

La promoción del turismo rural a través del *trail running*: el caso de Carrícola en la comarca de *La Vall d'Albaida* (España)

Federico Soler Vayá* Enrique San Martín González**
UNED (España)

Resumen: El *running* se ha convertido en poco tiempo en un deporte de masas en España, generando todo un negocio a su alrededor y un impacto económico importante en aquellas localidades que albergan este tipo de eventos.

En el presente trabajo se analizará el caso particular del *running* de montaña o más conocido como *trail running* como elemento dinamizador del turismo rural y del desarrollo económico local. Para ello, se estudiará el impacto económico, medioambiental y sociocultural que tiene la organización de un medio maratón sobre una población rural de tan solo 100 habitantes como Carrícola, situada en el sur de la provincia de Valencia (España). A partir de los resultados de este estudio del caso, se valorará como un evento con una financiación pública mínima, permite generar un impacto positivo sobre la promoción del turismo rural en municipios con dificultades para su desarrollo.

Palabras Clave: Running; Evento Deportivo; Población rural; Trail; Turismo.

The rural tourism promotion throughout the *trail running*: the case of Carrícola in the Valley of Albaida (Spain)

Abstract: Running has quickly become a mass sport in Spain, creating new business opportunities and significant economic impacts on those places that host running events.

In this paper the particular case of trail running will be analyzed as a catalyst for rural tourism and economic development. To do this, the article will study the economic, environmental and socio-cultural impact generated by a half-marathon in a mountain village with only 100 inhabitants like Carrícola, a small town located in the south of the Valencia's region (Spain). With the figures of this case study, it will be possible to appreciate how an event with minimum public funding could cause an important impact regarding rural tourism promotion in villages and small towns with development difficulties.

Keywords: Running; Sport Event; Rural village; Trail; Tourism.

1. Introducción: el *running* un deporte en auge

Salir a correr por el parque, por la calle o por la montaña, para practicar un poco de deporte y mantenerse en forma, ha pasado de ser un pasatiempo a convertirse en todo un fenómeno de masas. A esta práctica deportiva se le denomina comúnmente *running*, término inglés que sustituyó al de *jogging* (trote) utilizado originariamente.

El *jogging* se define, según el *Cambridge Dictionary*, como el ejercicio físico que consiste en correr una distancia larga a un ritmo moderado y constante, solo o en grupo, sin afán competitivo. Nació como actividad deportiva en los años 60 en EEUU de la mano de William Bowerman, entrenador de atletismo y cofundador de la multinacional Nike, quien con la publicación del libro "*Jogging: A physical*

* Investigador UNED (España); E-mail: fedesoler24@hotmail.com

** Professor de Economía Aplicada - UNED (España); E-mail: esanmartin@cee.uned.es

fitness for all ages" (1967), del que vendió más de un millón de ejemplares, ayudó a difundir su práctica. A dicha publicación, le siguieron otras similares entre las que destaca "*The Complete Book of Running*" (Fixx, 1977) que ensalzaba los beneficios que tenía para la salud la práctica regular del *jogging*. Fue precisamente a partir de dicha publicación cuando este término se sustituyó progresivamente por el de *running*, a la vez que se multiplicaban las carreras populares que abrían la posibilidad de participar a un gran número de personas no profesionales.

En Europa, el *running* florece en la década de los 70 y principios de los 80 con la celebración de las primeras ediciones de maratones como Barcelona o Londres (Scheerder, Breedveld, y Borgers, 2015: 241). A partir de entonces, esta actividad deportiva ha ido ganando importancia en muchos países.

En España su auge como práctica deportiva masiva no se inició hasta mediados de la década del 2000 (Llopis-Goig y Vilanova, 2015: 226), generándose una importante actividad económica a su alrededor, desde la compra de zapatillas y material deportivo para su uso diario, hasta la adquisición de los dorsales para participar en las pruebas¹.

La organización de estos eventos deportivos en pueblos y ciudades, que requieren de la contratación de empresas de cronometraje, seguros o marketing deportivo, traen consigo infinidad de oportunidades de negocio para el sector hostelero, el comercio o las agencias de viajes que venden paquetes turísticos que incluyen desde la estancia en un hotel hasta el dorsal para participar en dichas pruebas (Hinch y Higham, 2004: 88; Kotze, 2006: 285).

Así pues, en un contexto de crisis económica como el actual, encontrar un sector que crezca al ritmo al que lo hace todo lo relacionado con el *running* no es una tarea fácil. Durante 2013, había en España unos 2,5 millones de corredores que practicaban este deporte, contando desde los que salen a correr una vez por semana hasta la élite que compite a nivel internacional (Revista Runners, 2014). Paralelamente, en el mismo año, en España se vendieron unos 2,2 millones de pares de zapatillas para correr (Sportpanel, 2014), eso sin considerar datos de grandes superficies como El Corte Inglés o Decathlon, que representan hasta el 16% del mercado².

Por tanto, si se tiene en cuenta además que en 2009 se vendieron unos 1,1 millones de zapatillas para correr, y en 1997 solamente unas 430.000, no es de extrañar que una de las empresas líderes en la fabricación de este producto, como la japonesa Asics, haya aumentado sus ventas un 30% durante 2013 y hasta un 40% en la gama alta de estas zapatillas.

De la misma manera, otro indicador del crecimiento del *running* es el número de eventos organizados. En 2013 se organizaron más de 3.000 carreras populares en toda España, sin incluir duatlones y triatlones³, incrementándose más de un 50% en tan solo cinco años.

Con todos estos los datos, obviamente el número de personas participantes en estos eventos ha tenido que crecer considerablemente. Como ejemplo, se pueden utilizar dos pruebas de referencia en el calendario del *running* en España como son el maratón de Valencia y el Desafío Lurbel en Rio Mundo (Albacete), una de asfalto y la otra de montaña, pero ambas con larga trayectoria y renombre entre los *runners*. La primera ha pasado de tener unos 3.500 participantes en 2005 a más de 13.350 en 2014 (21.362 si se incluye la carrera de 10 kilómetros paralela al maratón), y la segunda logró agotar las más de 1.200 inscripciones en tan solo una hora teniendo que abrir una lista de espera⁴.

La cuestión es que la oferta de carreras se ha diversificado en muy poco tiempo y, con ello, el público objetivo al que se puede llegar⁵. Los hay que prefieren correr distancias cortas de entre 5 y 15 kilómetros, otros prefieren recorridos más largos de entre 21 kilómetros (media maratón) y 42 (maratón) y, por último, están también los ultra-fondistas que llegan a realizar más de 63 kilómetros de una tirada (maratón y media). Pero además de la distancia, el terreno sobre el que practicar este deporte también resulta importante. Se puede elegir pues entre correr dentro de los pueblos y ciudades o disfrutar de los encantos que ofrece la naturaleza practicando el conocido como *trail* de montaña entre los entendidos del tema⁶.

Obviamente la preparación para cada tipo de distancia y para uno u otro pavimento es distinta, así como lo es el material que se requiere para practicarla. Sin embargo, lo que presentan en común todas las disciplinas es que pueden tener un impacto significativo sobre las localidades que albergan estos eventos (Sharpley, 2000: 275; Gratton, Dobson y Shibli, 2005: 233).

Con todo ello, el *running* se ha convertido en un importante nicho de mercado para las empresas relacionadas con el mundo del deporte y del turismo (o lo que es lo mismo el turismo deportivo).

En el presente trabajo se estudiará una de las modalidades que más auge está teniendo en los últimos años como es el popularmente conocido *trail running*. El objetivo será analizar el impacto que puede llegar a tener la organización de un evento de estas características en una localidad rural (Visser y Rogerson, 2004).

En primer lugar, se definirá qué se entiende por evento deportivo desde un marco teórico y se clasificará este tipo de eventos según sus características. Así mismo, se analizará el concepto de turismo de eventos deportivos y se estudiará como se puede medir el impacto que puede tener la organización de este tipo de acontecimientos sobre la localidad organizadora.

Para ello, el artículo se centrará en la llamada MIMAMUCA (el acrónimo del valenciano “Mitja Marató de Muntanya de Carrícola”), un medio maratón de montaña organizado en la localidad de Carrícola, ubicada en el interior sur de la provincia de Valencia. Se estudiará brevemente el entorno rural, su economía y sectores económicos más importantes, así como los elementos necesarios para la organización de dicha prueba.

A continuación, se analizará el impacto que genera la MIMAMUCA a partir del análisis coste-beneficio junto con una serie de indicadores socioculturales y medioambientales.

Por último, con los resultados obtenidos, se sacarán las conclusiones pertinentes y se realizarán una serie de recomendaciones sobre la conveniencia o no de organizar, en próximos años, un maratón de montaña paralelo a la MIMAMUCA, para impulsar y dinamizar el turismo rural en la localidad y la calidad de vida de sus habitantes. Este mismo objetivo planteaban Walo, Bull y Breen (1996) en su análisis del impacto económico que pueden tener los eventos deportivos a pequeña escala sobre los municipios que los albergan.

2. Los eventos deportivos y su impacto sobre el turismo: marco teórico para su valoración.

El estudio del impacto de los grandes eventos sobre el turismo tiene sus inicios en la década de los 80 (Kotze, 2006: 284). Desde entonces, son muchas las definiciones que se han dado del turismo de eventos deportivos o turismo deportivo (Gibson, 1998a). Para Delpy (2003: 22) el turismo de eventos deportivos incluye “aquellas actividades o competiciones deportivas capaces de atraer un número considerable de visitantes con el objeto de participar o asistir como espectadores”. Por su parte, Weed y Bull (2004: 37) lo definen como “un fenómeno social, económico y cultural que emerge de la interacción entre una actividad, un lugar y un grupo de gente”. Del mismo modo, Gibson (1998a: 49), a partir de otras definiciones, afirma que el turismo deportivo es “aquel viaje de ocio en el que un individuo permanece temporalmente fuera de su comunidad de residencia para participar en actividades deportivas, ver estas actividades o incluso venerar atracciones asociadas a estas actividades deportivas”.

Así pues, se entiende por turismo deportivo aquél en el que las personas participan en actividades relacionadas con el deporte durante sus vacaciones o tiempo de ocio. No obstante, los turistas deportivos no son únicamente los que participan en un evento deportivo, sino que se pueden clasificar en tres categorías (Nogawa, Yamguchi y Hagi, 1996; Herstein y Jaffe, 2008):

- a) Participantes del evento: aquellas personas que viajan para participar en un evento deportivo previamente organizado.
- b) Espectadores del evento: son los asistentes al evento deportivo, bien para acompañar a los participantes o bien para disfrutar del espectáculo.
- c) Amantes del deporte: son los que viajan con el fin de participar en deportes “auto-organizados”.

Además, se pueden diferenciar hasta 5 tipos de turismo deportivo, en función de cuál sea su finalidad (Kurtzman y Zauhar, 1997; Latiesa y Paniza, 2006):

- *Centros vacacionales*: complejos turísticos cuya principal atracción es la actividad deportiva (por ejemplo los complejos hoteleros de la provincia de Alicante o Murcia para equipos de fútbol del norte de Europa).
- *Cruceros*: ofrecen actividades deportivas como objetivo principal del viaje (como los que se organizan para conocer a estrellas del deporte en EEUU).
- *Atracciones*: parques naturales, montañas (para senderistas, alpinistas,...) o museos.
- *Tours o rutas*: viajes relacionados con el deporte en el que se realizan visitas a instalaciones deportivas (por ejemplo la visita a estadios de fútbol o baloncesto).
- *Eventos*: donde los turistas son espectadores de acontecimientos deportivos (como pueden ser los grandes premios de motociclismo o Fórmula 1).
- Otra clasificación, basada en el tipo de actividades objeto del viaje, es la que ofrece De Knop (1990):
- Vacaciones deportivas puras: como por ejemplo un viaje para esquiar o hacer senderismo.

- Vacaciones para utilizar o visitar instalaciones deportivas (aunque no sean el motivo principal del viaje): visitas a estadios, asistencia a partidos o eventos deportivos,...
- Vacaciones deportivas privadas: donde los turistas participan en actividades deportivas no organizadas ni competitivas.
- Así mismo, Gibson (1998b), a partir de las anteriores clasificaciones establece una propia, donde distingue entre:
 - Turismo deportivo activo: los turistas participan directamente en un evento deportivo.
 - Turismo deportivo de eventos: los turistas son meros espectadores del evento.
 - Turismo deportivo nostálgico: los turistas rinden tributo y homenaje a un club, un deportista,...

Dentro de esta última clasificación, el *running* se encuadraría en el primer subgrupo dado que ofrece la posibilidad de disfrutar de diferentes paisajes naturales y espacios urbanos de forma activa y directa, al mismo tiempo que permite visitar, en los días previos y posteriores al evento, diferentes lugares del entorno para realizar otro tipo de actividades. También podríamos encuadrar en esta misma categoría los eventos ciclistas, tanto de carretera como de montaña, ya que el ciclismo es otro deporte que está generando un turismo deportivo participativo activo con un crecimiento notable en España en los últimos años. Las conexiones entre ambos deportes son más que evidentes y su práctica y difusión pueden ayudar a cambiar los hábitos de vida, reduciendo el uso de medios de transporte que dependen de fuentes de energía no renovables, aunque una profundización mayor de su impacto sería materia de estudio de otro trabajo.

La principal diferencia con respecto a otros deportes es que la participación en dichas pruebas no requiere la pertenencia a ninguna federación deportiva ni estar preparado a nivel competitivo para hacerlo. Cualquiera puede, con una pequeña preparación, participar del evento, siendo esto lo que lo convierte en un deporte asequible y atractivo para un elevado número de personas.

Como prueba de ello, y siguiendo con el ejemplo utilizado anteriormente, los datos sobre el maratón de Valencia de 2014 indican la importancia de este tipo de eventos. Entre los cerca de 21.300 participantes, había atletas de más de 40 países. El impacto económico estimado sobre la ciudad fue de 10,7 millones de euros y por cada euro gastado en la organización de la maratón, se generaron 6,2 euros de gasto “turístico” que realizaron los participantes y sus acompañantes. Además el gasto medio diario se estimó en unos 90,8 euros para los visitantes nacionales y de 84,1 para los extranjeros⁷.

Con todas estas cifras encima de la mesa, la industria del *running* en España genera ya más de 300 millones de euros al año (NPD Group, 2014), creando miles de puesto de trabajo directos e indirectos⁸.

Por tanto, la crisis no solo no ha perjudicado al *running*, sino que lo ha ayudado a crecer y a popularizarse entre la gente. Muchos no pueden permitirse en la coyuntura actual pagar 30 o 40 euros al mes en un gimnasio para practicar deporte con regularidad, por lo que deciden comprarse unas zapatillas por unos 50 o 60 euros y salir a correr por el parque, la calle o la montaña, solos o con amigos. Si a esto se le añade que no importa la edad que se tenga, que cada cual puede marcarse un objetivo o un ritmo y realizar cuantos kilómetros se deseen, se obtienen los resultados que se han descrito anteriormente.

Hay que tener en cuenta, sin embargo, que la participación en algunos maratones de renombre como Nueva York, Londres o Berlín, se ha convertido en una actividad *exclusiva* por su elevado precio de inscripción (superior a los 250 euros en algunos casos) frente a *eventos inclusivos* como el que aquí se analiza, asequibles económicamente para cualquier corredor (Collins y Kay, 2003).

Con estos datos, la cuestión que se plantea es cual puede ser el impacto que puede tener una prueba de este tipo sobre la localidad que lo organiza. Para ello, es necesario utilizar un método de valoración adecuado que permita realizar un análisis preciso.

Un buen marco teórico sobre cómo valorar un acontecimiento deportivo se puede encontrar en Gibson, Kaplanidou y Kang (2012) y García, Sancho y Gutiérrez (2013), donde se describe una metodología de análisis para evaluar el impacto de estos eventos sobre el entorno del destino o sede donde se desarrolla en tres campos: económico, sociocultural y medioambiental. Es importante señalar, que este triple análisis deriva del concepto de *turismo deportivo sostenible* definido por la Organización Mundial del Turismo y el Comité Olímpico Internacional en febrero de 2010. En este sentido, el *desarrollo sostenible a través del turismo* debe ser evaluado a partir de estos tres pilares determinantes de la *sostenibilidad* de los eventos deportivos (Gibson, Kaplanidou y Kang, 2012: 161).

Otros ejemplos significativos de la evaluación del impacto económico y social de la celebración de este tipo de eventos deportivos se pueden consultar en Kotze (2006), Ramírez, Ordaz y Rueda (2007), Shipway y Jones (2008), y en Sánchez y Barajas (2014).

Es precisamente en este último, donde aparecen detallados los métodos utilizados más frecuentemente en los estudios de impacto económico de eventos deportivos. Se destacan principalmente seis: las cuentas satélites, las tablas input-output, el método de valoración contingente, el modelo de equilibrio general computable, el análisis coste-beneficio (en adelante ACB) y el análisis sectorial-regional.

De entre todos estos métodos de valoración, la adecuación de uno u otro dependerá del tipo de datos de los que se disponga, del tipo de evento deportivo a valorar o de los objetivos que se pretenda alcanzar. En este sentido, existe una clasificación del conjunto de eventos deportivos según sus características, donde se diferencian hasta cuatro tipos (Gratton, Dobson y Shibli, 2000):

- Eventos tipo A: aquellos eventos que tienen presencia de espectadores internacionales y generan un importante impacto económico y publicitario.
- Eventos tipo B: aquellos eventos o competiciones nacionales que tienen una gran cantidad de espectadores y un impacto económico importante que se desarrollan anualmente.
- Eventos tipo C: aquellos eventos con presencia de espectadores internacionales pero que tienen una importancia económica limitada.
- Eventos tipo D: aquellos eventos o competiciones nacionales que se celebran anualmente pero generan una actividad económica limitada.
- Atendiendo a esta clasificación, en ella sólo tienen cabida los grandes eventos deportivos, que en el caso del *running* podría ser la celebración del maratón de una gran ciudad como Valencia, que por su impacto económico y presencia de espectadores se encuadraría dentro del tipo C.
- No obstante, tal y como lo recogen los profesores Barajas, Salgado y Sánchez (2006) y Gibson, Kaplanidou, y Kang (2012), esta clasificación se puede ampliar con un quinto tipo de evento, definido por Wilson (2006):
- Eventos tipo E: incluye los eventos deportivos con menor número de competidores y espectadores, con una actividad económica muy limitada y que no genera especial interés en los medios de comunicación.

En este sentido, según señala Highman (1999: 87), son precisamente este tipo de eventos deportivos a pequeña escala, evento tipo E, los que, a diferencia de los grandes eventos, generan un mayor desarrollo turístico y económico sostenible dado que no requieren de grandes inversiones en infraestructuras, ni de financiación pública elevada y se adecuan a la capacidad de carga de la comunidad organizadora.

Así pues, la celebración de la MIMAMUCA se incluiría dentro de este último tipo de eventos, de modo que para llevar a cabo la valoración de su impacto en términos económicos, el mejor instrumento de los descritos anteriormente es el ACB (Barajas, Salgado y Sánchez, 2012). Según estos autores “el ACB puede ser muy útil para evaluar impactos socioeconómicos derivados de la celebración de eventos, convirtiéndose en una importante herramienta para la toma de decisiones por parte de los responsables de la organización de los mismos si se lleva a cabo ex-ante (con la utilización de estimaciones), o bien evaluar su éxito o fracaso si se hace ex-post (a partir de los datos reales registrados). La metodología del ACB posibilita la construcción de medidas tales como: (...), ratios de beneficios sobre costes que permiten elegir aquellas alternativas que proporcionan las mayores ventajas sociales”.

Paralelamente, otros autores afirman que el impacto económico de los pequeños eventos deportivos, como la MIMAMUCA, se produce principalmente sobre los hoteles y restaurante de la localidad (Walo, Bull y Breen, 1996; Horne, 2000; Veltri, Miller y Harris, 2009), por lo que el ACB es un buen instrumento para valorarlo (Mules y Faulkner, 1996).

De hecho, otros casos de estudio similares al aquí analizado por su temática, han utilizado esta metodología. Entre ellos destaca, por ejemplo, el caso del campeonato de España de natación de Pontevedra de 2011 (Méndez, Barajas y Sánchez, 2012) o el trabajo sobre el Campeonato ITF femenino de tenis de Sevilla de 2006 (Ramírez, Ordaz y Rueda, 2007), donde se combina el ACB con el uso de las tablas input-output.

Para llevar a cabo este método, se estimará el impacto económico mediante el cálculo de la ratio de beneficios sobre costes. No obstante, para valorar el impacto completo de la organización del evento, de acuerdo con la definición de *turismo deportivo sostenible* señalada anteriormente, se tienen que valorar los efectos socioculturales y medioambientales sobre la población (Liu, 2003: 467). Para ello, se utilizarán una serie de indicadores que permitan apreciar los efectos positivos y negativos que puede tener la prueba sobre diversos aspectos de la localidad, su entorno y su población.

La valoración de estos indicadores se llevará a cabo a partir de los resultados obtenidos de las respuestas a dos encuestas: una a los habitantes de la localidad y otra a los participantes en la prueba, así

como de la valoración del impacto medioambiental de la prueba que hacen los agentes de la *Conselleria* de Medio Ambiente encargados de la vigilancia y preservación del entorno⁹. Con los resultados de la primera se determinará si la celebración del evento supone alguna mejora para los residentes, mientras que con los de la segunda se analizará el grado de satisfacción y la imagen turística percibida por los participantes. Por último, la entrevista a los agentes medioambientales permitirá evaluar el impacto ambiental y/o contaminación que genera la carrera.

Para la realización de la primera encuesta fue necesario desplazarse al municipio y elegir a la población aleatoriamente dentro del universo de la muestra (en el anexo adjunto se muestra el tipo de preguntas que se realizaron). Por su parte, la segunda consta de diversas cuestiones para valorar tanto el impacto económico como la repercusión social de la MIMAMUCA. Esta última se realizó a través del Facebook oficial de la prueba mediante un enlace a un documento de “Google Drive”¹⁰. Las características técnicas de las encuestas fueron las siguientes:

Tabla 1: Ficha técnica del estudio

Características	Encuesta 1 (residentes)	Encuesta 2 (participantes)
Universo y ámbito geográfico	Habitantes de Carrícola entre 15 y 75 años N=85	Participantes en la prueba N=450
Unidad muestral	Persona	Persona
Método de recogida de la información	Encuesta personal directa	Encuesta personal vía Facebook oficial de la prueba
Procedimiento de muestreo	Muestreo aleatorio simple	Muestreo aleatorio simple
Tamaño de la muestra	n=42	n=69
Nivel de confianza	85,00% Z=1,44 p=q=50%	85,00% Z=1,44 p=q=50%
Error muestral	8,00%	8,00%
Fecha del trabajo de campo	Junio de 2014	Junio de 2014

3. El entorno, el turismo rural y la MIMAMUCA en Carrícola.

Carrícola es un pequeño municipio de 99 habitantes, según la revisión del padrón municipal del INE de 2014¹¹ (el tercero más pequeño de la provincia de Valencia), ubicado en las faldas de la sierra del Benicadell, en el interior sur de la provincia de Valencia. A lo largo de los últimos años, el pueblo se ha mantenido aislado del boom inmobiliario y de la construcción, lo que ha permitido mantener su idiosincrasia de pueblo rural de montaña, apostando para ello por la biodiversidad, el desarrollo sostenible como modo de vida y preservando el entorno en el que se encuentra “el Paisaje protegido l’Ombria del Benicadell” (Vall d’Albaida).

Dicho espacio protegido (cara norte de la sierra que lleva el mismo nombre), hace de frontera natural entre las provincias de Valencia (comarca de “La Vall d’Albaida”) y Alicante (comarca de “El Comptat”) y fue declarado paisaje protegido el 31 de enero de 2006 (Decreto 18/2006 del Consell de la Generalitat).

Entre su vegetación destacan los pinos y matorral típico de los montes mediterráneos y se caracteriza por la existencia de numerosas fuentes y manantiales, por lo que ya en las épocas romana y árabe se realizaron construcciones para la captación y canalización de aguas para el riego de huertas y abastecimiento de poblaciones. Así mismo, en la Edad Media, se construyeron torres y castillos en zonas de difícil acceso, dada su posición estratégica.

De más reciente construcción (entre los siglos XVI a XIX) son las grandes neveras que se excavaron en diversos enclaves de la sierra para la conservación y posterior venta de la nieve y que tienen un gran valor etnológico (se conservan hasta seis)¹².

Por otro lado, la economía de esta localidad se basa principalmente en la agricultura, y dentro de ésta la casi totalidad de los cultivos son de secano como almendros, algarrobos y olivos. No obstante, en la comarca de la “Vall d’Albaida”, este pequeño pueblo ha sido pionero en la introducción de la agricultura ecológica como iniciativa de desarrollo sostenible y mejora del nivel de renta de los trabajadores agrícolas.

Un ejemplo claro de esto lo demuestra la cifra de parados del municipio. Según los datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social disponibles durante la realización de este trabajo, en mayo de 2014 había en Carrícola 8 personas desempleadas (1 procedente de la agricultura y 7 del sector servicios), lo que con una población activa de 66 personas, sitúan su tasa de desempleo en el 12%, cerca de 14 puntos por debajo de la media española y 16 de la media de la Comunidad Valenciana en dicha fecha.

Además, con respecto a la demografía, cabe señalar que el número de habitantes ha pasado de 73 en el año 2000 hasta los 99 (2014), es decir, un aumento del 36% de la población en los últimos 13 años, todo lo contrario que la mayoría de los pueblos de interior que han ido perdiendo población con el paso de los años por la emigración en las zonas rurales.

Para conseguir estos resultados y llevar a cabo la dinamización del municipio, el Ayuntamiento de Carrícola ha puesto en marcha diferentes actividades de promoción económica y turística, entre las que destacan:

- Mercado ecológico: todos los domingos se celebra un mercado con productos procedentes de la agricultura ecológica y productos artesanales elaborados por los habitantes de la localidad. Con esta iniciativa se pretende dar salida a los productos directamente sin necesidad de pasar por intermediarios que encarecen el precio final del consumidor y restan margen comercial al agricultor.
- *Biodivers Carrícola*: ruta escultórica por los espacios medioambientales más importantes del municipio y su entorno. En ella se exhiben un total de 71 obras realizadas por 58 artistas de diferentes procedencias (otras localidades de la comarca, comarcas limítrofes o cercanas como L'Alcoià, La Costera o La Ribera Baixa, así como de diferentes puntos de España como Madrid, Valencia o Cataluña).
- Rehabilitación del Castillo árabe: con una subvención de la Diputación de Valencia, se llevó a cabo la rehabilitación y acondicionamiento del monumento más emblemático del municipio conocido como “El Castellet” (el castillo) de origen árabe (siglo XII), como medida de promoción y complemento de la oferta turística del municipio.
- Mercado de Pascua: durante las vacaciones de Pascua se organiza un mercado con productos artesanos elaborados por habitantes de la localidad, productos típicos, talleres y actuaciones para los niños como cuentacuentos, juegos,...
- Acondicionamiento de las antiguas escuelas como albergue rural: el Ayuntamiento rehabilitó las antiguas escuelas locales para transformarlas en un albergue rural completamente equipado con baños, duchas, chimenea, barbacoa,... Este emplazamiento se alquila para grupos que desean pasar unos días en el municipio con un presupuesto asequible o simplemente para celebrar eventos ocasionales.
- Escuela de verano para niños: durante los meses de verano se organizan hasta tres escuelas de verano con diferentes temáticas. Una *summer school* para que los niños que acuden *aprendan inglés*, una escuela de educación emocional con la naturaleza y una escuela artística.
- Participación en el curso de especialización en “Sostenibilidad, ética ecológica y educación ambiental” organizado por la Universidad Politécnica de Valencia: el Ayuntamiento acoge a los alumnos de este programa de postgrado para que conozcan de primera mano las experiencias puestas en marcha en el pueblo en el campo de la agricultura ecológica y el desarrollo sostenible.
- La MIMAMUCA: entre todas las actividades puestas en marcha, la que congrega más gente en un espacio de tiempo más corto es, sin duda, esta. Bajo el lema “Esport, muntanya i art” (Deporte, montaña y arte), esta prueba se ha venido celebrando el primer fin de semana de abril con la intención de dar a conocer el nombre de la localidad entre los participantes.

Todas estas actuaciones llevadas a cabo por el Consistorio, siguen las orientaciones que la UE establece dentro de su política de desarrollo del mundo rural y que tratan de combatir los problemas a los que se enfrentan estos municipios. En este sentido, las actuaciones tienen que abarcar distintos ámbitos como: la dinamización de la población rural, la cohesión social y territorial, la preservación del patrimonio cultural, el establecimiento de criterios de sostenibilidad en la agricultura o la promoción y preservación del medio ambiente a través del turismo rural (Moscoso y Moyano, 2006a).

Por lo que respecta a la oferta turística, el municipio dispone de una piscina de reciente construcción, un hostel rural con capacidad para 15 personas con un restaurante que ofrece comida típica de la zona, un bar en la plaza del pueblo y hasta ocho casas rurales disponibles para alquilar en las inmediaciones (en un radio de 10km aunque no en el propio municipio). Dicha oferta de alojamientos comprende un rango de precios entre 10 y 39 euros por persona y noche, con una capacidad entre 1 y 28 personas por casa, instalaciones como piscina propia, barbacoa y actividades complementarias como paseo a caballo, senderismo,...

Este privilegiado enclave hace de la zona un lugar especialmente atractivo para la práctica del *trail running* a través de las numerosas sendas y pistas forestales que se entrelazan por toda la montaña. Por ello, el club de atletismo de la localidad “Corregatell” y el Ayuntamiento llevan organizando la ya mencionada MIMAMUCA desde el año 2012 con gran éxito.

Aún así, dado que el núcleo urbano de la localidad solo consta de tres calles y no dispone de grandes infraestructuras como aparcamientos públicos o instalaciones deportivas, la organización ha limitado, en estas primeras ediciones, el número de participantes. En 2012 se dieron cita 350 corredores, en 2013 el límite se amplió a 450 y se cubrieron todas las plazas, y finalmente este último año han participado otros 457 corredores, con la particularidad que las inscripciones se agotaron en menos de 12 horas. Para poder ampliar el número de participantes en futuras ediciones de la prueba, se pretende acondicionar diversas zonas de aparcamiento en los alrededores.

Para la organización del evento ha sido necesaria la colaboración de numerosos voluntarios, desde las personas del pueblo, hasta clubes de senderismo y atletismo que participaban en los puntos de avituallamiento, pasando por los músicos que amenizaban el evento o los colaboradores que se encargaron de repartir los dorsales y los obsequios a los participantes. Además, una prueba de estas características suele requerir apoyo financiero de las instituciones públicas y del patrocinio de empresas privadas para acometer los gastos necesarios para su correcto funcionamiento y desarrollo.

4. El impacto de la “MIMAMUCA” a través del Análisis Coste-Beneficio

Tal y como se ha indicado en el marco teórico, el método utilizado para valorar el impacto económico de la MIMAMUCA será el ACB, complementado con una serie de indicadores socioculturales y medioambientales, cuyos resultados han sido obtenidos mediante la realización de las dos encuestas anteriormente mencionadas.

4.1. Impacto económico

Para llevar a cabo el ACB, es necesario disponer de los costes totales y los beneficios que ha reportado el evento, por lo que los datos para este estudio se han obtenido de la propia organización, del Ayuntamiento de la localidad y de otras fuentes estadísticas oficiales (INE, Instituto de Estudios Turísticos, Instituto Valenciano de Estadística y Banco de España).

Por lo que respecta a los costes, se deben incluir aquellos que la organización realiza fuera de la localidad; es decir, aquellos fondos conseguidos por la organización que se han trasladado a otros lugares (Méndez, Sánchez y Barajas, 2012). Esta metodología se deduce de la siguiente lógica: los gastos incurridos por parte de la organización en la propia localidad tienen un efecto multiplicador sobre ésta sin suponer un coste económico, por lo que no son tenidos en cuenta. Únicamente se consideran aquellos gastos realizados fuera del municipio y que por tanto, suponen una pérdida de recursos.

En este caso, los costes totales en los que incurrió la organización ascendieron a 8.743,64 euros, que, eliminando los que revierten directamente en el municipio, totalizan 8.125,64 euros.

No obstante, a pesar de ser ésta la metodología más utilizada en otros trabajos, para tener constancia de cuál es la rentabilidad total de la prueba, independientemente del destino de los costes, se elaborará paralelamente un ACB global, incluyendo los costes totales para estimar la rentabilidad general, y un ACB local (en consonancia con la metodología utilizada en trabajos similares), que proporciona información únicamente de la rentabilidad para el municipio.

Por otra parte, con respecto a los beneficios se deben incluir las siguientes partidas:

- Ingresos directos obtenidos con la organización del evento como inscripciones, patrocinios, subvenciones,...
- Beneficios por turismo: porcentaje de beneficio obtenido por los sectores de hostelería y comercio del municipio, asociado al gasto de los participantes y sus acompañantes (de fuera del municipio) con motivo de la prueba. En este caso el resultado será el mismo para ambos ACB dado que los residentes en el municipio no pueden ser considerados como turistas.

Otros trabajos (Ramírez, Ordaz y Rueda, 2007) incluyen, además de las anteriores partidas, lo que se conoce como ingresos indirectos o inducidos; es decir, aquellos que revierten en los residentes de la localidad como consecuencia del incremento de la actividad por el efecto multiplicador. No obstante, en el cálculo del ACB de la MIMAMUCA no se considerarán dichos ingresos. El motivo es la intención

de hacer una valoración prudente del impacto económico real de la prueba, derivado de la aportación directa de recursos al municipio, tal y como se explica en la *Guide Cost-benefit Analysis of Investment Projects* (Comisión Europea, 2014).

Así pues, con respecto a los ingresos directos, ascendieron a 8.862 euros, de los cuales 7.312 provinieron de las inscripciones, 550 euros fueron aportaciones de empresas patrocinadoras y la diferencia con los costes de organización fue compensada mediante una subvención de la Diputación de Valencia canalizada a través del Ayuntamiento de la localidad (1.000 euros aproximadamente). Este dato demuestra que la prueba tiene un grado de autofinanciación cercano al 84% y que, por tanto, la necesidad de financiación por parte de la Administración Pública es mínima.

Por otro lado, en relación a los ingresos derivados del turismo, éstos se han estimado a partir de los resultados de la encuesta realizada a los participantes y de datos obtenidos del INE y del IET. En este sentido, se preguntó a los participantes si habían estado en el municipio antes de la MIMAMUCA, a lo que el 47% respondió afirmativamente. De este 47%, el 76% afirmó haber hecho algún tipo de gasto en el municipio. Además, se preguntó también si durante el día de la prueba los participantes o sus acompañantes realizaron algún gasto, a lo que el 47% respondieron que sí.

Sabiendo que en ambos casos, el tipo de gasto fue en el 94% de las respuestas en bar/restaurante, se ha hecho una estimación de dicho gasto en base a los datos disponibles en el Instituto de Estudios Turísticos (IET). Así pues, dado que cerca del 98% de los participantes eran de la C. Valenciana, a partir del último dato disponible de gasto medio diario de los turistas residentes en la C. Valenciana (26 euros)¹³ y, teniendo en cuenta que el porcentaje del consumo turístico en restauración es aproximadamente del 27%¹⁴ se aplica la siguiente fórmula y se obtienen los resultados recogidos en la tabla:

$$\begin{aligned} \text{Gasto restauración previo} &= gm * r * p * na * ng * gr \\ \text{Gasto restauración durante la prueba} &= gm * r * p * gp * gr \end{aligned}$$

donde, *gm* representa el gasto medio diario de los turistas de la C. Valenciana, *r* el % de gasto que representa la restauración del consumo turístico, *p* el número de participantes en la prueba, *na* el % de participantes que respondieron afirmativamente a si habían estado previamente en Carrícola, *ng* el % de participantes que habían estado previamente en Carrícola y habían hecho algún tipo de gasto, *gp* el % de participantes que afirmaron haber realizado algún gasto el día de la prueba y *gr* el % de encuestados que respondieron que el gasto realizado fue en bar/restaurante.

Gasto restauración previo a la prueba = 1077,19

Gasto restauración durante la prueba = 1417,36
--

Una vez obtenidos estos datos, se aplica un coeficiente multiplicador para obtener los gastos realizados por los acompañantes el día de la prueba (dado que en la visita previa únicamente participan los inscritos en la MIMAMUCA). En este caso, tratando de nuevo de ser prudentes con la valoración económica, dicho coeficiente será de 1,5 (es decir, un acompañante por cada dos participantes), a pesar que en informes de impacto económico como el del maratón de Valencia se afirma que el coeficiente es de 2 por cada participante nacional¹⁵.

Así pues, el resultado obtenido (1.417,36 euros) se multiplica por 1,5 obteniendo en total unos ingresos de 2.126,04 euros en restauración (bar/restaurante) el día de la celebración de la MIMAMUCA.

A partir de estos dos datos, es necesario obtener el margen de beneficio que obtienen los propietarios hosteleros, dado que si se consideran estos ingresos como beneficio, se estaría sobre-estimando los resultados. Aunque esta forma de proceder en el cálculo del ACB no está en consonancia con otros trabajos de tipología similar (Ramírez, Ordaz y Rueda, 2007), en los que se contabilizan estos ingresos directamente como beneficios para la localidad organizadora, manuales de referencia en el cálculo del ACB turístico (Ginés de Rus, 2008), dejan claro que a los ingresos es necesario descontarle los gastos derivados de cualquier actividad económica, para obtener el margen de beneficios real. En este sentido, dicho margen se ha obtenido de la Central de Balances del Banco de España¹⁶ y, en concreto, se ha utilizado el margen de explotación de las empresas de comercio y hostelería para el segundo trimestre del año 2014 (fecha de celebración de la prueba), que se situó

en el 17%. Por tanto, al total de los ingresos obtenidos (1.077,19+2.126,04) se le aplica el margen anterior, obteniendo que los beneficios derivados del gasto en restauración de los participantes y sus acompañantes ascendieron a 544,55 euros.

Paralelamente, se preguntó a los participantes si habían pernoctado en la localidad o alrededores, a lo que el 4% de los encuestados respondieron que sí. A partir de este dato, se toma el Indicador de Rentabilidad del Sector Hotelero conocido como ADR¹⁷ (Average Daily Rate) o Tarifa Media Diaria obtenido del INE para la Comunidad Valenciana y el mes de abril (en el que se celebró la prueba), para calcular los ingresos derivados de las pernoctaciones en la localidad.

Dicho indicador asciende a 55,20 euros/día¹⁸ y teniendo en cuenta que los participantes estuvieron de media dos días, se obtienen unos ingresos de 2.018,11 euros, a los que se aplica de nuevo el margen de explotación anterior (17%), con lo que se obtienen unos beneficios de 343,08 euros.

Sumando los tres cálculos realizados, los ingresos derivados del turismo con motivo de la prueba ascienden a un total de 5.221,34 euros. A partir de este resultado, y aplicando el margen de explotación definido, se obtienen unos beneficios derivados del turismo de 887,63 euros.

No obstante, hay que tener en cuenta que el 79% de los encuestados respondieron que tienen previsto visitar el pueblo después del evento, con lo cual los ingresos potenciales por turismo pueden aumentar sensiblemente. Además, un 6% de los participantes hizo un gasto en productos artesanos elaborados en el municipio, pero dada la dificultad para cuantificar esta partida estos ingresos no se han tenido en consideración.

Para completar el análisis de los beneficios, como se ha dicho anteriormente, algunos trabajos calculan el impacto indirecto o inducido que genera el evento analizado. En este caso dicho impacto se puede obtener mediante la utilización de las tablas input-output elaboradas por el Instituto Valenciano de Estadística (IVE) para el año 2008 (último disponible). Para ello, se utiliza el “multiplicador hacia atrás” del epígrafe 80 (correspondiente al de actividades recreativas, culturales y deportivas) de la matriz inversa de Leontief (también obtenida del IVE). Así, a partir de los costes totales de la organización, se generó un impacto indirecto de 13.300,04 euros. No obstante, para tener una valoración más realista del impacto efectivo, esta partida no se incluirá en el cálculo del ACB ya que puede dar lugar a diferentes interpretaciones de la rentabilidad final al tratarse de una estimación indirecta de los beneficios.

Con todos los datos anteriores, se obtienen los dos ACB mencionados y que se presentan en las siguientes tablas a modo de resumen:

Tabla 2: Análisis Coste-Beneficio

	ACB LOCAL	ACB GENERAL
Costes totales (C)¹⁹	8125,64	8743,64
Trofeos	793	911
Mochila del corredor	3515	3815
Avituallamiento	543,34	743,34
Gastos de organización	3274,3	3274,3
Beneficios totales (B)	9749,63	9749,63
Inscripciones (457x16 euros)	7312	7312
Subvenciones	1000	1000
Patrocinios	550	550
Beneficios por turismo	887,63	887,63
Impacto económico neto (B - C)	1623,99	1005,99
Ratio B/C	1,19	1,12

Fuente: elaboración propia, INE, IET y BdE.

Utilizando la metodología habitual (ACB Local), la MIMAMUCA presenta un ratio beneficios/costes de 1,19 lo que indica que cada euro invertido en la prueba reporta un rentabilidad de casi el 20% sobre la localidad (si se incluyeran los ingresos indirectos ésta aumentaría hasta casi el 284% lo que no es consistente con la realidad).

Por otro lado, teniendo en cuenta los costes totales de la organización (ACB GENERAL), la rentabilidad asciende al 12%, lo cual indica que la prueba sigue siendo positiva económicamente para el municipio.

Por ello, desde este punto de vista económico, la MIMAMUCA arroja unos resultados satisfactorios para el municipio y sus habitantes. De hecho, las respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los residentes así lo confirman. El 11% de los encuestados dice haber recibido algún ingreso extra con la realización de la prueba y un 100% considera positivo el gasto realizado por parte del Ayuntamiento.

Así mismo, el 68% de los participantes valoran con una nota de 9 o 10 sobre 10 la organización y el entorno de la prueba y ninguno de los participantes le otorga una puntuación inferior a 5.

4.2. Impacto sociocultural y medioambiental

Una vez valorado el impacto económico, es necesario complementar este análisis con la estimación de los efectos socioculturales y medioambientales. Dichos efectos deben incluir aquellos aspectos no económicos que pueden influir directa o indirectamente en la calidad de vida de los habitantes y su entorno.

En este sentido, el deporte despliega su potencial como factor de desarrollo en tres ejes estratégicos como: la movilización social y cultural de la población, la diversificación y modernización de las actividades económicas y la equidad territorial (Moscoso y Moyano, 2006b). Gran parte de los estudios realizados al respecto profundizan en los aspectos socioculturales del deporte como el aumento de la calidad de vida (Walo, Bull y Breen, 1996), el incremento de sentimiento de orgullo y pertenencia a una comunidad (Horne, 2000; Veltri, Miller y Harris, 2009; Ziakas, 2010), el grado de participación de los habitantes como voluntarios en el evento (Daniels y Norman, 2003; Wilson, 2006; Ziakas, 2010) o incluso el grado de satisfacción de los propios participantes (Bigné, Sánchez y Sánchez, 2001).

Dentro de estos tres ejes, el efecto sociocultural de la prueba sobre la localidad y sus habitantes, está relacionado con el grado de movilización social y cultural (eje I) y con la equidad territorial (eje III), mientras que el nivel de diversificación y modernización de las actividades económicas (eje II) se relacionan directamente con el impacto económico del evento ya tratado.

Respecto al impacto ambiental, autores como Gibson, Kaplanidou y Kang (2012: 162) afirman que la evaluación de este aspecto se puede medir, para los grandes eventos deportivos, a través de su *huella ecológica* (*carbon footprint*). No obstante, Collins, Jones y Munday (2009) concluyen que “actualmente es difícil encontrar una medida de dicho impacto aunque es evidente que los pequeños eventos deportivos, como el que aquí se analiza, tienen un efecto mucho menor”.

En el presente trabajo, se analizará dicha *huella ecológica* a partir de los siguientes indicadores: grado de generación de residuos, aglomeración de personas y alteración del ritmo de vida de los habitantes, riesgos medio ambientales y nivel de erosión del paraje por el que transcurre la prueba.

Para realizar dicho análisis, los resultados se han extraído, principalmente, de las respuestas obtenidas en las dos encuestas realizadas a los participantes y los habitantes de la localidad, así como de la valoración del impacto medioambiental de la prueba que hacen los agentes de la *Conselleria de Medio ambiente* encargados de la vigilancia y preservación del entorno. Esto permitirá saber la opinión y el grado de satisfacción, tanto de los habitantes como de los participantes y los agentes forestales, sus implicaciones sobre el turismo y el entorno y la conveniencia de la celebración de la MIMAMUCA.

– Impacto sociocultural

En primer lugar, por lo que respecta a la movilización social y cultural (eje I), el 100% de los habitantes encuestados cree que la MIMAMUCA es positiva para potenciar la imagen de Carrícola como destino de turismo rural y, en este sentido, el 94% ha constatado que han aumentado las visitas al pueblo con motivo de celebración de la prueba.

Del mismo modo, el 89% de los habitantes encuestados opina que la MIMAMUCA puede ayudar a dar a conocer los productos artesanales y agrícolas de la localidad. De hecho, el 6% de los participantes afirma haber adquirido algún producto artesanal del municipio durante el día de la prueba y el 4% piensa volver para comprar productos artesanales o agrícolas después de la MIMAMUCA.

Sin embargo, el elemento diferenciador y más importante en cuanto a la promoción cultural viene recogido en el propio lema de la carrera: “Deporte, montaña y arte”. Una de las singularidades de la prueba es que parte del recorrido discurre por la anteriormente citada ruta escultórica *Biodivers Carrícola*. Desde el kilómetro 1 hasta aproximadamente el kilómetro 7 los participantes recorren los senderos y caminos donde se exhiben diferentes obras escultóricas de artistas locales, comarcales e incluso nacionales, hasta alcanzar el castillo árabe del S.XII, que es el elemento más representativo de

la localidad. Dicha ruta, junto con el castillo, son dos de los atractivos turísticos más importantes del municipio, por lo que el hecho de que la prueba discurra en paralelo a esta exposición al aire libre es un punto de inflexión para su promoción turística así como un medio de generar sentimiento de orgullo y pertenencia al pueblo y la comarca.

Por tanto, teniendo en cuenta los resultados de las encuestas y la singularidad del trazado de la prueba, se puede afirmar que la MIMAMUCA contribuye a lograr los objetivos que se engloban en el eje I (Moscoso y Moyano, 2006b): afluencia de personas foráneas al municipio (deportistas y turistas deportivos), reducción del ambiente de soledad (al menos en el fin de semana de la prueba y los fines de semana anteriores), mejora de las relaciones sociales entre los habitantes (organizadores de la prueba, participantes, voluntarios,...) y promoción del patrimonio natural y cultural (recorrido a través de la ruta *Biodivers* y del Castillo árabe).

Por otro lado, respecto al eje III referente a la equidad territorial, cabe señalar, en primer lugar, la preocupación por la utilización de recursos autóctonos, es decir, que los flujos o recursos económicos generados en la prueba se empleen o usen en el propio municipio, generando efectos económicos inducidos que maximicen las ganancias locales paliando la falta de actividad económica propia de una zona rural como esta. La generación de actividad económica en zonas deprimidas desde el punto de vista económico contribuye claramente a la equidad territorial. Un ejemplo de este empleo máximo de recursos autóctonos es el hecho de que los trofeos entregados a los ganadores de la prueba en las distintas categorías sean elaborados por un escultor y pintor de la localidad.

Por su parte, dado el interés de la organización por crear un ambiente de fiesta en el recorrido, en los puntos kilométricos más alejados del Paisaje protegido (para evitar la contaminación acústica del entorno), se ameniza a los participantes con música en vivo de grupos de música tradicional valenciana de “*dolçaina i tabalet*”.

De la misma forma, en aras de promocionar la agricultura ecológica y los productos artesanales, entre los obsequios que se entregan a los participantes al finalizar la prueba, en la conocida como mochila o bolsa del corredor, se encuentran frutas ecológicas de temporada (cultivadas en el municipio) y un bálsamo reparador que ayuda a combatir los dolores musculares (elaborado también por personas locales a partir de plantas autóctonas).

Así mismo, al finalizar la prueba, para que los participantes puedan rehidratarse y recuperar fuerzas, la organización habilita diferentes puntos de comidas y bebidas típicas (“*coca*” de tomate, de cebolla, de morcilla, zumo de naranja ecológico,...), elaboradas por los habitantes, que reciben a cambio una compensación económica de la organización.

Con todo ello, el 90% de los habitantes encuestados afirma que participó de forma directa o indirecta en la organización de la prueba, lo que unido a los músicos que amenizan la carrera o grupos de senderistas de pueblos vecinos que dan apoyo a la organización durante todo el recorrido, se puede afirmar que la MIMAMUCA fomenta la cooperación territorial y potencia un mayor sentimiento de pertenencia a la comarca (Skinner y Zakus, 2008; Collins y Kay, 2003)²⁰, contribuyendo de esta forma a lograr los objetivos del eje III (equidad territorial).

En este sentido, además el 79% de los participantes encuestados asegura que volverá a Carrícola para visitar el pueblo y su entorno, hacer turismo deportivo o turismo gastronómico, consiguiendo así una mayor dinamización del turismo rural.

Paralelamente, otro hecho ilustrativo de los efectos sociales es que el 78% de los habitantes de Carrícola asegura haber aumentado su interés por el deporte en general y el *running* en particular. La organización de la prueba ha servido de herramienta para incrementar la actividad física de los habitantes (Moore y Werch, 2005; Henderson, 2009) hecho que se demuestra con la puesta en marcha de una escuela de atletismo en el municipio con 14 personas inscritas en tan solo 2 meses, de edades comprendidas entre los 15 y los 56 años, lo representa cerca del 14% de los habitantes.

– Impacto medioambiental

Por lo que se refiere a los efectos sobre el medioambiente y el entorno (*huella ecológica*), se focalizará el análisis sobre cuatro indicadores: grado de generación de residuos, aglomeración de personas y alteración del ritmo de vida de los habitantes, riesgos ambientales y nivel de erosión del paraje. En este sentido, todos los resultados expuestos han sido corroborados por el agente medio ambiental encargado de la preservación del entorno del Paisaje Protegido de “*L’Ombria del Benicadell*”.

Respecto al primer indicador referente a la generación de residuos, el principal problema puede aparecer en los diferentes puntos de avituallamiento repartidos por el trazado de la carrera donde se

abastece de agua y alimentos a los participantes. En el caso de la MIMAMUCA (y cada vez más en otras pruebas similares) se obliga a los corredores a que lleven sus propios recipientes reutilizables para evitar que queden restos de envases que puedan ensuciar el espacio natural. Además de esto, en los mismos puntos de avituallamiento se habilitan bidones con bolsas de basura para que se pueda tirar cualquier tipo de recipiente (principalmente de suplementos alimenticios o glucosa).

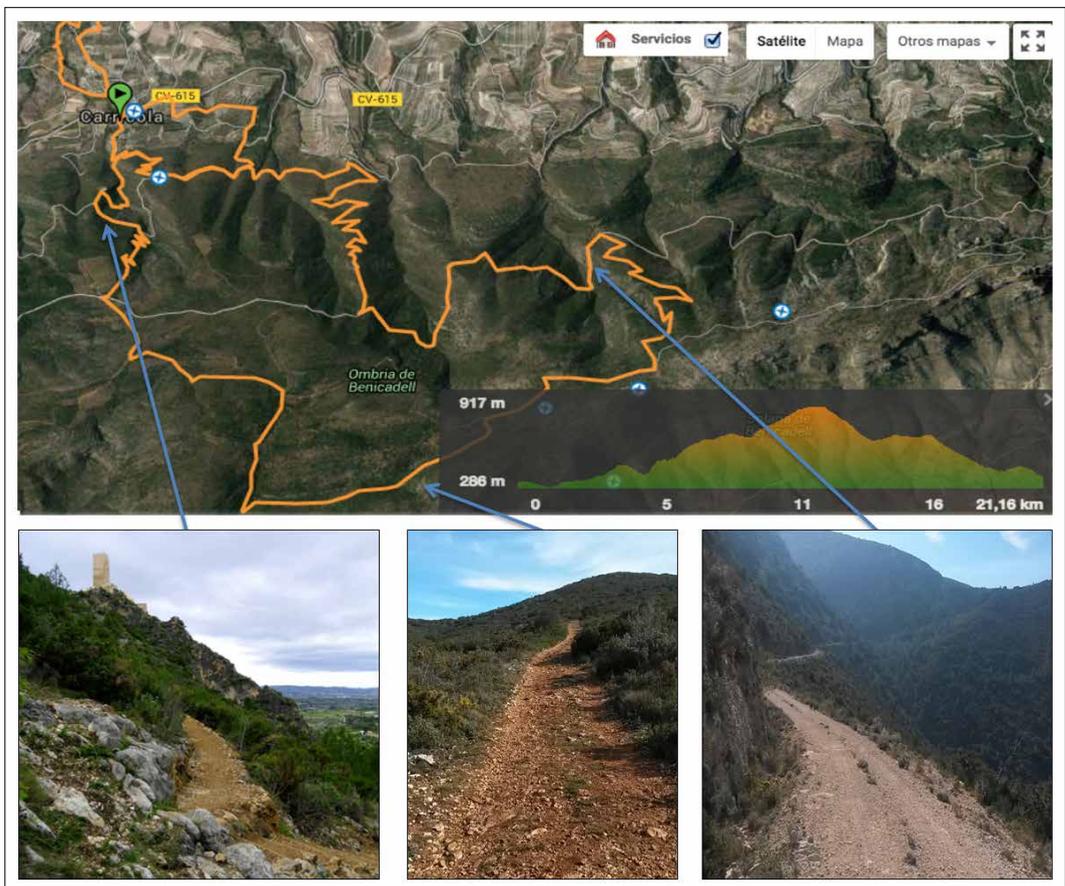
Junto a ello, los propios organizadores, una vez finalizada la prueba, realizan una vuelta de reconocimiento por todo el trazado para comprobar que efectivamente se ha cumplido con las normas de preservación del entorno²¹.

Por otro lado, en referencia a la aglomeración de personas y la alteración del ritmo normal de vida de los habitantes, la mejor forma de conocer el nivel de molestias que puede ocasionar la concentración de un elevado número de personas, en un pueblo tan pequeño y durante un corto espacio de tiempo, es preguntando a los habitantes directamente. En este sentido, sólo el 3% de los encuestados afirma que la prueba tuvo un impacto negativo sobre el entorno natural de la localidad y ningún habitante encuestado dijo sufrir algún inconveniente como ruidos, aglomeración de gente, contaminación,...

Aunque la población se multiplica por cuatro, el hecho de que los corredores solo se concentren en la salida para empezar la prueba y lleguen a la meta escalonadamente (según su nivel de preparación), y que la mayor parte del pueblo participa directa o indirectamente de la organización, hace que las molestias se minimicen para los habitantes. Además, también se limita el público que puede presenciar la prueba dentro del Paisaje protegido para evitar precisamente que la aglomeración de personas pueda dañar el entorno.

Por último, con respecto a los riesgos ambientales y el nivel de erosión del paraje natural, se debe atender aquí exclusivamente a la información proporcionada por el agente entrevistado, dado que tiene

Figura 1: Recorrido oficial de la prueba y entorno por el que transcurre



potestad para modificar el trazado e incluso suspender la prueba en caso de detectar riesgos potenciales (por ejemplo nivel 3 de preemergencia por riesgos de incendios).

Con respecto a las medidas de prevención de posibles riesgos ambientales, se obliga a la organización a disponer de un camión cisterna de agua y de una brigada de prevención de incendios y se prohíbe la colocación de propaganda gráfica y la utilización de pintura para señalizar el trazado de la prueba.

Por su parte, en referencia a la erosión del paraje, la celebración de la MIMAMUCA no tiene ningún impacto negativo sobre la flora y la fauna. De hecho, resulta positiva para la recuperación de sendas forestales que se encontraban en estado de degradación por el paso del tiempo y su escasa utilización. Así, aprovechando la celebración de este tipo de eventos, el Plan de Actuación para la Mejora del Empleo Rural (PAMER) del Servicio Valenciano de Empleo (SERVEF) destinado a la contratación de personas desempleadas para la realización de actuaciones medioambientales de mantenimiento y recuperación del entorno, se ha dirigido a este tipo de tareas.

Además, tal y como se puede observar en las imágenes adjuntas (figura 1)²², la mayor parte del trazado discurre por pistas forestales que evitan el contacto directo con la flora y la fauna de la zona y el resto del trazado transcurre por senderos aptos para la práctica del *trail running*.

Con todo ello, teniendo en cuenta tanto los efectos sociculturales como medioambientales, la valoración global que otorgan los residentes de Carrícola a la MIMAMUCA es de un 9,19 sobre 10. Por su parte, el informe realizado por el agente medioambiental señala que la MIMAMUCA no es una actividad que ponga en riesgo el entorno por el que discurre y prueba de ello es su valoración positiva año tras año permitiendo la celebración de nuevas ediciones.

6. Conclusiones

Carrícola es un municipio del interior de la provincia de Valencia de menos de 100 habitantes, lo que impone serias dificultades a su desarrollo económico. Sin embargo, como se ha explicado aquí, ha organizado una actividad deportiva que ha generado un doble dividendo, incrementando la actividad económica y los beneficios turísticos de los negocios locales, a la vez que se promocionaba y se daba a conocer como destino de turismo rural. Además de obtener una rentabilidad notable, independientemente de la metodología usada para medirla, la MIMAMUCA ha sido una actividad prácticamente autosuficiente que ha necesitado de un apoyo financiero público muy limitado, requisito imprescindible en este tipo de poblaciones. En consecuencia, este caso que aquí se expone es un claro ejemplo del tipo de actividades que, con imaginación, compromiso y una buena organización y gestión, se pueden realizar en el mundo rural para promover el desarrollo económico y turístico. La contribución de actividades de este tipo a la diversificación del turismo y a la dinamización de regiones de interior con baja densidad poblacional, objetivos no siempre logrados con muchos más recursos, aconseja prestarles mucha más atención de la que han recibido hasta el momento.

Así pues, se pueden sacar una serie de conclusiones que ayuden a determinar su evaluación como factor de atracción de turismo. A partir de estas conclusiones, se establecerán una serie de recomendaciones sobre la viabilidad de llevar a cabo un proyecto más ambicioso como la MAMUCA (Maratón), de forma simultánea a la MIMAMUCA para incrementar el impacto económico sobre la localidad, sin perjudicar el entorno.

– Publicidad como destino de turismo rural

Se puede afirmar que la celebración del evento aumenta el reconocimiento y la promoción de la localidad entre los corredores. En este sentido, aunque el 98% de los participantes encuestados son de la Comunidad Valenciana, el 34% de ellos aseguraba no conocer Carrícola antes de la prueba. Por ello, con la entrega de los productos típicos y el recorrido por los atractivos de la localidad se da publicidad al entorno natural donde se ubica, a la agricultura ecológica que se cultiva y vende y a la ruta escultórica que recorre los senderos y calles del municipio. De hecho, el 94% de los habitantes ha constatado un aumento de los visitantes tras la celebración de la prueba.

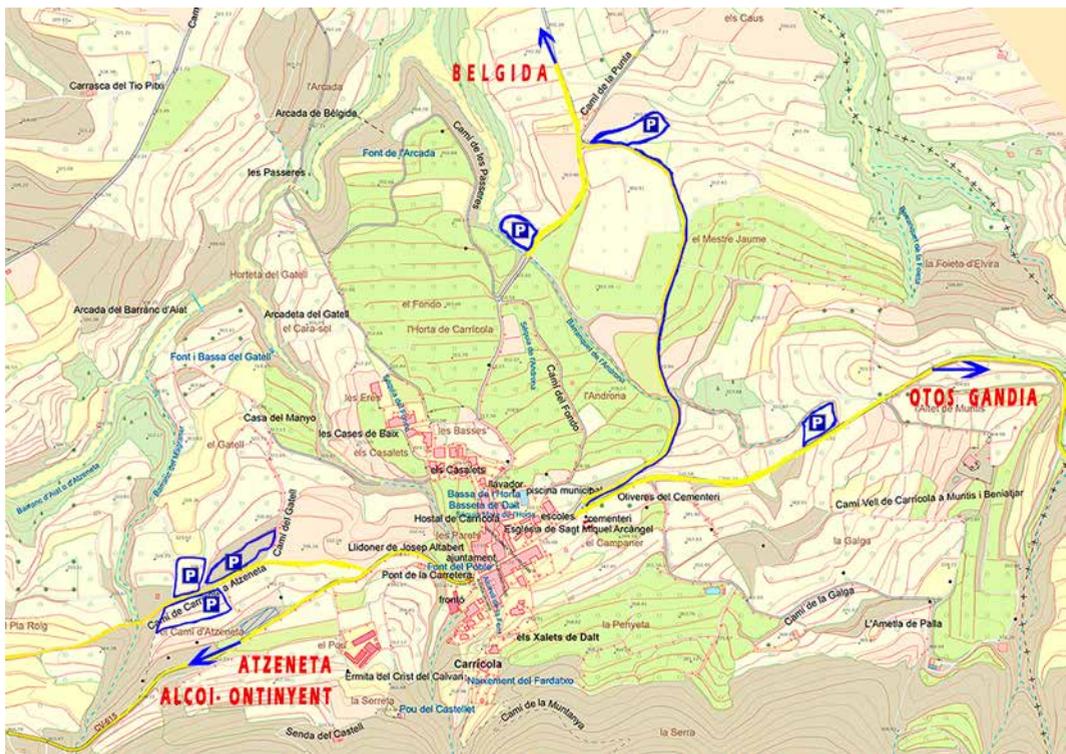
– Valoración económica positiva pero limitada

Por lo que respecta al aspecto económico, el impacto es limitado dada la escasa capacidad del pueblo para albergar un gran número de participantes. No obstante, la rentabilidad obtenida teniendo en cuenta la inversión pública realizada es más que notable (19% y 12% según el ACB local y general respectivamente). Los beneficios económicos de la prueba se redistribuyen de forma diversificada entre

un número elevado de habitantes y sectores económicos (propietarios del hostel/restaurante, del bar, productores de agricultura ecológica, artesanos, escultores,...) lo que implica un impacto global para la localidad que favorece el elevado grado de aceptación de la carrera entre los habitantes de la localidad.

El acondicionamiento de nuevas zonas de aparcamiento en los alrededores permitirá aumentar el número de corredores y con ello incrementar el impacto económico, tanto en términos de inscripciones como en gasto directo. Para ello, la organización tiene previsto habilitar el entorno (tal como se indica en la figura 2) de manera que la concentración de vehículos no esté cerca del núcleo urbano. Con ello se pretende aumentar la capacidad de carga física del municipio durante la celebración de la prueba, teniendo en cuenta que la organización y el Ayuntamiento han estimado (en base al número de voluntarios y de servicios del municipio) que el número máximo de corredores que pueden participar es de 800 entre las dos pruebas (unos 450 en la media maratón y unos 350 en el maratón).

Figura 2: Zonas de aparcamiento para la celebración de la MAMUCA/MIMAMUCA



– Movilización social

La celebración de la prueba ha aumentado el interés por la práctica del deporte entre los habitantes del pueblo, y se ha conseguido crear una escuela de atletismo en tan solo dos meses; es decir, la MIMAMUCA ha ayudado a mejorar las relaciones personales y el clima social, generando con ello hábitos de vida más saludables entre los residentes en el municipio. Al mismo tiempo, la participación directa o indirecta en la organización supone un elemento de satisfacción y orgullo personal, al sentirse parte del éxito de la prueba.

– Impacto medioambiental mínimo

Por último, el impacto negativo sobre el medioambiente es mínimo, por lo que aunque la prueba discurre por un paisaje protegido, no existe riesgo de transformación del entorno natural ni se altera

uno de los reclamos turísticos más importantes como es el enclave rural que caracteriza al municipio. Este hecho viene demostrado tanto por la percepción de los propios habitantes de Carrícola, como por la evaluación realizada por los técnicos de la Consellería de Medio Ambiente encargados de la preservación y mantenimiento del entorno, y que se refleja en el informe elaborado tras la celebración de la prueba.

6. Recomendaciones sobre un futuro maratón (MAMUCA)

Con todos estos datos, se demuestra que la MIMAMUCA tiene un impacto positivo para el municipio, pero ¿qué ocurriría si se complementa esta prueba con una de más envergadura como un maratón (MAMUCA)? ¿Cambiarían los resultados en términos económicos, medioambientales y socioculturales?

En primer lugar, atendiendo a los resultados obtenidos de las encuestas, se podría llevar a cabo una reordenación de los costes de organización de una futura MAMUCA. En este sentido, dado que ante la pregunta de “qué es lo que más valoran los participantes de una prueba como la MIMAMUCA” el 81% respondió “la organización durante y después de la prueba” y ninguno dio como respuesta la mochila entregada a los corredores (cuando ésta representa el 40% del total de los costes), sería una buena medida destinar parte de este gasto a mejorar aspectos organizativos o simplemente reducir el coste total de la prueba.

En segundo lugar, por lo que se refiere a los resultados económicos, el aumento de los costes necesarios para su organización aumentaría menos que proporcionalmente. Este hecho viene dado porque el precio de inscripción medio que estarían dispuestos a pagar los participantes es de 26,20 euros según las encuestas (es decir, un 64% más que los 16 euros actuales), y según las estimaciones de la organización, el coste pasaría aproximadamente de los 8.750 euros actuales hasta los 12.000 aproximadamente (37% más). Con ello, ya no sería necesaria la aportación por parte del ayuntamiento y la prueba reportaría mayores beneficios directos, alcanzando un grado de autofinanciación del cien por cien.

Por otra parte, el impacto en términos de turismo sería sensiblemente mayor al de la MIMAMUCA. Para estimarlo, se preguntó a los participantes cuantos habían pernoctado en Carrícola o alrededores durante la MIMAMUCA a lo que respondieron afirmativamente el 4%. Sin embargo, ante la misma pregunta, con la MAMUCA este porcentaje aumenta hasta el 7%. Ello viene determinado por el hecho que el horario de salida de la actual prueba eran las 9:00h y en una prueba con el doble de kilómetros ésta debe iniciarse al menos dos horas antes, lo que hace necesario que los participantes procedentes de más lejos necesiten pernoctar en Carrícola o alrededores.

En este sentido, para comprobar que efectivamente los participantes en la MIMAMUCA estarían dispuestos a tomar la salida en una hipotética MAMUCA, se hizo esta pregunta en la encuesta, a lo que el 73% respondió afirmativamente.

Además, dado que la entrega de dorsales para participar en la prueba se realizaría el día de antes, se preguntó a los participantes como valorarían la organización de un mercado con productos típicos durante este día y si lo visitarían. A la primera pregunta el 66% de los encuestados le dio la máxima valoración y respecto a la segunda el 76% de ellos respondió que estaría dispuesto a visitarlo. Esto permitiría aumentar la promoción de otras actividades locales (Daniels y Norman, 2003; Gibson, Willming y Holdnak, 2003) como la agricultura ecológica y los productos artesanos entre los participantes y sus acompañantes. Además, dado que el perfil del participante en este tipo de eventos es el de una persona preocupada por su salud y amante de la naturaleza, y la gran mayoría proceden de la misma comarca o comarcas limítrofes, podrían aumentar sensiblemente las visitas al municipio para adquirir este tipo de productos.

Así pues, con estos resultados en términos económicos y de promoción turística, a priori, parece que la organización de la MAMUCA podría incrementar el impacto en ambos casos sobre Carrícola.

Por su parte, respecto al impacto medioambiental y sociocultural, los habitantes aseguran no tener inconveniente en formar parte de la organización de un hipotético maratón, y la percepción sobre el grado de contaminación y molestias ocasionadas por este evento, según los técnicos de protección medioambiental y los habitantes, es muy similar a los resultados obtenidos con la MIMAMUCA. De hecho, la mitad de la distancia del recorrido de la MAMUCA transcurriría por el mismo trazado que la MIMAMUCA y el resto por otras pistas forestales y sendas transitadas habitualmente por senderistas que visitan el entorno.

En resumen, aunque llevar a cabo este evento de más envergadura supondría un nuevo esfuerzo para la organización, sería recomendable tener en cuenta estos resultados. A partir de ellos, se puede

analizar detenidamente la conveniencia de dar un paso hacia adelante y llevar a cabo una prueba de más nivel y mayor impacto en términos de promoción turística para la localidad.

De hecho, la puesta en marcha de este tipo de eventos a pequeña escala, pero con gran implicación entre los miembros de una comunidad con dificultades para el desarrollo económico y social, ha culminado con la creación de un modelo teórico llamado *Deporte Para el Desarrollo (Sport For Development)*. Dicho modelo aboga por la transformación de los eventos deportivos tradicionales para conectarlos con comunidades locales permitiendo la creación de programas y políticas deportivas que tengan un impacto social sostenible a largo plazo (Lyras y Wealty, 2011; Schulenkorf, 2012).

En este sentido, el *trail running* es un deporte en auge y el enclave de Carrícola y su idiosincrasia de pueblo rural le otorgan una ventaja comparativa respecto a otros pueblos que organizan pruebas similares. No obstante, los resultados aquí detallados demuestran que cualquier municipio, con pocos recursos, pero con mucho esfuerzo, puede llevar a cabo un desarrollo turístico, medioambiental y cultural sostenible, demostrando que crecimiento económico y preservación del entorno natural no son conceptos contrapuestos.

Bibliografía

- Arrojo, P., Bernal, E. y Fernández, J.
1998. *El análisis coste-beneficio y su vigencia relativa en la valoración de grandes proyectos hidráulicos*, Departamento de Análisis Económico. Universidad de Zaragoza.
- Barajas, A. y Sánchez, P.
2011. "Aplicación del análisis coste-beneficio al Campeonato de España de Natación Máster 2011", *I Gijón Workshop de Economía del Deporte. El Impacto Económico en el Deporte*, Gijón, Universidad de Oviedo.
- Bigné, E. J., Sánchez, I. M. y Sánchez, J.
2001. "Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: Inter-relationship," *Tourism Mngement*, 22: 607-616.
- Bowerman, W. J. y Harris, W.
1967. *Jogging: A physical Fitness Program for All Ages*, Ace Books.
Cambridge University Press
2016. "Cambridge English Dictionary & Thesaurus" consultado en <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/>
- Cobb, S. y Olderbing, D.J.
2007. "The Importance of Import Substitution in Marathon Economic Impact Analysis", *International Journal of Sport Finance* 2(2): 108-118.
- Cohen, E.
1974. "Who is a tourist? A conceptual clasification," *Sociologist Review*, 22: 527-555.
- Collins, M. F. y Kay, T.
2003. *Sport and social exclusion*. Londres: Routledge.
- Collins, A., Jones C. y Munday, M.
2009. "Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options?" *Tourism Mngement*, 30: 828-837.
- Comisión Europea
2014. "Guide to Cost-Analysis of Investment Projects", Economic appraisal tool for Cohesion Policy 2014-2020.
- Daniels, M. y Norman, W.
2003. "Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events," *Journal of Sport Tourism*, 8: 214-222.
- Delpy-Neirotti, L.
2003. "Introduction to Sport and Adventure Tourism" en Hudson, S. (ed) *Sport and Adventure Tourism. The Haworth Hospitality Press*, New York.
- De Knop, P.
1990. "Sport for all and active tourism," *World Leisure and Recreation*, 32: 30-36.
- De Rus, G.
2008. *Análisis Coste-Beneficio*. Barcelona: Ariel.

- Edwards, M.
2015. "The role of sport in community capacity building: An examination of sport for development research and practice," *Sport Management Review*, 18: 6-19.
- Fernández, M.T.
2014. "El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio del caso", *Cuadernos de turismo* 33: 59-76.
- Fixx, J. M.
1977. *The Compleat Book of Running*, Random House Inc.
- Forward Analytics, Inc.
2012. *Audience Research & Economic Impact Study of the 2012 Rite Aid Cleveland Marathon*. Pittsburgh.
- Foster, G., Greyser, S. y Walsh, B.
2006. *The Business of sport: A perspective from Harvard*. Thomson South Western. USA
- García, G., Sancho, A. y Gutiérrez, C.
2013. Modelo de valoración de un acontecimiento deportivo, *Papers de turisme* 53: 69-80.
- Getz, D.
2008. "Event tourism: definition, evolution and research", *Tourism Management* 29(3): 8-13.
- Gibson, H. y Yiannakis, A.
1992. "Some correlates of the Sport Lover (tourist): A life course perspective." Presented at the North American Society for the Sociology of Sport Conference", Toledo, Ohio.
- Gibson, H.
1998(a). "Sport Tourism: A Critical Analysis of Research," *Sport Management Review*, 1: 45-76.
- Gibson, H.
1998(b). "Active sport tourism: Who participates?" *Leisure Studies*, 17(2): 155-170.
- Gibson, H., Willming, C. y Holdnak, A.
2003. "Small-scale event sport tourism: College sport as a tourist attraction," *Tourism Management*, 24: 181-190.
- Gibson, H., Kaplanidou, K. y Kang, S. J.
2012. "Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism," *Sport Management Review*, 15: 160-170.
- Ginés de Rus, M.
2008. Análisis Coste-Beneficio, Evaluación económica de políticas y proyectos de inversión. Ariel Economía (3a edición).
- Gratton, C., Dobson, N. y Shibli, S.
2000. "The economic importance of major sports events: a case-study of six events", *Managing Leisure* 5(1): 17-28.
- Gratton, C., Coleman, R. y Shibli, S.
2005. "The economics of sport tourism at major sport events," *Sport Tourism Destinations*: 233-247.
- Henderson, K. A.
2009. "A paradox of sport management and physical activity interventions," *Sport Management Review*, 12(2): 57-65.
- Hersteinn, R. y Jaffe, E.D.
2008. "Sport hospitality as a business strategy", *Journal of Business Strategy*, 29: 36-43.
- Highman, J.
1999. "Commentary – sport as an avenue of tourism development: an analysis of the positive and negative impacts of sport tourism." *Current Issues in Tourism*, 2(1): 82-90.
- Hinch, T. y Higham, J.
2004. *Sport Tourism Development*. Clevedon, Chanel View Publications.
- Horne, W.
2000. "Municipal economic development via hallmark events," *Journal of Tourism Studies*, 11(1): 30-36.
- Instituto Valenciano de Estadística
2008. Marco Input-Output y Contabilidad Regional de la Comunidad Valenciana.
- Késenne, S.
2005. "Do We Need an Economic Impact Study or a Cost-Benefit Analysis of a Sports Event?," *European Sport Management Quarterly* 5(2): 133-142.
- Késenne, S., Taks, M., Chalip, L., Green, B.C. y Maryn, S.
2011. "Economic Impact Analysis versus Cost Benefit Analysis: The case of a Medium-Sized Sport Event", *International Journal of Sport Finance* 6: 187-203.

- Kotze, N.
2006. "Cape Town and the Two Oceans Marathon: The Impact of Sport Tourism," *Urban Forum* 17(3): 282-293.
- Kutzman, J. y Zauhar, J.
1997. "A wave in time-The sports tourism phenomena," *Journal of Sports Tourism*, 4: 5-19.
- Latiesa, M. y Paniza, J.L.
2006. "Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis", *Revista Internacional de Sociología*, Vol. LXIV, 44: 133-149.
- Liu, Z.
2003. "Sustainable tourism development: A critique," *Journal of Sustainable Tourism*, 11: 459-475.
- Llopis-Goig, R. y Vilanova, A.
2015. "Spain: A sociological Analysis of the Evolution and Characteristics of Running" en Scheerder, J. y Breedveld, K. (ed) *Running across Europe* Palgrave Mcmillan 11: 225-238.
- Lyras, A. y Welty, P.
2011. "Integrating sport-for-development theory and praxis," *Sport Management Review*, 14: 311-326.
- Maudos, J.
2015. Impacto económico del 34 Maratón Valencia Trinidad Alfonso 2014. Instituto Valenciano Investigaciones Económicas.
- Méndez, B., Sánchez, P. y Barajas, A.
2012. Impacto de eventos deportivos: el caso del Campeonato de España de natación Pontevedra 2011, *International Journal of Sports Law & Management* 18: 72-91.
- Ministerio de Economía
1999. Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006, Secretaría de Comercio, Turismo y en la PYME.
- Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Deporte
2014. Anuario de Estadísticas deportivas, Subdirección General de Estadísticas y Estudios, Secretaría General Técnica.
- Moore, M. J. y Werch, C. E. C.
2005. "Sport and physical activity participation and substance use among adolescents," *Journal Adolescent Health*, 36(6): 486-493.
- Moyano, E. y Moscoso, D.
2006(a). *Deporte y Desarrollo Rural*. Instituto Andaluz del Deporte. 1ª Edición.
- Moyano, E. y Moscoso, D.
2006(b). El deporte como sector emergente para el desarrollo rural. Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía (IESA). Consejo Superior de Investigaciones Científicas 1: 17-31.
- Mules, T. y Faulkner, B.
1996. "An economic perspective on special events," *Tourism Economics*, 2(2): 107-117.
- Nogawa, H., Yamguchi, Y. y Hagi, Y.
1996. "An empirical research study on Japanese sport tourism in Sport-for-All Events: Case studies of a single-night event a multiple night event," *Journal of Travel Research*, 35: 46-54.
- NPD Group
2014. Panel de detallistas y de consumidores, The NPD Group Inc.
- Ramírez, J.M., Ordaz, J.A. y Rueda, J.M.
2007. Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006, *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa* 3: 20 -39.
- Revuelta, R.
2006. Turismo y eventos deportivos: los Juegos Olímpicos de Invierno, *Oppidum* 2: 399-428.
- Sancho, A.
2001. *Apuntes de Metodología de la investigación en turismo*. Madrid, Organización Mundial del Turismo.
- Scheerder, J., Breedveld, K. y Borgers, J.
2015. "Running across Europe: The rise and size of one of the Largest Sport Market." Palgrave Mcmillan, 12: 241-264.
- Schulenkorf, N.
2012. "Sustainable community development through sport and events: A conceptual framework for Sport-For-Development projects," *Sport Management Review*, 15: 1-12.

- Sharpley, R.
2000. "The influence of the accommodation sector on tourism development: lessons from Cyprus," *Hospitality Management*, 19: 275-293.
- Shipway, R. y Jones, I.
2008. "The Great Suburban Everest: An 'Insiders' Perspective on Experiences at the 2007 Flora London Marathon." *Journal of Sport & Tourism* 13(1): 61-77.
- Skinner, J. y D. Zakus
2008. "Development through Sport: Building Social Capital in Disadvantaged Communities," *Sport Management Review*, 11: 253-275.
- Skinner, L., Zakus, D. y Edwards, A.
2005. "Football communities: Research report". Federación de fútbol de Australia. Sidney.
- Sugden, J.
2007. "Running Havana: Observations on the Political Economy of Sport Tourism in Cuba," *Leisure Studies* 26(2): 235-251.
- Organización Mundial del Turismo (OMT)
2010. Congreso Internacional de Turismo, Deporte y Grandes Eventos. Johannesburgo, Sudáfrica.
- Veltri, F., Miller, J. y Harris, A.
2009. "Club sport national tournament: Economic impact of a small event on a mid-size community," *Recreational Sport Journal*, 33: 119-128.
- Visser, G. y Rogerson, C. M.
2004. "Researching the South African tourism and development nexus," *GeoJournal*, 60: 201-215.
- Walo, M., Bull, A. y Breen, H.
1996. "Achieving economic benefits at local events: A case of a local sports event," *Festival Management and Event Tourism*, 4: 95-106.
- Weed, M.
2006. "Sports Tourism Research 2000-2004: A Systematic Review of Knowledge and a Meta-Evaluation of Methods," *Journal of Sport & Tourism* 11(1).
- Weed, M.
2009. "Progress in Sports Tourism Research? A Meta-review and Exploration of Futures," *Tourism Management* 30(5): 615-628.
- Weed, M. y Bull, C.
2004. *Sports tourism: Participants, policy & providers*, Oxford: Elsevier.
- Wilson, R.
2006. "The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case of four swimming events," *Managing Leisure* 11(1): 57-70.
- Zauhar, J.
2004. "Historical perspectives of sport tourism," *Journal of Sport Tourism*, 9(1): 5-101.
- Ziakas, V.
2010. "Understanding an event portfolio: The uncovering of interrelationships, synergies and leveraging opportunities." *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2: 144-164.

Notas

- ¹ La evolución de este deporte a lo largo de los últimos años en todo el mundo no ha sido constante ni lineal, sino que se ha producido en "olas": la primera en la década de los 80 y la segunda a partir de 2000 (Llopis-Goig, R. y Vilanova, 2015).
- ² Los fuentes citadas en este párrafo y el siguiente se han obtenido de: El Mundo, 19/01/2014: "Running, una fiebre millonaria", <http://www.elmundo.es/economia/2014/01/19/52daf5db22601d436e8b4574.html> consultado en línea el 20/05/2014.
- ³ Para conocer el calendario y el número de carreras populares existentes en España se puede consultar el siguiente enlace: http://www.carreraspopulares.com/v5-calendario/V7CC_menu_comunidades.asp.
- ⁴ Los datos de inscripciones se han obtenido de las webs de la organización de cada una de las pruebas. Para el caso de Valencia: <http://www.valenciaciudadellrunning.com/maraton/inscripciones-maraton/>. Para Rio Mundo: <http://www.mychip.es/evento/152>.
- ⁵ Según el *Anuario de estadísticas deportivas del 2014* del Ministerio Educación, Ciencia y Deporte el *running* se ha convertido en el cuarto deporte más practicado en España.
- ⁶ Un ejemplo que demuestra el auge que está teniendo este deporte en España es el número de búsquedas en *Google* de la palabra *running* durante los últimos años (Ver enlace: <https://www.google.es/trends/explore#q=running>).
- ⁷ Datos obtenidos del informe elaborado por el profesor Joaquín Maudos (Impacto económico del 34 maratón Valencia Trinidad Alfonso 2014). Cabe señalar, no obstante, que el impacto económico incluye los ingresos indirectos, los cuales pueden sobrevalorar el impacto real, como se analizará posteriormente en este trabajo.

- ⁸ Ver <https://www.npdgroup.es/wps/portal/npd/es/industrias/calzado-deportivo/>
- ⁹ Se entrevistó al agente responsable de la preservación del medio ambiente y forestal de “La Vall d’Albaida” encargado de elaborar un informe final sobre el impacto real de la prueba y las posibles medidas correctoras que tiene que llevar a cabo la organización en años posteriores.
- ¹⁰ Ver el siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/1fRxC_m95N1i-dNaWO_XhqyrHSVENuddTjrRBbUb32mo/viewform?usp=send_form
- ¹¹ Población a 1 de enero de 2014 (fecha publicación 22 de diciembre de 2014).
- ¹² Para más información se puede consultar el siguiente enlace: <http://www.citma.gva.es/web/espacios-prottegidos/la-ombria-del-benicadell>
- ¹³ Ver <http://www.iet.turismoencifras.es/gastoturistico/item/66-redescubrir-espana-es-mas-economico.html>
- ¹⁴ Ver <http://www.iet.turismoencifras.es/impactoeconomico/item/99-el-consumo-tur%C3%ADstico.html>. Este dato se ha obtenido dividiendo el consumo en restauración entre el consumo turístico total. Hay que señalar que el porcentaje es similar al obtenido, por ejemplo, en el cálculo del impacto económico de la 34 edición del maratón de Valencia (33%).
- ¹⁵ Ver Informe elaborado por el profesor Joaquín Maudos (Impacto económico del 34 maratón Valencia Trinidad Alfonso 2014).
- ¹⁶ Ver <http://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/a1520.pdf>
- ¹⁷ Ver <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe230&file=inebase&L=0>
- ¹⁸ Para una habitación doble con baño, sin IVA ni otros servicios.
- ¹⁹ Para el caso del ACB local se refiere únicamente a los costes realizados fuera del municipio.
- ²⁰ El paisaje protegido de “l’Ombria del Benicadell” por el que transcurre la prueba pertenece a los términos municipales de Carrícola, Palomar, Atzeneta d’Albaida, Otos, Beniatjar y Bélgida, por lo que los voluntarios proceden de estas localidades e incluso de otras de alrededor.
- ²¹ En el reglamento de inscripción se informa a todos los participantes que deben cumplir las normas de preservación del entorno y llevar consigo un envase reutilizable para abastecerse de agua. Además, el día de antes de la carrera se realiza una reunión informativa donde se explican, entre otras cosas, dichas normas. Esta medida fue incluida como mejora en el informe elaborado por el agente medio ambiental en la edición anterior.
- ²² Trazado oficial de la prueba obtenido de: <http://es.wikiloc.com/wikiloc/view.do?id=6503035>.

Anexo

Encuesta 1

Valoración MIMAMUCA 2014 habitantes de Carrícola Edad:

- 1.-¿Cree que la MIMAMUCA es positiva para potenciar la imagen de Carrícola como destino de turismo rural?
SI/NO → De 1 a 10:
- 2.-¿Ha constatado usted que han aumentado las visitas al pueblo tras la celebración de la prueba?
SI/NO → De 1 a 10:
- 3.-¿Supuso algún ingreso extra para usted la celebración de la prueba?
SI/NO
- 4.-¿Ha aumentado su interés por el deporte en general y el running en particular después de la prueba?
SI/NO
- 5.-¿Participó usted directa o indirectamente en la organización del evento?
SI/NO
- 6.-¿Supuso algún inconveniente para usted la celebración de la MIMAMUCA? (Ruido, aglomeración de gente, contaminación,...)
SI/NO → De 1 a 10:
- 7.-¿Cree que la celebración de la prueba puede tener un impacto negativo sobre el entorno natural del municipio?
SI/NO → De 1 a 10:
- 8.-¿Cree que la MIMAMUCA puede ayudar a dar a conocer los productos artesanales y agrícolas elaborados en Carrícola?
SI/NO → De 1 a 10:
- 9.-¿Considera que la inversión realizada por el Ayuntamiento en la celebración de la prueba es buena para el pueblo?
SI/NO → De 1 a 10:
- 10.-¿Que valoración de 1 a 10 le daría a la prueba teniendo en cuenta los efectos sobre el municipio?
De 1 a 10:
- 11.-¿Cree que la organización de una Maratón paralela a la MIMAMUCA afectaría al entorno de la localidad?
SI/NO → De 1 a 10:

Recibido: 20/07/2015
Reenviado: 06/03/2016
Aceptado: 11/03/2016
Sometido a evaluación por pares anónimos