



ANDALUCÍA BIKE RACE 2018: IMPACTO ECONÓMICO Y SOBRE LA NOTORIEDAD EN ANDALUCÍA

Autores:

José Moyano Fuentes

Juan Manuel Maqueira Marín

Pedro José Martínez Jurado

Índice de Contenido

1. Introducción	1
2. Metodología.....	3
2.1. Cálculo del efecto económico directo	4
2.2. Cálculo del efecto económico indirecto.....	8
3. Impacto económico de la Andalucía Bike Race 2018.....	10
3.1. Impacto económico directo derivado de la organización de la prueba	10
3.2. Impacto económico directo generado por los asistentes a la prueba	10
3.3. Impacto directo total y distribución por ramas de actividad	17
3.4. Impacto económico indirecto	18
3.5. Impacto mediático.....	20
3.6. Impacto económico total	21
3.7. Impacto sobre el empleo.....	21
4. Características de los asistentes	22
5. Impacto de la prueba en Jaén	28
5.1. Días de estancia en el evento en la provincia de Jaén	29
5.2. Estancia en la provincia de Jaén adicional a los días de la prueba	30
5.3. Alojamiento durante la estancia en Jaén.....	31
5.4. Impacto de la Andalucía Bike Race sobre la imagen de Jaén.....	33
5.5. Impacto económico directo de la prueba en la provincia de Jaén	34
5.6. Impacto futuro de la prueba en Jaén.....	36
6. Impacto de la prueba en Córdoba	38
6.1. Días de estancia en el evento en la provincia de Córdoba.....	38
6.2. Estancia en la provincia de Córdoba adicional a los días de la prueba	38
6.3. Alojamiento durante la estancia en Córdoba.....	40
6.4. Impacto de la Andalucía Bike Race sobre la imagen de Córdoba	41
6.5. Impacto económico directo de la prueba en la provincia de Córdoba	42
6.6. Impacto futuro de la prueba en Córdoba.....	43
7. Impacto de la prueba en el resto de Andalucía	45
7.1. Estancia en otras provincias de Andalucía	46
7.2. Alojamiento durante la estancia en otras provincias de Andalucía	47
7.3. Impacto económico directo de la prueba en otras provincias de Andalucía	48

7.4. Impacto futuro de la prueba en otras provincias de Andalucía distintas a Jaén y Córdoba.....	50
8. Referencias bibliográficas	54

1. Introducción

La organización y celebración de eventos deportivos forma parte de la industria deportiva generando un impacto económico sobre los territorios donde se realizan. El impacto económico es definido como el flujo económico convertido en ingresos para la región o territorio anfitrión resultante del gasto atribuido a los visitantes y a la propia organización del evento. De este modo, el objetivo del análisis de impacto económico de un evento deportivo es medir de una forma amplia los beneficios que se generan en un territorio con motivo de la prueba deportiva (Crompton, 2006).

La realización de un evento deportivo genera una inyección monetaria inicial que tiene un impacto directo y un efecto indirecto en la economía del territorio o región de acogida. Por un lado, el impacto directo procede tanto del gasto realizado por la organización del evento, como del gasto realizado por los asistentes al mismo en los distintos sectores de la economía. Por su parte, el impacto indirecto se relaciona con el efecto en cadena de las rondas adicionales de recirculación monetaria inyectada en la economía (Jago y Dwyer, 2006). Además, existe un impacto mediático que también puede cuantificarse económicamente y que puede influir de forma positiva en la promoción de la marca o las señas de identidad del territorio o marco geográfico donde se produce el evento.

El presente informe es el segundo que se realiza para evaluar el impacto económico generado por la prueba ciclista denominada *Andalucía Bike Race* (ABR) presented by Shimano. Esta prueba es una competición internacional de bicicleta de montaña de seis días de duración que se celebra en las provincias de Jaén y Córdoba desde hace 8 años. Se trata de una de las cuatro mejores carreras por etapas de bicicleta de montaña del mundo, según la UCI (Unión Ciclista Internacional), y pretende difundir el extraordinario patrimonio natural e histórico que poseen las provincias de Jaén y Córdoba, y Andalucía en su conjunto. Cada día se celebra una etapa circular con salida y llegada en la misma localidad. La edición que se evalúa en este informe ha tenido lugar desde el 25 de febrero hasta el 2 de marzo de 2018.

El primer informe sobre impacto económico de esta prueba se realizó en 2016. Respecto a dicha edición, se han producido dos cambios: a) las etapas de la provincia de Jaén se han trasladado desde la capital y las localidades limítrofes a las localidades de Linares y Andújar, y b) el formato de competición ha pasado de ser por parejas a individual, consiguiendo así una competición más rápida, competida y emocionante, ganando en difusión y facilitando su participación.

A través del informe de impacto económico realizado en 2016 se puso de manifiesto el importante impacto económico directo e indirecto y mediático que esta prueba genera, cifrado en torno a los 5 millones de euros. El objetivo del presente informe es cuantificar, nuevamente, su impacto económico observando si los cambios en la localización de las pruebas y en el formato de la competición han repercutido en la renta y empleo de la economía de las dos provincias donde se celebra y de Andalucía, en general. De igual modo, permitirá evaluar la eficacia de las políticas públicas andaluzas de apoyo a la organización de eventos deportivos de relieve internacional identificando si el retorno

económico para Andalucía se mantiene o se incrementa a lo largo del tiempo aprovechando, de este modo, la financiación destinada en el pasado a promover la celebración de este tipo de pruebas en esta región.

Además de determinar el impacto económico global de la prueba en Andalucía como se realizó en 2016, en esta ocasión se ha desglosado el impacto económico directo para las provincias de Jaén, Córdoba y para el resto de las provincias de Andalucía.

A su vez, y al igual que en el informe de 2016, se analiza la influencia que ha ejercido la carrera sobre la notoriedad de las dos provincias donde se desarrolla, y si ello repercutirá en un impacto a corto plazo tanto para las provincias de Jaén y Córdoba, como para Andalucía en su conjunto. En este sentido, un indicador del éxito y consolidación de esta prueba de bicicleta de montaña es el aumento en la capacidad de atracción de ciclistas foráneos alcanzando, en esta edición, deportistas de 37 nacionalidades diferentes frente a los 24 y 27 países de las ediciones de 2016 y 2017, respectivamente. La prueba se convierte así en una oportunidad para que los participantes y acompañantes puedan conocer el patrimonio histórico y natural de las provincias de Jaén y Córdoba y, por extensión, del resto de Andalucía. De este modo, la Andalucía Bike Race constituye un poderoso elemento de promoción del turismo de montaña, naturaleza y deporte a nivel internacional.

Con respecto al informe anterior, éste no incluye la valoración que los participantes realizan sobre la organización, servicios y actividades que ofrece la prueba y sobre el nivel de satisfacción global con la carrera. Estos aspectos son recogidos en un informe independiente sobre satisfacción elaborado a partir de un cuestionario específico dirigido, exclusivamente, a los participantes de la prueba.

Este informe se ha estructurado en seis apartados incluyendo el presente dedicado a la introducción. El segundo apartado lo dedicamos a describir la metodología y las fuentes de información utilizadas para realizar tanto el análisis del impacto económico, como el estudio relativo a la influencia de la Andalucía Bike Race sobre la notoriedad de las provincias de Jaén y Córdoba y sobre la región andaluza. El siguiente apartado está dedicado a determinar el impacto económico global de esta carrera ciclista. En el apartado cuarto se describe de una forma pormenorizada las características de los asistentes a este evento deportivo. Para finalizar, en los últimos dos apartados se muestran, por un lado, el impacto económico directo de la prueba y el efecto sobre la mejora de la imagen para cada uno de los niveles geográficos analizados (provincia de Jaén, provincia de Córdoba y otras provincias de Andalucía) y, por otro, el impacto a corto plazo que, debido al retorno por motivos turísticos de los asistentes, podría tener la prueba sobre las provincias de Jaén, Córdoba y el resto de Andalucía.

2. Metodología

Para determinar el impacto económico que la Andalucía Bike Race 2018 (ABR 2018) genera sobre Andalucía¹ se ha seguido la misma metodología utilizada para evaluar el impacto económico de la edición de 2016 de esta prueba ciclista. De este modo, se han diferenciado dos tipos de efectos económicos: directos e indirectos. Los efectos directos se conocen como efectos primarios y los indirectos como secundarios. Junto con estos efectos económicos se ha añadido el impacto mediático de la prueba, al ser también una fuente de generación de ingresos y tener una repercusión positiva sobre el sector turístico al mejorar la imagen de las localidades donde transcurre la prueba como un atractivo destino turístico de naturaleza, montaña y deporte. El impacto total de este evento deportivo se obtiene a partir de la suma de los efectos directos e indirectos, y de su impacto mediático cuantificado en términos económicos.

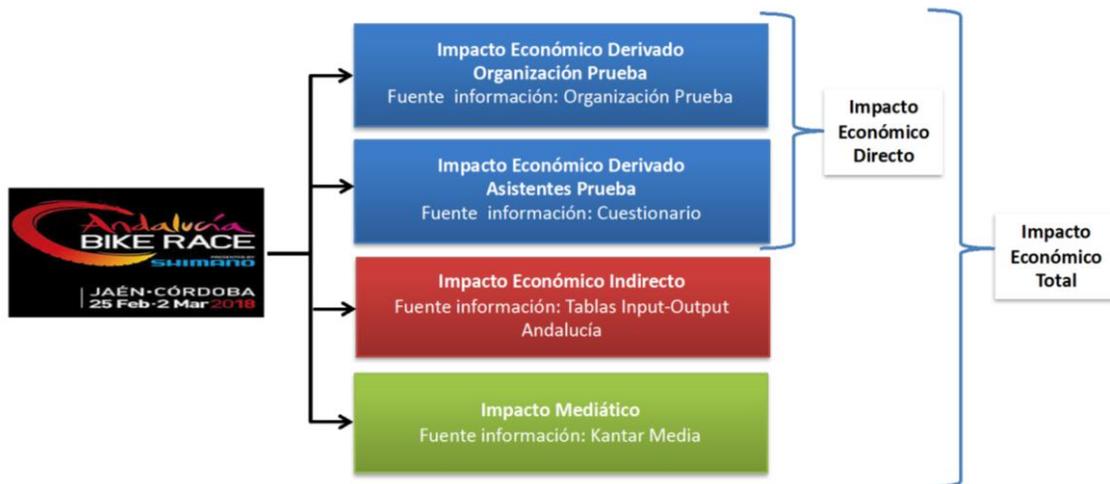
Por otra parte, y al igual que se realizó para la edición de 2016 de la Andalucía Bike Race, se mostrará cuál es la contribución de esta prueba ciclista sobre los principales sectores de actividad vinculados a los ámbitos del turismo y del deporte.

En la siguiente figura se presenta la metodología utilizada para valorar el impacto de la prueba a través de un proceso que consta de cuatro fases diferenciadas:

1. Cálculo de los efectos económicos directos de la prueba. En esta fase se calculará, por un lado, los efectos inmediatos del gasto realizado por los asistentes durante la celebración de la prueba y, por otro, el beneficio obtenido por la entidad organizadora de la prueba (Sánchez-Fernández y Barajas-Alonso, 2012).
2. Determinación de los efectos indirectos de la prueba, que son aquellos que tienen lugar a través de la cadena de relaciones intersectoriales que se originan a partir de los efectos económicos directos, es decir, los que se corresponden con los impactos multiplicadores generados por otras ramas de actividad (García-Navas *et al.*, 2014).
3. Obtención del impacto mediático de la prueba cuantificado en términos monetarios a partir de la información proporcionada por la empresa de estudios de mercado, investigación y análisis de medios *Kantar Media*.
4. Cálculo del impacto económico global de la Andalucía Bike Race en su edición de 2018 a partir de la suma de los resultados obtenidos en las tres fases anteriores.

¹ Se ha considerado que el impacto que genera esta prueba es a nivel regional, ya que se desarrolla en dos provincias de Andalucía. De igual modo, la procedencia internacional de los participantes provoca que otras provincias andaluzas hayan recibido flujos monetarios directamente relacionados con la prueba (especialmente, los vinculados al transporte).

Figura 1.
Componentes y Fuentes de Información para Determinar el Impacto Económico Global de la Andalucía Bike Race



2.1. Cálculo del efecto económico directo

Para obtener los efectos económicos directos es necesario, por un lado, conocer cuál es el impacto que tiene sobre la economía regional, la actividad realizada por la entidad encargada de la organización de esta prueba y, por otro, el flujo monetario generado por los asistentes a la misma.

- a) Impacto directo de la entidad organizadora de la Andalucía Bike Race 2018 en la economía regional.

En primer lugar, se determina el beneficio o pérdida de la entidad organizadora con el objetivo de conocer el impacto de la actividad generada por esta empresa en Andalucía. Para su cálculo es necesario conseguir información contable de los ingresos procedentes de fuera de la región motivados por el evento y los gastos soportados fuera de la región por el mismo motivo (Sánchez-Fernández y Barajas-Alonso, 2012).

Los ingresos de la organización de la prueba ciclista recogen el importe procedente de las inscripciones y los ingresos por publicidad y patrocinios. Con respecto a los costes, recogen los costes por suministros realizados a proveedores foráneos, la contratación de personal no residente en Andalucía y otros directamente vinculados a la organización de este evento deportivo.

Para calcular este impacto directo, que denotaremos como I_1 , se aplicará la siguiente fórmula:

$I_1 =$ Ingresos de la organización procedentes de fuera de la región – gastos de la entidad organizadora con origen fuera de la región.

Fuente de información

Los datos de ingresos y gastos generados por la organización de la prueba y que proceden de fuera de la región han sido suministrados por la entidad organizadora, Octagon Esedos, S.L.

b) Impacto directo de los asistentes a la Andalucía Bike Race 2018.

Para calcular el impacto directo producido por los asistentes es necesario obtener el número de los mismos teniendo en cuenta: los participantes en la prueba; las personas que acompañan a los participantes; el personal enviado a la prueba por los equipos y patrocinadores; los árbitros; los miembros de la organización de la carrera y el personal relacionado con los medios de comunicación que cubren la carrera. Para evaluar este impacto solo deben contemplarse los gastos realizados por estos colectivos y que de no haberse realizado esta prueba en Andalucía no se hubieran alcanzado. Es, por ello, por lo que se han seguido los criterios de otros trabajos sobre los colectivos de asistentes y los flujos monetarios que deben contemplarse (Preuss *et al.*, 2010; Sánchez-Fernández y Barajas-Alonso, 2012).

De este modo, a continuación, describimos los integrantes de cada uno de los colectivos y el gasto generado por los mismos:

- Participantes en la prueba. Este colectivo está integrado por los inscritos a la carrera. Está integrado por 750 personas que generan un flujo monetario derivado de los distintos gastos que tienen que realizar con motivo de su participación en la carrera.
- Público acompañante. Dentro de este colectivo se han incluido, además de las personas que acompañan a los participantes, el personal de los 121 equipos que han participado en la prueba y el personal que los 25 patrocinadores del evento han enviado al mismo. Estas personas enviadas por los patrocinadores junto con las personas que proceden del resto de equipos presentes en el *paddock* suman un total de 430 personas². El público acompañante se ha deducido a partir de las respuestas del cuestionario pasado durante la prueba y asciende a un total de 819 personas. De este modo, este colectivo estuvo integrado por un total de 1.249 personas. El flujo monetario procedente de este colectivo durante los seis días de la carrera no se hubiera producido sin la celebración de esta prueba ciclista.

² Siguiendo el criterio de trabajos relevantes (Cobb y Olberding, 2007; Preuss *et al.*, 2010) no se han incluido los espectadores residentes en las localidades de Linares y Andújar (Jaén) y Córdoba donde se ha celebrado la prueba, ya que su gasto representa recirculación del dinero para la economía regional. No obstante, conviene resaltar la gran atracción de público que supone la Andalucía Bike Race 2018 ya que las cinco etapas que pudieron celebrarse (una fue cancelada por inclemencias meteorológicas) contaron con un total de **21.000 asistentes**, con una media por etapa de 4.200 espectadores, teniendo la etapa con menor número de asistentes 1.500 espectadores y la que más 7.000 espectadores.

- Miembros de la organización. Dentro de este colectivo se recogen, además del personal directo relacionado con la organización de la prueba y procedente de la empresa organizadora del evento, el personal de montaje de infraestructuras móviles, el personal de apoyo en los recorridos, el personal médico, los cronometradores, el personal de restauración, el personal de seguridad, el personal de asistencia en hoteles, los fisioterapeutas, el personal de asistencia mecánica o los árbitros de la prueba, entre otros. En total, este colectivo está integrado por un total de 250 personas y genera un flujo monetario durante todos los días de la prueba que tampoco se hubiera producido si no se hubiese celebrado.
- Medios de comunicación. En este colectivo se recogen 55 personas integrantes de los distintos medios de prensa escrita, radio y televisión de fuera de las provincias de Jaén y Córdoba que han cubierto las noticias de la prueba durante su celebración. Este colectivo también genera un flujo monetario directamente vinculado a la celebración de la prueba.

Para calcular el efecto directo generado por los asistentes, que denotaremos como I_2 , se aplicará la siguiente fórmula:

I_2 = Suma de los flujos monetarios ocasionados para los distintos gastos en transporte, alojamiento, restauración, ocio y otros gastos de menor envergadura vinculados a la estancia turística con motivo de la prueba en Andalucía (compra de *souvenirs*, *merchandising*, etc.)

Fuente de información

Para evaluar el impacto directo ocasionado por los asistentes se diseñó un cuestionario dirigido a los mismos con preguntas asociadas a los distintos gastos en transporte, alojamiento, restauración, ocio y otros gastos de menor envergadura vinculados a la estancia turística con motivo de la prueba en Andalucía. Para evitar duplicidades en la contabilización de los conceptos de gasto mencionados, las preguntas se formularon teniendo en cuenta todas las personas que venían juntas a la prueba, siguiendo el criterio de otros trabajos sobre el impacto económico derivado de pruebas deportivas (Maudos *et al.*, 2016).

El cuestionario, además, contempla otro conjunto de preguntas orientadas a caracterizar a los asistentes a la prueba, evaluar la mejora de la imagen de las provincias de Jaén y Córdoba por la organización de este evento, y evaluar el impacto a corto plazo que la celebración de la prueba tendría considerando los motivos y la posibilidad de los asistentes regresen como turistas a las provincias de Jaén y Córdoba, y al resto de provincias andaluzas.

- Ficha técnica de la encuesta:

Universo: Asistentes directos a la Andalucía Bike Race 2018, 2.304 personas.

Tamaño de la muestra: 380 encuestas válidas.

Afijación: Proporcional.

Ponderación: No procede.

Puntos de muestreo: 2 localidades, Linares y Córdoba capital.

- Procedimiento de muestreo: Polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de unidades primarias de muestreo (colectivos) de forma aleatoria, salvo para el colectivo de participantes donde se hizo un esfuerzo para encuestarlos el día anterior al comienzo de la prueba, y de las unidades últimas (individuos) de forma aleatoria.

Los cuestionarios se aplicaron mediante entrevista personal en la propia prueba, realizadas mediante un total de 10 encuestadores (5 en Linares y 5 en Córdoba) que fueron seleccionados y entrenados por los organizadores de la prueba.

En la tabla siguiente se recoge la distribución temporal y espacial de las encuestas realizadas, observando que casi la mitad de las encuestas se realizaron el día anterior al comienzo de la prueba. En esta edición, las inclemencias climatológicas durante todos los días de celebración de la prueba supusieron un importante obstáculo para la realización de las encuestas, hecho que explica que la tasa de respuesta de este año haya sido un 28,6% inferior a la obtenida en el informe del año 2016. De hecho, las condiciones climatológicas provocaron la suspensión de la quinta etapa en aras a preservar la seguridad y salud de los participantes.

Día/Ciudad	Nº Encuestas	Porcentaje
24-feb-Linares	186	48,9%
25-feb-Linares	74	19,5%
26-feb-Linares	16	4,2%
28-feb-Córdoba	24	6,3%
1-mar-Córdoba	28	7,4%
2-mar-Córdoba	52	13,7%
Total	380	100%

- Error muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error real es de $\pm 4,6\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio

simple. Este reducido error muestral permite extrapolar los resultados de la muestra al conjunto de la población³.

En la Tabla 2 se muestra la distribución por tamaño de los distintos colectivos tanto para la población en su conjunto, como para la muestra.

Colectivo	Población (nº)	Muestra (nº)
Participantes	750	230
Público acompañante*	1.249	98
Organización	250	36
Medios de comunicación	55	16
Total	2.304	380

Nota: El público acompañante recoge tanto las personas enviadas a la carrera por los miembros de los equipos como las personas enviadas por los patrocinadores y expositores, según información facilitada por la entidad organizadora de la prueba.

El **impacto económico directo** será el resultado de agregar al beneficio alcanzado por la entidad organizadora, los flujos monetarios originados por los asistentes a este evento deportivo.

$$\text{Impacto económico directo} = I_1 + I_2$$

2.2. Cálculo del efecto económico indirecto

El efecto económico indirecto se deriva del directo. Se trata del efecto producido por los ingresos directos sobre la economía regional y que se traduce en una nueva generación de ingresos (Sánchez-Fernández y Barajas-Alonso, 2012). Para su medición es necesaria la utilización de multiplicadores de producción, que indican el incremento añadido de producción en cada sector debido al incremento de una unidad de demanda final en el sector.

El impacto indirecto se calcula del siguiente modo:

$$\text{Impacto directo} \times \text{multiplicador} = \text{Impacto directo} + \text{Impacto indirecto}$$

$$\text{Impacto indirecto} = \text{Impacto directo} \times \text{multiplicador} - \text{Impacto directo}$$

³ El error muestral es aún más reducido en las variables utilizadas para determinar el impacto económico directo. En concreto, la información relacionada con los gastos ocasionados por los asistentes con motivo de la prueba (transporte, alojamiento, restauración, ocio y otros gastos) está referida a un total de 1.590 personas que vinieron juntas a la prueba y que se dedujo por las respuestas de las 380 personas que contestaron el cuestionario. De este modo, el error muestral asumido en los cálculos del impacto económico directo es solo del 1,4%.

Fuente de información

Para la obtención de los multiplicadores de producción se utilizarán las Tablas Input-Output de Andalucía 2008 (García-Navas *et al.*, 2014) que ya fueron utilizadas para la realización del informe anterior de esta prueba ciclista (Moyano *et al.*, 2016), permitiendo realizar un análisis comparativo longitudinal sobre el impacto económico derivado de la Andalucía Bike Race.

2.3. Impacto Mediático

La presencia en los medios de comunicación es una fuente de generación de ingresos para las organizaciones, pero también tiene repercusiones positivas para las provincias o regiones a las que se mencionan en noticias relacionadas (Otea, 2016). En este sentido, las pruebas deportivas pueden mejorar la marca o las señas de identidad de la provincia o región donde se celebran.

Para valorar su impacto en términos económicos se ha considerado, al igual que en el informe de 2016, el número de noticias totales publicadas sobre la prueba en los distintos medios de comunicación, las audiencias potenciales de dichos medios y la valoración económica de cada uno de ellos.

Fuente de información

Informe de evaluación de medios elaborado por la empresa *Kantar Media*.

3. Impacto económico de la Andalucía Bike Race 2018

3.1. Impacto económico directo derivado de la organización de la prueba

Para calcular este impacto económico se ha utilizado la información proporcionada por la empresa organizadora del evento, Octagon Esedos, S.L. sobre los ingresos y gastos vinculados a la organización de la Andalucía Bike Race con origen fuera de Andalucía.

Concepto de Ingreso	Importe
Inscripciones carrera	296.250 €
Ingresos extras servicios	55.000 €
Patrocinios	110.000 €
Total Ingresos	461.250 €

Concepto de Gasto	Importe
Costes de personal directo	188.000 €
Coste de acondicionamiento y/o preparación etapas	40.000 €
Coste montaje/desmontaje infraestructuras móviles	10.000 €
Costes logísticos	10.000 €
Costes de personal indirecto + premios	20.000 €
Costes de alimentación y bebidas	24.000 €
Compra de material deportivo	40.000 €
Publicidad y promoción nacional e internacional	60.000 €
Total Gastos	392.000 €

A partir de estos ingresos y gastos es posible determinar el impacto económico directamente relacionado con la celebración de la prueba:

$I_1 = \text{Ingresos} - \text{Gastos originados fuera Andalucía}$	69.250 €
--	-----------------

3.2. Impacto económico directo generado por los asistentes a la prueba

Para evaluar el impacto económico directo generado por los asistentes a la prueba, en el cuestionario se formularon distintas preguntas relacionadas con los gastos realizados en los siguientes conceptos y referidas al conjunto de personas que venían juntas a la prueba:

- Gasto de transporte de ida y vuelta a la prueba.
- Gasto en alojamiento.

- Gasto en restauración.
- Gasto en actividades de ocio.
- Gasto asociado a la estancia turística con motivo del evento deportivo (*merchandising*, compra de aceite de oliva, compra de *souvenirs* y otros).

Gasto de transporte

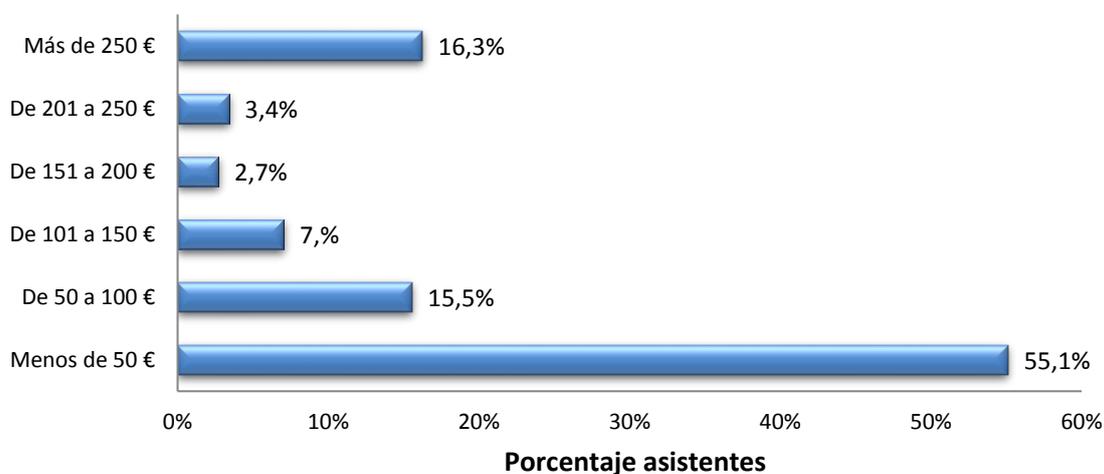
En la Tabla 6 y en la Figura 2 se recoge la distribución en porcentaje del gasto realizado por los asistentes en concepto de transporte de ida y vuelta hasta la prueba.

Tabla 6
Gasto en concepto de transporte (a)

Importe	Porcentaje
Menos de 50 €	55,1%
De 50 a 100 €	15,5%
De 101 a 150 €	7,0%
De 151 a 200 €	2,7%
De 201 a 250 €	3,4%
Más de 250 €	16,3%

(a) La información de esta tabla se ha deducido a partir del conjunto de personas que los encuestados indican que vienen juntas a la prueba (1.590 personas)

Figura 2.
Distribución de los asistentes en función del gasto en concepto de transporte



Un 29,4 por 100 de los asistentes a la Andalucía Bike Race han gastado más de 100 euros en concepto de transporte, situándose la media de este tipo de gasto por persona en 130,3 euros y que supone un 45% del gasto por participante en transporte de la edición de 2016. Algo más de dos tercios de los asistentes ha gastado menos de 100 euros en concepto de transporte debido a que un porcentaje elevado comparte medio de transporte para venir a la prueba (87,1% de los asistentes han venido juntos a la prueba). En el otro extremo encontramos un 16,3% de asistentes que ha gastado más de 250 euros en transporte, lo que está relacionado con que un 19,7% de los participantes proceda del extranjero.

Considerando el conjunto total de asistentes a la prueba en función del gasto medio por asistente en concepto de transporte, es posible determinar el impacto económico inmediato total derivado de este concepto de gasto y que asciende a un total de **300.257,3 euros**.

En el apartado siguiente de este informe se ofrecerá información detallada del medio de transporte utilizado para venir a la Andalucía Bike Race 2018.

Gasto en alojamiento

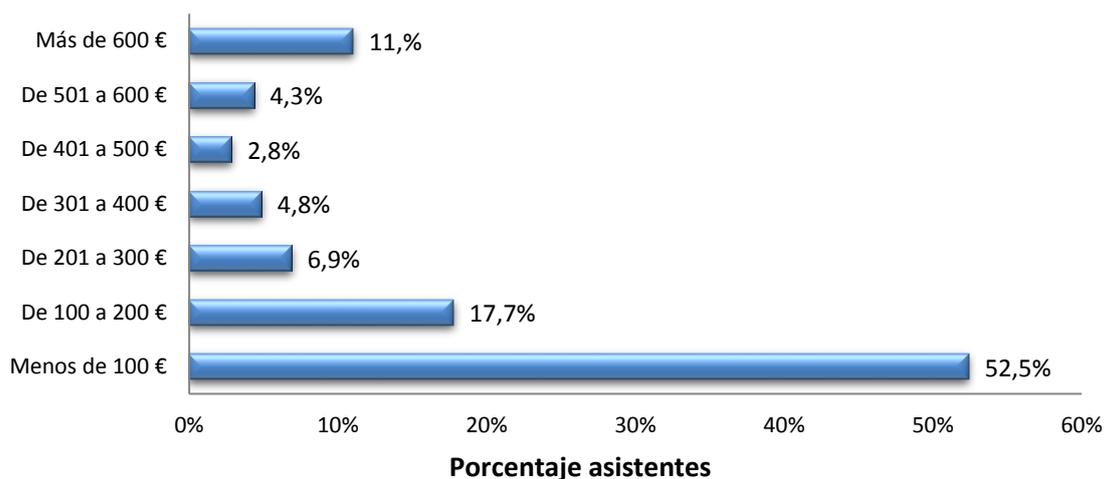
Otro de los conceptos de gasto relevante ocasionado por la prueba es el del alojamiento. En la Tabla 7 y en la Figura 3 se muestra la distribución de asistentes en porcentaje en función del intervalo de gasto en concepto de alojamiento realizado.

Tabla 7
Gasto en concepto de alojamiento (a)

Importe	Porcentaje
Menos de 100 €	52,5%
De 100 a 200 €	17,7%
De 201 a 300 €	6,9%
De 301 a 400 €	4,8%
De 401 a 500 €	2,8%
De 501 a 600 €	4,3%
Más de 600 €	11,0%

a) La información de esta tabla se ha deducido a partir del conjunto de personas que los encuestados indican que vienen juntas a la prueba (1.590 personas)

Figura 3.
Distribución de los asistentes en función del gasto en alojamiento



En este caso se aprecia que un 70,2% de los asistentes ha gastado menos de 200 euros en concepto de alojamiento, lo que estaría relacionado con la modalidad de alojamiento utilizada y con el hecho de compartirlo con varios de los asistentes. Un 40% de los asistentes, o no han necesitado alojamiento, o se han hospedado en

pisos/apartamentos o en autocaravanas. Por contra, se aprecia que un 15,3% de los asistentes ha gastado más de 500 euros en alojamiento, lo que sería indicativo de la calidad del establecimiento elegido para hospedarse. En los siguientes epígrafes se realiza un análisis más pormenorizado de la modalidad de alojamiento elegido por los asistentes.

El gasto medio por asistente en alojamiento con motivo de la prueba asciende a 350,3 euros, lo que supone un incremento de un 1,3% respecto del gasto medio por este concepto del año 2016, e indica una gran disparidad entre los que gastan menos de 100 euros en alojamiento y los que gastan más de 600 euros. En concreto, el gasto medio ha aumentado debido a la importante suma de dinero que han gastado en alojamiento los asistentes que más desembolso realizan por este concepto.

Considerando la población total de asistentes se ha calculado el impacto económico derivado de los gastos en alojamiento y que asciende a un total de **807.022,1 euros**.

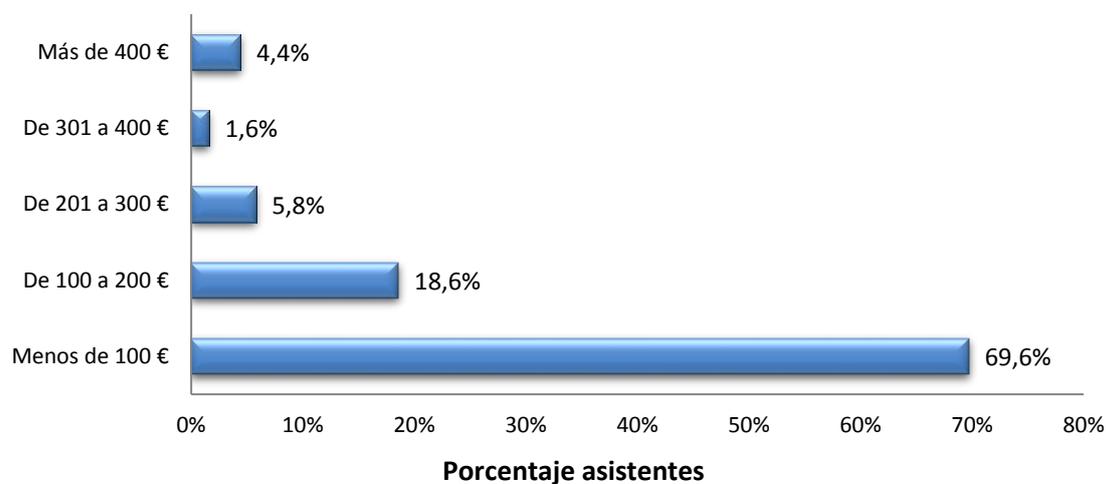
Gasto en restauración

Junto con el alojamiento, otro de los conceptos de gasto significativos que ocasiona la prueba es el que tiene que ver con las comidas a realizar durante el período en el que se celebra. En la Tabla 8 y en la Figura 4 se refleja la distribución en porcentaje del gasto en restauración realizado por los participantes.

Importe	Porcentaje
Menos de 100 €	69,6%
De 100 a 200 €	18,6%
De 201 a 300 €	5,8%
De 301 a 400 €	1,6%
Más de 400 €	4,4%

a) La información de esta tabla se ha deducido a partir del conjunto de personas que los encuestados indican que vienen juntas a la prueba (1.590 personas)

Figura 4.
Distribución de los asistentes en función del gasto en restauración



Prácticamente, dos de cada tres asistentes han gastado menos de 100 euros en restauración. Solo un 6% señala gastar más de 300 euros por este concepto. De este modo, el gasto medio en comidas con motivo de la prueba asciende a 96,81 euros, lo que representa un 53,3% menos del gasto medio por este concepto de la edición de 2016. Esta situación podría estar relacionada con el tipo de alojamiento utilizado por los asistentes y con las inclemencias meteorológicas existentes durante la prueba. Como se mencionó anteriormente, un 40% de los asistentes, o no necesitó alojamiento, o se hospedó en un piso/apartamento o en autocaravana donde era posible preparar la comida.

Teniendo en cuenta la población total de asistentes a la prueba se ha deducido que el impacto económico derivado de este concepto de gasto asciende a un total de **223.054,74 euros**.

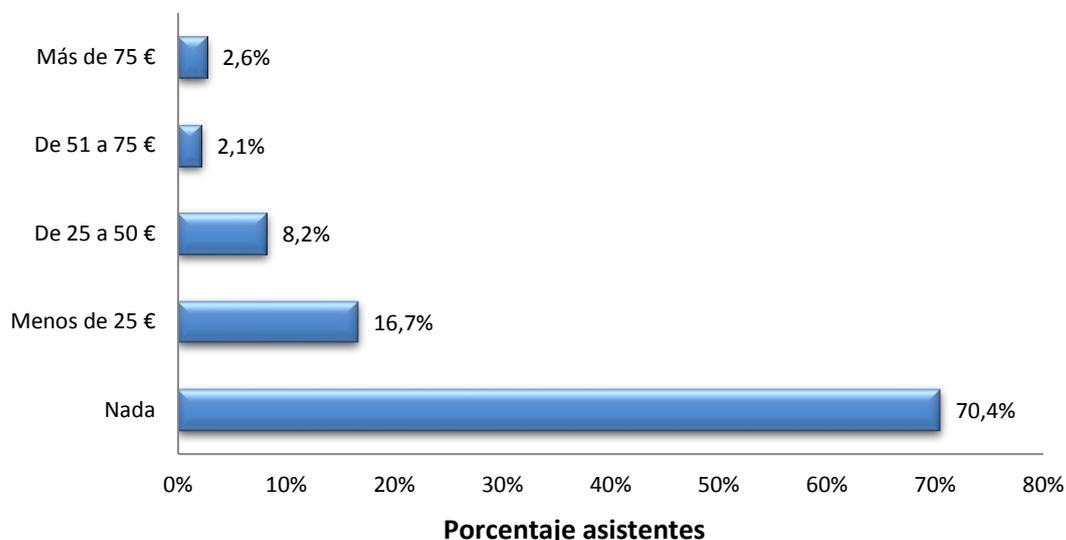
Gasto en actividades de ocio

El período de celebración de la prueba durante 6 días, que engloba dos fines de semana, propicia que los asistentes y, en especial, el público acompañante pueda disfrutar de actividades de ocio. En la tabla y figura siguientes se muestra el reparto en porcentaje de asistentes en función de lo gastado en estas actividades más lúdicas.

Importe	Porcentaje
Nada	70,4%
Menos de 25 €	16,7%
De 26 a 50 €	8,2%
De 51 a 75 €	2,1%
Más de 75 €	2,6%

a) La información de esta tabla se ha deducido a partir del conjunto de personas que los encuestados indican que vienen juntas a la prueba (1.590 personas)

Figura 5.
Distribución de los asistentes en función de gasto en actividades de ocio



Como es lógico, la exigencia física que supone la prueba hace que el gasto en actividades lúdicas no constituya un componente esencial del gasto ocasionado por los asistentes. Así, un 70,4% de los asistentes señala no haber gastado nada por este concepto. Solo un 4,7% de los asistentes han gastado más de 50 euros en actividades de ocio. El gasto medio por participante en este tipo de actividades solo ha sido de 8,91 euros, lo que supone un escaso 10% de lo gastado en estas actividades en 2016. El escaso volumen de gasto en la edición de 2018 podría explicarse por las condiciones climatológicas adversas que hubo durante la celebración de la prueba que, incluso, provocaron la anulación de una de sus etapas.

Teniendo en cuenta la población total de participantes se ha cuantificado el efecto económico derivado de actividades lúdicas en **20.533,1 euros**.

Otros gastos realizados con motivo de la estancia

El último de los efectos económicos inmediatos ocasionados por la prueba está vinculado al gasto asociado a la visita a un evento deportivo y a un entorno geográfico con atractivo turístico.

Por este motivo en el cuestionario se preguntó a los asistentes el gasto realizado en *merchandising* relacionado con la prueba, compras de *souvenirs*, compra de un producto típico del entorno y muy valorado por los turistas como es el aceite de oliva y a otros gastos de distinta naturaleza relacionados con la visita a estas provincias. En la tabla siguiente se muestra la distribución en porcentaje de asistentes para los distintos conceptos de gasto mencionados.

Tabla 10
Distribución en porcentaje de los asistentes en función de otros gastos realizados con motivo de la estancia (a)

Importe	<i>Merchandising</i>	Compra aceite de oliva	Compra de <i>souvenirs</i>	Otros gastos
Nada	80,5%	66,2%	82,6%	88,3%
Menos de 50 €	16,9%	25,1%	15,7%	9,5%
De 50 a 100 €	1,6%	6,5%	1,2%	0,3%
De 101 a 150 €	0,3%	1,4%	0,5%	1,3%
De 151 a 200 €	0,7%	0,8%	0,0%	0,0%
Más de 200 €	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%

a) La información de esta tabla se ha deducido a partir del conjunto de personas que los encuestados indican que vienen juntas a la prueba (1.590 personas)

En el capítulo de otros gastos relacionados con la visita turística se observa que el concepto de gasto más importe es la compra de aceite de oliva, pues un 33,8% de los asistentes señala haber aprovechado la prueba para adquirir el producto por excelencia de las provincias de Jaén y Córdoba, que posee características reconocidas a nivel culinario y de salud. De hecho, un 9% de los participantes ha comprado una cantidad importante de este producto al señalar que su gasto ha estado comprendido entre los 50 y 200 euros y que, en la mayoría de los casos, suelen coincidir con participantes extranjeros que han aprovechado la visita para adquirir este producto. Por otro lado, se aprecia que un 19,5% y un 17,5% de los asistentes, respectivamente, han aprovechado el viaje para gastar en *merchandising* y *souvenirs* aunque la cifra gastada no es muy significativa ya que, en la mayoría de los casos, el importe gastado ha sido inferior a los 50 euros.

Al igual que para el resto de los gastos directos ocasionados por la Andalucía Bike Race, se ha estimado el efecto económico total derivado de cada uno de los gastos contemplados, así como el gasto medio por participante para cada uno de ellos.

Tabla 11
Impacto económico ocasionado por otros gastos relacionados con motivo de la estancia

Impacto económico	<i>Merchandising</i>	Compra de aceite de oliva	Compra de <i>souvenirs</i>	Otros gastos
Gasto medio asistente	5,3 €	11,7 €	2,8 €	4,9 €
Efecto económico	12.209,2€	26.880,7 €	6.445,4 €	11.267,8 €

Considerando el conjunto total de asistentes a la prueba y teniendo en cuenta los distintos conceptos de gasto asociados a la visita se ha determinado el impacto

económico derivado de los mismos que asciende a **56.803,1 euros**, que supone un 17,8% de lo gastado por este concepto en la edición de 2016.

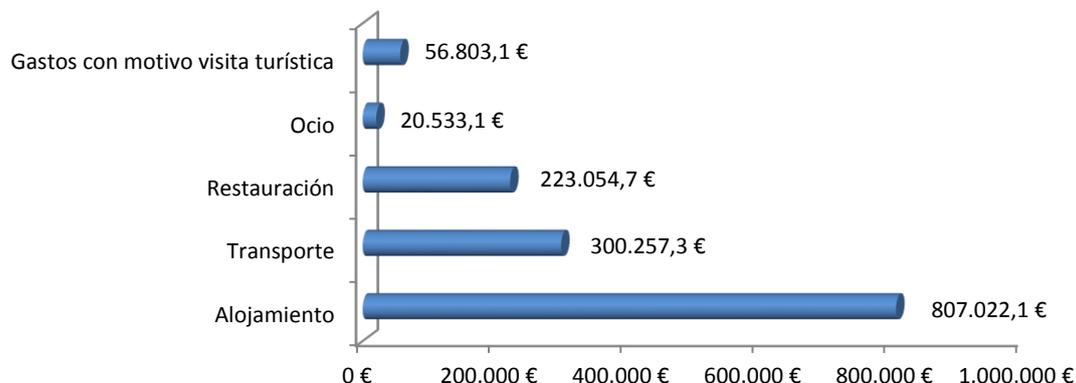
Impacto económico directo asociado a los asistentes: Resumen

Una vez cuantificados los efectos económicos derivados directamente de cada uno de los capítulos de gasto realizados por los asistentes de la prueba, se está en condiciones de poder cuantificar el impacto económico directo global producido por la Andalucía Bike Race en su edición de 2018.

Tabla 12
Impacto económico directo asociado a los asistentes de la Andalucía Bike Race: I₂

Concepto de gasto	Importe
Transporte	300.257,3 €
Alojamiento	807.022,1 €
Restauración	223.054,7 €
Ocio	20.533,1 €
Gastos con motivo visita turística	56.803,1 €
Total Impacto	1.407.670,3 €

Figura 6.
Distribución del impacto económico directo por concepto de gasto del asistente



El impacto económico inmediato generado por la Andalucía Bike Race está próximo al millón y medio de euros siendo, en primer lugar, el gasto de alojamiento y, a continuación, el gasto ocasionado por el desplazamiento de los asistentes, los que suponen un mayor efecto económico sobre el territorio donde se celebra la prueba.

3.3. Impacto directo total y distribución por ramas de actividad

Una vez determinado el impacto directo asociado a la organización de la prueba y el impacto generado por los asistentes a la prueba, se puede calcular ya el impacto económico total generado por la Andalucía Bike Race en Andalucía en 2018.

Tabla 13
Impacto económico total

Tipo de Impacto	Importe
I ₁ Impacto directo asociado organización prueba	69.250,0 €
I ₂ Impacto directo generado por los asistentes a la prueba	1.407.670,3 €
Impacto Directo Total	1.476.920,3 €

La economía andaluza ha recibido en 2018 con motivo de la celebración de la Andalucía Bike Race un estímulo de la demanda de **1.476.920,3 euros**, lo que se ha traducido en un aumento de la producción de bienes y servicios en esta región.

En la tabla siguiente se muestra el reparto final por ramas de actividad del impacto directo ocasionado por este evento deportivo.

Tabla 14
Distribución del impacto económico directo por ramas de actividad

Sector de Actividad	Importe (Euros)	Porcentaje
Alimentación, bebidas y tabaco	169.225,42 €	11,5%
Textil, cuero y calzado	122.732,63 €	8,3%
Otras industrias manufactureras	211.199,06 €	14,3%
Comercio	155.933,14 €	10,5%
Transporte y comunicaciones	184.455,82 €	12,5%
Hostelería	239.568,56 €	16,2%
Actividades inmobiliarias y de alquileres	5.907,68 €	0,4%
Actividades sanitarias y veterinarias	76.800,35 €	5,2%
Servicios culturales y deportivos	219.528,52 €	14,9%
Otros Servicios	91.569,13 €	6,2%
Total Impacto Directo	1.476.920,3 €	100%

3.4. Impacto económico indirecto

La importancia de la actividad del deporte en la economía no se limita a los efectos generados a partir del gasto directo realizado, tales como la aportación al crecimiento de la producción y a la generación de empleo en las ramas asociadas al deporte, sino que al tratarse de una actividad transversal, tiene una gran incidencia sobre la actividad y el empleo de otras ramas productivas con las que el deporte mantiene una relación de interdependencia (García-Navas *et al.*, 2014). Este efecto multiplica la influencia del efecto directo sobre otros sectores productivos de manera que, a través de este análisis, puede aproximarse en qué medida la Andalucía Bike Race 2018 contribuye de forma positiva a la economía andaluza.

Para llevar a cabo este análisis se han aplicado las Tablas Input-Output de Andalucía 2008, que permiten utilizar los coeficientes por los que habrá que multiplicar cualquier gasto directo para obtener el efecto acumulativo sobre la producción a lo largo de un período de tiempo de referencia, en este caso 2018. Por otro lado, a partir de estas tablas es posible conocer los efectos individuales sobre sectores concretos (Pedrosa-Sanz y Salvador-Insúa, 2003).

Siguiendo esta metodología, que coincide con la aplicada en el informe elaborado en 2016 (Moyano *et al.*, 2016), se ha estimado que el impacto indirecto generado por la Andalucía Bike Race en su edición de 2018 asciende a **697.438,1 euros**. Ello indica que por cada 100 euros de gasto directo en la Andalucía Bike Race 2018 se ha generado una facturación total de 147 euros. Estos 47 euros adicionales resultan del impacto indirecto generado por la prueba.

El impacto indirecto unido al impacto directo generado supone que el impacto económico total de la prueba sobre Andalucía ascienda a **2.174.358,4 euros**. La desagregación de este impacto económico por ramas de actividad presenta algunas dificultades ya que la información disponible requiere agregarla para acomodarla a las ramas de actividad que figuran en la Tablas Input-Output 2008 de Andalucía. Además, al suponer la constancia de los coeficientes técnicos se excluye la posibilidad del progreso tecnológico y la variación en precios. No obstante, estos problemas son habituales cuando se pretende evaluar el impacto económico del deporte (García-Navas *et al.*, 2014) y ya se pusieron de manifiesto en la elaboración del informe anterior de esta prueba (Moyano *et al.*, 2016).

Para facilitar la interpretación de los resultados se ha optado por realizar la desagregación que aparece en la siguiente tabla.

Tabla 15
Distribución de la producción generada por ramas productivas de la
Andalucía Bike Race 2018

Rama de Actividad	Producción Total		Producción Indirecta	
	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje
Alimentación, bebidas y tabaco	187.840,2 €	8,6%	18.614,8 €	2,7%
Textil, cuero y calzado	143.842,6 €	6,6%	21.110,0 €	3,0%
Otras ind. manufactureras	334.328,1 €	15,4%	123.129,0 €	17,7%
Comercio	241.696,4 €	11,1%	85.763,2 €	12,3%
Transporte y comunicaciones	416.870,1 €	19,2%	232.414,3 €	33,3%
Hostelería	321.021,9 €	14,8%	81.453,3 €	11,7%
Activ. inmobiliarias y alquileres	65.870,6 €	3,0%	59.962,9 €	8,6%
Activ. sanitarias y veterinarias	92.928,4 €	4,3%	16.128,1 €	2,3%
Servicios culturales y deportivos	234.895,5 €	10,8%	15.367,0 €	2,2%
Otros Servicios	135.064,5 €	6,2%	43.495,3 €	6,2%
Total	2.174.358,4 €	100,0%	697.438,1 €	100,0%

El impacto indirecto más importante generado por este evento deportivo está relacionado con el sector servicios y, más concretamente, con tres ramas de actividad: transporte y comunicaciones, hostelería, y comercio, que suponen, globalmente, el 57,3% del impacto económico inducido por esta prueba. Otro impacto relevante se produce en la rama de otras industrias manufactureras, que incluye la producción de artículos de deporte, y que implica un 17,7% del impacto indirecto generado por la Andalucía Bike Race en su edición de 2018.

A nivel de producción global se observa que el sector servicios es el gran beneficiado pues representa un 69,4% de la producción total generada por esta prueba, siendo las tres ramas de actividad antes comentadas las que poseen una importancia más significativa. En segundo lugar, se encuentra el sector industrial que representa un 22% de la producción total que ha supuesto la celebración de esta prueba en Andalucía.

3.5. Impacto mediático

Con respecto a ediciones pasadas, y atendido al informe de comunicación elaborado por la entidad organizadora del evento, se detecta una mejora de la efectividad del plan de comunicación diseñado para cubrir todos los contenidos e información de interés para participantes, patrocinadores y aficionados a las carreras ciclistas. En concreto, se han conseguido los siguientes hitos en la historia de esta prueba ciclista:

- a) Consecución de la mayor repercusión mediática alcanzada hasta el momento.
- b) Aumento de la presencia en medios de alcance nacional (prensa escrita, online y TV).
- c) Incremento del número de visualizaciones en vídeos de Redes Sociales (RR.SS.) y del número de seguidores logrados.
- d) Aumento del número de periodistas nacionales e internacionales invitados a la prueba (medios especializados y generales).
- e) Incremento del número de acuerdos con medios alcanzados en campaña de promoción.
- f) Consolidación de la nueva Web de la prueba y renovación de acuerdos con medios oficiales y colaboradores (AS, Canal Sur, etc.).

El informe de medios elaborado por la empresa *Kantar Media* señala que la Andalucía Bike Race 2018 generó un total de 736 noticias en medios de televisión, en prensa escrita y en Internet, lo que supone un incremento del 6,8% sobre las aparecidas en la edición de 2016. Dichas noticias tuvieron una audiencia potencial de 320.208.000 personas, lo que supone multiplicar por más de 6 veces la audiencia potencial de la prueba en 2016.

Para determinar el impacto económico derivado de la presencia mediática de la prueba se ha considerado tanto la audiencia como la valoración económica de cada uno de los medios donde se han difundido noticias de la misma. Citar así, que en Televisión la prueba tuvo presencia en *Canal Sur, TVE1 Andalucía, Teledporte, La Sexta* y en *Andalucía TV*. En prensa escrita tuvo presencia en más de 10 medios siendo los más importantes: *Córdoba, Ideal Jaén, As, Jaén o Mundo Deportivo* y en revistas extranjeras especializadas como *Vélo Tout Terrain Magazine, Cyclelive o Bykes World*. En Internet, también, tuvo presencia en más de 20 medios donde destacan: *AS.Com, La Vanguardia, El Mundo Deportivo, MSN España o Cadena Ser.com*.

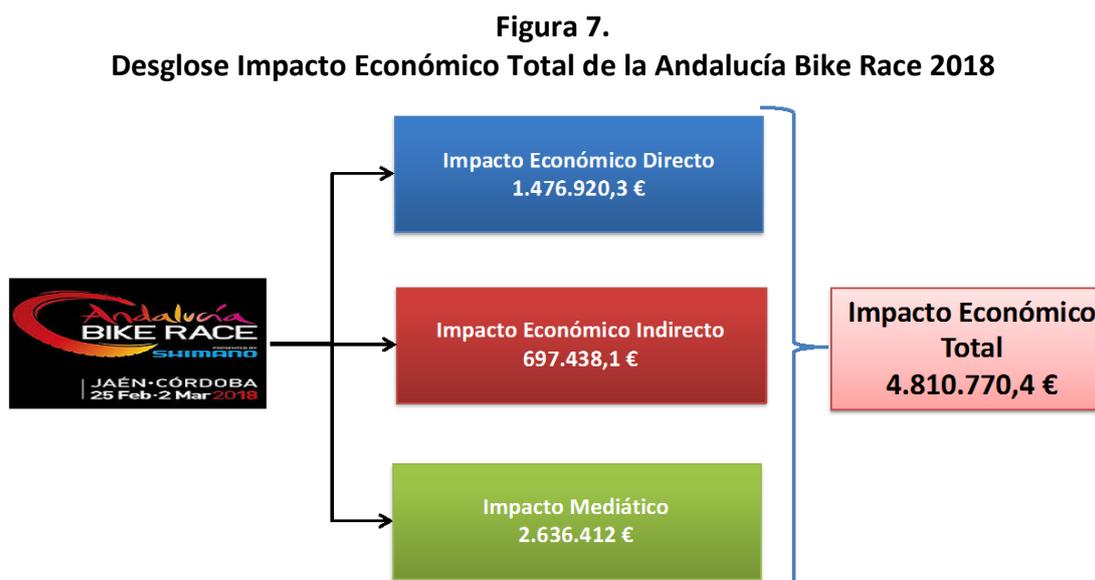
En la Tabla 16 se recoge de una forma resumida y agrupada por medio de difusión, el número de noticias, audiencia y valoración económica.

Medio de difusión	Nº de noticias	Audiencia	Valoración
TV	15	4.175.000	189.908 €
Prensa	91	11.466.000	144.530 €
Internet	630	304.567.000	2.301.975 €
Total Impacto Mediático	736	320.208.000	2.636.412 €

De esta tabla se deduce que el impacto mediático de la prueba traducido en términos económicos se traduce en **2.636.412 euros**, lo que supone 1.619.032 euros y 1.250.096 euros más que en la edición de 2016 y 2017, respectivamente, aumentando más del doble el impacto mediático generado por este evento deportivo.

3.6. Impacto económico total

En la siguiente figura se resume de un modo gráfico el impacto económico total generado por la Andalucía Bike Race en su octava edición y que asciende a **4.810.770,4 euros**, que es el resultado de agregar a los impactos económicos directos e indirectos, el impacto mediático.



Este impacto económico global aunque es un 3,4% más reducido que el alcanzado en la edición de 2016, permite confirmar la importante inyección de riqueza sobre la región que supone la celebración de esta prueba ciclista y que **gira en torno a los cinco millones de euros**. Asimismo, este impacto avala la eficacia del apoyo financiero prestado por las distintas instituciones a nivel regional, provincial y local en la promoción de esta prueba.

3.7. Impacto sobre el empleo

Otro de los impactos indirectos generados por la prueba tiene que ver con la generación de empleo. Siguiendo la metodología de las Tablas Input-Output y teniendo en cuenta el impacto económico de la prueba se ha obtenido que su celebración ha permitido generar **74 empleos equivalentes a tiempo completo**.

4. Características de los asistentes

En este epígrafe se muestra una caracterización de los asistentes a la Andalucía Bike Race 2018 en función de diversas variables consideradas, tales como: sexo, edad, procedencia, medio de transporte empleado, frecuencia de asistencia, o acompañantes que han asistido juntos al evento, entre otros.

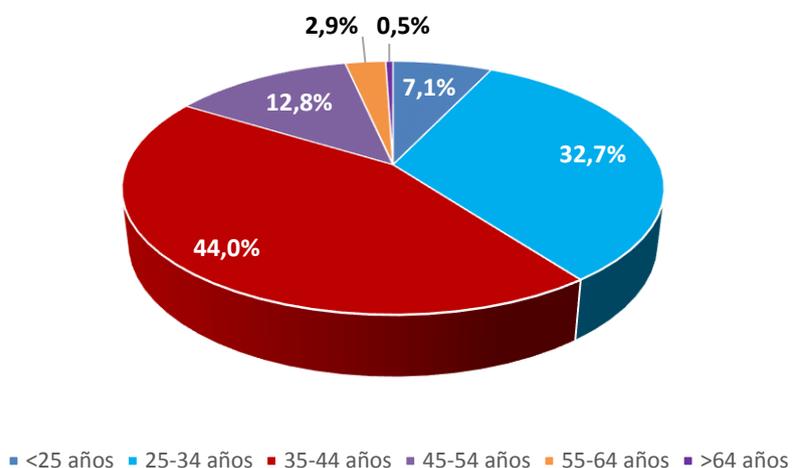
En primer lugar, en la tabla siguiente se muestra la distribución de los asistentes encuestados en función del sexo. Como se puede observar, el mayor número de asistentes a la prueba lo conforma el género masculino con tres de cada cuatro participantes siendo de este sexo. Cabe destacar que los datos son similares a los de la ABR 2016, sin embargo se observa un ligero descenso de asistentes de género femenino (26,9% en el año 2016 frente al 25,3% de la presente edición).

Tabla 17
Distribución de los asistentes por sexo

Sexo	Porcentaje
Hombre	74,7%
Mujer	25,3%

Por otro lado, en la figura siguiente se muestra la distribución de los asistentes encuestados en función de su edad.

Figura 8.
Distribución de los asistentes por edad



El rango de edad con mayor asistencia es el comprendido entre 35 y 44 años, representando prácticamente la mitad de los asistentes. Estos asistentes, junto con aquellos cuya edad está comprendida entre los 25 y 34 años (32,7%), representan tres cuartas partes de los asistentes. Le siguen los asistentes con edades entre 45 y 54 años (12,8%) y los menores de 25 años (7,1%). De este modo, los asistentes mayores de 55 años representan solo el 3,4% del total de asistentes. Esta información podría ser de gran utilidad para diseñar estrategias de comercialización o *marketing* relacionadas con la prueba.

De igual modo, en la tabla siguiente se presenta uno de los determinantes claves en la caracterización de los asistentes, la procedencia de los asistentes en función de su residencia habitual: España o el extranjero. Ello es de especial interés para la función de *marketing*.

Tabla 18
Distribución de los asistentes por residencia habitual

Residencia Habitual	Porcentaje
España	80,3%
Extranjero	19,7%

Como se puede observar en la tabla anterior, el mayor porcentaje de asistentes a la prueba lo conforma el público cuya residencia habitual es España, específicamente, cuatro de cada cinco participantes son de nacionalidad española. Cabe mencionar que, a pesar del carácter internacional del evento y del aumento que se ha producido en el número de nacionalidades diferentes presentes en la prueba (37 nacionalidades), los datos de la muestra indican que el volumen de participantes extranjeros a la carrera se ha reducido levemente respecto a los datos de la ABR 2016, en concreto desde un 23,3% hasta un 19,7%.

Profundizando en la caracterización de los asistentes que residen habitualmente en España, en las siguientes tablas se muestran la distribución por Comunidad Autónoma (CC. AA.) y, posteriormente, por provincia. Ambas caracterizaciones están ordenadas jerárquicamente en función del número de asistentes.

Tabla 19
Distribución de los asistentes residentes en España por Comunidad Autónoma

CC. AA.	Porcentaje
Andalucía	45,0%
Cataluña	23,0%
Comunidad de Madrid	5,3%
Castilla y León	4,3%
Aragón	3,9%
País Vasco	3,9%
Principado de Asturias	2,5%
<i>Comunitat Valenciana</i>	2,5%
<i>Illes Balears</i>	2,1%
Castilla - La Mancha	2,1%
Galicia	1,4%
Región de Murcia	1,1%
Islas Canarias	1,1%
Extremadura	0,7%
Ceuta	0,4%
Melilla	0,4%
Comunidad Foral de Navarra	0,4%

Como se puede observar en la tabla anterior, el evento ha atraído asistentes procedentes de 15 CC. AA. y de las dos ciudades autónomas. De este modo, las únicas CC. AA. no representadas en la presente edición son La Rioja y Cantabria (La Rioja tampoco atrajo ningún asistente en la ABR 2016, mientras que Cantabria sí). En comparación con la ABR 2016, la capacidad de atracción de asistentes al evento ha aumentado (desde las 14 CC. AA. representadas en la ABR 2016 hasta las 15 CC. AA. representadas en la ABR 2018) y, en concreto, cabe destacar la asistencia de personas de las dos ciudades autónomas en la presente edición, aunque su peso es residual. Además, es reseñable que ha habido asistentes procedentes de las Islas Canarias y de la Comunidad Foral de Navarra, cuestión que no se produjo en la ABR 2016.

Es necesario destacar que la CC. AA. anfitriona, Andalucía, aporta el 45% de los asistentes (aumentado respecto a la ABR 2016, donde el 41,4% de los asistentes procedía de Andalucía). En segundo y tercer lugar se sitúan Cataluña y la Comunidad Madrid, con un 23% y un 5,3% respectivamente. Estas tres CC. AA. representan un 73,3% de los asistentes. En cuarto lugar se encuentra Castilla y León, con un 4,3% de los asistentes, y empatadas en quinto lugar, Aragón y el País Vasco. Se destaca el aumento de asistentes de la Comunidad de Aragón, que ha pasado de representar un porcentaje residual de los asistentes en la ABR 2016 (0,4%) al 3,9% de la edición actual.

Por otro lado, en la tabla siguiente se muestra la distribución de los asistentes por provincia.

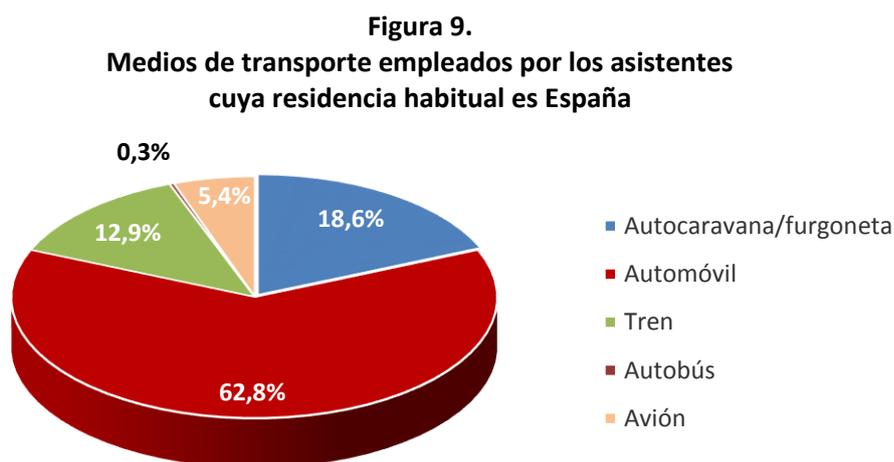
Tabla 20
Distribución de los asistentes residentes en España por provincia

Provincia	Porcentaje	Provincia	Porcentaje
Córdoba	21,3%	León	1,1%
Barcelona	19,1%	Murcia	1,1%
Jaén	13,5%	Teruel	1,1%
Madrid	5,3%	Valencia	1,1%
Málaga	3,5%	Zaragoza	1,1%
Asturias	2,5%	Albacete	0,7%
Islas Baleares	2,1%	Badajoz	0,7%
Burgos	1,8%	Ciudad Real	0,7%
Cádiz	1,8%	Cuenca	0,7%
Huesca	1,8%	Huelva	0,7%
Sevilla	1,8%	Las Palmas	0,7%
Tarragona	1,8%	Lleida	0,7%
Vizcaya	1,8%	Soria	0,7%
Alicante	1,4%	Ávila	0,3%
Girona	1,4%	Ceuta	0,3%
Granada	1,4%	Melilla	0,3%
A Coruña	1,1%	Navarra	0,3%
Álava	1,1%	Orense	0,3%
Almería	1,1%	Palencia	0,3%
Guipúzcoa	1,1%	Santa Cruz de Tenerife	0,3%

La ABR 2018 ha atraído asistentes de 40 provincias españolas, incluyendo aquellas donde se desarrolla la carrera, Jaén y Córdoba. Ello ha supuesto un aumento destacable, un 17,6%, en comparación con la edición del año 2016 (34 provincias).

Se focaliza la atención en las diez primeras provincias, que representan un 72,7% de los asistentes totales, resaltando que cuatro de ellas son andaluzas. La provincia que atrae más asistentes es Córdoba, con más de un quinto de los asistentes. De este modo, Córdoba ha desbancando a Barcelona, que ocupaba la primera posición en la ABR 2016 (con un 26,4% de los asistentes). En la edición actual, Barcelona se sitúa en la segunda posición (19,1%), seguida de Jaén (13,5%). De este modo, estas tres provincias representan más de la mitad de los asistentes al evento. En cuarto lugar, cabe destacar Madrid con un 5% de los asistentes, y en quinto lugar la provincia de Málaga con un 3,5%. Las otras cinco provincias, entre las diez primeras, representan un 10% de los asistentes.

Por otro lado, es interesante analizar el medio de transporte que los asistentes, cuya residencia habitual es España, han empleado para desplazarse hasta las provincias de Jaén y Córdoba. En el gráfico siguiente se puede observar dicha distribución, diferenciando entre cinco medios de transporte.



Como se puede observar, el medio de transporte más ampliamente utilizado es el automóvil con cerca de un 62,8% del total (frente al 78,6% de la ABR 2016), le sigue el empleo de la autocaravana/furgoneta con un 18,6%, y el tren con un 12,9%. Por su parte, el avión es utilizado por el 5,4% de los asistentes, mientras que el empleo del autobús es residual.

En la tabla siguiente se muestra la distribución por continentes de la cuarta parte de los asistentes a la prueba con residencia habitual fuera de España. Casi dos tercios de los asistentes son europeos, con un 62,7% (frente al 89,5% de la edición del año 2016), mientras que los residentes en América representan un 24% (frente al 10,5% de la edición del año 2016). Cabe destacar que, en comparación con la ABR 2016, asisten personas de otros continentes: Asia, con un 10,7%, y Oceanía y África, ambos con un porcentaje residual.

Tabla 21
Distribución por continente de los asistentes
residentes fuera de España

Continente	Porcentaje
Europa	62,7%
América	24%
Asia	10,7%
Oceanía	1,3%
África	1,3%

Para profundizar sobre la procedencia de los asistentes extranjeros, en la tabla siguiente se recoge la distribución de los mismos por país de origen.

Tabla 22
Distribución por país de los asistentes residentes
fuera de España

País	Porcentaje
Francia	13,3%
Alemania	8,0%
Italia	6,7%
Estados Unidos	6,7%
Costa Rica	5,3%
Reino Unido	5,3%
Portugal	5,3%
Dinamarca	5,3%
Catar	5,3%
Israel	4,1%
Brasil	4,1%
Bélgica	4,1%
Suecia	2,8%
Andorra	2,8%
Irlanda	1,3%
Ecuador	1,3%
Cuba	1,3%
Argentina	1,3%
Austria	1,3%
República Checa	1,3%
Bulgaria	1,3%
El Salvador	1,3%
Bolivia	1,3%
Eslovaquia	1,3%
Papúa Nueva Guinea	1,3%
Honduras	1,3%
Países Bajos	1,3%
Australia	1,3%
Bielorrusia	1,3%
Burkina Faso	1,3%

En la tabla anterior, se observa que los asistentes a la carrera proceden de treinta países distintos, aumentando en un 25% frente a la ABR 2016 (veinticuatro países). En concreto: 16 países europeos, 9 americanos, 3 asiáticos, 1 oceánico y 1 país africano.

Los diez primeros países suponen dos tercios de los asistentes extranjeros. Los asistentes de los tres primeros países (Francia, Alemania e Italia) representan un 28% del total. En este sentido, cabe resaltar que en comparación con la ABR 2016, Francia se encuentra en primer lugar (en el año 2016 era el tercer país por asistentes extranjeros), seguida de Alemania (en el año 2016 era el primer país por asistentes extranjeros) e Italia (que pasa desde la quinta posición en la ABR 2016 hasta la tercera). Por último, destacar que el Reino Unido pasa de la segunda posición en el año 2016, con un 19,4% de los asistentes extranjeros, a la sexta posición en la edición actual, con un 5,3%.

Por último, es relevante analizar el patrón de asistencia de los asistentes a la prueba, esto es: el número de ocasiones que han asistido a la ABR, si vienen solos o acompañados de otras personas y, en el caso de venir acompañados, cuántos de esos acompañantes son participantes de la ABR.

La tabla siguiente presenta una clasificación de los asistentes en función de las veces que han asistido a la ABR en ediciones previas, o si es la presente edición la primera vez que asisten.

Frecuencia	Porcentaje
1 (primera vez)	51,3%
2	18,7%
3	13,2%
4	5,8%
5	3,4%
6	1,8%
7	1,6%
8	4,2%

Como se puede apreciar en la tabla anterior, más de la mitad de los asistentes es la primera vez que acuden al evento. Este dato es sustancialmente superior al correspondiente a la edición del año 2016 (30,4%). Ello puede interpretarse muy favorablemente, debido a la capacidad de atracción de nuevos asistentes por parte de la organización de la prueba. Sin embargo, desde otra óptica, se puede explicar como una debilidad a la hora de fidelizar a los asistentes asiduos a la prueba. Focalizando la atención en los asiduos a la ABR, se subraya que un 32% ha asistido entre dos y tres veces, mientras que solo un 16,8% ha asistido más de tres veces.

Por otro lado, en la tabla siguiente se refleja la distribución de los asistentes en función del número de acompañantes con los que han asistido al evento.

Tabla 24
Distribución de los asistentes en función del número de personas con las que vienen juntas

Acompañantes	Porcentaje
Solo	12,9%
2 personas	30,0%
3 personas	14,5%
4 personas	9,7%
5 personas	4,5%
6 personas	5,8%
7 personas	4,2%
8 personas	3,4%
9 personas	0,8%
Más de 9 personas	14,2%

Se puede apreciar que un 13% viene solo a la prueba (frente al 4% de la edición del 2016), mientras que el 87% de los asistentes viene acompañado. De este modo, se ha triplicado el número de asistentes que vienen solos a la ABR. Se destaca que un 55% de los asistentes acuden acompañados con entre dos y cuatro personas, incidiendo en que la asistencia por parejas representa un 30%. Cabe subrayar que un 14,2% de los asistentes acude en grandes grupos de más de 9 personas. Por último, en relación a los asistentes que vienen acompañados, es interesante conocer si alguno de estos acompañantes son participantes de la prueba. Focalizando la atención en este aspecto, se muestran los resultados en la tabla siguiente.

Tabla 25
Distribución de los acompañantes en función de si son participantes

Nº participantes que acompañan asistente	Porcentaje
Ninguno	25,5%
1 participante	19,7%
2 participantes	21,3%
3 participantes	8,4%
4 participantes	8,2%
5 participantes	4,2%
Más de 5 participantes	12,6%

Se aprecia que un 75% de los asistentes asiste a la ABR 2018 acompañando a algún participante, mientras que un 25% de los asistentes lo hacen sin acompañar a ningún otro participante.

5. Impacto de la prueba en Jaén

A partir de las cuestiones incluidas en el cuestionario que fue suministrado a los distintos colectivos participantes y que hacían referencia a conceptos concretos asociados a su

estancia en la provincia de Jaén, Córdoba y otras provincias de Andalucía, es posible determinar el impacto de la prueba en cada una de estas áreas geográficas (Jaén, Córdoba y el resto de Andalucía), tanto en términos de impacto económico directo en los días de celebración de la competición, como en términos más generales asociados a los días de estancia adicional o a la notoriedad y visibilidad de cada área geográfica asociada a la prueba, así como a la imagen que los participantes adquieren de Jaén, Córdoba y resto de Andalucía a partir de la celebración de este evento.

En este sentido, en este apartado se hace referencia explícita al impacto de la prueba en la provincia de Jaén, y en los apartados siguientes se describen y analizan las cuestiones relacionadas con la provincia de Córdoba y el resto de Andalucía.

5.1. Días de estancia en el evento en la provincia de Jaén

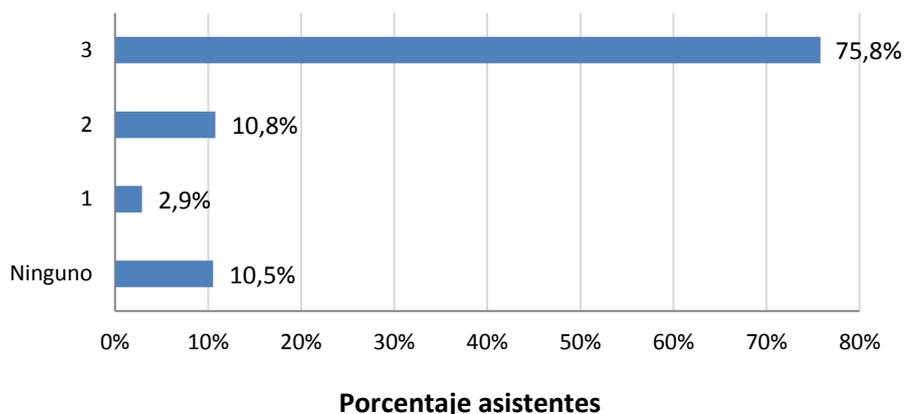
En el cuestionario se incluyó una pregunta sobre el número de días pernoctados en la provincia de Jaén por parte de los asistentes encuestados. Esta pregunta permite obtener tanto datos sobre la permanencia en esta provincia de los asistentes en los días concretos de celebración del evento, como datos sobre los días en los que prolongan su estancia más allá de las fechas concretas de la celebración de la prueba (días de anticipación o prolongación de la estancia).

Así, la Tabla 26 y la Figura 10 muestran la distribución de asistentes en función del número de días que los asistentes han permanecido (pernoctado) en la provincia de Jaén en los días de celebración de la prueba.

Días	Porcentaje
Ninguno	10,5%
1 día	2,9%
2 días	10,8%
3 días	75,8%

En base a los datos mostrados, se aprecia que la mayor parte de los asistentes a la prueba pernoctaron en la provincia de Jaén durante los tres días en los que la prueba se desarrolló en esta provincia (75,8%). Este dato es algo inferior al del anterior informe (valor del año 2016 de 89,5%). En el polo opuesto, existe un 10,5% de asistentes al evento que no pernoctaron en la provincia de Jaén ningún día, siendo este porcentaje mayor que el del anterior informe (valor del año 2016 de 3%). Una explicación a este hecho estaría en que en los años 2017 y 2018 la etapa de inicio se ha desplazado desde Jaén capital a la ciudad de Linares. La mayor cercanía de la ciudad de Linares a la ciudad de Córdoba podría haber influido en que muchos asistentes hayan optado por pernoctar en la provincia de Córdoba, aumentando el porcentaje de asistentes que no pernoctaron ninguna noche en la provincia de Jaén. Adicionalmente, la cercanía de la provincia de Granada, podría haber influido en que determinados asistentes se hayan visto atraídos por este enclave. Un 13,7% de los asistentes estuvieron en Jaén menos de tres días, dato que se correspondería con público acompañante que llegó un día después del inicio de la prueba.

Figura 10.
Distribución de los asistentes en función de los días de estancia en la provincia de Jaén en los días de celebración de la prueba



5.2. Estancia en la provincia de Jaén adicional a los días de la prueba

La pregunta sobre los días pernoctados en la provincia de Jaén, también permite mostrar información referente a los días adicionales en los que los asistentes permanecen en esta provincia, más allá de los que se corresponden con los días concretos de celebración de la competición.

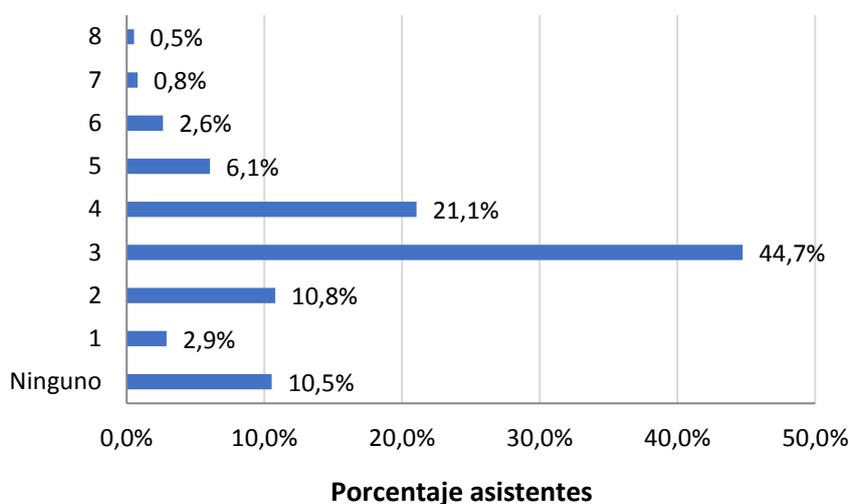
En este sentido, en relación al número de días totales que los asistentes indicaron pernoctar en la provincia de Jaén, la Tabla 27 y Figura 11 muestran los datos correspondientes.

Tabla 27
Días pernoctados en provincia de Jaén

Días	Porcentaje
Ninguno	10,5 %
1 día	2,9 %
2 días	10,8 %
3 días	44,7 %
4 días	21,1 %
5 días	6,1 %
6 días	2,6 %
7 días	0,8 %
8 días	0,5 %

Figura 11.

Distribución de los asistentes en función de los días que pernoctaron en la provincia de Jaén



Los datos nos muestran que un 31,1% de los asistentes optaron por adelantar su llegada o retrasar su marcha de la provincia de Jaén, pernoctando en ella más allá de los tres días en los que la prueba transcurrió en esta provincia. En concreto, un alto porcentaje (21,1%) optó por estar un día más, y porcentajes significativos por estar dos días adicionales (6,1%) o más (3,9%) en la provincia de Jaén.

No obstante, como también mostraban los datos de 2016 (Moyano *et al.*, 2016), es mayor el porcentaje de asistentes que solo pernoctan en Jaén el periodo de tiempo estrictamente necesario para la realización de la prueba (44,7%) que el de aquellos asistentes que permanecen en Jaén un número mayor de días (31,1%). La explicación de este hecho podría estar relacionada con la secuencia geográfico/temporal de la prueba que se inicia en Linares (Jaén) pero concluye en Córdoba. Debido a esto la provincia de Jaén supone un destino proclive a que los asistentes anticipen su llegada al día de inicio de la prueba (un 21,1% estuvieron un día más, muy probablemente como consecuencia de este hecho), mientras que podría ser más probable que los asistentes a la competición que prolongan su estancia lo hagan en la provincia de Córdoba. En este sentido, también es necesario considerar la alta exigencia física que requiere la competición, y que podría influir en que los participantes retornaran de forma rápida a sus lugares de origen, con el fin de proceder a su recuperación física. Además, este año las condiciones climatológicas adversas también podrían haber influido en una menor prolongación de los días de estancia, tanto en la provincia de Jaén como en la provincia de Córdoba.

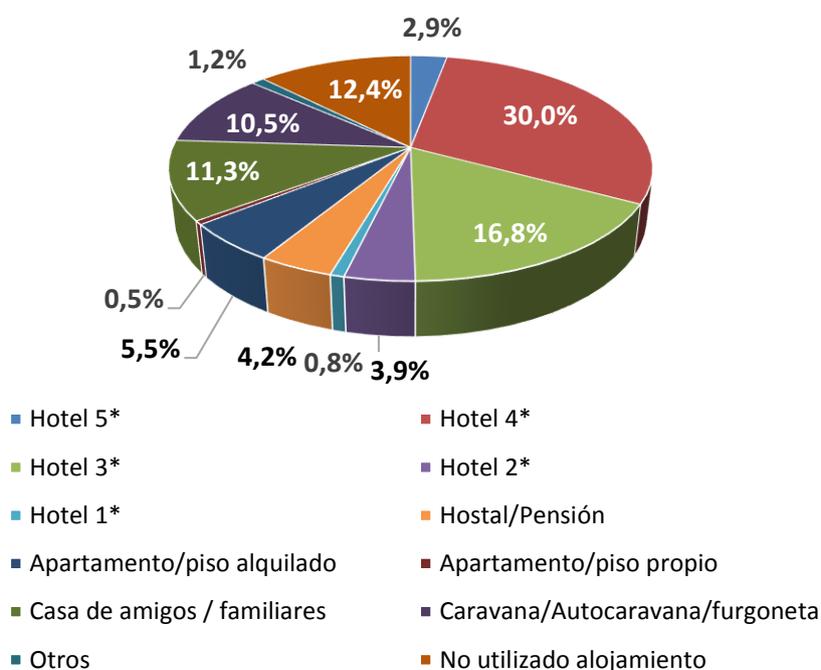
5.3. Alojamiento durante la estancia en Jaén

Los datos sobre el tipo de alojamiento que utilizaron los asistentes a la prueba se recogen en la tabla y figura siguientes.

Tabla 28
Alojamiento durante estancia en Jaén

Tipo de alojamiento	Porcentaje
Hotel 5*	2,9 %
Hotel 4*	30,0 %
Hotel 3*	16,8 %
Hotel 2*	3,9 %
Hotel 1*	0,8 %
Hostal/Pensión	4,2 %
Apartamento/piso alquilado	5,5 %
Apartamento/piso propio	0,5 %
Casa de amigos / familiares	11,3 %
Caravana/Autocaravana/furgoneta	10,5 %
Otros	1,2 %
No utilizado alojamiento	12,4 %

Figura 12.
Distribución de los asistentes por tipo de alojamiento en Jaén



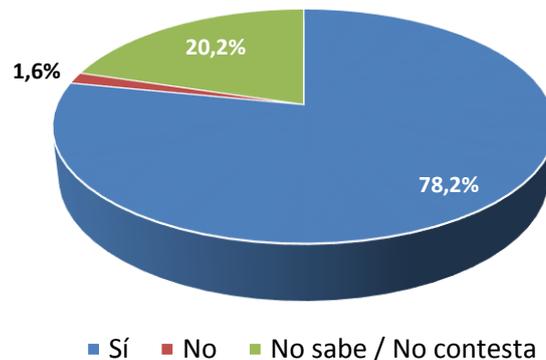
De las diversas opciones disponibles de alojamiento, los datos indican que el tipo de alojamiento más utilizado es el hotel de 3 o 4 estrellas con un 46,8% de utilización, seguido del uso para alojamiento de auto-caravanas, caravanas o furgonetas con un 16,8% de utilización de estos medios, siendo este último un tipo de alojamiento muy utilizado en competiciones deportivas, lo que lleva a los organizadores de este tipo de competiciones a prever zonas destinadas al aparcamiento de auto-caravanas, caravanas o furgonetas. Los datos son muy similares a los obtenidos en el estudio previo sobre este mismo evento de 2016 (Moyano *et al.*, 2016). Entre los datos destaca que un 12,4% de los asistentes no utilizaron alojamiento en la provincia de Jaén. En contraste con el estudio anterior (Moyano *et al.*, 2016) también destaca un repunte en la utilización de hoteles de 5 estrellas (2,9% actual frente a 0% anterior) y del hospedaje en casa de amigos y familiares (11,3% actual frente a 1,5% anterior).

5.4. Impacto de la Andalucía Bike Race sobre la imagen de Jaén

El cuestionario desarrollado incluía una pregunta sobre si había mejorado la imagen de Jaén debido a la organización de la Andalucía Bike Race 2018. En la Tabla 29 y la Figura 13, que se muestran a continuación, se recogen los datos procedentes de las respuestas a esta pregunta.

Mejora de la imagen	Porcentaje
Sí	78,2 %
No	1,6 %
No sabe / No contesta	20,2 %

Figura 13.
Mejora de la imagen de Jaén por la organización de ARB



De estos datos, es posible extraer como conclusión que un elevado porcentaje (78,2%) de los asistentes a la prueba expresó que la imagen de Jaén había mejorado tras la organización de la misma. Teniendo en consideración que los asistentes a la ABR 2018 proceden en gran parte de otras comunidades autónomas de España y de otros países, podemos afirmar que la mejora de la imagen de la provincia se extiende a un contexto nacional e internacional, lo que debe ser valorado como muy positivo para la provincia de Jaén. Los datos son muy similares a los obtenidos en estudios previos sobre el impacto de la ABR en Andalucía (Moyano *et al.*, 2016). Por lo tanto, se constata que la celebración en Andalucía de este tipo de eventos deportivos podría suponer una oportunidad para aumentar el conocimiento del territorio andaluz y de los atractivos del mismo. La mejora de la imagen del territorio andaluz podría tener una repercusión positiva en visitas con fines turísticos a esta comunidad autónoma, con múltiples beneficios sobre su economía. Es por esto que, concretamente, podría ser de interés realizar esfuerzos adicionales para difundir las bondades turísticas de la provincia de Jaén como destino turístico de interior, con el fin de aumentar el conocimiento de los asistentes sobre Jaén como destino turístico. La inversión realizada en acciones de difusión en este sentido podría generar visitas turísticas futuras a la provincia.

5.5. Impacto económico directo de la prueba en la provincia de Jaén

En la encuesta se incluyeron preguntas directas sobre el gasto concreto realizado por los asistentes en las provincias de Jaén, Córdoba y resto de Andalucía, asociado a los distintos conceptos considerados (alojamiento, restauración, actividades de ocio y otros gastos con motivo de la estancia turística que incluyen compra de artículos de *merchandising*, aceite de oliva, *souvenirs* y otros). Esta información permite calcular el impacto económico directo global asociado a los asistentes (recogido en el epígrafe 3), pero también el impacto económico directo asociado a los asistentes desglosado para cada una de las provincias en las que se celebra la prueba (Jaén y Córdoba) y el correspondiente al resto de Andalucía. En este apartado mostramos el impacto económico directo correspondiente a la provincia de Jaén y en epígrafes siguientes se mostrarán los correspondientes a la provincia de Córdoba y al resto de Andalucía. Es necesario indicar que el gasto ocasionado con motivo de los viajes de ida y vuelta a la prueba (transporte) no ha sido considerado en estos cálculos, por no ser imputable a una provincia concreta. En este mismo sentido, la suma de los impactos directos generados por los asistentes correspondientes a Jaén, Córdoba y el resto de Andalucía, más el gasto de transporte permiten obtener el impacto económico directo global asociado a los asistentes (véase el apartado 3.2 impacto económico directo generado por los asistentes a la prueba).

La Tabla 30 y la Figura 14 muestran el gasto ocasionado por los asistentes en cada concepto y el impacto económico directo en la provincia de Jaén que ha supuesto dicho gasto. La Figura 15 recoge la distribución del gasto en las distintas categorías que se incluyen dentro del concepto de otros gastos con motivo de la visita turística (compra de *merchandising*, compra de aceite de oliva, compra de *souvenirs* y otros gastos).

Concepto de gasto en Jaén	Importe
Alojamiento	378.493,4 €
Restauración	113.562,6 €
Ocio	8.384,2 €
Gastos con motivo visita turística	41.289,9 €
<i>Merchandising</i>	7.917,1 €
Aceite	24.838 €
<i>Souvenirs</i>	2.782,2 €
Otros	5.752,7 €
Total Impacto en Jaén	541.730,1 €

Figura 14.
Distribución del impacto económico directo en Jaén según concepto de gasto del asistente

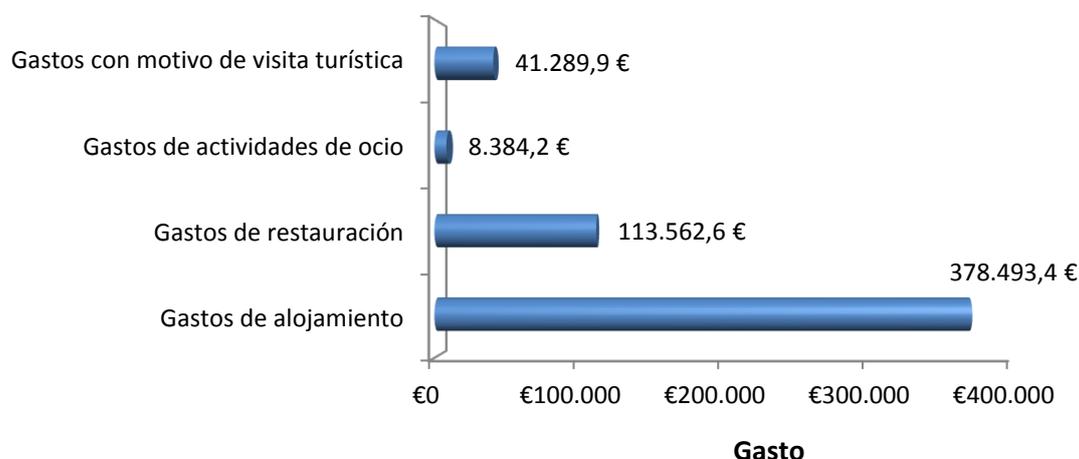
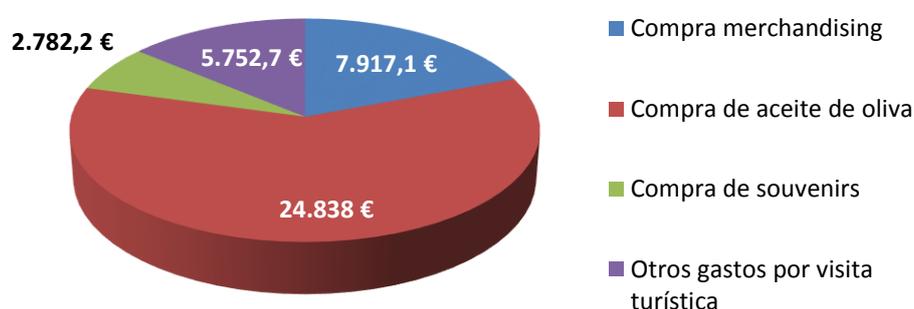


Figura 15.
Distribución por categorías del concepto otros gastos con motivo de la visita turística en Jaén



Como podemos apreciar en la Tabla 30 y Figura 14, el mayor gasto en la provincia de Jaén, se debe al concepto de alojamiento, seguido del gasto en restauración y de otros gastos con motivo de la visita turística. Como es lógico, el gasto en ocio es reducido, debido a que la exigencia de la prueba deja poco tiempo a los participantes para actividades de este tipo. Dentro de las categorías consideradas en el concepto de otros gastos con motivo de la visita turística (Figura 15), la partida más elevada, con un importe que se sitúa a una gran distancia de las demás, se corresponde con la compra de aceite de oliva, producto del que la provincia de Jaén es el mayor productor mundial, y que es ampliamente reconocido por sus características beneficiosas para la salud. Este hecho constata que la celebración de la prueba supone una gran oportunidad para que los asistentes conozcan dicho producto lo que, teniendo en cuenta la procedencia dispar de los asistentes, se sitúa en un contexto tanto nacional como internacional.

5.6. Impacto futuro de la prueba en Jaén

Como ha sido posible apreciar anteriormente, la celebración en la provincia de Jaén de la Andalucía Bake Race 2018, ha repercutido en la mejora de la imagen de esta provincia entre los asistentes a la competición. Este hecho induce a pensar que en el horizonte temporal cercano de un año, los asistentes podrían regresar a la provincia de Jaén con motivos turísticos, cuestión que, de producirse, impactaría nuevamente en la economía de la provincia. Con el objetivo de analizar esta cuestión, en el cuestionario se incluyeron preguntas que capturan la posibilidad de retorno a la provincia con fines turísticos de los asistentes a la ABR. De forma concreta, se incluyen preguntas en la encuesta sobre si el encuestado volvería como turista a Jaén y, en caso afirmativo, si lo haría solo o acompañado de más personas, así como sobre los fines turísticos de su vuelta (respuesta múltiple permitida). Las tablas y figuras que se muestran a continuación recogen las respuestas de los asistentes a estas cuestiones.

Tabla 31
Regreso en el futuro a Jaén

	Porcentaje
Sí	90,8 %
No	5,7 %
No sabe / No contesta	3,5 %

Tabla 32
Nº de acompañantes en caso de regresar en el futuro a Jaén

Número de personas	Porcentaje
Solo	4,2 %
2	43,8 %
3	15,8 %
4	10,1 %
5	2,1 %
Más de 5	17,3 %
No sabe / No contesta	6,7 %

Tabla 33
Motivos para volver a Jaén

Motivo	Porcentaje
Asistir a la carrera ABR	84,6 %
Turismo cultural	52,8 %
Turismo gastronómico	50,8 %
Turismo rural / naturaleza	46,9 %

Figura 16.
Intención de los asistentes de volver a Jaén como turista

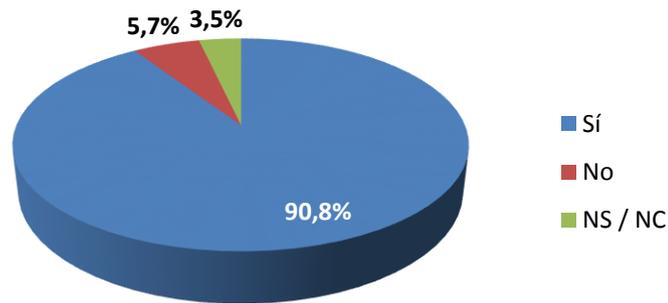
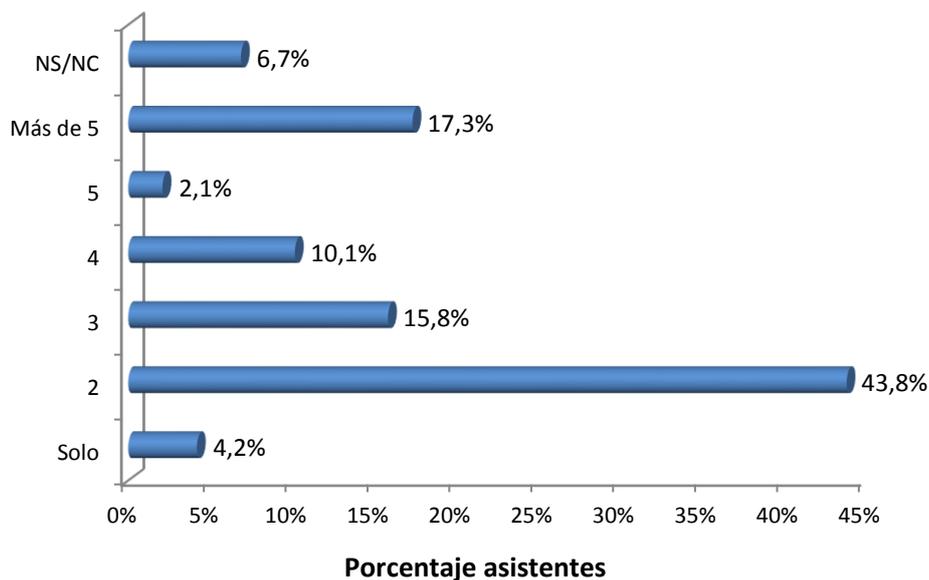


Figura 17.
Número de personas que visitarían Jaén



Los asistentes que manifiestan que volverían a Jaén con fines turísticos suponen un 90,8% del total, dato que mejora la intención de regreso con fines turísticos del informe anterior (73,7%). Los porcentajes de los que volverían solos (4,2%) o acompañados de más personas (95,8%) son muy similares a los obtenidos en 2016 (Moyano *et al.*, 2016). En este sentido, la intención de volver acompañado de otra persona supone el porcentaje más elevado con un 43,8%, y los que manifiestan que volverían en un grupo de entre tres y cinco personas supone un porcentaje del 38%. Los datos también indican que un porcentaje importante (17,3%) volvería acompañado de 5 o más personas. Este último dato estaría haciendo referencia a familias completas o grupos de amigos que viajarían juntos a Jaén con motivos turísticos en el corto plazo.

Entre los motivos para regresar, el asistir a la siguiente edición de la Andalucía Bike Race supone el más reconocido (84,6%), siendo el porcentaje de los restantes grupos muy similar entre sí (turismo de interior, turismo cultural y turismo gastronómico). Por lo tanto, estos datos ponen de nuevo de manifiesto la fuerte repercusión que la organización de la Andalucía Bike Race en la provincia de Jaén podría tener en el turismo en el horizonte temporal cercano de un año.

6. Impacto de la prueba en Córdoba

Dedicamos este epígrafe a la visualización y análisis de los datos relacionados con el impacto de la Andalucía Bike Race 2018 en la provincia de Córdoba, obtenidos a través de la encuesta a los distintos colectivos asistentes.

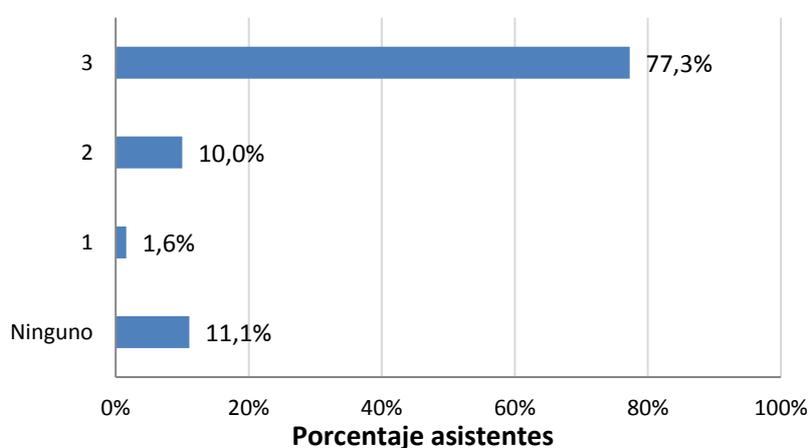
6.1. Días de estancia en el evento en la provincia de Córdoba

En relación a los tres días en los que transcurrió el evento en la provincia de Córdoba, la Tabla 34 y la Figura 18 muestran cómo se distribuyeron los asistentes en función de los días que pernoctaron en la provincia de Córdoba.

Tabla 34
Días estancia en evento en Córdoba

Días	Porcentaje
Ninguno	11,1%
1 día	1,6%
2 días	10,0%
3 días	77,3%

Figura 18.
Distribución de los asistentes en función de los días de estancia en la provincia de Córdoba en los días de celebración de la prueba



La distribución de los asistentes según el número de días de la celebración del evento que pernoctaron en Córdoba, es muy similar a la de pernoctación en Jaén en los días del evento. En este caso, también la mayor parte de los asistentes (77,3%) estuvieron en Córdoba los tres días durante los que la prueba se celebró en esa provincia.

6.2. Estancia en la provincia de Córdoba adicional a los días de la prueba

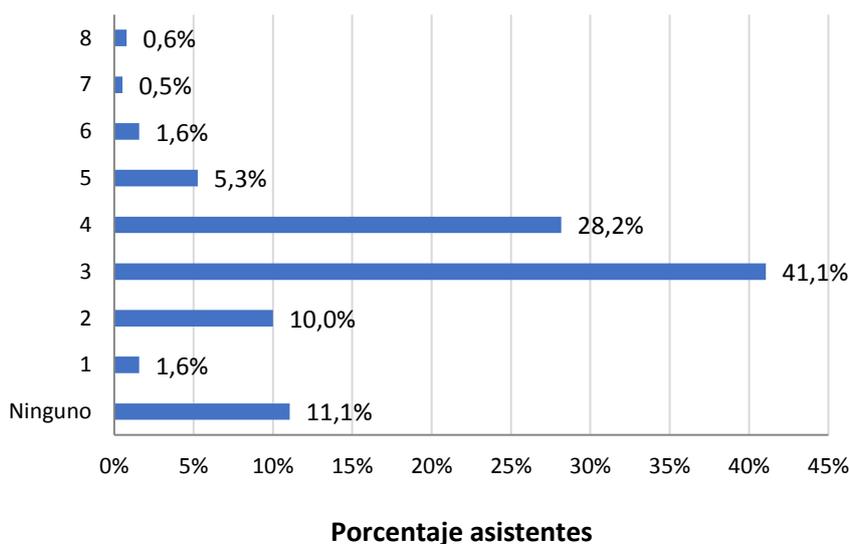
Con respecto a los días adicionales pernoctados por los asistentes en la provincia de Córdoba, con respecto a los tres días en los que la prueba transcurrió en esta provincia, los datos se recogen en la Tabla 35 y la Figura 19. Estos días adicionales se corresponderían con pernoctar en Córdoba cuando la prueba transcurría en Jaén, con días de llegada anticipada o con días de prolongación de estancia en dicha provincia. En

definitiva, se trataría de días adicionales de pernoctación en Córdoba sobre los tres días en los que las etapas de la prueba se organizaron en dicha provincia.

Tabla 35
Días estancia en evento en Córdoba

Días	Porcentaje
Ninguno	11,1 %
1	1,6 %
2	10,0 %
3	41,1 %
4	28,2 %
5	5,3 %
6	1,6 %
7	0,5 %
8	0,6 %

Figura 19.
Distribución de los asistentes en función de los días que pernoctaron en la provincia de Córdoba



Según nos muestran los datos, el mayor porcentaje lo conforman el grupo de asistentes que pernoctaron en Córdoba el tiempo estrictamente necesario para la ejecución de la prueba, correspondiéndose el 41,1% de los asistentes con este grupo. No obstante, el grupo de los que pernoctaron en Córdoba más de tres días supone el 36,2% de los asistentes. Estos datos son similares a los obtenidos en la provincia de Jaén. El grupo de los que pernoctaron cuatro días supone el 28,2% de los asistentes, y gran parte de ellos podrían corresponderse con asistentes que prolongaron su estancia en Córdoba el día posterior a la finalización de la prueba. El porcentaje de personas que no pernoctan en Córdoba ningún día (11,1%) es muy similar al de los que no pernoctaron en Jaén (10,5%), por lo que se podría tratar de asistentes a la prueba que pernoctaron en una provincia del resto de Andalucía, distinta de Jaén o Córdoba.

6.3. Alojamiento durante la estancia en Córdoba

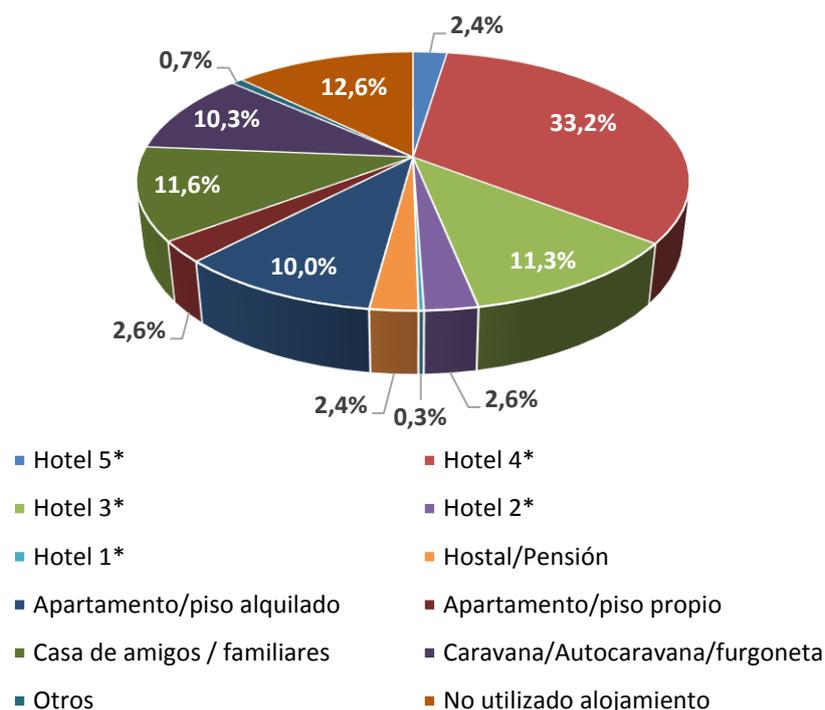
Con relación al tipo de hospedaje que utilizaron los asistentes en la provincia de Córdoba, los datos obtenidos se muestran en la Tabla 36 y Figura 20 que recoge cómo los asistentes se distribuyen según la utilización de los distintos tipos de alojamiento posibles.

Tabla 36
Alojamiento durante estancia en Córdoba

Tipo de alojamiento	Porcentaje
Hotel 5*	2,4 %
Hotel 4*	33,2 %
Hotel 3*	11,3 %
Hotel 2*	2,6 %
Hotel 1*	0,3 %
Hostal/Pensión	2,4 %
Apartamento/piso alquilado	10,0 %
Apartamento/piso propio	2,6 %
Casa de amigos / familiares	11,6 %
Caravana/Autocaravana/furgoneta	10,3 %
Otros	0,7 %
No utilizado alojamiento	12,6 %

El hotel de 4 estrellas (33,2%) es en Córdoba, al igual que ocurría en Jaén, el alojamiento más utilizado. Le siguen, en orden de frecuencia, la casa de familiares y amigos (11,6%) y el hotel de 3 estrellas (11,3%). La utilización de auto-caravanas, caravanas o furgonetas con finalidad de alojamiento presenta una frecuencia muy similar a la obtenida en la provincia de Jaén (10,3% en Córdoba y 10,5% en Jaén). Un porcentaje significativo presenta también el alquiler de pisos o apartamentos, que es una opción por la que se deciden un 10% de los asistentes. Un pequeño grupo de personas elige el hotel de 5 estrellas para alojarse (2,4%).

Figura 20.
Distribución de los asistentes por tipo de alojamiento en Córdoba



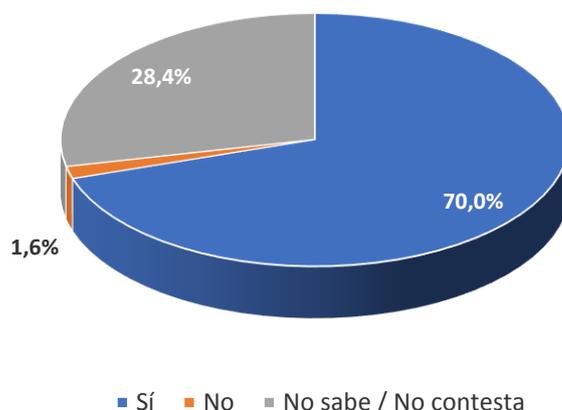
6.4. Impacto de la Andalucía Bike Race sobre la imagen de Córdoba

En las encuestas realizadas en los días en los que transcurrió la competición en la provincia de Córdoba, se preguntó a los encuestados sobre si a partir de la organización de la Andalucía Bike Race 2018, la imagen que tenían de Córdoba con anterioridad había mejorado. Los datos obtenidos a partir de esta pregunta han sido tabulados en la Tabla 37 y representados en la Figura 21.

Mejora de la imagen	Porcentaje
Sí	70,0
No	1,6
No sabe / No contesta	28,4

La imagen de Córdoba mejora en un 70% de los casos, aumentando bastante con respecto al anterior informe (dato anterior 50,8%), siendo además, más bajo el porcentaje de personas que manifiestan que no ha mejorado su imagen de Córdoba por la realización del evento (1,6% actual frente a 3,6% anterior). Por lo tanto, al igual que ocurría en la provincia de Jaén, se constata que esta prueba deportiva de carácter internacional supone una gran oportunidad para difundir el conocimiento y las bondades del territorio y que su organización en Andalucía supone el refuerzo directo de la imagen de las provincias que la acogen y de otras provincias de Andalucía.

Figura 21.
Mejora de la imagen de Córdoba por la organización de ARB



Como también ocurría en Jaén, llama la atención el alto porcentaje de personas que se sitúan en la respuesta de no sabe/no contesta (28,4% en Córdoba y 20,3% en Jaén). La explicación a este hecho podría estar en el desconocimiento previo de las provincias de Jaén y Córdoba por parte de muchos asistentes que visitan por primera vez estas provincias, no existiendo una referencia previa con la que comparar si mejora la imagen por él percibida de la provincia.

6.5. Impacto económico directo de la prueba en la provincia de Córdoba

En la Tabla 38 y la Figura 22 se recoge el gasto en el que han incurrido los asistentes en la provincia de Córdoba agrupando el gasto según los siguientes conceptos: alojamiento; restauración; ocio; gastos con motivo de la visita turística (compra de *merchandising*, compra de aceite de oliva, compra de *souvenirs* y otros gastos). Además, la Figura 23 muestra el gasto dentro de este último concepto según las categorías referidas anteriormente.

Tabla 38	
Impacto económico directo en la provincia de Córdoba asociado a los asistentes de la Andalucía Bike Race	
Concepto de gasto en Jaén	Importe
Alojamiento	413.195,3 €
Restauración	106.297,0 €
Ocio	11.808,4 €
Gastos con motivo visita turística	14.259,8 €
<i>Merchandising</i>	4.132,6 €
Aceite	1.311,1 €
<i>Souvenirs</i>	3.300,9 €
Otros	5.515,1 €
Total Impacto en Jaén	545.560,4 €

Figura 22.
Distribución del impacto económico directo en Córdoba según concepto de gasto del asistente

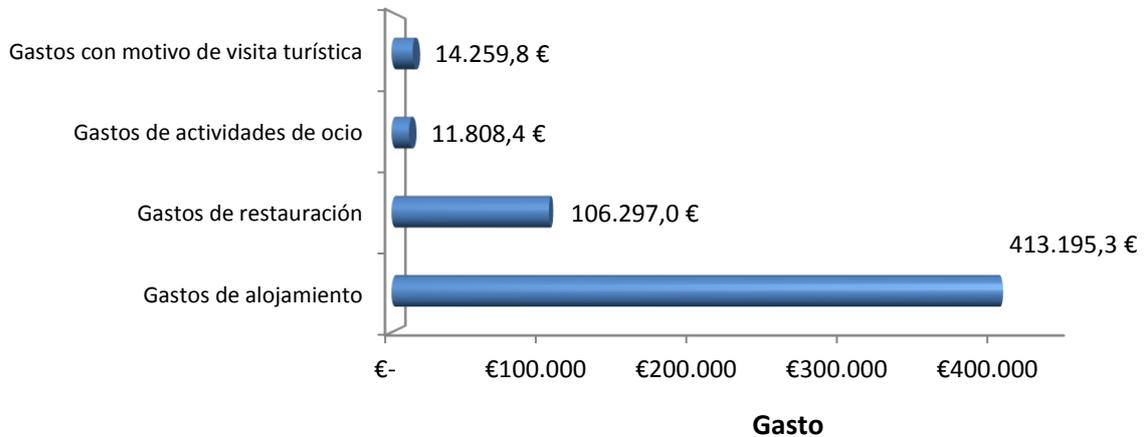
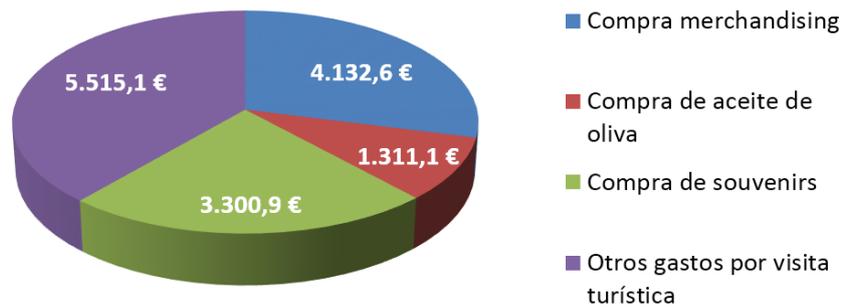


Figura 23.
Distribución por categorías del concepto otros gastos con motivo de la visita turística en Córdoba



De forma similar a la distribución del gasto por asistentes en la provincia de Jaén, en la provincia de Córdoba también constituyen las partidas de gastos más importantes los conceptos de gasto por alojamiento y gasto en restauración. No obstante, en el concepto de gastos con motivo de la visita turística, la distribución del gasto de mayor a menor importe ordenado por categorías es la siguiente: (1) otros gastos; (2) *merchandising*; (3) compra de *souvenirs* y (4) compra de aceite de oliva. En este sentido, la distribución por categorías cambia con respecto a la provincia de Jaén, donde la compra de aceite de oliva suponía la mayor cifra de este grupo de gasto.

6.6. Impacto futuro de la prueba en Córdoba

Como consecuencia de la importante mejora de la imagen de la provincia de Córdoba que manifiestan tener los asistentes, tras la celebración de la prueba en esta provincia, sería muy posible que estos volvieran a Córdoba con fines turísticos en el horizonte temporal cercano de un año. Con el objetivo de capturar información sobre esta cuestión se les preguntó a los asistentes sobre si volvería como turista a Córdoba y en el caso de respuesta afirmativa, si lo haría solo o acompañado de más personas, así como sobre los motivos turísticos de su regreso. Los resultados de las respuestas a estas preguntas quedan recogidos en las siguientes tablas y figuras.

Tabla 39
Regreso en el futuro a Córdoba

	Porcentaje
Sí	93,2 %
No	1,2 %
No sabe / No contesta	5,6 %

Tabla 40
Nº de acompañantes en caso de regresar en el futuro a Córdoba

Número de personas	Porcentaje
Solo	3,9 %
2	41,1 %
3	18,5 %
4	11,6 %
5	3,6 %
Más de 5	16,7 %
No sabe / No contesta	4,6 %

Tabla 41
Motivos para volver a Córdoba

Motivo	Porcentaje
Asistir a la carrera ABR	84,0 %
Turismo cultural	54,3 %
Turismo gastronómico	53,0 %
Turismo rural / naturaleza	45,7 %

Destaca el alto porcentaje (93,2%) que suponen los asistentes que manifiestan su intención de regresar en el futuro próximo (en el periodo de un año) con fines turísticos a la provincia de Córdoba. Este porcentaje es bastante mayor que el arrojado por el informe de 2016 (73,9%). Este dato es tremendamente positivo, por el impacto económico futuro que, el haber sido sede de la Andalucía Bike Race en 2018, podría suponer para el turismo en la provincia de Córdoba. En este sentido, la organización de grandes eventos deportivos de carácter internacional supone una oportunidad para dar a conocer el territorio con fines turísticos. Así, las políticas de apoyo de las administraciones públicas a la organización de este tipo de eventos podrían tener un retorno rápido en forma de flujos económicos procedentes del sector turístico. Entre los asistentes que manifiestan intención de volver, el porcentaje de los que volverían solos es bastante pequeño (3,9%) frente a los que volverían en compañía (96,1%), siendo la intención mayoritaria la de volver en pareja (41,1%). Por otro lado, al igual que ocurría en Jaén, el principal motivo para regresar es asistir a la Andalucía Bike Race, mientras que el turismo rural, cultural y gastronómico presentan porcentajes bastante similares. En este sentido, a nivel de atractivo turístico las provincias de Jaén y Córdoba presentan perfiles bastantes similares, en los que domina el turismo de interior, tanto rural como gastronómico y cultural.

Figura 24.
Intención de los asistentes de volver a Córdoba como turista

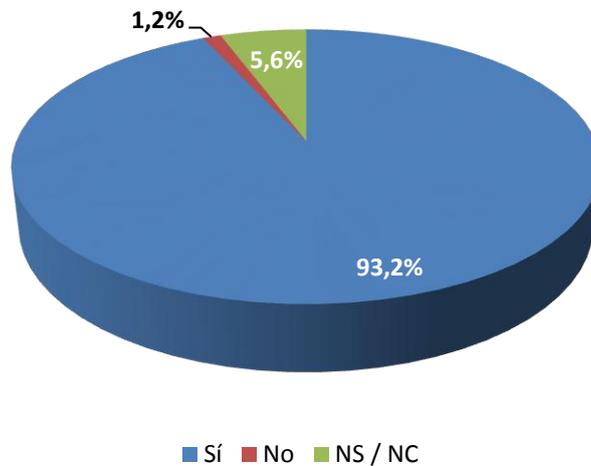
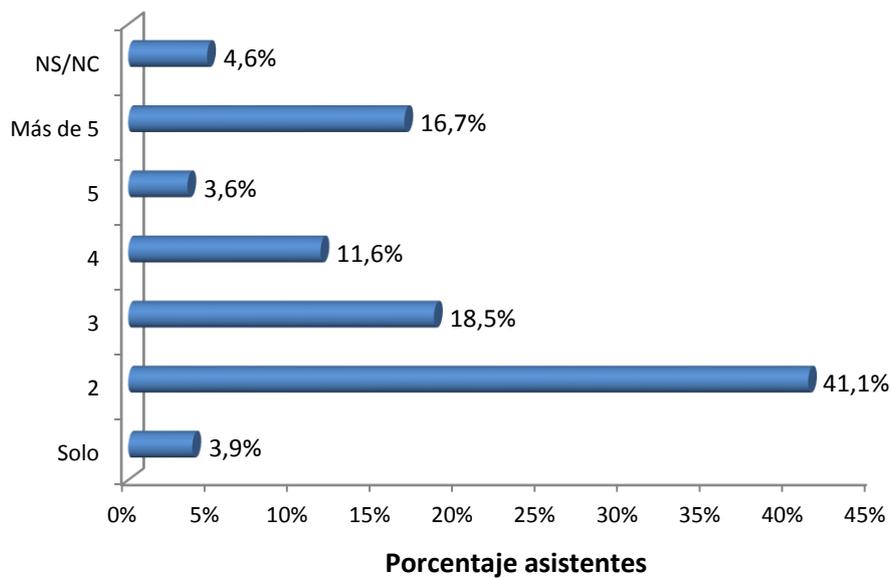


Figura 25.
Número de personas que visitarían Córdoba como turistas



A partir de los distintos datos mostrados en esta sección, es posible afirmar que organizar la Andalucía Bike Race en la provincia de Córdoba podría repercutir de forma muy positiva el corto plazo en el turismo en la provincia.

7. Impacto de la prueba en el resto de Andalucía

A partir de las preguntas realizadas en la encuesta, es posible también obtener información adicional sobre el impacto de la prueba en otras provincias de Andalucía distintas de Jaén y Córdoba. En este epígrafe se muestran y analizan dichos datos.

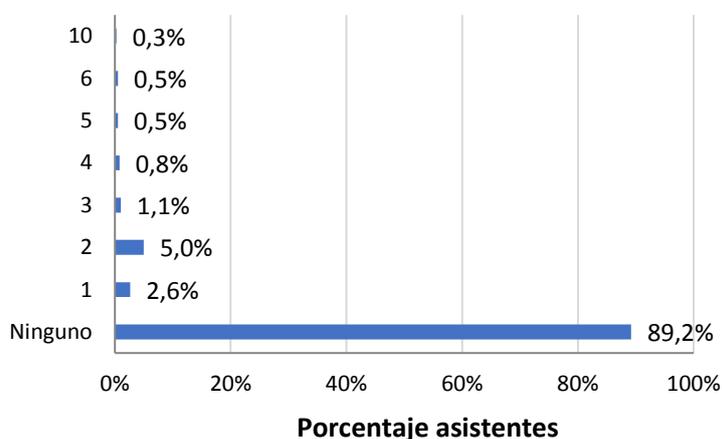
7.1. Estancia en otras provincias de Andalucía

Como hemos podido apreciar en los apartados sobre el impacto de la prueba en las provincias de Jaén y Córdoba, existe un grupo de asistentes que manifestaron no alojarse en las provincias de Jaén y Córdoba. Por lo tanto dichos asistentes pernoctaron en otras provincias de Andalucía. La Tabla 42 y la Figura 26 reflejan los datos correspondientes a este grupo de asistentes. Así, la Tabla 42 recoge la información sobre la distribución de los asistentes según los días de estancia (pernoctación) en otras provincias de Andalucía distintas a Jaén o Córdoba, mientras que la Figura 26 muestra de forma gráfica dicha distribución.

Tabla 42
Días estancia en evento en otras provincias de Andalucía

Días	Porcentaje
Ninguno	89,2 %
1	2,6 %
2	5,0 %
3	1,1 %
4	0,8 %
5	0,5 %
6	0,5 %
10	0,3 %

Figura 26.
Distribución de los asistentes en función de los días que pernoctaron en otras provincias de Andalucía



Es posible apreciar que un 10,8% de los asistentes pernoctaron en una provincia de Andalucía distinta a Jaén o Córdoba, siendo este dato coherente con los asistentes que manifestaron no haber pernoctado en Jaén (10,5%) o Córdoba (11,1%). Formando parte integrante de este 10,8%, un 2,6% pernoctaron tan solo una noche en otra provincia de Andalucía y un 5% dos noches. Los datos acumulados de los que pernoctaron en otra provincia de Andalucía en una horquilla de entre 3 y 6 noches suponen un 2,9% de los asistentes. Es de destacar que un pequeño grupo (0,3%) pernoctaron diez noches en otras provincias de Andalucía, lo que significa que prolongaron su estancia con fines turísticos, aprovechando su asistencia a la prueba.

El grupo de asistentes que pernoctan en otras provincias de Andalucía, se podría corresponder con público acompañante, ya que estos están sujetos a menos exigencias horarias que los participantes. Estas personas asisten como público a la prueba, pero también organizan su tiempo para poder realizar actividades turísticas en la región, antes, durante o después de la prueba. En este grupo también se localizarían a los diversos colectivos de asistentes (incluidos los participantes) que adelantan en uno o más días su llegada, o retrasan su marcha sobre los días concretos de celebración de la prueba.

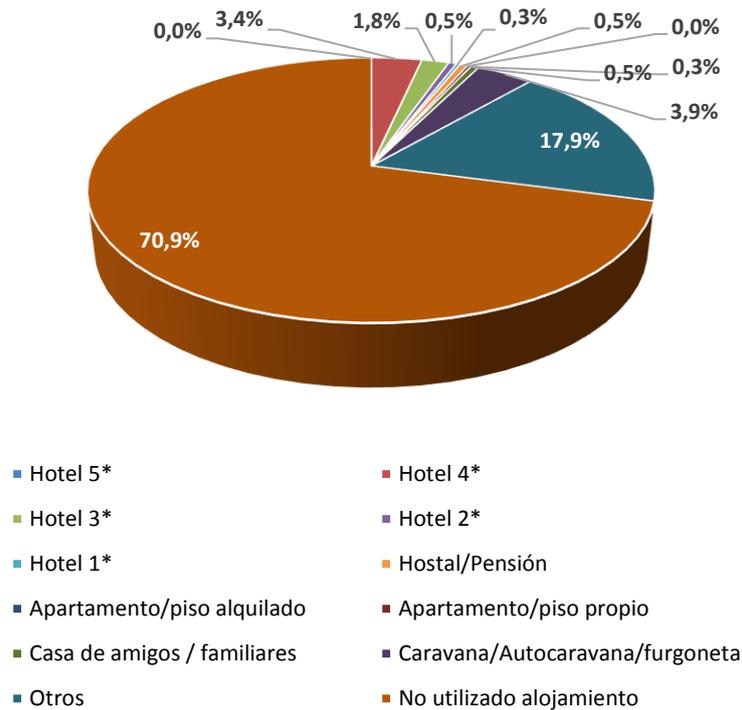
7.2. Alojamiento durante la estancia en otras provincias de Andalucía

En relación al tipo de alojamiento que el grupo de asistentes que pernocta en otras provincias de Andalucía ha utilizado, la tabla y figura siguientes recogen los datos obtenidos.

Tabla 43
Alojamiento durante estancia en otras provincias de Andalucía

Tipo de alojamiento	Porcentaje
Hotel 5*	0,0 %
Hotel 4*	3,4 %
Hotel 3*	1,8 %
Hotel 2*	0,5 %
Hotel 1*	0,3 %
Hostal/Pensión	0,5 %
Apartamento/piso alquilado	0,0 %
Apartamento/piso propio	0,3 %
Casa de amigos / familiares	0,5 %
Caravana/Autocaravana/furgoneta	3,9 %
Otros	17,9 %
No utilizado alojamiento	70,9 %

Figura 27.
Distribución de los asistentes por tipo de alojamiento en otras provincias de Andalucía



En el resto de Andalucía (provincias distintas a Jaén o Córdoba) el alojamiento más utilizado continúa siendo el hotel de 4 o de 3 estrellas (5,2%). Le sigue en orden de importancia el uso de caravana/auto caravana o furgoneta (3,9%). En este sentido, muchos asistentes que utilizan este medio de transporte podrían haber adelantado su llegada o retrasado su marcha con el fin de realizar turismo en otras provincias de Andalucía, debido a la facilidad que para ello otorga el viajar en caravana, autocaravana o furgoneta adaptada.

7.3. Impacto económico directo de la prueba en otras provincias de Andalucía

Aunque, lógicamente, el grupo de personas que pernoctaron en otras provincias de Andalucía no es muy extenso (10,8%), las cuestiones planteadas en la encuesta sobre el gasto económico asociado a dicha estancia fuera de Jaén o Córdoba, permite también calcular el impacto económico directo que se correspondería con este grupo. Para los mismos conceptos de gastos considerados en las provincias de Jaén y Córdoba (alojamiento; restauración; ocio y gastos con motivo de la visita, y dentro de este último las categorías de compra de *merchandising*, compra de aceite de oliva, compra de *souvenirs* y otros gastos), la Tabla 44 recoge los datos sobre cómo se distribuyó este gasto, mientras que la Figuras 28 y 29 muestran esta misma distribución pero de forma gráfica.

Tabla 44
Impacto económico directo en otras provincias de Andalucía asociado a los asistentes de la Andalucía Bike Race

Concepto de gasto en Jaén	Importe
Alojamiento	15.333,4 €
Restauración	3.195,2 €
Ocio	340,5 €
Gastos con motivo visita turística	1.253,4 €
<i>Merchandising</i>	159,5 €
Aceite	731,6 €
<i>Souvenirs</i>	362,3 €
Otros	- €
Total Impacto en Jaén	20.122,5 €

Figura 28.
Distribución del impacto económico directo en otras provincias de Andalucía según concepto de gasto del asistente

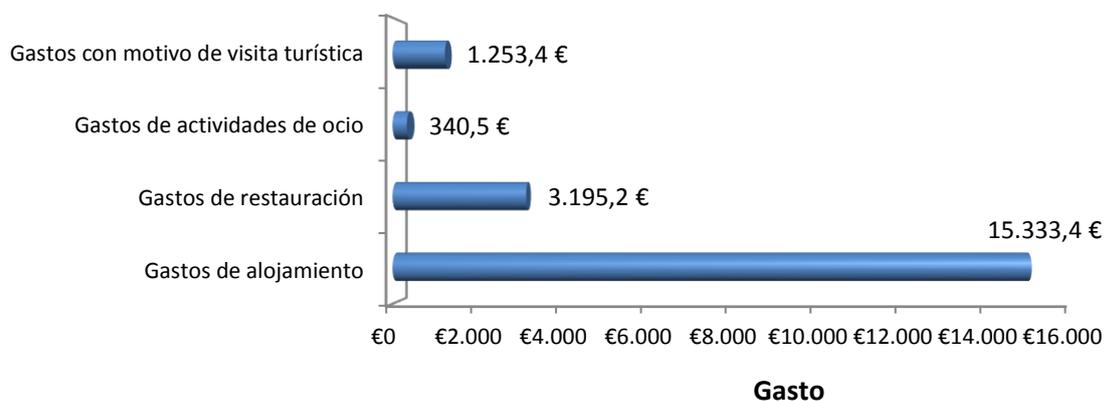
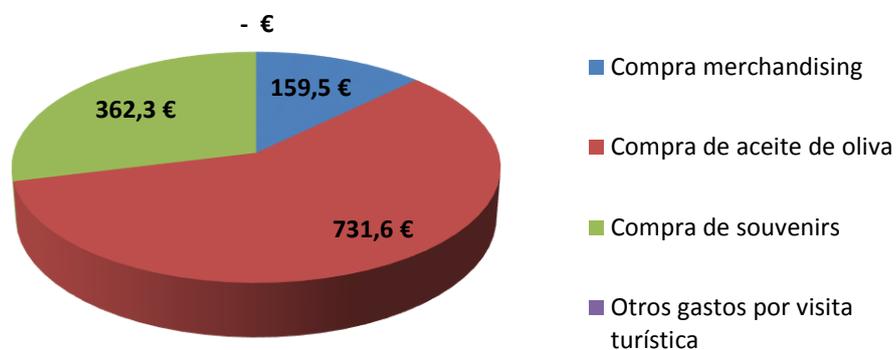


Figura 29.
Distribución por categorías del concepto otros gastos con motivo de la visita turística en otras provincias de Andalucía



Como ocurre en el caso del gasto asociado a los participantes en la provincia de Jaén y Córdoba, las partidas más importantes de gasto se deben a los conceptos de alojamiento y restauración, que se sitúan a una gran distancia del resto de los conceptos de gasto. En el concepto de otros gastos derivados de la visita turística vuelve a destacar, al igual que ocurría en la provincia de Jaén, la compra de aceite de oliva. En este sentido, aunque Jaén es el mayor productor mundial y cuenta con marcas que son líderes en la producción de aceite de gran calidad, el aceite de oliva virgen extra se produce también en el resto de provincias de Andalucía.

7.4. Impacto futuro de la prueba en otras provincias de Andalucía distintas a Jaén y Córdoba

La organización de la Andalucía Bake Race 2018 en territorio andaluz, es sin duda una gran oportunidad para incidir en la mejora de la imagen y profundizar en el conocimiento de las bondades de las provincias que han sido sedes directas del evento, es decir de Jaén y Córdoba, pero también del resto de Andalucía. Andalucía es, en su conjunto, un territorio privilegiado con múltiples atractivos turísticos. Andalucía dispone de una amplia costa que hace de ella un destino frecuente de los amantes del turismo de sol y playa, pero también de paisajes de montaña que atraen a turistas amantes del interior y la naturaleza. También dispone de un rico patrimonio monumental y cultural, que es fuente de atracción de visitantes durante todas las épocas del año. Monumentos como la Alhambra de Granada y las zonas del Albaicín y Generalife, o los dólmenes de Antequera, todos ellos patrimonios de la humanidad, son ejemplos típicos de esta riqueza cultural de Andalucía, aunque no son los únicos. La gastronomía de Andalucía, muy asociada a la dieta mediterránea, es ampliamente reconocida por su riqueza y beneficios para la salud. En definitiva, las fortalezas de Andalucía como destino turístico son muchas, y darlas a conocer mediante la organización de eventos deportivos podría tener una repercusión económica directa adicional en el corto plazo (en un periodo de un año) en forma de nuevos flujos monetarios asociados al turismo derivado del regreso a este territorio de los asistentes a la edición de este año de la ABR. Este regreso, de producirse, sería más probable que se hiciera en compañía de amigos o familiares, actuando esta cuestión de efecto económico multiplicador.

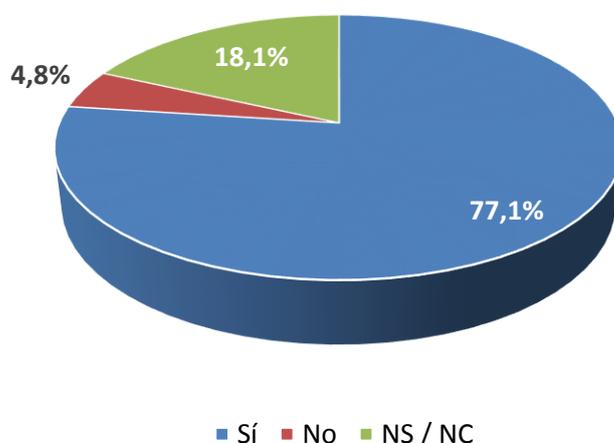
Con el fin de obtener información relevante sobre esta cuestión, varias preguntas del cuestionario se diseñaron para capturar información sobre la posible vuelta con fines turísticos a Jaén, Córdoba y al resto de Andalucía. En los apartados correspondientes a los epígrafes anteriores que tratan el impacto en Jaén y Córdoba se han mostrado y comentado los datos obtenidos sobre el posible regreso con fines turísticos de los participantes y familiares y/o amigos a estas dos provincias. En este apartado se muestran y comentan los datos referentes al resto de provincias de Andalucía.

Así, se les preguntó a los asistentes si regresarían en el futuro próximo (horizonte temporal de un año) con fines turísticos a Andalucía (lugar distinto de Jaén o Córdoba) y los datos obtenidos se muestran en la Tabla 45 y Figura 30.

Tabla 45
Regreso en el futuro a Andalucía
(lugar distinto a Jaén o Córdoba)

	Porcentaje
Sí	77,1 %
No	4,8 %
No sabe / No contesta	18,1 %

Figura 30.
Intención de los asistentes de volver a Andalucía como turista
(destinos distintos de Jaén o Córdoba)



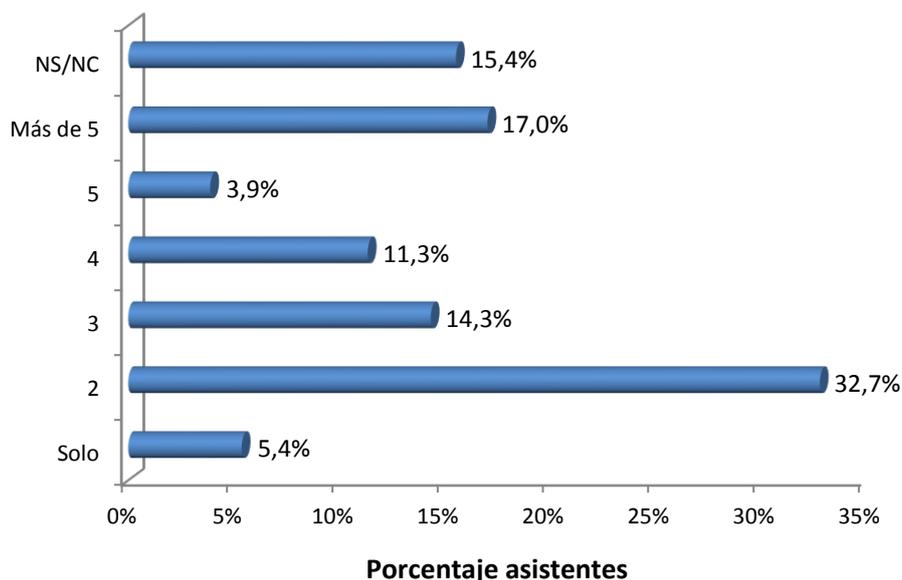
Un alto número de participantes (el 77,1% del total) manifiestan su intención de volver en el corto plazo a Andalucía, a lugares distintos de las provincias de Jaén y Córdoba. En el lado contrario, tan solo un 4,8% de los asistentes no tienen la intención de regresar. Estos datos corroboran las bondades de la organización de la Andalucía Bike Race en territorio andaluz, por su importancia en fortalecer la imagen de Andalucía y dar a conocer sus privilegiadas características con objeto de ser considerada como destino turístico en un horizonte temporal cercano. Este dato es aún más importante, considerando que muchos de los participantes son de origen extranjero, lo que sitúa la difusión de Andalucía con fines turísticos en un contexto internacional.

También se les preguntó a los asistentes a la prueba por si volverían con intención turística a Andalucía solos o acompañados, y de darse este último caso, sobre cuántas personas vendrían juntas, información que ha sido recogida en la Tabla 46 y Figura 31.

Tabla 46
Nº de acompañantes en caso de regresar en el futuro a Andalucía

Número de personas	Porcentaje
Solo	5,4 %
2	32,7 %
3	14,3 %
4	11,3 %
5	3,9 %
Más de 5	17,0 %
No sabe / No contesta	15,4 %

Figura 31.
Número de personas que visitarían juntas Andalucía como turistas (provincias distintas de Jaén y Córdoba)



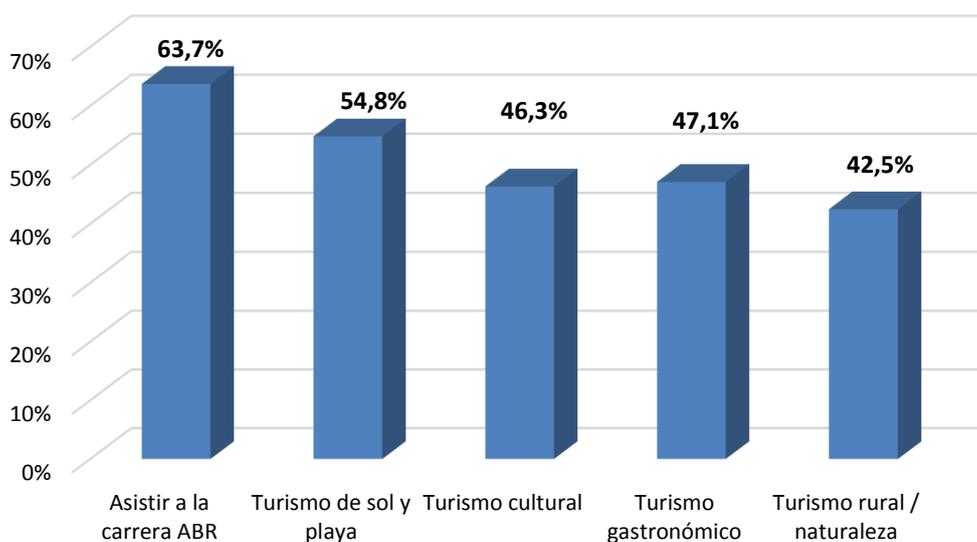
Un 5,4% de los asistentes a la ABR volverían solos a Andalucía, frente a un 79,1% que lo haría acompañado, siendo el viaje turístico en pareja el más probable en un 32,7% de los casos. La horquilla de entre 3 y 5 personas que vendrían juntas supone un 29,5% de los asistentes. Destaca el dato de que un 17% volvería a Andalucía con fines turísticos acompañado de más de 5 personas. Este último grupo se correspondería con turismo de familias completas o grandes grupos de amigos.

Finalmente, se les preguntó a los encuestados por los motivos concretos para volver con fines turísticos, estableciendo como posibles opciones entre los motivos el asistir nuevamente a la ABR, el turismo de sol y playa, el turismo cultural, el turismo gastronómico y el turismo rural/naturaleza, quedando la información extraída de las respuestas de los asistentes recogidas en la Tabla 47 y la Figura 32.

Tabla 47
Motivos para volver a Andalucía
(lugar distinto a Jaén y Córdoba)

Motivo	Porcentaje
Asistir a la carrera ABR	63,7 %
Turismo de sol y playa	54,8 %
Turismo cultural	46,3 %
Turismo gastronómico	47,1 %
Turismo rural / naturaleza	42,5 %

Figura 32. Motivos turísticos para volver a Andalucía



Los datos ponen de manifiesto que Andalucía cuenta con atractivos turísticos de diverso tipo, tanto los más conocidos como son los referidos al turismo de sol y playa, como los referidos al turismo gastronómico, turismo cultural y turismo rural asociado a la naturaleza. Además, el asistir a la Andalucía Bike Race supone un atractivo más, ampliamente reconocido por los participantes que, mayoritariamente, manifiestan su intención de volver, pero visitando además otras provincias de Andalucía distintas de Jaén y Córdoba con fines turísticos. Por lo tanto, se vuelve a corroborar, como ya ocurría en el estudio de 2016 (Moyano *et al.*, 2016) el poderoso instrumento que supone la organización de este evento en Andalucía como generador de flujos turísticos futuros, no solo en las provincias que albergan de forma directa las distintas etapas de la prueba (Jaén y Córdoba) sino en todo el territorio andaluz, y en un contexto tanto nacional como internacional.

8. Referencias bibliográficas

- Cobb, S. y Olberding, D.J. (2007): "The importance of import substitution in Marathon Economic Impact analysis", *International Journal of Sport Finance*, 2, pp. 108-118.
- Crompton, J.L. (2006): "Economic impact studies: Instruments for political shenanigans", *Journal of Travel Research*, 45, pp. 67-82.
- García-Navas, F. (Coordinador) (2014): *La Economía del Deporte en Andalucía 2014: Impacto Económico*. Consejería de Turismo y Comercio, Sevilla.
- Jago, L. y Dwyer, L. (2006): *Economic evaluation of special events: A practitioner's guide*. Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism, Common Ground Publishing, Australia.
- Maudos, J., Aldás, J., Benages, E. y Zaera, I (2016). *36 Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP 2016. Impacto Económico y Valoración de los Corredores*. Valencia, Ivie.
- Moyano, J., Martínez, P. y Maqueira, J. M. (2016). *Andalucía Bike Race 2016: Impacto Económico y sobre la Notoriedad en Andalucía*. Jaén, Universidad de Jaén.
- Octagon (2018): *Informe de comunicación*. Andalucía Bike Race Presented By Shimano. Barcelona.
- Otea (2016). Impacto económico de la vuelta ciclista a Asturias. Gabinete de Estudios. Otea – Hostelería y Turismo del Principado de Asturias. Disponible en: <http://otea.es/wp-content/uploads/2016/01/IMPACTO-ECON%93MICO-Vuelta-Ciclista-Asturias-.pdf> (Fecha de consulta: 31 de marzo de 2016).
- Pedrosa-Sanz, R. y Salvador-Insúa, J.A. (2003): "El impacto del deporte en la economía: Problemas de medición", *Revista Asturiana de Economía*, 26, pp. 61-84.
- Preuss, H., Könecke, T. y Schütte, N. (2010): "Calculating the primary economic impact of a sports club's regular season competition: A first model", *Journal of Sporting Science and Physical Education*, 60, pp. 17-22.
- Sánchez-Fernández, P. y Barajas-Alonso, Á. (2012): Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores clave y medición. *Libro de Actas del XXI International Congress of AEDEM*, Budapest, 3-4/9/2012.