



Abstract ampliado

RESUMEN AMPLIADO

Título: La Copa del Rey Mapfre: Exponente de la Nueva Economía Azul en Baleares

Autores y e-mail de todos ellos:

Margarita Alemany-Hormaeche. E-mail: marga.alemany@uib.es

María Antonia García-Sastre. E-mail: garcia.sastre@uib.es

Francisco Rejón-Guardia. E-mail: f.rejon@uib.es

Angela Aguiló-Lemoine. E-mail: angela.aguilo@uib.es

Departamento:

Economía de la Empresa

Universidad:

Universidad de las Islas Baleares

Área Temática: *(indicar el área temática en la que se inscribe el contenido de la comunicación)*

S08 – Análisis cuantitativo, cualitativo y espacial del turismo: cerrando la brecha entre las disciplinas científicas

Resumen: *(mínimo 1500 palabras)*



2. REVISIÓN de LITERATURA

El turismo deportivo es una de las apuestas más fuertes de los destinos turísticos tanto internacionales como en los españoles. En las últimas décadas, los deportes organizados se han vuelto cada vez más relevantes, tanto los eventos competitivos como los de entretenimiento. Tal y como afirma Taks, Chalip y Green (2015), la mayor parte de las investigaciones hasta ahora se han centrado en los impactos económicos y turísticos de los mega eventos. Los eventos deportivos generan efectos positivos y negativos para una ciudad, y en algunos casos, dejan un legado. Preuss (2014) analiza cómo identificar el legado de un mega evento deportivo, a quienes afecta, cuánto duran, y cómo identificar si un legado crea o destruye valor.

El impacto de muchos mega eventos deportivos han sido analizados en la literatura académica, tanto a nivel internacional (Baade, Baumann, y Matheson, 2008; Pillay y Orli, 2008; Sourtar, 1993; Sturgess y Brady, 2006; o Waitt, 2003; Fernández y Martínez, 2003; como a nivel nacional (Barajas y Sánchez, 2011; Hurtado, Ordaz y Rueda, 2007; o Sanz, Moreno y Camacho, 2012).

Eventos como el que analizamos, que tienen un tamaño medio o pequeño, han recibido menos atención académica. Sin embargo, los eventos de menor tamaño requieren menos recursos y es más probable que genere resultados económicos más positivos (o menos negativos) que los mega eventos deportivos (Taks, Chalip y Green, 2015). Además, los académicos han sugerido que los eventos deportistas a pequeña escala pueden ser una forma sostenible de desarrollo turístico para las comunidades (Gibson, Kaplanidou, Kang, 2012).

Los estudios demuestran que los eventos deportivos brindan beneficios sociales y económicos (un mayor orgullo y espíritu comunitario y de la comunidad anfitriona) (Crompton y McKay, 1994; Thrane, 2002; Heere, Walker, Gibson, Thapa, Geldenhuys, y Coetze, 2013; Taks, Chalip y Green, 2015) y distribuyen los gastos entre diversos sectores, como restaurantes, transporte, alojamiento, entretenimiento y otros servicios de apoyo (Crompton y McKay, 1994).

En los últimos años, los eventos deportivos han sido considerados como los principales motores económicos, especialmente en comunidades medianas, que se enfrentan cada vez más a la competencia de las comunidades que apuestan por albergar eventos deportivos (Veltri, Miller y Harris, 2009). Recientemente se ha abierto un debate sobre



el valor relativo de los eventos pequeños en comparación con los grandes eventos. Agha y Taks (2015) ha creado un modelo teórico para determinar si son los mega eventos, o por lo contrario, si es más probable que los eventos más pequeños generen un impacto económico positivo. Su modelo, concluye que los eventos pequeños tienen un mayor potencial de impacto económico positivo. Además, también afirma que organizar múltiples eventos de menor tamaño es mejor estrategia que organizar un gran evento. Esta conclusión, también es suscrita por Gibson, Kaplanidou, y Kang (2012), que mantienen que una cartera de eventos deportivos a pequeña escala puede ser una forma viable de desarrollo del turismo sostenible

3. METODOLOGÍA

La metodología utilizada recaba información primaria mediante diversas técnicas. La principal fuente de información proviene de un cuestionario distribuido entre todos los participantes en la prueba. Dada la complejidad del evento, se determinaron seis grupos de interés: los armadores, los regatistas, los técnicos, los medios de comunicación, los sponsors, e invitados al evento. Para el diseño de cada cuestionario se ha contado con un panel de expertos en la disciplina y el asesoramiento de la organización de *la Copa del Rey Mapfre*. Con ellos se determinaron las variables e ítems que han permitido recoger información acerca de los factores relevantes que explican el comportamiento del turista activo: sociodemográficos, conocimientos, expectativas, satisfacción y gasto. Los cuestionarios ha sido previamente validado con una prueba piloto que ha permitido contrastar la adecuación de las preguntas incluidas en el mismo.

En el trabajo de campo, del total de 2.662 participantes se ha obtenido una tasa de respuesta de 151 participantes.

4. RESULTADOS

En esta sección, presentaremos los principales resultados del estudio del colectivo de regatistas que han participado en esta regata.

4.1. Perfil sociodemográfico

En el primer bloque del cuestionario, se establecen las preguntas que facilitan información que permiten definir el perfil sociodemográfico de los participantes en el



evento, a la vez que permiten la categorización de los individuos para análisis específicos.

La primera característica destacable es que se trata de una prueba eminentemente masculina, con una participación nada despreciable de mujeres. El participante es principalmente hombre (84%) siendo la representación femenina del 16%.

El rango de edad de los participantes es bastante amplio, pese a que a los regatistas se les exige un estado de forma muy elevado y un importante control mental. La muestra refleja que los participantes tienen edades comprendidas entre los 26-35 años (27%), 46-55 años (otro 27%), y entre los 36-45 años encontramos 21,6% de los participantes. El segmento más joven 19-25 años representa un 13,05% y los mayores de 55 alcanzan una cuota del 10,8%. La edad promedio se establece en los 41 años.

La nacionalidad de los participantes es variada (29 nacionalidades), aunque predominan los nacionales que representan el 70,3% de los participantes..

Por los niveles de estudio declarados por los participantes se concluye que el participante promedio es un deportista altamente cualificado. Así el 86,5% de ellos tienen estudios universitarios, un 10,8% estudios de formación profesional y tan sólo el 2,7% estudios secundarios.

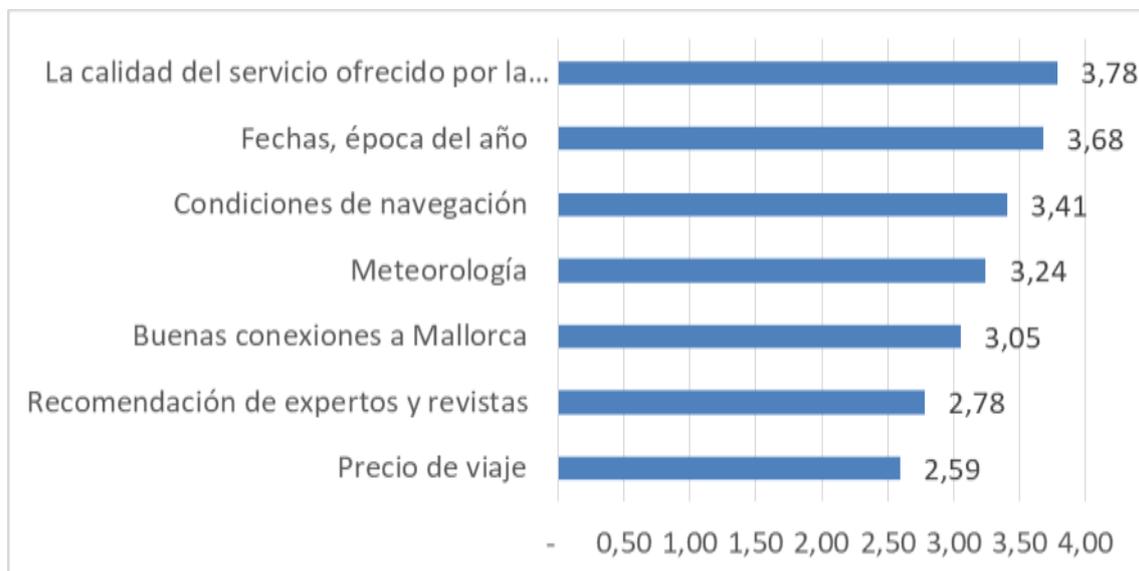
4.2. Factores determinantes para elegir la Copa del Rey Mapfre:

Identificar y comprender los motivos que inducen al turista deportivo a elegir la Copa del Rey Mapfre permitirá y ayudará a los responsables de la organización y a los responsables de política turística a configurar paquetes y ofertas con valor más adecuado a las necesidades específicas de estos participantes/visitantes de alto poder adquisitivo. En la investigación de campo, se solicita información a los participantes sobre diferentes ítems relacionados con la motivación para asistir al evento analizado (Gráfico 1). Las preguntas se plantean con una respuesta de escala Likert-5, que toma valores que van desde 1 (Nada importante) a 5 (Muy importante).

La media de los resultados asignados nos proporciona un ranking de posicionamiento que se recoge en la siguiente tabla.



Gráfico 1. Motivación para asistir al evento



La razón de mayor importancia para los participantes es la calidad del servicio ofrecido por la propia organización (3,78 sobre 5), en segundo lugar, las fechas o época del año (3,68), en tercer lugar se revela las condiciones de navegación (3,41). Le siguen la meteorología (3,24) y las buenas conexiones con Mallorca (3,05). Las últimas posiciones las ocupa las recomendaciones de expertos y revistas (2,78), y sorprendentemente el precio del viaje (2,59).

4.3. Nivel de satisfacción de los participantes

El análisis de satisfacción representa un útil instrumento de gestión para los diversos grupos de interés. Por un lado, la organización del evento, *Real Club Náutico de Palma*, evalúa el nivel de satisfacción de los participantes de una forma muy minuciosa sobre todos y cada uno de los aspectos que conforman el evento y servicios que se ofrece a los participantes. Por otra parte, los sponsors, que dan apoyo al desarrollo de la prueba deportiva, también están muy interesados en la opinión y satisfacción de estos turistas/deportistas.

A lo largo del cuestionario se solicita la valoración de aspectos más generales relacionados con el destino y servicios que se les brinda. Conocer la satisfacción de los participantes es fundamental para la toma de decisiones, y con este fin se realizan las principales recogidas de datos que pueden interesar al conjunto de colectivos interesados (participantes, colaboradores, voluntarios, residentes, comerciantes...)



4.4. Nivel de satisfacción del evento

El estudio más detallado de los aspectos que atañen a la organización de la prueba, valoran su satisfacción en una escala Likert-5 (del 1 (totalmente insatisfecho) al 5 (totalmente satisfecho)). La valoración que correspondería a cada ítem solicitado relacionado con cuestiones vinculadas al club náutico que organiza la prueba se recogen en la gráfica 2:

Gráfico 2. Nivel de satisfacción del evento.



Los datos revelan que las infraestructuras e instalaciones es el ítem mejor valorado (4,38), seguido de la Bienvenida y recepción (4,35). Las actividades complementarias son valoradas con un 4,05 y los servicios de reparación y mantenimiento un 4,03. Los servicios adicionales (3,97) y la información meteorológica que ofrecen (3,83), obtienen los resultados más bajos.

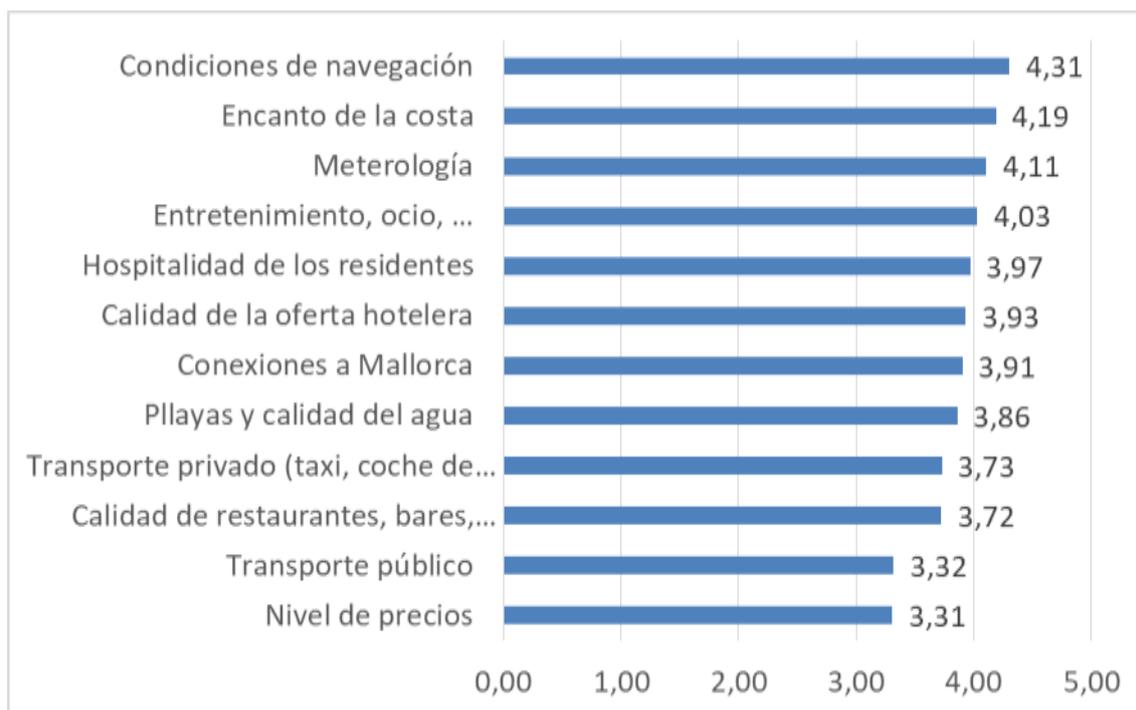
4.5. Satisfacción sobre el destino

La exploración pormenorizada de ítems relacionados con el destino (Gráfico 3) revela que éste está muy bien catalogado por los participantes, pues “Las condiciones de navegación”(4,31), “Encanto de la costa”(4,19), “Meteorología”(4,11), y “Entretenimiento y ocio”(4,03) obtienen una puntuación promedio por encima del 4 sobre 5, en cuanto a los niveles de satisfacción de los participantes.



Los aspectos del destino que necesitan mejorar, según las opiniones recogidas son: “Transporte público”(3,32), y “Nivel de precios”(3,31).

Gráfico 3. Satisfacción sobre el destino



Como ya se ha indicado anteriormente, Baleares es y ha sido considerado tradicionalmente como un destino vacacional, pero desde hace algunos años está haciendo una fuerte apuesta para posicionarse como un destino deportivo. Es por tanto de sumo interés, conocer la percepción que los deportistas tienen del destino Mallorca. En este sentido, los participantes en la Copa del Rey Mapfre puntúan a Mallorca con un 7,16 sobre 10, como destino vacacional. Mientras que si son preguntados sobre Mallorca como destino deportivo, su valoración asciende hasta 8,13 sobre 10.

4.6. Fidelización sobre el destino

La satisfacción con el evento, también se revela con dos datos tan importantes como son la “La recomendación a otros regatistas” y “la intención de repetir el próximo año”. El 86% de los regatistas afirma que la Copa del Rey Mapfre es absolutamente recomendable, y un 8% sostienen que es bastante recomendable. Por otro lado, sobre la fidelidad de los regatistas y la posibilidad de repetir el próximo año, el 83% lo ven muy probable y el 8,1% bastante probable.



4.7. Viajes y hábitos de consumo.

En este apartado comprobamos el conjunto de acciones realizadas por los participantes vinculadas a su planificación del viaje, al lugar y a la duración de su estancia, así como los hábitos de consumo y gasto realizado a lo largo del proceso de contratación y disfrute de los servicios.

Desviándose un poco del modo tradicional en que los viajeros llegan a Baleares (que es el avión), los regatistas han llegado a la isla entre el avión (60%) y el barco (40%).

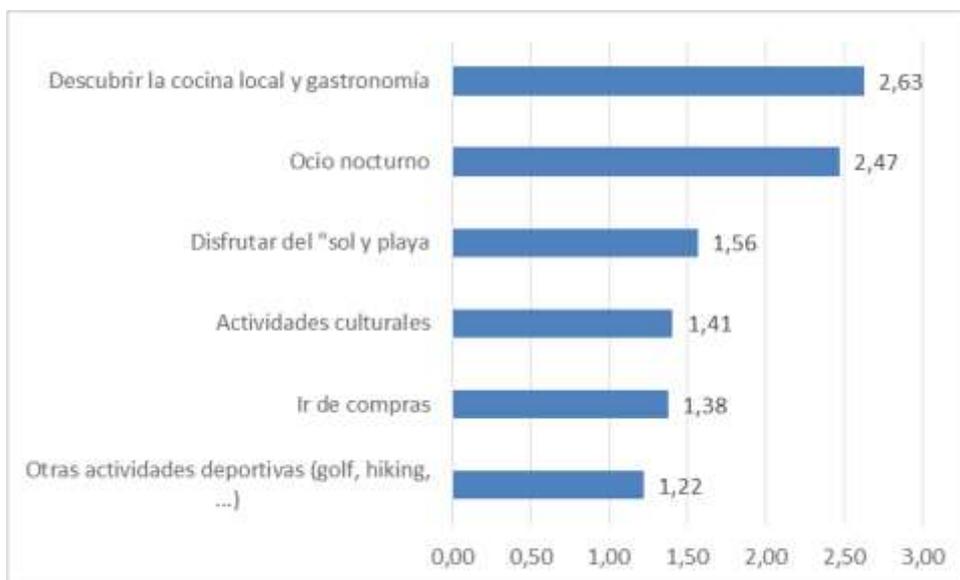
El hotel (47%) ha sido la fórmula más utilizada para su alojamiento como viene siendo habitual en los turistas que visitan Baleares, aunque con un porcentaje muy inferior al habitual. La siguiente modalidad preferida por los deportistas ha sido la casa/apartamento alquilado (37%), un 3% se han repartido entre los que tiene casa propia o casa de amigos, un 13% ha elegido otro tipo de alojamiento.

La Copa del Rey Mapfre se desarrolló durante los días 28 de julio y 4 de agosto (7 días), por ello el 37,5% de los participantes optan por acudir 8 días a Mallorca, un 21,9% permaneció 9 días, un 31,3% alargan su estancia en Mallorca hasta 10 días, aspecto que es muy relevante en términos de gasto turístico y planificación de su viaje. Un reducido grupo acudió menos días (7 días 6,3% y 6 días 3,1%). El número promedio de días de estancia en Mallorca para participar en la Copa del Rey Mapfre es de 8,7 días.

Como hemos indicado anteriormente, la prueba se celebró durante el mes de julio y agosto. En esta época del año la climatología se caracteriza por unas temperaturas muy cálidas (la temperatura media del mes de julio-septiembre es 29,4-29,8 grados centígrados). Esta circunstancia condiciona las actividades que los participantes realizan (Gráfico 4).



Gráfico 4. Actividades realizadas por los participantes



En una pregunta de escala Likert-4 (1-Nada; 2- Algo; 3-Bastante; 4-Mucho) La actividades que más aceptación han tenido entre los participantes en la regata ha sido “descubrir la cocina local y gastronomía” con una puntuación de 2,63 sobre 4. El segundo lugar lo ocupa el ocio nocturno (2,47). El resto de actividades tienen una aceptación menor, lo cual se explica por el hecho de los participantes en el evento están prácticamente todo el día embarcados regateando, y el tiempo libre disponible es cuando acaban su jornada en el mar.

4.8. Impacto económico de la regata

El gasto efectuado por los participantes y sus acompañantes durante su estancia en Mallorca es trascendental para el sustentar los cálculos del impacto económico del evento. Para dicho fin, hemos determinado el gasto que realiza cada uno de los grupos de interés analizados en este estudio (Tabla 1). El colectivo que mayor gasto realiza son los armadores (6.422.244 euros), seguido de los regatistas (4.382.058 euros). Una partida también muy relevante es el gasto que realizan los invitados por el RCNP, que dejan 2.924.386 euros. El gasto de los sponsors también es muy importante, y asciende a los 1.427.910 euros. Los colectivos que menos aportan a la economía balear son los medios de comunicación que cubren el evento (345.158 euros) y el gasto del personal técnico de la regata (182.399 euros).



Tabla 1. Impacto por colectivos participantes

IMPACTO GLOBAL	17.493.356
SAILORS	4.382.058
ARMADORES	6.422.244
TÉCNICOS	182.399
INVITADOS	2.924.386
MEDIOS	345.158
SPONSORS	1.427.910
RCNP	1.809.203

El capítulo al que dedican más esfuerzos económicos es el del alojamiento (4.621.925 euros), la restauración, supermercado y comida (3.348.491 euros) y la de transporte (2.626.346 euros). En la tabla 2, se detallan todas las partidas entre las que se distribuye el gasto total realizado por los participantes en la Copa de Rey de Mapfre.

Tabla 2. Impacto distribuido por partidas

CONCEPTO	Importe
Desplazamiento a Mallorca (vuelos o barco)	2.626.346
Alojamiento	4.621.925
Restaurants, supermercados, comida, etc.	3.348.491
Transporte dentro de la isla (taxi, bus, rent a car, tren, etc.)	676.435
Ocio y entretenimiento	829.689
Actividades culturales	108.684
Equipamiento deportivo	735.920



Compras y regalos	743.936
Otros extras	734.009
Costos adicionales relacionados con el entrenamiento y la carrera de vela (amarre, luz y agua, combustible, ...) (para todo el equipo)	391.503
Costos adicionales relacionados con el entrenamiento y la carrera de vela (Astilleros, reparación y mantenimiento, ...) (para todo el equipo)	298.656
Costos adicionales relacionados con el entrenamiento y la carrera de vela (alquiler de embarcaciones, seguros, combustible, etc.) (para todo el equipo)	396.684
Otros extras: amarre, puesta a punto del barco en el RCNP, medición, etc. (para todo el equipo)	181.847
Personal (propio y subcontratado)	478.314
Alquiler de embarcaciones	284.162
Alquiler de salas y equipamientos	46.767
Catering	215.827
Material publicitario (show room, uniformidad, etc.)	774.162
TOTAL	17.493.356

5. DISCUSIÓN y CONCLUSIONES

En la literatura turística, los eventos deportivos pequeños y medianos han recibido menos atención. La mayoría de los estudios internacionales (Baade, Baumann, y Matheson, 2008; Fernández y Martínez, 2003; Pillay y Bass, 2008; Banjo, 2011; Sturgess y Brady, 2006; o Waitt, 2003) y los estudios nacionales (Barajas, Salgado y Sánchez, 2012; Hurtado, Ordaz y Rueda, 2007; o Sanz, Moreno y Camacho, 2012) analizan el impacto económico de grandes eventos deportivos como las Olimpiadas de Invierno o de verano, la Copa del mundo de fútbol, torneos internacionales de rugby, tenis, carreras de motos o coches, o cualquier deporte popular.



En los últimos años, los eventos deportivos se han incrementado considerablemente y está siendo considerados como importantes catalizadores económicos, especialmente en las comunidades y localidades de tamaño medio que ven como día a día surgen nuevas comunidades que luchan para ser las anfitrionas de los eventos deportivos (Veltri, Miller y Harris, 2009).

El evento analizado en este trabajo es un evento de tamaño pequeño, que se desarrolla en una economía local pequeña. No obstante, este tipo de eventos, tal y como cuantificamos, tienen un importante potencial económico sobre la economía local de la comunidad anfitriona. Además, también analizamos la distribución del gasto por partidas (restaurantes, transporte, entretenimiento, compras, etc) en la misma línea que Crompton y McKay (1994).

El mayor reto de la industria turística y el Gobierno de Baleares es la reorientación de su oferta turística hacia nuevos productos, y en la que el deporte juega un papel clave.

Nuestro estudio sugiere que este tipo de eventos, como el analizado en este trabajo, atrae turistas de alta capacidad adquisitiva, y contribuyen a la difusión de una nueva imagen del destino turístico, la de destino deportivo, que permita diversificar la cartera de productos de las Islas Baleares. Además hemos identificado fortalezas del destino Mallorca en relación al turismo deportivo, así como las variables socio-demográficas, la motivación, características de planificación del viaje, estancia, y niveles de satisfacción experimentado.

En este trabajo, también se cuantifica el impacto económico que la Copa de Rey Mapfre ha generado en 2018, para la comunidad anfitriona, que asciende a 17.493.356 euros.

Agradecimientos

Queremos agradecer el soporte al grupo de investigación TURNETMK y a los organizadores de la Copa de Rey Mapfre, por su asesoramiento, apoyo económico y logístico.



6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agha, N., & Taks, M. (2015). A theoretical comparison of the economic impact of large and small events. *International Journal of Sport Finance*, 10(3), 199-216.

Baade, R. A., Baumann, R. W., & Matheson, V. A. (2008). Assessing the economic impact of college football games on local economies. *Journal of Sports Economics*, 9(6), 628-643.

Barajas, A., & Sánchez, P. (2011). “Aplicación del análisis coste-beneficio (ACB) al Campeonato de España de Natación Master 2011”, I Gijón Workshop de Economía del Deporte: El Impacto Económico en el Deporte, Gijón, Universidad de Oviedo.

Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1994). Measuring the economic impact of festivals and events: Some myths, misapplications and ethical dilemmas. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 33-43

Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1994). Measuring the economic impact of festivals and events: Some myths, misapplications and ethical dilemmas. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 33-43.

Fernández, I., & Martínez, A. (2003). El impacto económico de la Copa del América. Valencia: Instituto de Economía Internacional. Universidad de Valencia.

Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport management review*, 15(2), 160-170.

Heere, B., Walker, M., Gibson, H., Thapa, B., Geldenhuys, S., & Coetzee, W. (2013). The power of sport to unite a nation: The social value of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *European Sport Management Quarterly*, 13(4), 450-471.

Hurtado, J.M., Ordaz, J.A. & 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*, pp. 20-39

Pillay, U. & Orli, B. (2008). Mega-events as a response to poverty reduction: The 2010 FIFA World Cup and its urban development implications. *Urban Forum*, 19, (3), 329-346.



- Preuss, H. (2014). 'Legacy'revisited. In *Leveraging legacies from sports mega-events: Concepts and cases* (pp. 24-38). Palgrave Pivot, London.
- Sanz, V. A., Moreno, F. C., & Camacho, D. P. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7(19), 53-65
- Sourtar, G. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 20, 571–582.
- Sturgess, B. & Brady, C. (2006). Hosting the FIFA World Cup: Economic boon or winner'scurse? *World Economics*, 7, (4), 145 – 164.
- Taks, M., Chalip, L., & Green, B. C. (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European sport management quarterly*, 15(1), 1-6.
- Thrane, C. (2002). Jazz festival visitors and their expenditures: Linking spending patterns to musical interest. *Journal of Travel Research*, 40, 281–286
- Veltri, F. R., Miller, J., & Harris, A. (2009). Club sport national tournament: Economic impact of a small event on a mid-size community. *Recreational Sports Journal*, 33 (2), 119-128.
- Waite, G. (2003). Social impacts of Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30 (1),194-215.

Palabras Clave: *Evento deportivo, impacto económico, perfil socio-demográfico, Baleares*

Clasificación JEL: L83