhibición, ni tampoco acotar el horizonte de tiempo en el que se realiza el impacto. Atendiendo a diversos estudios acerca de la medición del éxito de grandes eventos, la variable principal a utilizar como indicador para medir el éxito de una exposición es el número de visitantes¹¹.

A pesar que la cifra de visitantes es el indicador principal para medir el éxito de las EXPOs, también se podrían considerar otras variables que permitan realizar comparaciones, por ejemplo: la inversión realizada para la construcción del recinto expositivo, la cifra ingresada por las ventas de entradas o el gasto realizado por los visitantes en la ciudad que alberga la EXPO. La dificultad de realizar un estudio en el que incluyan estas variables es que, las cifras no están a disposición de todos los usuarios. Además, en el caso de EXPOs anteriores ni siquiera se hacían públicos algunos datos; ha sido en las EXPOs de los últimos años en las que se ha dado prioridad a la transparencia contable.

Así, y puesto que no se dispone de acceso a todas las variables que permitan medir el éxito de las EXPOs, se realizará un estudio en el que se incluyen también variables cualitativas, centrado en analizar el impacto de la EXPO en los diferentes grupos de interés o «*stakeholders*». Este análisis permitirá al lector tener una opinión global, incluyendo el impacto que deja una exposición en cada uno de los principales grupos de interés, argumentándolo en la medida a partir de datos cuantitativos.

¹¹ Alelí Mirelman (31/05/11). *¿Cuál es el objetivo de una exposición?*. Disponible en: <http://www.a-desk.org/spip/spip.php?article956>. Fecha de consulta: 29 /1/16.

Para ello, se ha realizado la siguiente clasificación de los «*stakeholders*»¹²:

- Patrocinadores y socios.
- Ciudad anfitriona.
- Opinión pública: ciudadanos y voluntarios.
- Principales sectores implicados: tales como la construcción, hostelería, restauración y transporte.

3. CASO DE ESTUDIO

Para el caso de estudio se seleccionarán las EXPOs que se van a analizar y de cada una de ellas se repasará su marco histórico, las características concretas de cada EXPO y la situación económica en la que se realizó. Esto permitirá conocer de forma más completa la huella que dejaron las exposiciones, así como su impacto, que no solo se reduce a la ciudad que alberga la exposición sino también al país en su conjunto.

La principal fuente de información para realizar el estudio del caso han sido los estudios de universidades y *dossiers* públicos presentados por cada una de las ciudades, en los que se incluyeron los planes estratégicos que marcaron la cronología de las actuaciones que se tenían que ejecutar. Además, hemos tenido la oportunidad de hablar con personal que trabajó en algunas de ellas, información que se complementará con algunos libros, material audiovisual y la percepción de personas expertas en el tema, así como información proveniente de entidades públicas, organizaciones privadas o periódicos reconocidos.

3.1 Las EXPOs objeto de análisis

Las EXPOs, desde un aspecto cultural, se pueden considerar como un punto de encuentro que tiene como objetivo el diálogo y la cooperación entre las naciones, organizaciones y empresas. Por supuesto, son las Exposiciones Universales las que mayor impor-

¹² CHERUMIMI Sergio, IASEVOLI Gennaro *Il Marketing per generare valore nel sistema evento*. Disponible:

http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2005/Materiali/Paper/It/Cherubini_Iasevoli.pdf.

Consulta: 04/06/16.

-*Grande e piccoli eventi*. Disponible en:

<http://www.federalberghi.it/content/SiteAssets/Lists/Slider%20superiore/EditForm/Grandiepiccolieventi.pdf>.

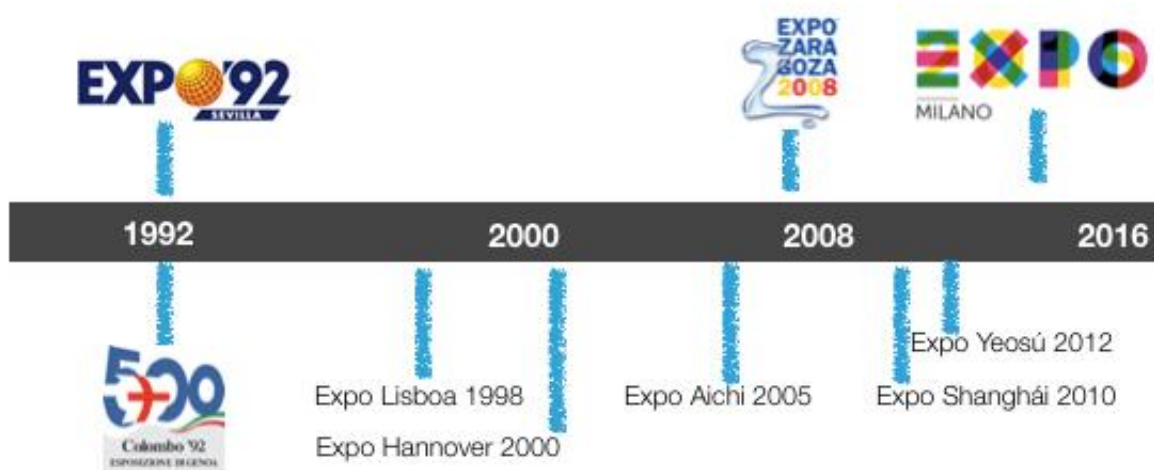
Consulta: 04/06/16

tancia tienen debido a: el número de organizaciones/empresas, participantes, la inversión requerida y la importancia de los temas tratados, entre otros.

Cada una de las EXPOs supone para la zona interesada un impulso de innovación y mejora socio-económica y territorial. Pese al gran número de exposiciones realizadas, seleccionaremos para el estudio de caso cuatro EXPOs de momentos históricos diferentes. El propósito es comprobar cómo la globalización y otros factores han influido en la manera de organizar, el estímulo por participar, la opinión pública o las expectativas que se crean, entre otros; en resumidas cuentas, se observa y analiza cómo ha evolucionado el impacto de las EXPOs en los *stakeholders* a lo largo del tiempo.

De las exposiciones realizadas en el siglo XX - ver Gráfico 2 - se han seleccionado para el estudio las dos últimas EXPOs, justamente año 1992, con la ventaja de que se produjeron en el mismo año, lo que favorece la comparación; se trata de la Exposición Universal de Sevilla y la Exposición Internacional de Génova.

Gráfico 2. Línea temporal de las EXPOs 1992-2016



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se incluyen también: la última Exposición Universal realizada el año pasado en Milán y, como no, la Exposición Internacional realizada en nuestra ciudad ya que es un hecho que marcó un antes y después en Zaragoza.

De modo que las cuatro EXPOs a analizar son:

EXPO Universal Sevilla 1992 – EXPO Internacional Génova 1992

EXPO Universal Milán 2015 – EXPO Internacional Zaragoza 2008

3.2 Contextualización de las EXPOs¹³ objeto de estudio

- Exposición Universal de Sevilla «La Era de los Descubrimientos» (1992)

20 de abril - 12 de octubre



La ciudad de Sevilla, en 1929, durante la dictadura de Primo Rivera, ya había sido sede de la Exposición Iberoamericana¹⁴. El

resultado de esa exposición no fue el esperado debido a la crisis económica, que dejó endeudado al Ayuntamiento. No obstante, la ciudad se benefició de las infraestructuras de atractivo turístico que se construyeron en la ciudad.

Años más tarde, con motivo del V Centenario del Descubrimiento de América se celebró la Exposición Universal¹⁵ de 1992, la cual supuso el impulso económico que necesitaba Andalucía. Tenían la posibilidad de proyectar la imagen de una España moderna en todos los aspectos y, por segunda vez, se renovarían diversas infraestructuras de Sevilla, permitiendo renovar las atracciones turísticas de la ciudad a pesar del momento de crisis económica y social por el que atravesaba España.

¹³ Enciclopedia Historia de la Humanidad, El siglo XIX – El siglo XX. Editorial: Planeta

¹⁴ SÁNCHEZ MANTERO, Rafael (2000). *Historia breve de Sevilla*. Madrid, Silex Signos (ed.).

¹⁵ - DEL PÓPULO María, ROMERO Pablo y DELGADO Gil (2002). *La Exposición Universal de Sevilla 1992: efectos sobre el crecimiento económico andaluz*. Universidad de Sevilla y Fundación Focus-Abengoa.

- Página web Sevilla. Historia de Sevilla. Disponible en: <http://www.sevilla.org/ciudad/historia>. Consulta: 29/03/16

- Exposición Internacional de Génova «Cristobal Colón: la nave y el mar» (1992)

15 mayo – 15 agosto



Con el crecimiento del tráfico portuario después de la guerra, el Puerto Antiguo pasó a ser uno de los principales puertos del mundo aunque su estructura y distribución era inadecuada. Así, la decisión de aprovechar la EXPO de 1992 para darle un nuevo aire a la ciudad fue una oportunidad que benefició a todos. De hecho, para aprovechar el impacto de transformación urbanística se decidió que el Recinto Expositivo no fuera un área fuera de la ciudad (como en la mayoría de EXPOs), sino que se optó por aprovechar el centro histórico y la zona portuaria como Recinto Expositivo.

Años después, Génova volvió a albergar otros grandes eventos como la Cumbre del G8 (julio de 2001) y, en el 2004, la ciudad fue nombrada Capital Europea de la Cultura.

- Exposición Internacional de Zaragoza «Agua y desarrollo sostenible» (2008)

14 de junio - 14 de septiembre



Aunque en Aragón ya se habían celebrado con anterioridad otras exposiciones¹⁶ (1868, 1885 y 1908), la EXPO 2008 fue la primera organizada por el BIE y fue la que finalmente dio notoriedad a la ciudad y a Aragón ante el resto del mundo. La idea de celebrar otra EXPO surgió en los años 90, con la intención de conmemorar el centenario de la Exposición Hispano Francesa de 1908. El plan estratégico de la Expo Internacional 2008, aprobado en 2006, pretendía incentivar la I+D+i en diferentes sectores¹⁷, posicionando Zaragoza como modelo en la utilización y difusión de las energías renovables, además de crear, utilizar y difundir de manera unitaria la imagen de Zaragoza partiendo de sus valores, atractivos y señas de identidad para potenciar la actividad turística.

La encargada de iniciar la promoción de Zaragoza como sede de la Expo 2008 fue la Asociación para el Desarrollo Estratégico de Zaragoza y su Entorno (Ebrópolis), funda-

¹⁶ Página del Ayuntamiento de Zaragoza, Cultura: centro de Historias. Disponible en: <http://www.zaragoza.es/ciudad/museos/es/chistoria/exposiciones.htm>. Consulta: 29/02/2016

¹⁷ Sectores como el ferroviario, agroalimentario y de energías renovable, además de mejorar las planificación de los medios de transporte dentro de la ciudad y de su entorno.

da en 1994. Posteriormente, en Julio de 2000 se creó y tomó el mando el Consorcio Pro Expo Zaragoza 2008¹⁸ que posteriormente pasaría a denominarse Sociedad Expoagua Zaragoza 2008 S.A (a la que nos referiremos en adelante como Sociedad Expoagua) cuyo capital quedó suscrito¹⁹ en un 70% por la Administración General del Estado y el 30% restante a partes iguales entre el Ayuntamiento de Zaragoza y el Gobierno de Aragón.

- Exposición Universal de Milán «Feeding the Planet, Energy for Life» (2015)

1 de mayo - 31 de octubre



Ya en el año 1906, Milán hospedó su primera Exposición Universal con la temática del «Transporte²⁰» dirigida tam-

bién por el BIE y financiada únicamente por el Ayuntamiento. Entre las infraestructuras representativas que se realizaron para esta Expo, destaca la primera línea ferroviaria directa entre Milán y París.

El año pasado, Milán siendo la capital de la Región de Lombardía y con una población de 1,3 millones personas²¹ (la segunda ciudad más poblada de Italia) volvió a ser sede de una Exposición Universal.

El periplo para poder albergar la EXPO 2015 empezó en el año 2006 con la presentación al BIE del dossier de candidatura. En el año 2007 se inició la famosa campaña publicitaria «Io, Expo e Tu?» con la finalidad de promover la candidatura de Milán para la posible Expo 2015; un año más tarde en el *Congrès Parigi* se adjudicaba la Exposición a Milán.

¹⁸ Conformado por las Cortes de Aragón, la Diputación General de Aragón, la Diputación Provincial de Zaragoza, el Ayuntamiento de Zaragoza y la propia Asociación Cultural para la Promoción de la Ciudad de Zaragoza como sede de la Expo 2008.

¹⁹ Carlos Gómez Bahillo, Jaime Sanaú Villarroya. El Exposición Internacional Zaragoza 2008. Disponible:

http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/02/docs/Areas/Publicaciones/InformesAnuales/Informe%202008/INFORME_EXPO_2008.pdf,. Fecha de consulta:17/04/2015.

²⁰ Università degli Studi di Milano - Bicocca (13 Abril del 2015). Expo prima di Expo 2015: Da Parigi a Milano, storia delle Esposizioni Universali. Archivo de video: <https://www.youtube.com/watch?v=0Z4Ni2m1Isw>. Fecha de consulta:17/04/2015.

²¹ Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). Comune di Milano. Censo a 31- Diciembre 2014.

La encargada de organizar y gestionar la Exposición es la Sociedad Expo 2015 S.A (en adelante únicamente Sociedad Expo), cuyo capital estaba participado por: el Gobierno de la República Italiana (Ministerio de la Economía y Finanzas, 40%), la Región de la Lombardía (20%), el Ayuntamiento de Milán (10%), la Cámara de Comercio, Industria, Agricultura y Artesanía (10%). El único Director General de la Sociedad ha sido *Giuseppe Sala*²².

3.3 Estudio comparado

Con las variables que se han tomado como referencia, se podrá ver como cada una de las EXPO tuvo una relevancia diferente.

Para realizar las primeras comparaciones se utilizarán las siguientes variables: número de países participantes, número de visitantes y tamaño del recinto expositivo.

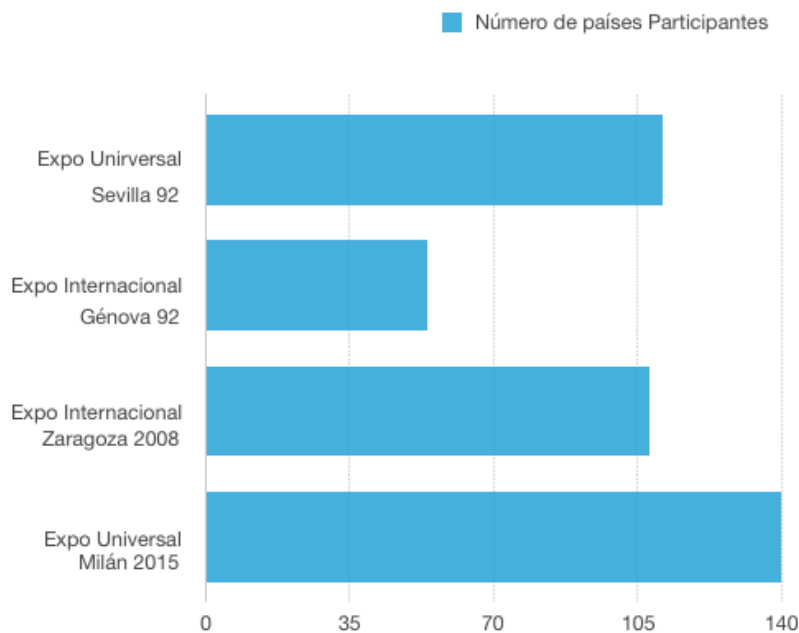
Países participantes

Para aquellos países que tienen el propósito de internacionalizarse, su presencia en grandes eventos como las EXPOs representa una infinidad de posibilidades para estrechar vínculos con otros países u organizaciones, lo que puede fortalecer el crecimiento económico de ese país. Por otro lado, cada uno de los países participantes puede mostrar su poder industrial, comercial y creativo. Mientras que para el país anfitrión es un instrumento de proyección política que le permite mostrar su capacidad organizativa ya que debe controlar todos los aspectos para conseguir el éxito de la exposición.

El Gráfico 3 ilustra el número de países participantes de cada una de las exposiciones; de los casos estudiados se puede ver que el segundo puesto lo ocupa la Expo Universal de Sevilla. Se trata de la tercera EXPO llevada a cabo en España y se debe destacar que tuvo récord de participación.

²² Toda la información de la Sociedad ha sido extraída de la web oficial de *Expo Milano 2015*. Sección «*Amministrazione trasparente, Organi di Indirizzo Politico- Amministrativo*».

Gráfico 3. Número de países participantes



Fuente: Elaboración propia

En ese mismo año, 1992, la ciudad de Génova tenía expectativas ostentosas en relación a su exposición y a pesar de que no tuvo gran apoyo de otros países, como se puede ver en la Gráfico 3, la Exposición del año 1992 fue clave para el desarrollo de la ciudad ya que después volvería a ser sede de dos encuentros internacionales.

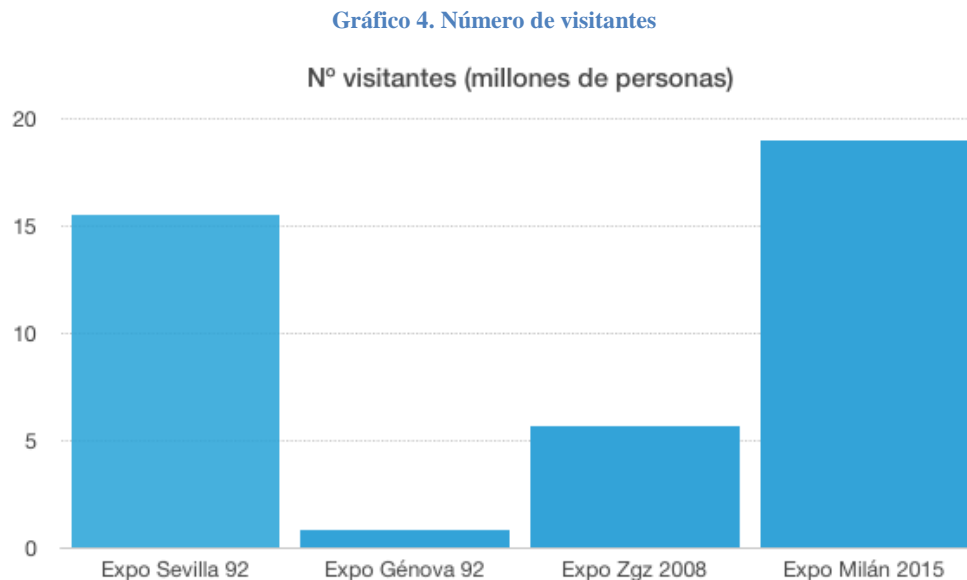
□ Número de visitantes

Mientras que la Expo Sevilla en el desarrollo de su celebración recibió buenas críticas de diversos periódicos²³ ingleses o alemanes, en la Expo Génova estas vendrían por parte de la prensa italiana. Pero la poca publicidad y promoción que se dio a la Exposición de Génova, según indicó *Alberto Bemporad*²⁴, comisario de Expo Génova, fue decisivo para no alcanzar los objetivos marcados en cuanto al número de visitantes.

²³ «Diario británico The European», «Diario inglés», «The Daily telegraph», «Diario alemán» y «Die WeJt».

²⁴ Hemeroteca del ABC Sevilla, Diario de la Expo. Disponible en: <http://hemeroteca.sevilla.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/1992/06/14/066.html>. Fecha de consulta: 25/06/2006

Si se analiza el Gráfico 4, se observa como en el caso de Expo Zaragoza, el motivo del bajo número de visitantes (a pesar de que tratara un tema de interés mundial) puede ser debido a que la promoción fue principalmente nacional²⁵ dejando sin captar a los posibles visitantes internacionales.



Fuente: Elaboración propia

El mayor número de visitantes corresponde a Expo Milán, ya que tuvo una fuerte promoción por todo el mundo, además de la colaboración de conocidas multinacionales. Otra razón puede ser la gran expectación previa que provocó la Expo Milán, de hecho se vendieron²⁶ aproximadamente 6,5 millones de entradas antes de la inauguración, de las cuales un millón correspondían a China.

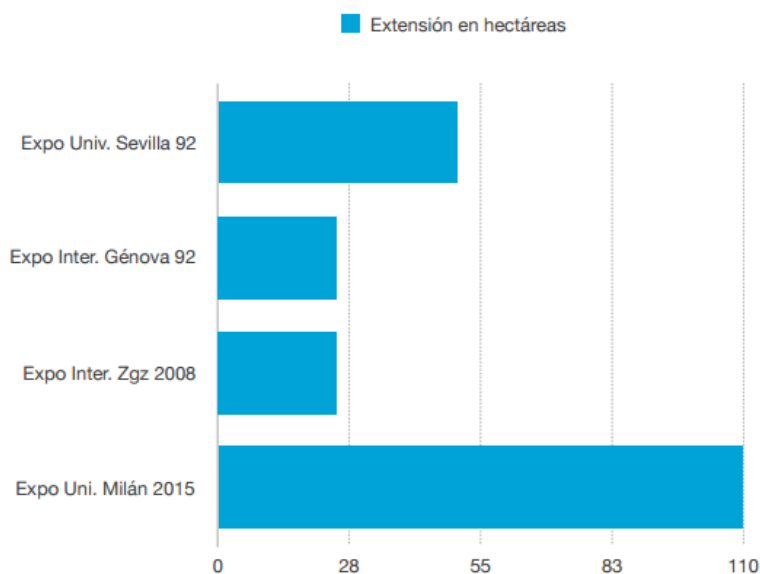
□ Extensión de recinto expositivo

El recinto expositivo para cualquier Exposición Internacional tiene establecido un máximo de hectáreas, por lo que se debe tener especial cuidado a la hora de organizar los espacios disponibles. Mientras que una Exposición Universal da pie a la imaginación de infraestructuras sin darle demasiada importancia a la extensión del recinto, la barrera en este caso es económica.

²⁵ Informe Expo 2008. Aunque también estuvo presente en eventos internacionales como Fitur y en algunos países europeos.

²⁶ Almudena Pérez. 9/01/15. Faltan sólo 4 meses para la inauguración de Expo Milán 2015, disponible en: <http://www.diariodelviajero.com/europa/faltan-solo-4-meses-para-la-inauguracion-de-expo-milan-2015>. Fecha de consulta: 30/1/16.

Gráfico 5. Extensión de los recintos expositivos (en hectáreas)



Fuente: Elaboración propia

Aquellas EXPOs que saben aprovechar y optimizar la extensión del recinto expositivo son aquellas que destacan (ver gráfico 5). Por ejemplo, la Expo Universal de Milán destinó una parte de su Recinto Expositivo para 18 grandes instalaciones en forma de cuchara, las cuales representaron varios de los Objetivos del Milenio²⁷ de la ONU, el resultado fue una alineación de objetivos comunes.

3.4 El legado

El legado de un gran evento puede ser evaluado de acuerdo a aspectos físicoterritoriales –como vías de comunicación, grandes infraestructuras, instalaciones, cambios urbanos o impacto en el empleo/economía– o, desde el una perspectiva intangible – la imagen, la reputación urbana, el posicionamiento internacional o la capacidad de la administración local–.

Teniendo en cuenta el párrafo anterior y agrupando las diferentes perspectivas, se podría decir que el tipo de legado más inmediato, desde la perspectiva de un ciudadano/turista, es el legado físico físico –sobre todo, grandes infraestructuras o vías de comunicación –. Desde el punto de vista económico, interesa la imagen de la ciudad post-Expo, prevalen

²⁷ Web Naciones Unidas. Podemos erradicar la pobreza: Objetivos del Desarrollo del Milenio y más allá del 2015.

las expectativas de realizar un buen uso de esa imagen antes que el impacto momentáneo de los meses que dura la exposición.

Por otro lado, estas variables no solo se deben analizar al finalizar la exposición sino que se debería realizar un seguimiento a lo largo del tiempo, esto será lo que determine la utilidad y el éxito de la planificación previa.

4. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES «STAKEHOLDERS»

Cuando una ciudad decide presentar su candidatura para albergar una EXPO, elabora un plan de acción previo donde se incluyen desde las razones que le incentivan a albergar ese gran evento, hasta las posibles consecuencias que conlleva esta decisión. Un proyecto de esta envergadura requiere un proceso de planificación y ajustes que dura años. Veamos cómo se han visto afectados los diferentes grupos de interés durante ese periodo.

Como ya se ha mencionado anteriormente, los «*stakeholders*» a analizar son los siguientes:

- Patrocinadores y socios.
- Principales sectores implicados: tales como la construcción, hostelería, restauración y transporte.
- Ciudad anfitriona, refiriéndonos a los cambios urbanísticos.
- Opinión pública.

4.1 Patrocinadores y socios²⁸

Para los diferentes casos planteados, se podrá observar que el número de socios y patrocinadores es acorde al grado de internacionalización de la exposición. Así, una Expo Universal será la que mayor número de socios y patrocinadores puede llegar a conseguir. La principal diferencia entre el patrocinador y el sponsor, es que el primero casi siempre suele contribuir económicamente a la EXPO con fines publicitarios, asociando su marca e imagen a la Expo utilizando los logos e imágenes oficiales, lo que les permi-

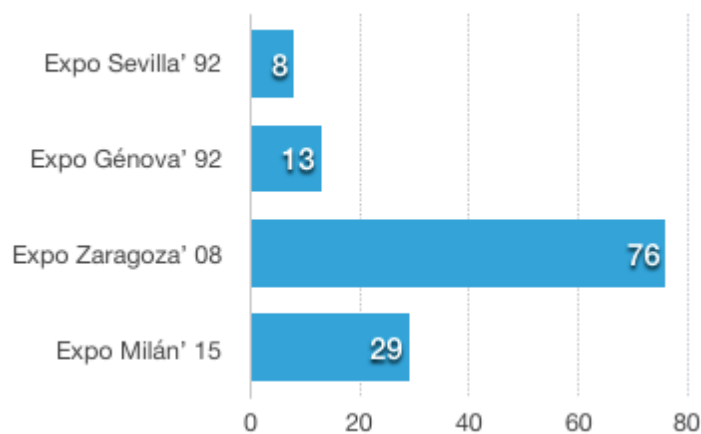
²⁸ Hablamos únicamente de las inversiones referidas a las infraestructuras de la ciudad (vías de comunicación, puentes, mejora o nuevas construcciones, etc.), es decir, no se incluyen los gastos de construcción de la EXPO como tal (recinto y pabellones)

te una mayor exposición de su producto/marca. En algunos casos, también estarán dentro de esta categoría los «*media partner*» (medios de difusión), se trata de los medios que hacen la difusión, promoción o cubren periódicamente las exposiciones.

La participación de una entidad en una exposición, puede llegar a tener una repercusión positiva, ya sea en socios y/o patrocinadores. Este tipo de eventos les permite realizar alianzas estratégicas con otras entidades y, de paso, les da la posibilidad de diversificar sus consumidores y mercados. Las sociedades encargadas de la organización de las exposiciones, fueron las encargadas de establecer los diferentes tipos de patrocinadores, así como las condiciones para poder pertenecer a cada uno de los grupos.

En el Gráfico²⁹ 6 se observa el número total de entidades que participaron en cada una de las exposiciones, en él se puede ver como el mayor número de patrocinadores y socios corresponde a la Exposición Internacional de Zaragoza (76); le sigue la Expo Milán (29), la de Génova (13) y finalmente la Expo de Sevilla (8).

Gráfico 6. Número total de socios y patrocinadores



Fuente: Elaboración propia

Como se ha podido ver, el número total de entidades que apoyaron la Expo de Génova no fue tan alto; las primeras entidades públicas en confiar en su «éxito» fueron la Re-

²⁹ No podemos conocer cuáles fueron los tipos de socios y patrocinadores de los dos primeros casos, por la falta de información. Por lo tanto, estudiaremos únicamente los otros dos casos.

gión de Liguria y el Ayuntamiento de Génova. En cuanto a organizaciones, tuvo el apoyo de las instituciones europeas³⁰. Pese a esta situación, Génova supo aprovechar eficientemente el apoyo que tuvo y le sirvió como trampolín para, años más tarde, volver a albergar grandes eventos.

En el caso de la Expo de Sevilla hubo más patrocinadores de los que se esperaba, por lo tanto los ingresos con los que contaron fueron mayores. Fue la primera EXPO que tuvo varias empresas del mismo sector como patrocinadores, como fue el caso del sector bancario. Según afirmó Gerardo Sánchez Menteseirín, Alcalde de Sevilla, el apoyo de las administraciones públicas sirvió para que las Pymes también le dieran un voto de confianza; serían pequeñas y medianas empresas locales/regionales del ámbito del desarrollo tecnológico y medioambiental las que reactivaron la situación de Sevilla.

Desde la perspectiva de los medios de difusión, como era de esperar, la promoción de la Expo Universal Sevilla tuvo mucha más participación que la Expo Internacional de Génova, ya que contó con un centro de prensa local, nacional e internacional además de la tele y radio Expo.

Ya en el siglo XXI, con la globalización y el desarrollo de las comunicaciones, las exposiciones empezaron a cobrar más relevancia y las entidades/organizaciones cada vez fueron más conscientes de la oportunidad que suponía estar presente en estos eventos. Así pues, se puede decir que las entidades cambiaron su posición frente a la participación en grandes eventos pasando a ser mucho más activas y, a pesar de los riesgos, se comprueba en el Gráfico 6 el incremento de la participación de entidades en estos eventos.

En el caso de la Expo Internacional de Zaragoza, se fijó un «Programa de Patrocinio³¹» compuesto por 4 grupos:

- Socio de Expo 2008/ Socio Proveedor Oficial de Expo 2008: aquellas empresas que realizaban una inversión mínima de 6 millones de euros.

³⁰ La Comunidad Económica Europea, las Naciones Unidas, la Cruz Roja Italiana, la Cruz Roja Internacional y el Instituto Italo-Latino Americano

³¹ Press Kit. Expo Zaragoza 2008. Disponible en: http://www.roca-bulgaria.bg/files/custom/events/ExpoZaragoza2008_PressKit_EN.pdf. Consulta: 12/06/16

- Patrocinadores de Expo Zaragoza 2008: empresas que invirtieran al menos dos millones de euros, a cambio se les otorgaba importantes beneficios y deducciones fiscales en el plano legal.
- Amigos de la Expo: aquellos que no podían invertir ni 2 ni 6. La inversión mínima era de 100.000 euros y su función fue colaborar en la organización del evento.
- Medios de difusión: la Expo Internacional de Zaragoza no tuvo una gran promoción en los medios de comunicación durante los años previos a la celebración de la Exposición, lo que intentó compensar en los tres meses que duró la Exposición ya que realizaron alianzas con los medios de comunicación de Aragón y del resto de España para cubrir el evento.

Gráfico 7. Composición patrocinadores y socios - Expo'08



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el Gráfico 7, hay un porcentaje importante (36%) de patrocinadores en calidad de «Amigos de la Expo», los cuales es su mayoría fueron PYMES. En este caso, la accesibilidad a la Expo dependía únicamente de la aportación económica que se realizaba, esto supuso que cualquier empresa que tenía la capacidad económica podía ser socia/patrocinadora sin tener en cuenta otros aspectos³²; además, a las enti-

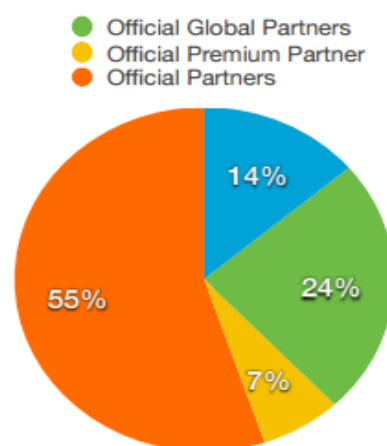
³² Procedencia, actividad, antigüedad.

dades participantes se les hicieron diversas concesiones tales como, entradas gratuitas y el derecho al uso de espacios dentro del recinto para llevar a cabo actos privados de dichas entidades.

En el caso de la Exposición Universal de Milán³³, también se optó por un «Programa de Patrocinio» que condujo a que la cifra de participación fuera mucho más alta que en el caso anterior, los grupos que se establecieron fueron:

- Socios: «*Ministerio delle Economie e delle Finanze, Comune di Milano, Provincia di Milano y Cammra di Commercio di Milano*».
- «*Official Global Partners*»: empresas exclusivas de su sector a nivel mundial, cuya actividad y valores debían estar en línea con los de la EXPO Milán 2015. Para pertenecer a esta categoría, era necesario realizar una inversión de más de 20 millones de euros.
- «*Official Premium Partner/ Official Partners*»: algunas empresas estuvieron relacionadas con proyectos importantes dentro del Recinto Expositivo, mientras que otras prestaron sus servicios y sus competencias. El rango de inversión para la categoría de *Official Premium Partner* se estableció entre 10-20 millones de euros, mientras que para *Official Partners* fue de 3-10 millones de euros.

Gráfico 8. Composición patrocinadores y socios - Expo'15



Fuente: Elaboración propia

³³ Web oficial Expo Milán 2015. Disponible en: <http://www.expo2015.org/partner/>. Consulta: 13/06/16

Con este estudio acerca de los patrocinadores/socios, se observa que este aspecto fue uno de los factores que influyeron en el éxito internacional de las exposiciones. De hecho, la elección estratégica de los socios/patrocinadores, hace posible ampliar la zona de promoción de las exposiciones, dando lugar a un mayor porcentaje de visitantes extranjeros.

La Tabla 1, ofrece datos acerca de la composición de los visitantes para cada uno de los casos estudiados. El primer dato que llama la atención es el porcentaje tan alto de visitas nacionales en Expo Zaragoza; este ejemplo ayuda a comprender que un número alto de socios/patrocinadores no asegura el éxito de la exposición respecto a la variable «número de visitantes». A pesar de que Expo Zaragoza tuvo el mayor número de socios y patrocinadores para un evento de estas características, la mayoría fueron PYMES aragonesas y, por ello, su alcance fue mayoritariamente nacional.

Tabla 1. Procedencia de los visitantes

Procedencia de los visitantes	<u>Extranjeros</u>	<u>Nacionales</u>
Expo Universal Sevilla*	45%	55%
Expo Internacional Zaragoza**	4,45%	95,55%
Expo Universal Milán***	30,95%	69,05%
*Página oficial EXPO 1992. Datos técnicos		
** Informe EXPO 2008, pág. 107		
*** «Un confronto sul numero di visitatori tra Milano e le precedenti Esposizioni Universali»		

Fuente: Elaboración propia

En el lado opuesto se encuentra la Expo Milán con un 30,95% de visitantes extranjeros, de los cuales gran parte eran de otros continentes. En este caso, los patrocinadores fueron grandes multinacionales conocidas a nivel mundial.

4.2 Principales sectores implicados

En este apartado se analiza el impacto económico que han producido las diferentes exposiciones en cada una de las ciudades que los han acogido. Es importante recalcar que

en todas las EXPOs existen una serie de comportamientos económicos que se repiten, la única diferencia es que el impacto puede ser mayor o menor dependiendo de las características de las EXPOs.

A continuación, se enumeran los principales sectores que se ven afectados con la realización de una Exposición:

- La construcción o renovación de infraestructuras requiere grandes inversiones monetarias y genera una importante demanda de mano obra en este sector. En algunos casos, la mano de obra local no es suficiente, por lo que se importa. En consecuencia, disminuye la tasa del paro del sector de la construcción en los años previos a las EXPOs.
- El sector terciario, sobre todo de la ciudad y región anfitriona, experimenta un incremento en su aportación al PIB. Cuando se habla de este sector, se hace referencia principalmente al transporte, hostelería y restauración. Se produce una disminución del paro en este sector el año anterior a las EXPOs y durante su celebración.
- El sector turístico experimenta un fuerte desarrollo y, lo tanto, también en cuanto a su aportación al PIB (Carrizo y Vieira, 2009). Este fenómeno tiene un carácter efímero y normalmente se localiza en la ciudad anfitriona y alrededores, a menos que el turismo generado se redireccione como ocurrió con la Expo Milán.

Los efectos de los anteriores apartados podrían resultar a priori positivos, pero también pueden derivar en efectos económicos negativos. Por ejemplo, según González y Morales (2009) se genera inflación por el aumento de la demanda turística, lo que perjudica al pequeño comercio tradicional preexistente. En cuanto a la inversión realizada para favorecer el desarrollo turístico, que normalmente es mixta (proveniente de fondos públicos y entidades privadas), tiene unos costes elevados, un progreso lento y los retornos de inversión no son inmediatos. Además, la creación de infraestructuras, puede conlle-

var unos altos costes de mantenimiento, por lo que años después de las EXPOs se encuentran abandonadas o, peor aún, se deben desmantelar³⁴.

En cualquier caso, se verá que cada uno de los sectores mencionados tuvo una evolución diferente, las peculiaridades de cada una de exposiciones planteadas en el estudio de casos se abordarán en los siguientes apartados.

1. Génova

En el caso de Génova, los signos más evidentes de su EXPO fueron en el sector turístico, que se vio incentivado por la restauración de fachadas y edificios, remodelación de espacios públicos, monumentos... El resultado fue muy bueno, se recuperaron las funciones urbanas y comerciales propias de una ciudad portuaria, permitiendo el desarrollo económico en los ámbitos del turismo, del comercio marítimo y del ocio (Seassaro, 2000 y 2001).

2. Sevilla³⁵

A mediados de los 80 España pasaba por una intensa crisis en el sector turístico consecuencia de la fuerte apreciación de la peseta. Sin embargo, la economía andaluza tenía una evolución favorable y con la decisión de celebrar la exposición universal de 1992, se abrió un proceso de fuerte transformación urbana (Fernández, 1993: 212) y metropolización (Almoguera, 1989). Así, la aportación del valor añadido bruto (VAB) turístico sevillano al VAB total andaluz pasó del 18,9% en 1983 al 15,4% dos años más tarde; momento a partir del cual dicho porcentaje comienza a disminuir, reflejando la crisis turística mencionada.

No fue hasta después de la crisis cuando se tomó conciencia de la importancia del sector turístico³⁶ en España, de hecho fueron la Expo Sevilla y las Olimpiadas de Barcelona (ambas en el año 1992) los acontecimientos que ayudaron a relanzaron la imagen de

³⁴ La telecabina colocada para la Expo de Zaragoza se desmonta tras pérdidas millonarias. *elDiario.es Aragón*. Disponible en: http://www.eldiario.es/aragon/economia/telecabina-Zaragoza-perdidas-millonarias_0_389861572.html. Consulta: 20/05/16.

³⁵ Hablamos únicamente de las inversiones referidas a las infraestructuras de la ciudad (vías de comunicación, puentes, mejora o nuevas construcciones, etc.), es decir, no se incluyen los gastos de construcción de la EXPO como tal (recinto y pabellones)

³⁶ Con el objetivo de mejorar la eficiencia de la actividad turística y de consolidar la posición competitiva del turismo español, se materializó en el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES), elaborado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la participación de las Comunidades Autónomas.

España como destino turístico, siendo el boom turístico³⁷ de sol y playa uno de sus puntos fuertes. En el Gráfico 9, se ve una comparativa entre el creciente número de turistas y el ingreso por turismo, la tendencia alcista sufre un parón a finales de los 80 para luego volver a recuperarse en el año de las EXPOs y posteriores.

Gráfico 9. Evolución del número de turistas e ingresos por turismo.



Fuente: IET (2010)

Centrados en la Comunidad de Andalucía, según los datos que aparecen recogidos en la Tabla 2 (referidos únicamente a los viajeros alojados en establecimientos hoteleros) se observa que a pesar de que España pasaba por un momento de crisis, el número de viajeros cambio de tendencia justamente en el año de la Expo.

³⁷ International Journal of Scientific Management and Tourism , 2015, Vol.4 pp 75-95, Vizcaíno, M.: EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN ESPAÑA: EL TURISMO CULTURAL.

Tabla 2. Evolución del número de turistas en Andalucía, alojados en establecimientos hosteleros.

Años 1992 -1995

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Almería	390.940	400.257	410.920	408.997	475.903	497.545
Cádiz	715.789	709.706	693.884	660.452	743.715	784.885
Córdoba	424.071	372.849	453.713	379.393	457.183	545.912
Granada	842.402	839.574	886.545	798.177	999.222	1.575.146
Huelva	175.102	209.907	296.180	219.193	249.220	278.676
Jaén	387.116	327.207	264.669	258.039	283.216	277.183
Málaga	1.797.708	1.812.235	1.711.726	1.597.601	1.799.572	1.995.755
Sevilla	900.469	950.947	1.173.726	996.020	1.277.891	1.371.201
Andalucía	4526868	5.622.682	5.891.363	5.317.872	6.285.922	5497961
-Nacionales	3.462.539	3.663.064	3.759.640	3.244.819	3.688.331	3.709.361
-Extranjeros	1064329	1.959.618	2.131.723	2.073.053	2.597.591	1788600

Fuente: Buitrago Esquinas, María. *El turismo en Andalucía*. Universidad de Sevilla

3. Zaragoza

En el caso de la Exposición Internacional de Zaragoza, tanto Serrano *et al.* (2009, p. 173) como los datos del Instituto Nacional de Estadística señalan que la construcción fue el sector más beneficiado. Se trata del sector que más valor añadido proporcionó al PIB de España en los años previos a la Expo como se observa en la Gráfico 10.

Gráfico 10. Evolución del VAB por sectores en Aragón



Fuente: Instituto Aragonés de Estadística. Estudio «Datos básicos de Aragón (2008)».

En cuanto a la tasa de ocupación por sectores en el año 2007, destacan los sectores de servicios e industria, con independencia del género. Comparándolo con los datos nacionales, los datos mantienen la misma tendencia que para el caso español. Los efectos de la Expo fueron puntuales y con más intensidad durante los años pre-Expo; el sector con mayor ocupación fue el de la construcción seguido de los servicios e industria - lo mismo que ocurrió en Sevilla-.

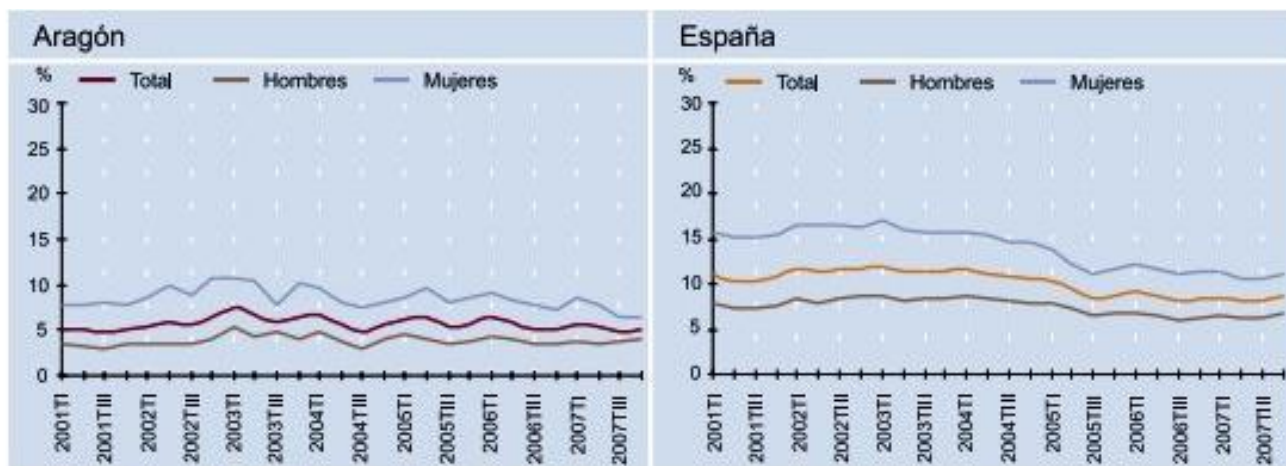
Tabla 3. Estructura de la población ocupada en 2007

Sector económico	ARAGÓN				ESPAÑA			
	Hombres	%	Mujeres	%	Hombres	%	Mujeres	%
Total ocupados	365,5	100	254,2	100	11.978,3	100	8.479,8	100
Agricultura	29,9	8,4	5,8	2,3	675,2	5,6	247	2,9
Industria	93,4	26,2	33,6	13,2	2.441,5	20,4	838,9	9,9
Construcción	65,4	18,3	5,3	2,1	2544,8	21,2	154,1	1,8
Servicios	167,9	47,1	2009,6	82,5	6.325,9	52,8	7.239,8	85,4

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística.. Estudio «Datos básicos de Aragón (2008)»

Respecto a la tasa de paro, tal y como se recoge en el Gráfico 11, los porcentajes de Aragón estaban por debajo de la tasa de paro nacional. Desde el año 2001 hasta el año previo a la Expo, la tasa de paro se mantuvo más o menos estable y, a pesar de que hay temporadas en las que es menor la tasa, no se observa una disminución drástica de la tasa del paro.

Gráfico 11. Comparativa tasa de paro.



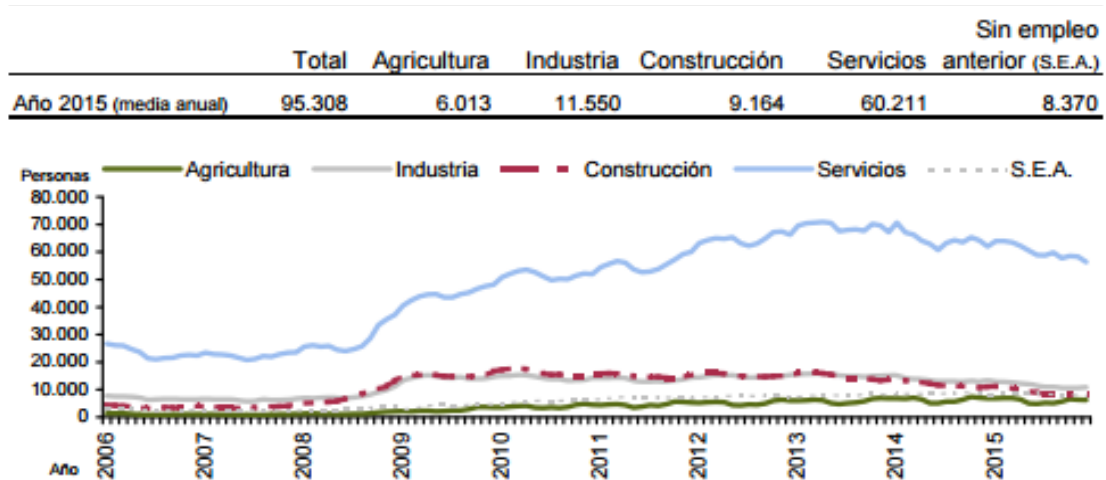
Indicadores referidos a la población en edad de trabajar, de 16 a 64 años.

Fuente: Macrodatos EPA-INE

Fuente: Estudio EPA en colaboración con el INE

En los años previos a Expo Zaragoza, la situación de Aragón se asemeja a la media nacional por lo que no se pueden extraer conclusiones claras de los efectos de la exposición. Ahora bien, en los años posteriores es posible observar un fuerte cambio de tendencia; no sólo por la finalización de la Expo sino por la fuerte crisis que afectó a España. Las cifras de las tasas del paro en casi todos los sectores se incrementaron, siendo el sector servicios el sector que más se vio afectado (ver Gráfico 12).

Gráfico 12. Paro registrado por sectores en Aragón. Años 2006 - 2015



Fuente: Instituto Aragonés de Estadística . Estudio «Datos básicos de Aragón (2016)»

En cuanto al sector turístico, uno de los objetivos de la Expo del Agua era atraer a turistas internacionales a largo plazo pero, desafortunadamente, los datos del Instituto Nacional de Estadística nos confirman que en el año de la Expo (en el que se esperaba el máximo número de turistas extranjeros) la mayoría de turistas fueron de CCAA españolas. Y, en los años posteriores, la cifra de visitantes disminuyó como se puede apreciar en la Tabla 4, que además permite la comparación con el resto de comunidades autónomas.

Tabla 4. Preferencia internacional por CCAA españolas.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Andalucía	8.429.555,96	7.975.201,52	7.465.415,45	7.440.993,76	7.764.947,79	7.528.916,84	7.887.720,08	8.501.991,15
Aragón	387.439,05	434.825,02	348.888,33	331.530,73	297.535,30	272.472,85	260.752,73	327.027,77
Asturias (Pr. de)	167.175,29	181.492,57	168.717,55	180.255,55	241.886,92	234.206,66	233.901,72	236.522,73
Balears (Illes)	9.956.425,96	10.020.781,81	9.024.438,98	9.201.823,14	10.111.331,60	10.365.709,06	11.057.458,44	11.367.223,60
Canarias	9.454.984,07	9.356.641,25	8.207.485,60	8.611.805,06	10.211.079,69	10.138.533,27	10.620.980,76	11.475.211,06
Cantabria	319.736,63	320.276,82	320.795,24	278.055,58	314.415,73	287.910,16	316.112,20	369.137,53
Castilla - La Mancha	230.142,45	187.039,18	188.973,88	152.144,31	151.814,05	171.532,25	159.249,67	182.611,91
Castilla y León	1.160.070,25	999.333,63	978.813,55	987.356,04	968.676,10	921.235,12	905.556,09	996.065,36
Cataluña	15.233.723,07	14.344.333,53	12.704.583,90	13.154.528,41	13.143.168,18	14.439.754,49	15.631.515,53	16.814.199,01
C. Valenciana	5.713.179,76	5.713.312,17	5.096.339,92	5.021.392,23	5.337.584,39	5.359.049,68	5.969.593,46	6.233.881,15
Extremadura	236.364,03	229.569,37	189.330,46	187.777,62	151.878,64	160.510,55	162.157,39	196.283,25
Galicia	1.030.721,61	932.870,38	763.750,69	688.772,82	851.560,72	861.337,75	871.040,66	1.050.417,48
Madrid (C. de)	4.426.841,61	4.615.615,57	4.819.356,15	4.632.252,58	4.478.059,77	4.463.531,47	4.227.479,47	4.546.559,26
Murcia (Región de)	716.840,15	790.210,55	842.142,02	676.271,40	631.612,61	582.654,38	621.886,61	805.657,59
Navarra (C. Foral de)	191.990,66	188.124,21	198.690,27	175.263,45	216.494,47	249.038,59	227.165,67	261.716,87
País Vasco	957.207,47	838.752,40	804.583,58	903.733,90	1.258.545,84	1.354.540,96	1.467.790,68	1.569.745,07
Rioja (La)	53.105,64	63.634,00	55.334,87	53.016,21	46.292,02	0,00	55.127,92	61.024,32

Fuente: Encuestas de Egatur y Frontur

4. Milán

Lo primero que llama la atención es la elevada promoción a nivel mundial que tuvo. Las previsiones eran bastantes optimistas gracias a la venta de entradas anticipadas con carácter previo a la inauguración. Este hecho, no solo era una buena señal sino que además ya dejaba entrever que la ciudad de Milán acogería un elevado nivel de turistas durante los meses de la Expo, que además coincidían con otros eventos de moda como «La Vogue Fashion Night».

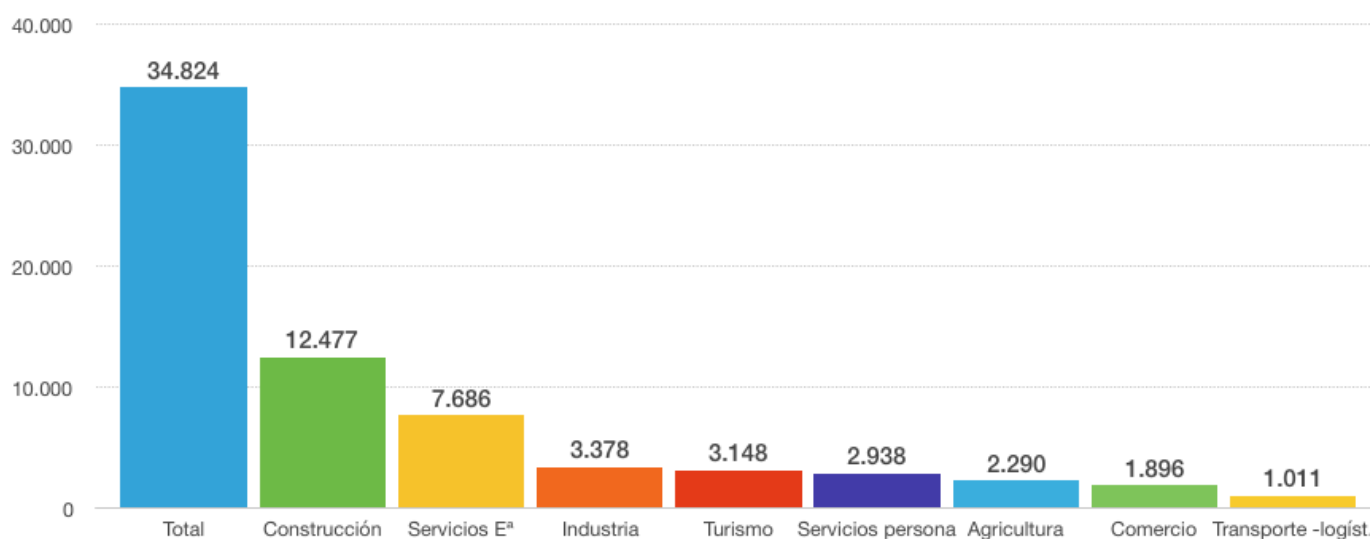
De hecho³⁸, solo en el mes de septiembre de 2015 Milán acogió 44 mil visitantes, un 26% más respecto a 2014, y en octubre un 35,34% más que en el año 2014; en total, durante los meses de mayo a septiembre se registró un + 23,5% respecto a los mismos meses del año anterior. En cuanto al gasto de los turistas, los estudios post-Expo de Visa

³⁸ «Grazie a Expo anche Milano fa il pieno di visitatori». 7/10/2016. Varese News. Disponible en: <http://www.varesenews.it/2015/10/%EF%BB%BF%EF%BB%BFgrazie-a-expo-anche-milano-fa-il-pieno-di-visitatori-piu-di-900mila-a-settembre/407507/>

Europe afirman que en los meses de la Exposición los turistas, europeos y extraeuropeos, gastaron un + 29,3% con respecto al año 2014, lo que supone para el año 2015 una cifra de casi €190 millones³⁹, inferior a la prevista que se había estimado en torno a los € 212 millones⁴⁰. Respecto a la tasa de ocupación hotelera⁴¹, desde septiembre del 2014 hasta septiembre de 2015, esta pasó del 75% al 89%.

Por otro lado, tenemos el análisis de la ocupación en el momento pre-Expo, como se refleja el Gráfico 13 justamente en los dos años previos, el sector con mayor ocupación fue el de la construcción seguido de los servicios e industria.

Gráfico 13. Distribución de la ocupación por sectores pre-Expo'15.



Fuente: Cámara de Comercio de Milán y Expo Milán S.A. *Analisi di impatto economico. L'indotto di Expo 2015.*

La situación durante la Exposición 2015 sufrió algunos cambios; el número total de ocupados llegó a ser 67.500 personas. El sector de la construcción sufrió una gran caída y pasó a ocupar la última posición, mientras que la primera posición la ocupó el sector turístico y la restauración, con un 41,1%.

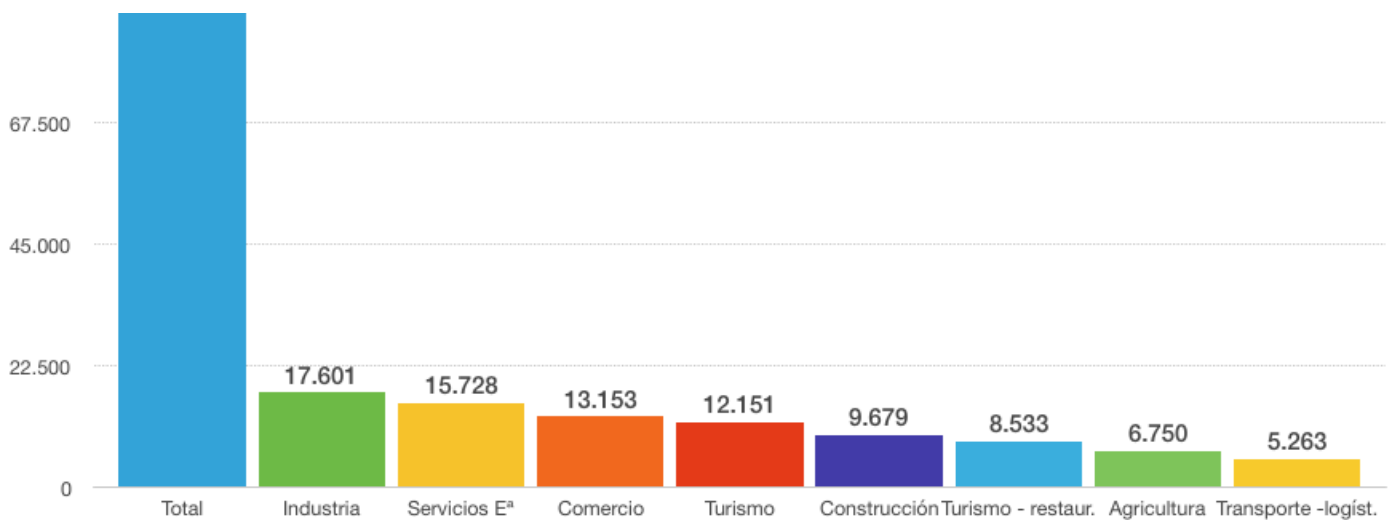
³⁹ Encabezado el gasto por francéses, seguido de estadounidenses e ingleses.

⁴⁰ *Expo Milano 2014. L'impatto sull'economia Italiana. Università Luigi Bocconi, Centro di Economia Regionale dei Trasporti e del Turismo.* Disponible en: [http://www.confindustria.it/Aree/AltriDocumentiEXPO.nsf/B76A02BEC9A6C6BDC1257864005A0E49/\\$File/Impatto%20sull'Economia%20italiana.pdf](http://www.confindustria.it/Aree/AltriDocumentiEXPO.nsf/B76A02BEC9A6C6BDC1257864005A0E49/$File/Impatto%20sull'Economia%20italiana.pdf)

⁴¹ *Diario 24 ORE.* «Expo, impatto sl Pil italiano fino al 0,4%». Giovanna Mancino e Sara Monci. Disponible en: http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2015-11-01/impatto-pil-italiano-fino-04percento-081115.shtml?uuid=ACCYnRRB&refresh_ce=1

La situación post- Expo, Gráfico 14, tiene también una tendencia alcista; de 2015 a 2020 se espera que el total de ocupados se sitúe en 88.857. El primer sector sería el industrial, seguido de actividades del sector terciario.

Gráfico 14. Distribución de la ocupación por sectores post -Expo'15.



Fuente: Cámara de Comercio de Milán y Expo Milán S.A. *Analisi di impatto economico. L'indotto di Expo 2015.*

El sucesivo incremento del número de ocupados que se espera en los próximos años se debe, en parte, a que la Expo 2015 trajo y traerá consigo la creación de nuevos *start up*, las cuales no solo crean puestos de trabajo, sino que además aportarán valor al sistema económico con su actividad. La cifra total de nuevas empresas que se espera conseguir está aproximadamente en torno a las 10.622⁴², 1/3 de ellas se ubicarán en la Región de Lombardía y, en cuanto a su distribución por sectores, en la Tabla 5 podemos ver el resultado.

⁴² Fuente: *L'Istituto nazionale di statistica (ISTAT), Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE)* y Gobierno de Italia.

Tabla 5. Distribución por sectores de las nuevas empresas generadas de Expo' 15

Sectores	Número de empresas
Construcción	4.966
Transporte	1.665
Actividad de servicios de alojamiento y restauración	2.021
Servicios de información y comunicación	1.578
Actividades de entretenimiento	391
Total	10.622

Fuente: *L'indotto di Expo 2015. Cámara de Comercio de Milán y Expo Milán S.A.*

De acuerdo a estos datos, es posible afirmar que la Exposición de Milán tuvo una enorme importancia para economía lombarda e italiana, no sólo en la fase pre-Expo sino incluso después de haberse llevado a cabo. Por ello, también se analizan las expectativas que se tienen para los próximos años tomando como base⁴³ los estudios realizados por la Cámara de Comercio de Milán en colaboración con la Sociedad Expo. Sin embargo, antes de empezar es necesario definir los siguientes conceptos:

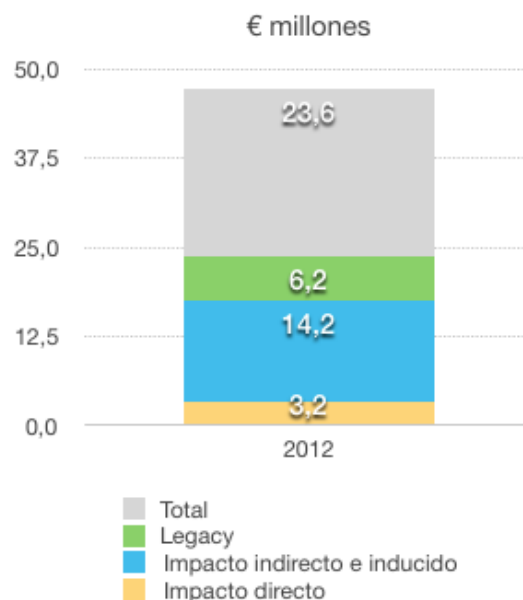
- Impacto económico directo: supone todas las inversiones hechas para la realización de la Expo (inversiones de Expo S.A, coste de gestión e inversiones de los países participantes).
- Impacto indirecto e inducido: en estos efectos se incluyen aquellos que puedan llegar a ser generados por las inversiones descritas anteriormente, se trata del valor añadido que se ha generado por la interrelación de los diferentes sectores. Además, se incluyen también los gastos de los visitantes de la Expo, tanto dentro como fuera del recinto (hospedaje, alimentación, transporte, servicios varios y compra de bienes).

⁴³Camera de Comercio di Milán, Expo S.A y SDA Boccon. *L'indotto di Expo 2015 Un'analisi di impatto economico*. i. Disponible en: http://www.mi.camcom.it/c/document_library/get_file?uuid=a4dd3afc-623d-4bda-aad7-c917d2c99c38&groupId=10157.

- Impactos secundarios (*Legacy*): en este apartado se han incluido los efectos de la activación de las nuevas empresas generadas por la Expo, las variaciones del patrimonio inmobiliario, los efectos del incremento de las inversiones extranjeras y los efectos de la actividad turística a raíz de la Expo 2015.

Para los años 2012-2020, el impacto total esperado de las tres variables definidas anteriormente será de €23,6 millones (ver Gráfico 15). El impacto directo alcanza la cifra de €3,2 millones y €14,2 de efectos indirectos (los más importantes, puesto que incluyen los flujos monetarios. derivados del turismo postExpo).

Gráfico 15. Impacto esperado de Expo' 15



Fuente: *L'indotto di Expo 2015*. Cámara de Comercio de Milán y Expo Milán S.A.

En los impactos secundarios, que ascienden a €6,2 millones, habrá que tener en cuenta que: los mayores gastos de los visitantes de la Expo corresponden a extranjeros; la revalorización del patrimonio inmobiliario se refiere al período postExpo, cuando se reconvierta el uso de los terrenos; se esperan nuevos proyectos de inversión (solo durante el período 2008-2012 se realizaron inversiones en proyectos por un valor de 62.000 dólares). En cuanto al turismo postExpo que se generará, los estudios apuntan que en los tres años posteriores a la Expo llegarán a Milán aproximadamente 140.000 visitantes por

año, entre italianos y extranjeros, cifra que según los estudios realizados se reduciría a la mitad si no se hubiese llevado a cabo la Expo⁴⁴.

4.3 Ciudad anfitriona⁴⁵

La realización de una exposición supone poseer desde un principio las infraestructuras adecuadas para solventar los posibles problemas de alojamiento de visitantes y miembros de los países e instituciones participantes, vías de acceso a la ciudad y al recinto adecuadas y un espacio óptimo destinado al recinto. En general, se busca reformar las partes degradadas de la ciudad, zonas marginales o muy deterioradas medioambientalmente, barrios industriales en declive, etc. – poner en valor el patrimonio cultural, etc.; en resumen, mejorar el aspecto de la ciudad.

Los cambios/mejoras que se deben realizar no siempre son los mismos, depende de la situación de cada una de las ciudades anfitrionas y del tipo de exposición que se va a realizar. Por ello, se realiza previamente una planificación urbanística. Según *Ashworth y Voogd* (1990), es posible encontrar los siguientes tipos de planificaciones cuando se dan este tipo de eventos: 1. Defensiva: centrada en el mantenimiento de los servicios e infraestructuras ya existentes; 2. Orientada a la calidad: supone mejorar las infraestructuras y el producto turístico; 3. Expansionista: orientada a activar y promocionar nuevos recursos patrimoniales; 4. Diversificadora: destinada a conseguir nuevos mercados.

Con la información disponible, se ha elaborado la Tabla 6 donde se han plasmado, de forma resumida, cuáles fueron los aspectos claves en cada uno de los proyectos urbanísticos. Conviene poner de manifiesto que para realizar este cuadro, únicamente se han considerado los principales planes que se llevaron a cabo para las exposiciones.

⁴⁴ <http://www.linkiesta.it/it/article/2015/11/10/limpatto-economico-di-expo-molto-meno-di-quello-che-raccontano/28134/>

⁴⁵ Principalmente se va a hacer referencia a los cambios en el plan urbanístico

Tabla 6. Cambios urbanísticos debido a las EXPOs

	Expo Géno- va	Expo Sevi- lla	Expo Zarago- za	Expo Mi- lán
Vías de acceso a la ciudad	✓	✓	✓	✓✓
Vías de acceso a la región/provincia		✓✓		✓
Renovación zonas marginales	✓✓	✓	✓	✓
Reordenación de espacios públicos	✓		✓	✓
Rehabilitación de ed. Históricos	✓			
Infraestructuras turísticas	✓	✓		✓
Mejora de zonas abandonadas	✓	✓	✓✓	✓
Creación de nuevas zonas		✓	✓	✓✓
Vías comunicación internas (tranvía, bus)				✓✓

Fuente: Elaboración propia

Para la Exposición Internacional Génova 1992, la transformación urbana tuvo como protagonistas el centro histórico de Génova y la línea de costa del «Puerto Viejo»; se podría considerar como un tipo de planificación orientada a la calidad. Se realizó una reordenación de sus espacios públicos, rehabilitación de edificios históricos y cambios de propiedad, usos y usuarios de los ejes, impulsados desde los grandes organismos públicos y privados. El resultado fue una ciudad lista para su inserción en los circuitos culturales y turísticos europeos, con un Puerto Antiguo convertido en centro cultural y zona comercial.

En la Expo Universal Sevilla 1992, los datos de diversas instituciones públicas⁴⁶ confirman que la mayoría de las inversiones fueron destinadas a mejorar infraestructuras turísticas, así como la accesibilidad a Sevilla y Andalucía. Aunque según afirma María del Pópulo de Pablo-Romero, profesora de la Universidad de Sevilla, en su tesis docto-

⁴⁶ MOPT (Ministerio de Obras Públicas y Transportes), Junta de Andalucía, Sociedad Estatal Expo 92, Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.

ral «El incremento de estas infraestructuras no fue suficiente para alcanzar niveles adecuados de dotación. Se centraron, como era lógico, sobre el lado Oeste de la región, con el fin de facilitar el acceso a la ciudad de Sevilla. Sin embargo, no resolvió de forma adecuada el acceso por toda la Costa del Sol y ahora tenemos varios e importantes problemas de tráfico en la zona». En este caso, también se podría considerar que se llevó a cabo una planificación orientada a la calidad.

Por otro lado, el conjunto de proyectos⁴⁷ para la Expo Zaragoza (2008), contribuyeron a la transformación de Zaragoza y de su área metropolitana: se recuperaron las riberas de los ríos, se incrementaron las infraestructuras y los equipamientos de la ciudad. Además, la preparación de la ciudad para la exposición sirvió para acelerar proyectos que ya estaban en proceso o pendientes de ejecución, tales como el Plan de Acompañamiento, los Proyectos Asociados y la Red de Carreteras. En buena medida, la Expo 2008 sirvió al desarrollo logístico de la ciudad; no sólo se aprovechó su posición estratégica, sino que se complementó con la mejora del servicio de la alta velocidad y del aeropuerto de Zaragoza, la creación de la Plataforma Logística (PLAZA) y con nuevos sistemas de autopistas y autovías. Así pues, por el conjunto de proyectos que se realizaron, se podría clasificar la planificación de la Expo'08 como una orientada a la calidad con un elevado perfil expansionista.

Tal como se recoge en la Tabla 6, para la Expo Milán se tocaron la mayoría de los aspectos mencionados, esto es porque ya estaban desarrollándose algunos de los proyectos que se unieron a los nuevos, lo que dio lugar a una renovación intensa del aspecto turístico de la ciudad aprovechando los cursos de agua que la atraviesan (fue un cambio mucho más planificado e intenso que en el caso de Zaragoza). Además, se dio gran importancia al proyecto de construcción del Recinto Expositivo y su posterior vinculación a la ciudad. El proyecto EXPO consistió en: «Obras de Conexión», en base a proyectos que incluían una serie de caminos, carreteras, líneas de ferrocarril y de metro; y «Obras esenciales», que incluyeron la construcción del Recinto Expositivo y la reconstrucción de los cursos de los ríos que atraviesan Milán.

Como también se puede apreciar en la Tabla 6, las vías de comunicación fueron proyectos comunes a los cuatro casos a estudio. Conscientes de la importancia de este aspecto,

⁴⁷ La organización de los proyectos y subproyectos que realizaron para la Expo 2008, están detallados en el ANEXO 3

se ha elaborado la Tabla 7 con la finalidad de conocer cómo se aprovecharon las mejoras/nuevas construcciones viales y cuáles fueron las preferencias de los usuarios a la hora de acceder a la ciudad (en el caso de la Expo Génova no se ha obtenido información suficiente para incluirla en el Tabla).

Tabla 7. Grado de utilización de los medios de transporte

MEDIO UTILIZADO PARA LLEGAR A LA CIUDAD			
	Expo Universal 92	Expo Internacional 08	Expo Universal 15
Vehículo	25,0%	27,6%	0,511% ¹
Bus	11,0%	40,2%	11,5% ¹
Ferrocarril /Tren	34,0%	12,0%	50% ²
Vuelo	28,0%	15,0%	30% ³
Otros	2,0%	5,2%	8,0%

¹ Datos «ARRIVA ITALIA», en calidad de *Partner People Mobility de Expo 2015*.

² Datos Gruppo FS Italiane, compuesto de Trenitalia, Trenord e di altre compagnie europee

³ Datos de las principales compañías colaboradores con Expo S.A: Alitalia y Etihad Airways

Fuente: Elaboración propia

4.4 Opinión pública

Cuando una ciudad acoge la celebración de un gran evento, genera tanto efectos positivos como adversos en los ciudadanos de la ciudad anfitriona. Se ha realizado un análisis DAFO que permite visualizar dichos efectos y tomando como referencia la ciudad anfitriona (como comprobaremos, algunos de los argumentos ya se incluyeron en los anteriores apartados).

Cuadro 1. DAFO: efectos en la población de la ciudad anfitriona de una EXPO

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Incremento del ratio de habitantes por m2, debido a la llegada de los nuevos turistas y empleados para el evento. -Estas migraciones pueden incrementar las desigualdades sociales. -Creación de grupos en contra de la realización de las exposiciones. -Falta de transparencia en las actuaciones referentes a la exposición. -Concentración de recursos únicamente en ciertos sectores, dejando de lado otros como el sector cultural. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fuertes concentraciones en los lugares más turísticos de la ciudad, lo que da lugar a colas de acceso, empeoramiento del tráfico y <i>overbooking</i> en empresas del sector terciario. - Supone una fuerte inversión económica, que si no se realiza eficientemente produce gastos post-Expo. - La exposición está condicionada por factores externos, tales como política, científica o sociocultural.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Con una buena planificación y uso eficiente de los recursos, aparece la posibilidad de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. -Conservación de antiguos recursos turísticos. -Construcción de nuevos equipamientos, generalmente de tipo emblemático, con efectos urbanísticos claves sobre el territorio. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se puede cambiar la imagen de la ciudad. -Es una oportunidad para darse a conocer y realizar alianzas estratégicas con órganos o empresas extranjeras.

Fuente: Elaboración propia

Históricamente, en Sevilla el desarrollo urbanístico ha estado vinculado a eventos externos, como las Exposiciones de 1929 y 1992, es lo que se denomina «efecto pulsar» (Vegara, A. 2004).

Es preciso señalar que la sociedad sevillana es consciente de este comportamiento y, por otro lado, la imagen que se ha proyectado ante los eventos ha sido una imagen de tradicionalismo, que en lo cultural se traduce en una amplísima producción literaria, plástica,

musical, centrada en los «temas sevillanos» (Rodríguez Sacristán, 2010). De hecho, hay un estudio del catedrático de psiquiatría Jaime Rodríguez Sacristán «La psicología del sevillano», que revela que el 85% de la muestra se interesa bastante o mucho por mantener las tradiciones de la ciudad.

La preparación de la Exposición Universal de 1992 generó polémica, la mayor parte de la sociedad, aparentemente estaba en contra al evento⁴⁸: a los ojos de los sevillanos la Expo era un evento externo, debido a que se organizó desde Madrid y se pensaba que la promoción exterior había sido insuficiente. No obstante, la escasa afluencia inicial de público exterior se solventó con la presencia del público local, consiguiendo que el 85% de los encuestados sevillanos-residentes reconociera la importancia que supuso la celebración de la Expo Sevilla'92. Cabe decir que la exitosa Expo'92 ayudó a incorporar nuevos valores como: el cosmopolitismo, las nuevas tecnologías, la alta cultura, la calidad urbana y la organización, en la sociedad tradicional sevillana.

En el caso de Génova⁴⁹, el evento contribuyó positivamente al inicio de un proceso que permitiera revertir la tendencia de deterioro físico, económico y social que estaba presente en muchas partes de la zona central de la ciudad, a través de la reconversión portuaria (Seassaro, 2001). En este proceso general de transformación urbana se produjo una evolución del tejido comercial, así como un incremento de la oferta lúdica, cultural y comercial, contribuyendo a provocar sustanciales cambios en el paisaje urbano del centro histórico (Smith, 2001). El resultado fue la revitalización del centro de Génova y el traslado de las clases medias más altas a la parte central de la ciudad después de siglos ubicados en las afueras de la misma (Diappi, 2009; Annunziata, 2014), dejando de lado la idea de que la zona central era conflictiva e insegura. Un año después de haberse realizado la Expo⁵⁰ surgió el problema de la reutilización de edificios y espacios públicos de la zona, que en aquella época estaban ya cerrados al público. Esto fue consecuencia de la falta de definición de los usos potenciales de dichas infraestructuras, ni siquiera de los principales elementos de atracción turística como el Acuario y el Centro de Congresos.

⁴⁸ Diario de Sevilla, «Sevillanos en el ombligo del mundo». María José Guzmán, 20/04/2012. Disponible en: <http://www.diariodesevilla.es/article/expo20aniversario/1237405/sevillanos/ombligo/mundo.html>.

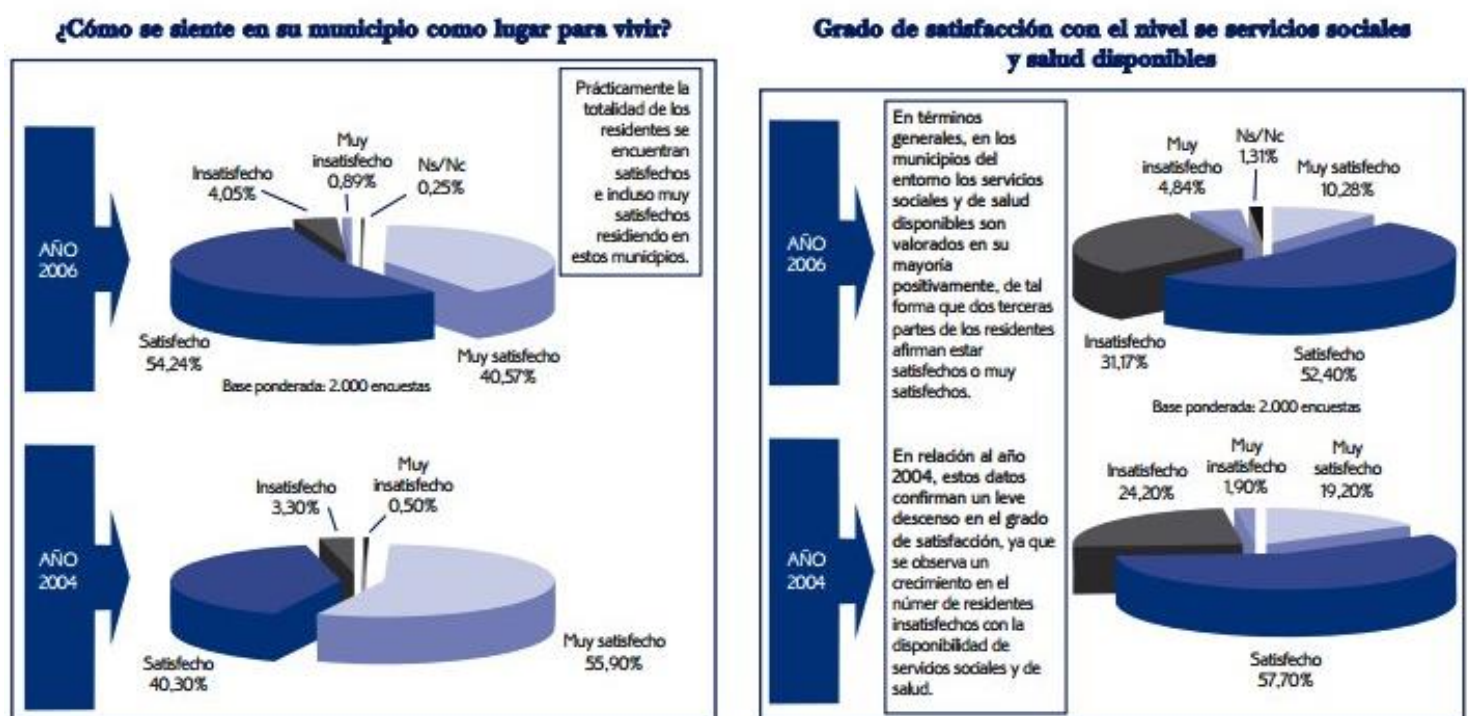
⁴⁹ No hemos podido encontrar información acerca de cuáles han sido las valoraciones de los visitantes.

⁵⁰ Página web oficial «Associazione Benemeriti». Esposizione Internazionale de Genova. Disponible en: <http://www.benemeritimilano.it/bie/genova1992.php>. Consulta: 11/06/16.

Por otro lado, la Expo del Agua en Zaragoza tuvo muy buena acogida entre los ciudadanos y contó con el consenso de todas las fuerzas políticas. Ejemplo de ello fueron las más de 30.000 personas las que participaron en el Programa⁵¹ «*Voluntary Work Programme*», algunas de las cuales procedían de otras Comunidades Autónomas españolas y continentes. Cada uno de los voluntarios tuvo que realizar un curso de preparación y formación básica.

Respecto a la calidad de vida de los zaragozanos, las diferentes encuestas realizadas por EBROPOLIS ponen de manifiesto la opinión que tenían los ciudadanos. En 2006, el 54,24% de los entrevistados de 50 municipios situados en el entorno de Zaragoza, confirmaba estar de satisfecho con el municipio en el que vivía, como se comprueba en el Gráfico 16. En 2009, el 97,1% de los zaragozanos afirmaba sentirse satisfecho con Zaragoza como lugar para vivir

Gráfico 16. Satisfacción pre-Expo'08 de los zaragozanos con su municipio y servicios

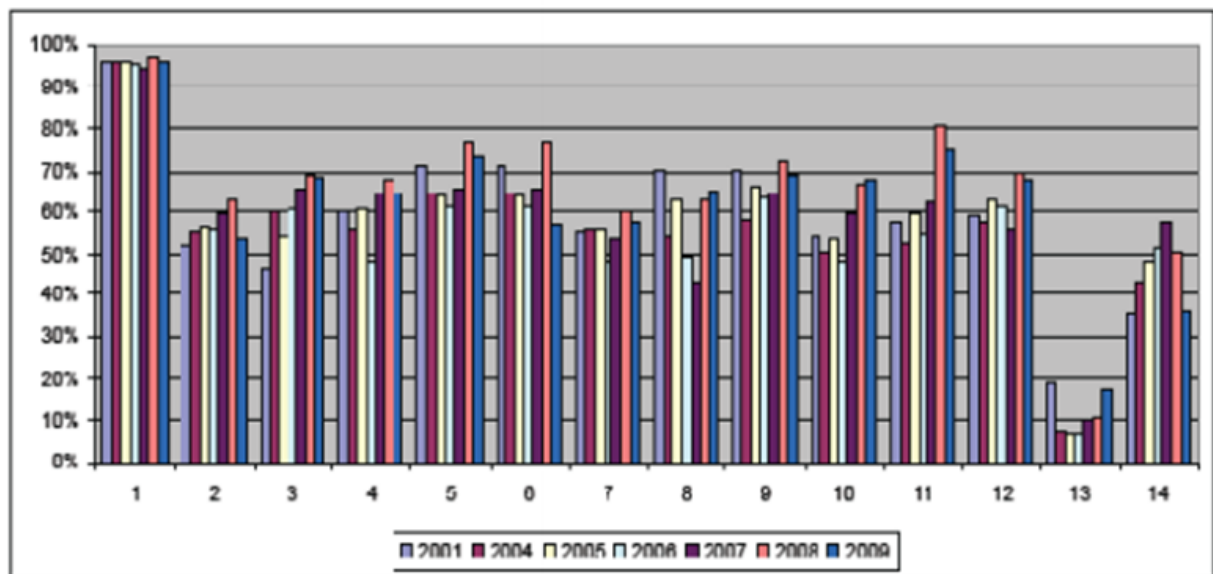


Fuente: Estudio Ebrópolis

⁵¹ - Dossier de prensa Expo Zaragoza 2008.

- El programa de voluntariado fue patrocinado por El Corte Inglés, Mapfre y Repsol. Mientras que la serie de dibujos animados fue patrocinada por Pastas Gallo.

Gráfico 17. Evolución calidad de vida zaragozanos 2001-2009



- | | |
|---|--|
| 1. ¿Cómo se siente en Zaragoza como lugar para vivir? | 8. Nivel de servicios públicos de transporte disponibles |
| 2. Oportunidades de participación ciudadana | 9. Nivel de los servicios de recreo y ocio |
| 3. Nivel de seguridad | 10. Calidad del medio ambiente urbano |
| 4. Modelo de vivienda | 11. Cantidad de los espacios naturales |
| 5. Nivel de los servicios de salud disponibles | 12. Calidad de espacios naturales |
| 6. Nivel de los servicios sociales disponibles | 13. Acceso económico a la vivienda |
| 7. Calidad de enseñanza | 14. Oportunidades de empleo disponibles |

Fuente: Agenda 21. Estudio Ebrópolis

Durante la Expo'08 casi todas las variables del Gráfico 17 vieron incrementado su porcentaje, destacan los espacios naturales (una de las mejoras que se incluían como beneficios directos de la realización de la Expo), los servicios sociales y servicios de salud disponibles.

Se puede concluir que los zaragozanos estaban satisfechos con la celebración de la Expo'08, excepto por el aspecto de mejora de las oportunidades laborales. En cuanto a la satisfacción de los visitantes, respecto a la muestra y a los servicios utilizados y/o recibidos, las encuestas realizadas por la empresa Appened⁵² afirman que la nota media es de un 7,8/10; dentro de las valoraciones más altas destacan el servicio médico y el trato/profesionalidad del personal. Por el contrario, las valoraciones más bajas correspon-

⁵² Se realizaron entrevistas personales por franjas horarias a aquellas personas mayores de 16 años, tomando una selección aleatoria de la unidad muestral, que en este caso es el visitante. Tras el proceso de depuración, el número de encuestas era de 16.277, con un grado de cobertura de la encuesta del 0,29.

den al acceso sin colas a de los pabellones y la relación calidad/precio de los bares y restaurantes del Recinto.

El último de los casos a analizar es la Exposición de Milán, que como ya se ha puesto de manifiesto fue la más exitosa en todos los sentidos. Sin embargo, es importante conocer si la opinión pública también de acuerdo con esta afirmación a partir del análisis de las cuestiones que le afectan.

De las valoraciones que se realizaran al finalizar la Exposición de Milán, en este trabajo se recoge únicamente la efectuada por Piero Galli⁵³, Director General de Ventas y Entretenimiento de Expo 2015, quien afirma que los resultados de las encuestas realizadas muestran como el 54% del total de visitantes expresó su deseo de volver a Italia en el 2016; el 75% del total habrían aconsejado la visita a la Expo y la satisfacción general de los visitantes fue del 8,4/10.

Otro aspecto que refleja el éxito de la Expo'15, es la posición que ocupa la ciudad de Milán a nivel mundial. En el año 2009 encabezó la lista *Top Global Fashion* según la empresa *Global Language Monitor (GLM)*⁵⁴, desde entonces sufrió un retroceso y pasó a estar de espaldas a los grandes centros de moda, tales como París, Londres o New York. Ahora se puede afirmar que ha reducido la distancia que la separaba de estas ciudades⁵⁵ y pese a que no pudo mantenerse como número uno, de acuerdo a las clasificaciones de GLM y artículos de revistas de moda como ELLE, sí ha conseguido mantenerse entre las cuatro grandes de la moda gracias a las obras de mejora en la ciudad derivadas de la Expo'15, como fueron, las autovías que conectan Milán con otras ciudades italianas, los cambios de los recorridos naturales de los canales que atraviesan Milán, las mejoras en la arquitectura de la ciudad⁵⁶ (proyectos de reutilización), la apertura de museos, bares, tiendas y restaurantes de calidad y las obras con una relación directa con la Expo. Si en alguna ocasión se asociaba la identidad de Milán con una «ciudad gris y triste»⁵⁷, el efecto Expo ha potenciado su dinamismo provocando que Milán pase a tener

⁵³ «Expo 2015, il bilancio positivo di Piero Galli», *Sputnik*. 30/10/2015. Disponible en: <http://it.sputniknews.com/italia/20151030/1444497/expo2015-bilancio.html>.

⁵⁴ Empresa multinacional, sede en Estados Unidos, que se encarga de realizar rankings anuales de las capitales de moda más importantes de todo el mundo.

⁵⁵ Javier Mazorra. «Milán está de Estreno», Mayo 2015. *El País*

⁵⁶ Proyectos de reutilización como Zonas como Porta Nuova o Citylife

⁵⁷ Mariapia Bruno. *Milano è una bella signor*, Blog Tempi. Agosto 2011

un nuevo aire fresco y de modernidad, que integra lo antiguo y actual con un gran equilibrio.

Esta exposición fue, desde el principio, bien recibida por la población, se ofrecen algunos datos que confirman esta impresión. Sólo en el inicio de la campaña de voluntariado, apoyada por Asociaciones Internacionales, escuelas y universidades, se recibieron más de 5.300 solicitudes de las cuales el 80% de los italianos y el 20% extranjeros (el país extranjero más representado fue China). El 64% de los candidatos tenía una edad menor de 26 años, el 25% pertenecen al grupo de edad entre 26 a 45 años y, en contra de los pronósticos, también hubo un grupo de voluntarios mayores de 70 años. Para hacer frente a la gran variedad de voluntarios y permitir su participación, se idearon diferentes programas; cada uno de éstos de determinada duración, modo de activación y plazas disponibles.

5. CONCLUSIONES

El proyecto contempla desde la definición de una exposición hasta los efectos que han tenido las Exposiciones sometidas al estudio de casos. Asimismo, la comparación entre las exposiciones analizadas permitirá al lector hacerse su propia opinión acerca del impacto obtenido por cada una de ellas.

Desde la realización de Expo Sevilla hasta la Expo Milán, la exigencia a la que se ha sometido la organización de estos grandes eventos se ha ido incrementando y ha pasado a ser algo más compleja, ya sea por la importancia de los temas tratados o bien, por la magnitud de recursos involucrados, no sólo económicos, sino también simbólicos, institucionales y/o sociales (Chito Guala, 2007; Ilaria Vitellio, 2009).

El éxito de realizar este tipo de eventos reside en: aportar soluciones a los conflictos tratados en el tema de la exposición y en aprovechar la oportunidad para desencadenar un proceso duradero de crecimiento sostenible, vinculado al legado que cada una de las exposiciones ha generado.

Uno de los legados más inmediatos, a priori, es el físico, que en el caso de Sevilla no se supo aprovechar. Es verdad y queda constatado, que con la Expo'92 se realizó una reurbanización viaria que favoreció no solo a Sevilla, sino también al conjunto de la comunidad andaluza, pero la mala planificación del uso posterior del recinto expositivo y otras instalaciones, provocó que con el tiempo se destruyeran todos los pabellones auto-

nómicos y varias instalaciones quedaran abandonadas; en conjunto para el año 2012 las pérdidas alcanzaban los 210⁵⁸ millones de euros.

Probablemente, el balance post-Expo Sevilla hubiese sido más positivo si se hubiese realizado una buena planificación pre-Expo en el uso de las instalaciones o, en su defecto, si después de la Expo se hubiese sabido adaptarlas a las necesidades de ese momento. En este contexto, es imprescindible conocer a priori el uso que se va a dar a las instalaciones (Anna Segre y Sergio Scamuzzi, 2004; Roberto Gambino, Giulio Mondini y Attila Peano, 2005), lo que evitará que no caigan en desuso, como fue el caso de la Expo Sevilla o Expo Zaragoza. Aunque en este último caso, a la mala planificación post-Expo, se suma el inicio de la crisis nacional y el hecho de que la inversión, desde un principio, fue demasiado alta; a fecha 2008 ya se acumulaban unas pérdidas de 501,8⁵⁹ millones de euros que pasaron a ser más de 600€ millones en el año 2014.

A pesar de las elevadas pérdidas, de lo que no cabe duda es que Expo Zaragoza'08 sirvió para transformar y modernizar la ciudad, colocando la ciudad en el escenario español, si bien su impacto internacional fue mínimo. Tampoco consiguió una afluencia de turistas post-Expo, ya que el turismo aragonés continuó con su tendencia habitual, es decir, los picos de la ocupación turística siguieron correspondiendo, en su mayoría, al turismo de nieve.

Para cambiar la tendencia del turismo y potenciar el turismo extranjero, cuando se llevó a cabo la Expo se debía haber reforzado la marca Zaragoza/Aragón - oferta gastronómica aragonesa, usos extras de los edificios que se construyeron con motivo de la Expo, uso de la posición estratégica de Zaragoza para ofrecer un *pack* turístico junto con Madrid o Barcelona- incluyendo todos los esfuerzos en conjunto de las provincias involucradas (Ejarque, 2005).

Respecto a otro de los casos sometidos a estudio, Expo Génova, aunque se desconoce la cifra de las pérdidas, se sabe que también algunas instalaciones cayeron en desuso. Como factor positivo destacar que la Expo fue el impulso que permitió a la ciudad tomar la relevancia que, años más tarde, le permitiría ser declarada Capital Europea (2004). Con

⁵⁸ «20 Años de la Expo, el punto de partida del despilfarro andaluz» Agustín Rivera Málga, 15/04/2012. Periódico El Confidencial. Disponible en: http://www.elconfidencial.com/espana/2012-04-15/20-anos-de-la-expo-el-punto-de-partida-del-despilfarro-andaluz_231880/.

⁵⁹ «El agujero de la Expo de Zaragoza» Roberto Pérez, 06/10/2014. Periódico ABC.es. Disponible en: <http://www.abc.es/local-aragon/20141006/abci-perdidas-expo-zaragoza-rozan-201410060931.html>.

estos dos grandes eventos, la ciudad no ha dejado de mejorarse y ampliarse constantemente contribuyendo así a potenciar su imagen (Francesco Gastaldi 2013).

Cabe destacar que al finalizar la Expo'08 también se valoró la idea de proponer Zaragoza como candidata a Capital Europea de la Cultura 2016 -actualmente es Donostia-. Si se hubiese seguido adelante con la iniciativa, se hubiese tenido que renovar o construir nuevas infraestructuras, sin mencionar los esfuerzos en otros ámbitos, lo que requiere grandes inversiones monetarias. Si bien las pérdidas producidas por Expo'08 dificultaban abordar nuevos macro-eventos, tampoco contaba con el apoyo de importantes figuras del ámbito cultural y social. Además, los organismos públicos decidieron concentrar sus esfuerzos en superar la crisis y crear empleo, para intentar paliar los efectos de la crisis.

Por último, tenemos el caso de Expo Milán'15, que de los cuatro ejemplos estudiados se podría decir que es el que más cercano está al concepto de «éxito», si bien todavía es pronto para hacer esta afirmación puesto que solo ha pasado un año desde que se realizó. Las pérdidas al finalizar la Expo eran de 7,7€ millones de euros⁶⁰ (febrero 2016). Según los estudios realizados por Coldiretti⁶¹/Ixè, la Exposición Universal de Milán ha sido un éxito para el 74% de los italianos, mientras que el 88% de los visitantes ha declarado estar satisfecho con la experiencia Expo'15.

En el resto de casos estudiados con la excepción de Expo Milán'15 (quizá por ser muy reciente), sus exposiciones han pasado casi al olvido. Incluso alguna de ellas, como la Expo Zaragoza, no se recuerda a nivel internacional. Esto es debido, en buena medida, al elevado porcentaje de visitas nacionales. Por el contrario, en Expo Milán el peso de los visitantes extranjeros representó un 30,95%, de los cuales gran parte eran de otros continentes. Por lo que el perfil nacional o internacional del visitante va a condicionar el recuerdo y su proyección en el tiempo; ahora bien, el tipo de visitantes recibidos por una Expo está a su vez ligado al tipo promoción realizada y esta, a su vez, a los patrocinadores y socios implicados en el proyecto. Esto es, Expo Milán tuvo un porcentaje alto de visitas extranjeras, porque también sus patrocinadores y socios fueron grandes multinacionales. Por tanto, el estudio de casos muestra una relación directa y positiva entre el

⁶⁰ «Expo, ecco il rosso 2015», *Luigi Franco*. 15/05/2016. Disponible en: <http://www.ilfattoquotidiano.it/2016/05/12/expo-ecco-il-rosso-2015-238-milioni-di-euro-confermati-i-nuovi-oneri-per-i-soci/2723779/>.

⁶¹ Principal Organización de emprendedores agrícolas en Italia y Europa.

número de visitantes nacionales/extranjeros y el tipo de socios y patrocinadores que se involucran en cada una de las exposiciones.

Este estudio ha pretendido a partir de un estudio de casos reflexionar sobre cuatro diferentes exposiciones, trasladando al lector a cada una de dichas exposiciones, y permitiéndole recordar la Experiencia Expo así como su legado, al tiempo que le invita a reflexionar acerca del impacto que estos eventos tienen sobre sus *stakeholders* y sobre la conveniencia de participar o no en ellos, a la vista de los efectos que producen tanto en el corto como en el largo plazo, y tanto a nivel local como nacional e internacional.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ANNUNZIATA, S. (2014). *Gentrification and Public Policies in Italy (23-34). The Changing Italian Cities: Emerging Imbalances and Conflicts*. L'Aquila, GSSI Urban Studies - Calafati, A. (ed.).
- ASHWORTH, G.J. y VOODG, H. (1990) *Selling the city. Marketing approaches public sector urban planning*. Londres: Belhaven.
- CARRIZO, A. y VIEIRA, A. (2009). *Turismo de eventos: desafíos estratégicos de la ciudad de João Pessoa (Brasil)*. Murcia.
- DACHEVSKY DANIEL, Marcelo (2001): 114-140. *Urban zapping: ciudades, productos y marcas*. Barcelona: Edicions UPC.
- DEL PÓPULO María, ROMERO Pablo y DELGADO Gil (2002). *La Exposición Universal de Sevilla 1992: efectos sobre el crecimiento económico andaluz*. Universidad de Sevilla y Fundación Focus-Abengoa.
- EJARQUE, Josep (2005). *Destinos turísticos de éxito, diseño, creación, gestión y marketing*. Piramide (ed).
- FRANCO, Ángel (2009). *Rigenerazione urbana e ricambio sociale. Gentrification in atto nei quartieri storici italiani*. Milán, Diappi, L. (ed.)
- GAMBINO Roberto; MONDINI, Giulio; PEANO, Attilia (2005). *Le olimpiadi per il territorio*. Milán. Il Sole 24 Ore (ed.)
- GASTALDI, Francesco (2005). *E dopo il 2004? Necessità di sguardi e di azioni su un'altra Genova*. Gomorra: 8, 92-97.
- GONZÁLEZ, F. y MORALES, S. (2009). *Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- GUALA, Chito (1993). *Tra ricerca e partecipazione. I comitati del centro storico di Genova*. MARTINELLI, Franco, GUIDICINI, Paolo (ed.), pp. 247-258.

- GUALA, Chito (2007). *Mega Eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana*. Roma, Carocci (ed).
- Heraldo de Aragón .*Expo Zaragoza 2008: 93 días para la historia*.
- PARIS ROCHE F. (2003). *La Planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*. Editorial Paidotribo. Barcelona.
- SANAGUSTÍN FONTS, María Victoria; GÓMEZ BAHILLO, Carlos; MOSEÑE FIERRO, José Antonio; María GOMEZ Y PATIÑO, Alexis; Fornos MARTÍNEZ, Rafael; GÓMEZ MARTÍNEZ, María; MUÑOZ LAFUENTE, María; VIGARRA ACIRÓN, Carolina TOBÍA PÉREZ y OLIVÁN BELLOSTA, Ricardo. *Análisis, Diagnóstico y Propuestas de mejora del Turismo en Aragón: del Turismo como Riesgo a la oportunidad de un Turismo Sostenible* Cámara Aragón y Escuela de Empresariales Huesca.
- SÁNCHEZ MANTERO, Rafael (2000). *Historia breve de Sevilla*. Madrid, Silex Signos (ed.).
- SEGRE, Anna; SCAMUZZI, Sergio (2004), *Aspettando le olimpiadi*. Roma. Carocci (ed).
- Sociedad Anónima Zaragoza Expo 2008. *Todas las preguntas, todas las respuestas. Candidatura EXPO ZARAGOZA 2008: Agua y desarrollo sostenible*.
- VITELLIO, Ilaria, *Regimi urbani e grandi eventi*, Milán, FrancoAngeli, 2009, 224 págs., ISBN: 978-88-56- 81555-9

WEBGRAFIA:

- *Aniversario de la Expo del 92 en Sevilla* (20/04/14). Disponible en <https://sevilleandyou.wordpress.com/2014/04/20/la-expo-del-92-en-sevilla/>. Consulta: 24/01/16.
- DELL'ACQUA, Alberto, MORRI Morri y QUAINI Enrico. *L'indotto di Expo 2015: analisi di impatto economico*. Diciembre 2015. Disponible en: http://www.aib.bs.it/uploads/allegati/pagine_260_allegati3.pdf. Consulta: 7/2/16

- CONCEPCIÓN SANCHÉZ, Laila. *Trabajo fin de máster: «La exposición universal de Sevilla de 1992: el antes y después»*. Disponible en: <https://masterturismosevilla.files.wordpress.com/2013/03/lailasanchezbravo.pdf>. Consulta: 31/01/16.
- *Istituto nazionale di statistica* (página oficial). Disponible en: <http://www.istat.it/it/>
- GIAMBATTISTA, Anastasio (20/10/13). *Expo, l'adesione degli Usa vale 1,2 milioni di visitatori: allo studio l'effetto Papa..* Disponible en: <http://expo2015.quotidiano.net/cronaca/2013/10/20/968696-expo-papa-francesco.shtml>. Consulta: 30/01/16
- GOMÉZ BAHILLO, Carlos y SANSÚ VILLARROYA Jaime. *Informe Expo 2008: La Exposición Internacional Zaragoza 2008*. Disponible en: http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/02/docs/Areas/Publicaciones/InformesAnuales/Informe%202008/INFORME_EXPO_2008.pdf. Consulta: 25/11/15
- Partner People Mobility de Expo 2015. Datos «ARRIVA ITALIA». Disponible en: <http://www.ferpress.it/arriva-italia-10-200-000-passeggeri-trasportati-dai-servizi-di-people-mobility-per-expo-2015/>. Consulta: 24/03/2016
- Partner People Mobility de Expo 2015. Datos «ARRIVA ALITALIA». Disponible en: <http://www.expo2015.org/archive/it/alitalia-e-etihad-airways-presentano-due-nuovi-aerei-con-la-livrea-di-expo-milano-2015.html>. Consulta: 24/03/2016.
- PUEYOS CAMPOS, Ángel (2007). *Zaragoza y la EXPO 2008*. Universidad de Zaragoza, Departamento Geografía y Ordenación de Territorio. Disponible en: <http://estudiosgeograficos.revistas.csic.es/index.php/estudiosgeograficos/article/viewFile/17/14>. Consulta: 02/05/2016
- *Rapporto Annuale 2015, la situazione del Paese*. Disponible en: <http://www.istat.it/it/files/2015/02/Rapann2015slide.pdf?title=Presentazione+del+Rapporto+annuale+2015++20%2Fmag%2F2015++Slide+di+presentazione+di+Giorgio+Allewa.pdf>. Consulta: 06/02/16
- *Sintesi Rapporto Annuale 2015, la situazione del Paese*. Disponible en: <http://www.istat.it/it/files/2015/02/Sintesi2015.pdf>. Consulta: 07/2/16.

- *Un confronto sul numero di visitatori tra Milano e le precedenti Esposizioni Universali* (1/09/15). Disponible:<http://www.universofood.net/2015/09/01/expo-un-confronto-sul-numero-di-visitatori-tra-milano-e-le-precedenti-esposizioni-universali/>. Consulta:24/01/16
- Gruppo FS Italiane (Trenitalia, Trenord y otras compañías europeas). Disponible en: <http://www.fsnews.it/fsn/Gruppo-FS-Italiane/Trenitalia/Alla-EXPO-con-il-treno-10-milioni-i-passeggeri-trasportati-da-Trenitalia-e-Trenord>. Consulta: 24/03/2016

ANEXO I

Como se ha mencionado en el CAPÍTULO PRIMERO, existen varios tipos de exposiciones, que clasificándolas según su importancia, son:

- I. Exposición Universal.
- II. Exposición Internacional Especializada.
- III. Exposición Hortícola: son de carácter internacional, realizada en conjunto por el BIE y la Asociación Internacional de Productores Hortícolas (AIPH). Su duración debe ser de 3 a 6 meses y el recinto como mínimo de 50 hectáreas
- IV. «*Triennale di Milano*»: se trata de una exposición cada tres años que se realiza siempre en la misma ciudad, como indica su nombre. Esta exposición está organizada por la «*Triennale di Milano*» Institución, regulada por el BIE y su misión la creación de un espacio donde se desarrollen temas de la industria del diseño y el público en general.

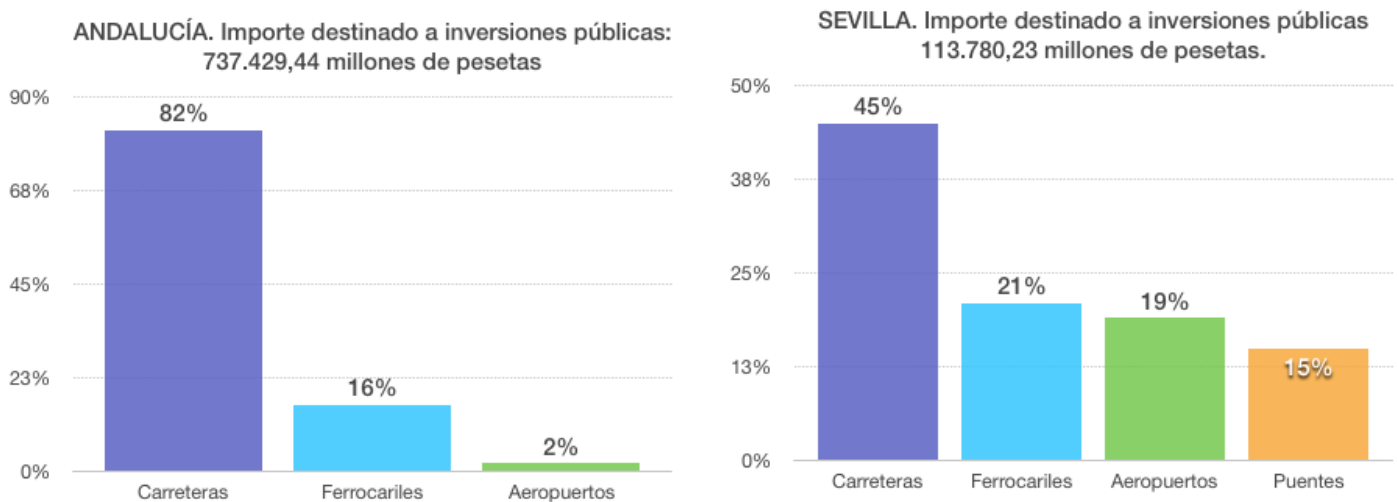
ANEXO II

CASO EXPO SEVILLA:

Comparando las cifras de la inversión que se realizaron, se puede ver que se destinó para la Comunidad de Andalucía un +5,48% sobre el presupuesto de Sevilla, porcentaje que en pesetas supone 623.649.21 pesetas. Estas cifras permiten ratificar que la Expo Sevilla tuvo un mayor impacto en la Comunidad que en la ciudad, en otras palabras, la beneficiaria de gran parte de la inversión fue Andalucía. En las siguientes

gráficas muestran, los importes gastados y su destino dependiendo de la infraestructura y ubicación.

Gráfico 18. Distribución de la inversión para el caso de Expo Sevilla'92



Fuente: Elaboración propia

ANEXO III

En la siguiente lista se puede ver la totalidad de obras que se realizaron, incluyendo los sub-proyectos. Según el «Informe de fiscalización de las actividades desarrolladas por la Sociedad Estatal Expoagua» la sociedad permitió la urbanización del Recinto expositivo, construcción de pabellones, plazas temáticas, edificios emblemáticos, actividades artísticas y espectáculos y actividades de promoción, publicidad y marketing del evento. Para realizar estos proyectos, la sociedad obtuvo fondos de las aportaciones de sus Socios, póliza de crédito con el Instituto de Crédito Oficial (ICO), subvención concedida por la Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID) e ingresos comerciales derivados de las actividades desarrolladas en la Exposición.

Recinto Meandro de las Ranillas (aprox. de 700 millones €):

Plan Director⁶²

⁶² Incluía la construcción de tres pabellones emblemáticos (Pabellón-Puente, Torre del Agua y Acuario Fluvial), de seis plazas de arquitectura efímera, de los pabellones de los participantes y de las edificaciones a realizar en el meandro de Ranillas.

Pabellones temáticos

Plan de Acompañamiento (1.500 millones de €):

Plan Riveras

Acceso entorno Expo- Estación Delicias

Infraestructura de transportes

Alojamientos: Villa Expo

Equipamientos culturales

Infraestructuras y renovación urbano, Actuaciones en espacios libres

Proyectos Asociados (inversión 500 millones de euros).

ANEXO IV

Conforme el *Rapporto di Sostenibilità di Expo Milano*⁶³ 2015- 2014, las obras esenciales (las correspondientes a la construcción del Recinto Expositivo) estuvieron a cargo de la Sociedad Expo 2015 (financiada por la Cámara de Comercio 6%, Provincia de Milán 6%, Ayuntamiento de Milán 12%, Región Lombardía 12% y el 64% del Estado). Mientras que la responsabilidad de las obras de conexión correspondió a la Región de Lombardía, Provincia de Milán, Ayuntamiento de Milán, ANAS⁶⁴ y RFI⁶⁵.

Obras esenciales (2.129,1 millones de euros):

Master Plan.

Urbanización del Recinto

Infraestructuras de uso común

Proyecto *Vie d`Acqua*

⁶³

Disponible

en:

[http://www.expo2015.org/archive/cs/Expo/1392223815161/rapporto_di_sostenibilita_2013_expo_2015_ita.pdf%3Bfilename_%3DUTF-8"rapporto_di_sostenibilita_2013_expo_2015_ita.pdf](http://www.expo2015.org/archive/cs/Expo/1392223815161/rapporto_di_sostenibilita_2013_expo_2015_ita.pdf%3Bfilename_%3DUTF-8).

Fecha de consulta: 23/04/16

⁶⁴ Azienda Nazionale Autonoma delle Strade: una corporación italiana que se encarga de la gestión la red de carreteras y autovías italiana, bajo la vigilancia del Ministerio de Infraestructuras y de Transporte.

⁶⁵ *Rete Ferroviaria Italiana*.

Pabellón Italia

Conexiones al recinto

Obras de conexión (823.5 millones de euros):

Infraestructuras viarias, carreteras y metropolitanas.

Accesibilidad al Recinto a través de las vías de comunicaciones regionales y nacionales.

Área y estructura del parking del Recinto

ANEXO V

Exposición Universal de Sevilla:

- Bancos: Hispano, BBV, Central y Banesto
- Sector informático y telefónico: Siemens, Alcatel, Rank Xerox, Fujitsu e IBM, además de otras como Philips y Telefónica Española.
- Sponsor: Cruzcampo, Sociedad Tierras del Jerez.

Exposición Internacional de Zaragoza:

- Socio de Expo 2008/ Socio Proveedor Oficial de Expo 2008: La Caja de Ahorros de la Inmaculada (CAI), Endesa, la Caja de Ahorros de Zaragoza, Aragón y La Rioja (Ibercaja), Acciona, Renault, Telefónica, Ayuntamiento de Zaragoza, la Cámara de Comercio de Zaragoza, la Confederación de Pequeña y Mediana Empresa de Zaragoza, el Gobierno de Aragón, la Federación de Asociaciones de Barrios de Zaragoza, la Unión Vecinal Cesaraugusta, la Universidad de Zaragoza, Comisiones Obreras de Aragón, la Confederación de Empresarios de Zaragoza, la Diputación Provincial de Zaragoza y la Unión General de Trabajadores de Aragón
- Patrocinadores de Expo Zaragoza 2008: Cervezas Ambar, Balay, Galerías Primero, Pikolín, Roca, Halcón Viajes, Seguros Axa, Central Lechera Asturiana, Seguros Mapfre, ColaCao, el grupo Henkel, los vinos Corona de Aragón-

Enate-Viñas del Vero, Schindler, Carrefour, Grundfos, Arbora & Ausonia, El Corte Inglés, Correos, las aguas Font d'Or y Vichy Catalán, las Clínicas Vital Dent y Coca-Cola

- Media Sponsors: Aragón Radio y Aragón Televisión, de la Corporación Aragonesa de Radiotelevisión, Radiotelevisión Española (RTVE), Heraldo de Aragón, el Grupo Prisa (con El País, Cuatro TV y la Cadena SER), el Grupo Zeta (con el Periódico de Aragón, Periódico de Catalunya, Tiempo o Interviú), Unidad Editorial (El Mundo, Marca, Telva,...), Hachette Filipacchi o el Grupo Vocento (ABC, Punto Radio,...).

-Amigos de la Expo: Aldesa Construcciones, Coalvi, Petisa, Sabeco, Saica, Grupo Agbar, Cajalón, Marcor Ebro, Ideconsa, Gestión de Aguas de Aragón, Aquagest, Sorea, Aigües de Barcelona, Porcelanosa, Bankinter, Contazara, Grupo Mariano López-Navarro, MercaZaragoza, Banco Santander, Prosegur, Ágreda Automóviles, BGL, Jacob Delafon, Banco Sabadell, Ebrosa, Red Eléctrica y Aqualia.

- Otros: Gas Natural, Danone y como transportistas oficiales Renfe y los Transportes Urbanos de Zaragoza.

Exposición Universal Milán:

- *Official Global Partners: Accenture, Systems Integration Partner, Enel, Smart Energy & Lighting Solutions Partner, Fiat Chrysler Automobiles and CNH Industrial, Sustainable Mobility Partner, Intesa Sanpaolo, Banking Partner, Samsung, Edutainment Partner, Selex ES, Safe City & Main Operation Centre Partner, Telecom Italia, Integrated Connectivity & Services Partner*
- *«Official Global Airlibes Carriers / Official Global Rail Carriers/ Official Cruise Carrier»: Alitalia-Etihad, Official Global Airline Carriers, Trenitalia, MSC Croicere.*
- *Official Partners: Algida, Beijing Huiyuan Food & Beverage, Birra Moretti, BolognaFiere, Came, CDP-FSI-SACE, Cisco, Coca-Cola, Eni, Eutsalt, Gruppo Ferrero, Fiera Milano, illycaffè, Regione Siciliana, S.Pellegrino y Technogym.*