



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



Grupo de Investigación
ECONOMÍA DEL TURISMO
LA CULTURA Y EL DEPORTE



Informe de estimación del impacto económico de la celebración de la III edición del Califa Mountain Festival en Cerro Muriano (Obejo) y Córdoba.

Autores:

José Enrique Ramos Ruiz

Grupo de Investigación SEJ-588, Economía del Turismo, de la Cultura y del Deporte, de la Universidad de Córdoba

Manuel Rivera Mateos

Centro de Análisis y Prospectiva del Turismo, CAPT-UCO
Universidad de Córdoba

Tomás López-Guzmán

Grupo de Investigación SEJ-588, Economía del Turismo, de la Cultura y del Deporte, de la Universidad de Córdoba

Solicita y recibe el informe:

Félix Almagro Calero

Presidente CD Running Series

Córdoba, 30 de septiembre de 2024



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



Grupo de Investigación
ECONOMÍA DEL TURISMO
LA CULTURA Y EL DEPORTE



Introducción

La organización de eventos impulsados por administraciones públicas o entidades privadas abarca diversos ámbitos, como el social, académico, artístico o deportivo. Getz (2008) señala que los eventos especiales se caracterizan por su naturaleza temporal, delimitada a espacios específicos y con un programa previamente planificado. En el ámbito del turismo, los eventos juegan un papel clave como motores de la economía, contribuyendo además a la competitividad de los destinos turísticos (Getz, 2008).

Los eventos deportivos pueden generar grandes beneficios económicos, aunque también conllevan costes sociales y ambientales significativos (Hall, 1989). La gestión de este tipo de eventos ha evolucionado hacia una profesionalización creciente, siendo cada vez más gestionados por expertos y empresarios del sector (Getz, 2008). Asimismo, los impactos transversales que estos eventos tienen sobre la vida cotidiana de los negocios y residentes en las comunidades anfitrionas se han vuelto cada vez más relevantes (Getz y Page, 2024).

Por otro lado, el turismo deportivo, en particular, ha ganado una importancia creciente como parte de la oferta de entretenimiento dirigida tanto a residentes como a visitantes. Investigaciones previas han demostrado el impacto económico y social que estos eventos pueden tener en las ciudades anfitrionas (Gratton y Kokolakis, 1997; Carlsen y Taylor, 2003). Este impacto no es exclusivo de eventos deportivos de gran envergadura (Preuss, 2007) ya que una gestión adecuada puede hacer que eventos de menor escala también generen efectos positivos en las comunidades anfitrionas (Kaplanidou y Vogt, 2007). En consecuencia, es necesario resaltar que los impactos económicos, sociales y ambientales de los eventos deportivos a pequeña escala resultan fundamentales para comprender la magnitud de sus efectos y su contribución a la calidad de vida de los residentes, así como a la mejora de la imagen de los destinos turísticos.

Este informe técnico aborda la estimación del impacto económico de la celebración del III Califa Mountain Festival, Campeonato de Andalucía de Carreras por Montaña por Etapas, evento deportivo celebrado entre el 20 y el 22 de septiembre de 2024 en Cerro Muriano (términos municipales de Obejo y Córdoba).



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



Grupo de Investigación
ECONOMÍA DEL TURISMO
LA CULTURA Y EL DEPORTE



CAPT
CENTRO DE ANÁLISIS Y PROSPECTIVA
DEL TURISMO EN CÓRDOBA

Objetivos

Este estudio se plantea tres objetivos:

- (1) Determinar el impacto económico de la celebración de la III edición del Califa Mountain Festival en el territorio en el que se celebra, con relación a la aportación de fondos ajenos o de terceros al presupuesto del evento.
- (2) Cuantificar y discriminar el tipo de gasto realizado por cada tipología de participante.
- (3) Estimar el impacto económico específico en Cerro Muriano (Obejo y Córdoba).

Metodología

El instrumento de medida utilizado para alcanzar estos objetivos consiste en un cuestionario autoadministrado con el que se realizó a los encuestados varias preguntas relacionadas con su comportamiento de gasto con motivo de su participación en el evento. Estas preguntas sirvieron para determinar la tipología de participante según sean desplazados o no, así como si pernoctan o no, el número de personas acompañantes, la tipología de gasto realizado y el lugar en el que se ha realizado dicho gasto. El cuestionario, cargado en la plataforma *Google Forms*, fue distribuido por email a través de la entidad organizadora a todos los participantes, de manera que al mismo sólo tuvieron acceso las personas que formaron parte del evento. En total se recogieron 210 cuestionarios completos y válidos, lo que supone una tasa de respuesta del 46,67% de las personas que participaron en el evento. Se indica, con carácter informativo, un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 4,95%.

Resultados

Atendiendo a la información facilitada por la entidad organizadora, la celebración del evento ha contado con un presupuesto total de 35.255 euros. Este presupuesto está formado por tres bloques: (1) cantidad destinada por el club organizador, que asciende a 12.000 euros; (2) los fondos públicos procedentes de distintas administraciones, que ascienden a 15.500 euros; y (3) los patrocinios privados, que ascienden a 8.255 euros. Así, este estudio considera que el presupuesto del evento está formado por fondos propios, aportados por la entidad organizadora tras haber realizado el cobro de la inscripción a los participantes; y fondos ajenos, que proceden tanto de administraciones públicas como de entidades privadas y ascienden a 23.255 euros.



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



Grupo de Investigación
ECONOMÍA DEL TURISMO
LA CULTURA Y EL DEPORTE



CENTRO DE ANÁLISIS Y PROSPECTIVA
DEL TURISMO EN CÓRDOBA

Han participado un total de 450 corredores. De ellos, el 38,10% son participantes residentes, que no han necesitado desplazarse fuera de su lugar de residencia habitual. El 61,90% son participantes desplazados, que sí han tenido que desplazarse con motivo de su participación del evento. Los participantes visitantes, que no han pernoctado, representan el 28,57% del total de participantes y los participantes turistas, que sí han pernoctado, representan el 33,3% del total de participantes.

Los resultados de este estudio estiman el impacto directo derivado por el gasto realizado por los participantes visitantes y turistas, así como por sus acompañantes, en 164.355,82 euros, lo que considerando el efecto multiplicador del turismo para Andalucía (Junta de Andalucía, 2023), situado en 1,51, supone una estimación de impacto económico total de 248.177,29 euros. Esto implica un retorno directo de los fondos ajenos aportados por administraciones públicas y entidades privadas de 7,07 euros, ascendiendo el retorno total para el territorio a 10,67 euros por cada euro invertido en el evento.

El gasto promedio por concepto queda reflejado en la Tabla 1 para cada tipología de participante. Se aprecia que el participante turista gasta en manutención un 73,31% más que el participante visitante y un 23,08% en ocio y otros conceptos.

Tabla 1. Comportamiento económico de los participantes desplazados.

Participante	Manutención	Ocio y otros	Alojamiento
Visitantes	38,33 €	32,50 €	0,00 €
Turistas	66,43 €	40,00 €	51,79 €

Además, los visitantes han indicado suponer un promedio 2,25 personas desplazadas y los turistas 2,71. Esto implica que la estimación de personas que no residen habitualmente ni en Córdoba ni en Cerro Muriano (Obejo) pero que sí han realizado gasto en el territorio es de 697 (290 visitantes y 407 turistas). Por último, los turistas han indicado haber pasado un promedio de 2,97 días y 1,97 noches, lo que supone 801 pernoctaciones. La tabla 2 ofrece el desglose de estimación de impacto directo e impacto total para cada tipología de participante desplazado, del cual se ha estimado, a través de la declaración de la ubicación del gasto facilitada por los participantes, que aproximadamente el 90% ha recaído en Cerro Muriano (Obejo) y el entorno de la capital cordobesa.

Tabla 2. Impacto generado por cada tipología de participante desplazado.

Participante	Directo	Total
Visitantes	20.558,41 €	31.043,20 €
Turistas	143.797,42 €	217.134,10 €
Total	164.355,82 €	248.177,29 €



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



Grupo de Investigación
ECONOMÍA DEL TURISMO
LA CULTURA Y EL DEPORTE



Conclusiones

La estimación del impacto económico total de la celebración de la III edición del Califa Mountain Festival supera la financiación ajena recibida. En concreto, se estima que el impacto económico para el territorio asciende aproximadamente a unos 250.000 euros, con un retorno de entre 10 y 11 euros por cada euro invertido por terceros, de los cuales prácticamente el 90% recaen en Cerro Muriano (Obejo) y el entorno de la capital cordobesa.

Para próximas ediciones, se sugiere la valoración de la realización de acciones orientadas al aumento de los participantes turistas y a conseguir información con la que evaluar otros aspectos relacionados con la celebración del evento:

- (1) Promocionar Cerro Muriano (Obejo) y el entorno de Córdoba como destino de turismo deportivo activo dentro del territorio nacional, de tal manera que se contribuya al incremento del número de participantes turistas.
- (2) Incrementar la ratio turistas/participantes a través de la conversión de participantes en turistas. Para ello se propone la realización de actividades auxiliares y la valoración de la reestructuración de los horarios.
- (3) Mantener y reforzar las actividades auxiliares realizadas en Cerro Muriano (Obejo), para garantizar el porcentaje de impacto económico estimado que recae en el territorio.
- (4) Realizar un estudio ampliado con motivo de la celebración de la próxima edición, en el que se aborde la percepción de impacto por parte de los residentes de Cerro Muriano (Obejo), no sólo a nivel económico, sino también social, medioambiental y cultural, así como el grado de apoyo que presta a su celebración.

Referencias

- Carlsen, J., Taylor, A. (2003). Mega-events and urban renewal: The case of the Manchester 2002 Commonwealth Games. *Event Management*, 8(1), 15–22.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D., Page, S. (2024). *Events Studies: Theory and Management for Planned Events*. 5ª Edición. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003374251>
- Gratton, C., Kokolakis, T. (1997). *Economic impact of sport in England 1995*. London: The Sports Council.
- Hall, C.M., (1989). The definition and analysis of hallmark Tourist events. *GeoJournal*, 19(3), 263-268. <https://doi.org/10.1007/BF00454570>
- Junta de Andalucía (2023). *La Economía del Turismo en Andalucía. Año 2023*. Disponible en:



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



Grupo de Investigación
ECONOMÍA DEL TURISMO
LA CULTURA Y EL DEPORTE



https://www.juntadeandalucia.es/ctrjal/publicaciones/estadisticas/143460095_2023.pdf

Kaplanidou, K., Vogt, C, (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport and Tourism*, 12, (3-4), 183-206. <https://doi.org/10.1080/14775080701736932>

Preuss, H, (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport and Tourism*, 12(3-4), 207-228.

<https://doi.org/10.1080/14775080701736957>