



Cuadernos Gestión Turística del Patrimonio

Handbook of tourism management heritage

Journal homepage: <https://cuadernosgestionturisticadelpatrimonio.es>

ISSN: 2952-2390

Turismo y eventos deportivos en la provincia de Córdoba (España): revisión de la literatura emergente

Paula C. Ferreira-Gomes¹

David Algaba-Navarro²

Laura Guzmán-Dorado³

José E. Ramos-Ruiz⁴

PALABRAS CLAVE

Revisión de la literatura

Turismo deportivo

Eventos deportivos

Impacto económico

Córdoba (España)

RESUMEN

Este artículo analiza el papel del turismo deportivo en la provincia de Córdoba (España) a través de una revisión de casos representativos obtenidos mediante búsqueda sistemática en Google Académico de estudios y publicaciones sobre eventos deportivos celebrados en el territorio. La metodología incluyó la identificación, selección y análisis comparativo de investigaciones académicas centradas en el impacto económico, social, turístico y simbólico de competiciones como el Rallye Sierra Morena, la Media Maratón de Córdoba, la MTB Guzmán El Bueno, el Campeonato de Enduro Guzmán El Bueno y diversas carreras populares urbanas y rurales.

1 Paula C. Ferreira-Gomes, u92fegop@uco.es, Universidad de Córdoba, <https://orcid.org/0009-0007-9897-9913>

2 David Algaba-Navarro, i02alnad@uco.es, Universidad de Córdoba, <https://orcid.org/0009-0000-4527-9517>

3 Laura Guzmán-Dorado, laura.guzman777@comunidadunir.net, Universidad Internacional de La Rioja, <https://orcid.org/0009-0000-1952-3838>

*Autor para correspondencia

4 José E. Ramos-Ruiz, d22raruij@uco.es, Universidad de Córdoba, <https://orcid.org/0000-0002-2956-9263>

1



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

1. Introducción

Los eventos deportivos se han consolidado como herramientas estratégicas para dinamizar territorios, fomentar la cohesión social y proyectar una imagen turística activa y saludable. Más allá de la mera competición, estos eventos generan impactos económicos tangibles, emociones compartidas e identidades colectivas. Recientemente, en la provincia de Córdoba se han llevado a cabo varios estudios de caso que han demostrado que el deporte puede ser motor de transformación urbana y rural, reforzando vínculos comunitarios y atrayendo públicos diversos. Este capítulo presenta un recorrido por distintos eventos deportivos celebrados en Córdoba, analizando sus impactos, perfiles de participantes, motivaciones y experiencias, de tal manera que realiza una radiografía del turismo de eventos deportivos para el territorio.

2. Objetivo

El objetivo de este trabajo es analizar, a partir de una búsqueda sistemática en Google Académico, los principales eventos deportivos celebrados en la provincia de Córdoba y evaluar sus impactos económicos, sociales y turísticos, así como su contribución al desarrollo territorial sostenible.

3. Metodología

La metodología se basó en una búsqueda en *Google Scholar* de estudios sobre eventos deportivos celebrados en Córdoba (España), publicados tanto en español como en inglés. Se seleccionaron estudios académicos publicados entre 2023 y 2025 que analizaran el impacto económico, social y turístico de eventos celebrados en la provincia. Posteriormente, se realizó una revisión comparativa y descriptiva de los casos más representativos para identificar patrones comunes y diferencias entre tipologías de eventos.

4. Resultados y discusión

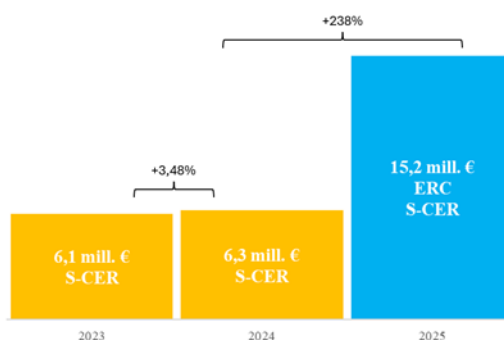
4.1. El Rallye Sierra Morena

El Rallye Sierra Morena es una competición automovilística organizada por el Automóvil Club de Córdoba. Se trata de un rallye de asfalto donde los vehículos, por turnos, compiten por recorrer tramos rurales y urbanos en el menor tiempo posible. A diferencia de los rallyes de tierra o mixtos, se disputa íntegramente sobre carretera asfaltada. En 2025 ha celebrado su 42ª edición y ha formado parte del *European Rally Championship* (ERC), hito que sólo había ocurrido una vez en su historia de manera puntual en 1990. Además, de para el ERC, el evento es puntuable para el Súper Campeonato de España de Rallyes (S-CER). Los más de 100 pilotos, muchos de ellos internacionales, compitieron y dieron visibilidad a áreas rurales como Obejo, Villanueva del Rey, Villaviciosa, Cerrobejuelas, Pozoblanco, Villaharta, Ermitas y Trassierra, así como Córdoba capital gracias a la celebración de la ceremonia de inauguración en Plaza de Tendillas y del tramo urbano en la Avenida de República Argentina.

4.1.1. Impacto económico para el territorio

Según informes de la Universidad de Córdoba, el Rallye Sierra Morena generó un impacto económico total de 10,7 millones de euros en 2023, con 6,1 millones correspondientes al gasto directo (El Día de Córdoba, 2023). En 2024, esa cifra creció hasta los 11,04 millones, con un impacto directo de 6,32 millones, lo que supone un aumento del 3,48 % (Diario Córdoba, 2024). En 2025, con el salto al *European Rally Championship* (ERC), el impacto económico directo se disparó un 238% (Universidad de Córdoba, 2025a). El evento atrajo a más de 100 equipos, la mayoría internacionales, y a miles de asistentes, con un efecto destacado en sectores como la hostelería, el comercio y los servicios. La evolución del impacto económico directo se ilustra en la figura 1.

Figura 1. Evolución del impacto económico directo del Rally Sierra Morena

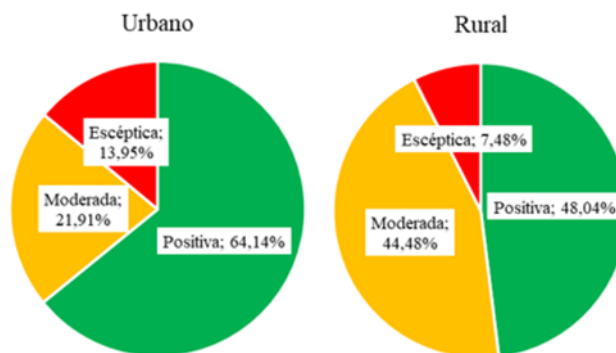


Fuente: (El Día de Córdoba, 2023; Diario Córdoba, 2024; Universidad de Córdoba, 2025a)

4.1.2. Turismo de rally urbano y turismo de rally rural

El Rallye Sierra Morena genera percepciones diferenciadas entre residentes en entornos urbanos y residentes en entornos rurales. Estudios basados en alrededor de mil encuestas contribuyeron a identificar tres perfiles para cada entorno. En Córdoba capital se analizaron las percepciones de impacto positivas: turístico, económico y social; las percepciones de impacto negativas: medioambiental y urbano; así como el apoyo a la celebración del evento, y se encontraron tres grupos de población diferenciados: beneficiarios reticentes, resignados pragmáticos y optimistas convencidos (Ramos-Ruiz et al., 2025a). En el entorno rural, un estudio de caso sobre la población de Obejo, basado en la estructura clásica de percepción de impacto, *Triple Bottom Line* (TBL), más una cuarta dimensión de percepción, de carácter inclusivo de la prueba, identificó otros perfiles: entusiastas del motor, seguidores ambientalmente conscientes y críticos (Ramos-Ruiz y Salgado-Barandela, 2025). A falta de un criterio homogéneo, el factor común que existe entre ambos estudios se basa en la forma en la que se perciben los impactos de la celebración del evento: positiva, moderada y escéptica; quedando ilustrada en la figura 2.

Figura 2. Distribución de la población según tipos de percepción de impacto

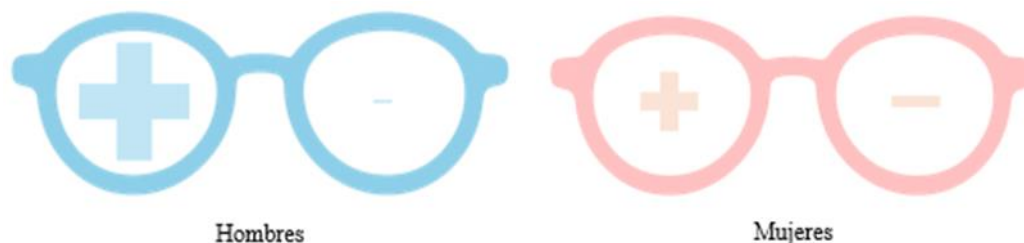


Fuente: adaptado de Ramos-Ruiz et al. (2025a) y Ramos-Ruiz y Salgado-Barandela (2025)

4.1.3. Sesgo de género en la percepción de los impactos y el apoyo

Aunque el Rallye Sierra Morena es ampliamente valorado por su impacto positivo, se ha explorado la existencia de diferencias significativas entre residentes hombres y mujeres (Ramos-Ruiz et al., 2024a). Los hombres tienden a destacar los beneficios económicos y turísticos, mientras que las mujeres perciben con mayor intensidad los efectos negativos, especialmente los medioambientales. Este estudio tomó como punto de partida la teoría del intercambio social (SET, de la voz inglesa *Social Exchange Theory*) y la teoría de las representaciones sociales (SRT, de *Social Representations Theory*). Este sesgo, aunque de tamaño de efecto moderado, sugiere la necesidad de incorporar enfoques sensibles al género en la planificación del evento.

Figura 3. Ilustración del sesgo perceptivo entre hombres y mujeres



Fuente: adaptado de Ramos-Ruiz et al. (2024a)

4.1.4. Las motivaciones para participar en el evento

Gran parte del éxito de los eventos se debe al número de participantes inscritos. Para garantizar un crecimiento sostenido de la base de participantes, resulta conveniente adaptar determinadas características del evento a sus motivaciones. Para la 40 edición, Ramos-Ruiz et al. (2023) realizaron un estudio en el que analizaron a 200 pilotos, copilotos y miembros de escuderías, y encontraron una estructura de motivación basada en dos categorías. Por un lado, un componente motivación *push* o de empuje y, por otro, un componente *pull* o de arrastre. El primero estaba formado por aspectos relacionados con las emociones que se sienten durante la prueba, las oportunidades de socializar con personas con intereses afines y estar en contacto con la naturaleza. El segundo, por los campeonatos para los que puntuaban las pruebas, su reconocimiento o prestigio y formar

parte del calendario de competición que tenían marcado. La figura 4 ilustra esta estructura.

Figura 4. *Estructura de motivación de los participantes del Rallye Sierra Morena*

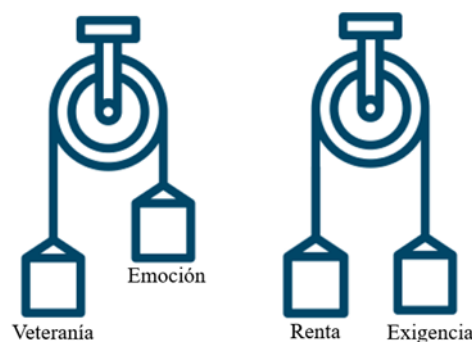


Fuente: adaptado de Ramos-Ruiz et al. (2023)

4.1.5. Los asistentes al Rallye Sierra Morena

El asistente promedio al Rallye Sierra Morena es un hombre de entre 21 y 50 años, con estudios superiores, ingresos medios y experiencia previa en el evento. Los resultados muestran que, cuanto mayor es la veteranía o número de veces que han asistido previamente al evento, menor es la intensidad emocional experimentada, con una caída notable en sentimientos como la admiración o la sorpresa. Además, los asistentes con mayor nivel de ingresos perciben con más claridad el impacto positivo del rallye sobre la imagen de la provincia, pero son también los más exigentes en su valoración global del evento (Ramos-Ruiz et al., 2024b). Estas relaciones quedan ilustradas en la figura 5.

Figura 5. *La influencia de la veteranía en las emociones y de la renta en la exigencia*



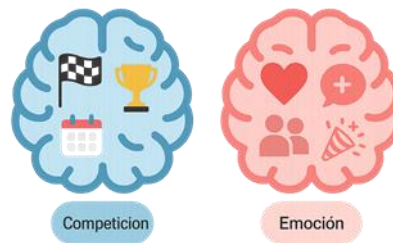
Fuente: adaptado de Ramos-Ruiz et al. (2024b)

4.1.6. Las motivaciones de los turistas del Rallye Sierra Morena

El perfil turístico del Rallye Sierra Morena muestra una mayor participación femenina (30,3 %) que la habitual en eventos similares europeos, aunque el público sigue siendo mayoritariamente masculino (69,7 %). Existen evidencias de la existencia de un sesgo motivacional desde el punto de vista del género: los hombres se sienten más atraídos por la dimensión competitiva del evento, mientras que las mujeres priorizan aspectos sociales y emocionales. Este sesgo queda ilustrado por la figura 6. No obstante, tras la experiencia del evento, ambos grupos muestran niveles similares de satisfacción e intención de volver. Estos hallazgos apuntan a la necesidad de estrategias diferenciadas, con especial atención

al público femenino, mediante actividades relacionales y espacios de acogida que refuercen una imagen inclusiva del evento (Ramos-Ruiz et al., 2024c).

Figura 6. *Sesgo motivacional de los turistas en base al género*



Fuente: adaptado de Ramos-Ruiz et al. (2024c)

4.2. El Campeonato de España de Enduro Guzmán el Bueno

El Campeonato de España de Enduro es una competición nacional de motociclismo de campo abierto organizada por la Real Federación Motociclista Española (RFME). Esta disciplina combina tramos cronometrados y enlaces por terrenos naturales, evaluando tanto la velocidad como la resistencia y la destreza técnica de los pilotos. Desde su establecimiento en 1965, el campeonato ha recorrido diversas localidades españolas. En 2024, el Enduro Guzmán el Bueno se incorporó por primera vez al calendario del Campeonato de España, marcando un hito al convertirse en sede oficial de esta competición nacional, posicionando a Cerro Muriano y Obejo en el centro de este deporte.

El evento generó un impacto económico de más de 1,6 millones de euros en Córdoba, Obejo y Cerro Muriano, según un estudio de la Universidad de Córdoba (Grupo SEJ-588 y CAPT-UCO). El gasto directo se concentró principalmente en restauración (35,5 %), ocio (25,8 %) y comercio local (15,3 %). Además, el 97,7 % de los asistentes expresó su intención de volver, y el 99,2 % lo recomendaría, lo que confirma su alto valor turístico, emocional y económico para el territorio (Córdoba Buenas Noticias, 2024)

El mismo estudio destaca cuáles fueron las palabras más repetidas por parte de los encuestados, al ser preguntados por sus motivaciones y percepciones. La figura 7 recoge los ejes alrededor de los cuales gira la experiencia de los participantes, sus acompañantes y el público asistente.

Figura 7. *Eje experiencial del Campeonato de España de Enduro Guzmán El Bueno*



Fuente: elaboración propia

4.3. La MTB Guzmán El Bueno

La MTB Guzmán El Bueno, celebrada anualmente desde 2004 en la ciudad de Córdoba, es una de las pruebas ciclistas de montaña más consolidadas y reconocibles del panorama deportivo andaluz y nacional. Con un recorrido técnico de 105 kilómetros a través de la Sierra Morena cordobesa, y con salida y llegada en la base militar de Cerro Muriano, esta prueba combina el reto físico con el simbolismo institucional, la naturaleza con la logística militar, y la competición con el turismo. Organizada por el Club Deportivo Ciclos Cabello y la Brigada Guzmán el Bueno X del Ejército de Tierra, se configura como un evento singular, donde convergen elementos deportivos, emocionales, económicos y territoriales.

4.3.1. Impacto económico de la MTB Guzmán El Bueno

La XIX edición, celebrada en 2024, fue especialmente significativa en términos de retorno económico, pese a que las condiciones meteorológicas redujeron el número de participantes a 2.800 (habitualmente participan 3.500 ciclistas). Los estudios de estimación del impacto económico (Universidad de Córdoba, 2024) apuntan a una atracción de 3,35 millones de euros para el territorio, de los cuales entre 2,2 y 2,3 millones correspondieron al impacto directo. El 90 % de los participantes llegaron desde fuera de la provincia y realizaron un gasto medio diario de 129,56 euros. La estancia media fue de 2,37 noches. Además, un 78,87 % de los encuestados consideró que la prueba mejora la imagen turística de Córdoba, dato que refuerza la idea de que la MTB Guzmán El Bueno trasciende lo deportivo para convertirse en un activo estratégico del turismo de interior.

4.3.2. Perfil sociodemográfico y segmentación de participantes

El perfil promedio del participante se corresponde con el de un hombre de entre 35 y 50 años, con estudios universitarios y renta mensual media-alta. Un estudio ha revelado diferencias estadísticamente significativas atendiendo a diferentes rasgos del perfil sociodemográfico (Ramos-Ruiz et al., 2024d):

- Género: los hombres puntuaron más alto en motivación deportiva, emociones vividas y satisfacción general.
- Edad: los más jóvenes valoraron mejor la organización logística y la puesta en escena del evento.
- Renta: a mayor nivel económico, mayor puntuación en entusiasmo, diversión y percepción de impacto turístico.
- Formación: los universitarios mostraron más satisfacción, mayor disposición a recomendar el evento y a volver a Córdoba como destino.

Estos resultados destacan la importancia de segmentar la oferta cicloturista, ya que las valoraciones del evento están moduladas por el perfil sociodemográfico del participante.

Estudios anteriores (Ortega-Pérez et al., 2023) ya habían coincidido con la descripción de este perfil de participante, y habían explorado la estructura motivacional de los ciclistas de este evento. Así, se han identificado dos dimensiones de motivación: una deportiva-emocional, centrada en la vivencia física, el disfrute del entorno natural y la interacción

social; y otra simbólica-relacional, vinculada al respeto institucional, la identidad con la organización militar y el compromiso territorial. Esta doble motivación se ilustra en la figura 8.

Figura 8. *Estructura motivacional de los participantes de la MTB Guzmán El Bueno*



Fuente: adaptado de Ortega-Pérez et al. (2023)

4.3.3. La experiencia del participante y su relación con la percepción turística

La experiencia de los participantes en eventos de cicloturismo como la MTB Guzmán el Bueno está estructurada por una secuencia clara: las motivaciones iniciales (deportivas o simbólicas) y las emociones vividas durante el evento (como la adrenalina, la admiración o el entusiasmo) influyen directamente en el nivel de satisfacción. Esta satisfacción, a su vez, determina en gran medida la percepción turística del destino, tanto de forma directa como mediada. Así, los participantes que se sienten motivados y emocionalmente implicados son más propensos a valorar positivamente el evento y, con ello, la imagen turística de Córdoba como destino anfitrión del mismo y destino turístico en general, tal como describe la figura 9 (Ramos-Ruiz et al., 2025b).

Figura 9. *Estructura de la experiencia del participante de la MTB Guzmán El Bueno*



Fuente: adaptado de Ramos-Ruiz et al. (2025b)

4.4. La Media Maratón de Córdoba

La Media Maratón de Córdoba, celebrada cada noviembre, se ha consolidado como un evento deportivo de referencia con gran participación y proyección urbana. Diversos estudios recientes han analizado su impacto económico, perfil de participantes, comportamiento turístico, percepción ciudadana y estructura motivacional, incluyendo variables de inclusión y género. A continuación, se sintetiza los resultados de estudios sobre las ediciones de 2023 y 2024 y se contrastan en algunos aspectos con otros eventos similares en España.

4.4.1. El impacto económico de la Media Maratón de Córdoba

La Media Maratón de Córdoba generó en 2024 un impacto económico directo de más de 3,3 millones de euros, con un impacto total cercano a los 5 millones. De los 6.200 corredores que aproximadamente formaron parte de la prueba, más del 70 % de los procedían de fuera de la ciudad, lo que según los estudios derivó en 10.646 pernoctaciones. Los turistas deportivos, aquellos que pernoctaron con motivo de su visita, gastaron una media diaria de 121,40 euros. Los excursionistas deportivos, aquellos que permanecieron en la ciudad sólo durante el día de la prueba, 68,62 euros. El comportamiento turístico fue activo: más del 60 % disfrutó de la gastronomía local, la mitad participó en actividades culturales y un 15 % realizó compras (Europa Press, 2025).

Otros eventos como la Media Maratón de Almería (2 millones de euros), la de Alicante (1,43 millones), Salamanca (1,35 millones), Magaluf (1,2 millones), Mérida (816.000 euros), Zubiri–Pamplona (410.000 euros), Badajoz (300.000 euros) y del Bidasoa (211.000 euros) evidencian una tendencia creciente hacia la consolidación de este tipo de pruebas como dinamizadoras del turismo local. La figura 10 muestra de forma comparativa el impacto económico directo generado por estos eventos en las correspondientes provincias.

Figura 10. *Impacto económico directo de medias maratones*



Fuente: elaboración propia

4.4.2. El impacto económico de la Media Maratón de Córdoba

En cuanto a la percepción ciudadana, el evento ha obtenido en las últimas ediciones un muy elevado grado de apoyo. En 2023, el 80 % de los comerciantes valoraron positivamente su celebración, y el 83 % afirmaron sentir mayor orgullo local gracias a la carrera (Diario Córdoba, 2023). En 2024, el 94 % de los residentes consideraron que Córdoba es un lugar idóneo para grandes eventos deportivos, y el 90 % destacó su capacidad para fomentar valores de inclusión, igualdad y convivencia (Universidad de Córdoba, 2025b). Estas cifras confirman la legitimidad social del evento y su consolidación como herramienta de dinamización urbana y cohesión comunitaria.

4.4.3. El pentágono motivacional, el género y el carácter inclusivo de la prueba

Existen cinco grupos de motivaciones que impulsan la participación en medias maratones (Ramos-Ruiz et al., 2024e): hedonismo deportivo, o disfrutar de la actividad física y la experiencia deportiva; la socialización, o compartir la experiencia con otras personas con intereses afines; la competición, o superación personal y comparación con otros; el carácter inclusivo del evento, o el acceso abierto a todas las personas; y la interacción virtual o posibilidades de difusión en redes sociales. Las mujeres tienden a identificarse más con las motivaciones relacionadas con la inclusión, el reconocimiento y la superación personal, mientras que los hombres lo hacen con la competición y la interacción social más informal. Además, las corredoras muestran una mayor afinidad por eventos que fomentan activamente la inclusión desde una perspectiva amplia: igualdad de género, participación de personas con diversidad funcional, integración de distintas edades y atención a colectivos en riesgo de exclusión. Esta sensibilidad influye positivamente en su satisfacción y fidelización (Ramos-Ruiz, 2024a).

4.5. Carreras temáticas y activación social

4.5.1. Estudios sobre la Pink Running

La Pink Running es una carrera temática organizada por Cadena 100 en Córdoba, con un recorrido urbano de cinco kilómetros, dirigida principalmente a mujeres y orientada a la visibilización de la igualdad de género, la salud y la inclusión social. En su novena edición, celebrada en 2024, el evento reunió a participantes de todas las edades y convirtió el centro de la ciudad en un espacio simbólicamente rosa, combinando deporte, activismo y emoción colectiva.

El análisis de percepción ciudadana muestra que las mujeres valoran significativamente más que los hombres la capacidad del evento para promover la igualdad de género, la inclusión de personas mayores y jóvenes y la participación de personas con diversidad funcional. Mientras que las mujeres concentran sus respuestas en las puntuaciones más altas de la escala (acuerdo y acuerdo total), los hombres presentan una mayor dispersión y menor intensidad en su valoración. Esta diferencia evidencia que el mensaje inclusivo del evento es más eficaz entre el público femenino, y pone de relieve la necesidad de incorporar estrategias comunicativas dirigidas también a los hombres, incluyendo campañas con referentes masculinos o mensajes transversales que interpelen a toda la ciudadanía (Ramos-Ruiz, 2024b).

4.5.2. Estudios sobre la Night Running

La Night Running es una carrera popular nocturna de 10 kilómetros organizada por Rock FM. Con una ambientación marcada por la música rock, la iluminación escénica y una atmósfera festiva, el evento transforma el espacio urbano en una experiencia sensorial dirigida tanto a corredores como a residentes. En la edición de 2023, reunió a más de 1.300 participantes, el 30 % de ellos no residentes, consolidándose como una propuesta deportiva, cultural y turística integrada en la vida nocturna de la ciudad.

La motivación para participar en este evento está compuesta por una estructura de seis factores (Ramos-Ruiz et al., 2024f): (1) redes sociales, vinculada al deseo de compartir la

experiencia digitalmente; (2) corporativa, que refleja el apego simbólico a la emisora organizadora; (3) consumo, relacionada con el aprovechamiento de la oferta turística local; (4) competitiva, centrada en la mejora personal y el reto deportivo; (5) socialización, basada en la interacción con otros participantes; y (6) recreativa, enfocada en el disfrute, la evasión y el entretenimiento.

Los hombres tienden a sentirse más motivados por los aspectos competitivos, de autoafirmación y la visibilidad en redes, mientras que las mujeres muestran mayores niveles de motivación en casi todas las dimensiones, especialmente en las sociales, recreativas y corporativas. Este patrón sugiere una mayor implicación emocional de las corredoras con el evento, así como un vínculo más fuerte con su carácter experiencial y simbólico (Ramos-Ruiz, 2024c).

4.6. Eventos deportivos urbanos en zonas rurales: La Legua de Fernán Núñez

La Legua de Fernán Núñez es una carrera popular de 5,5 kilómetros celebrada anualmente en esta localidad de la campiña cordobesa. Está incluida en el circuito provincial de carreras, destaca por su accesibilidad y enfoque inclusivo, permitiendo la participación de corredores de todas las edades y condiciones. Su recorrido combina el entorno urbano con elementos patrimoniales y paisajísticos, por lo que ofrece una experiencia deportiva vinculada a la identidad local a los

Los estudios sobre la percepción por parte de los residentes han permitido identificar tres dimensiones de percepción de impacto (Ramos-Ruiz et al., 2024g): percepción de impacto económico, asociada a la dinamización del comercio y la hostelería local; percepción de impacto deportivo, vinculada a la proyección del municipio como destino para el deporte popular; y percepción de impacto social, relacionada con el orgullo colectivo, la convivencia vecinal y el sentido de pertenencia. Estos resultados confirman el valor estratégico de los eventos de pequeña escala como herramientas de desarrollo local y refuerzo de la cohesión comunitaria.

4.7. El Camino Mozárabe como reclamo de turismo deportivo

El Camino Mozárabe se configura como un recurso patrimonial y espiritual de primer orden, a la vez que supone una oportunidad estratégica para articular iniciativas deportivas que contribuyen a la dinamización de territorios rurales. En la provincia de Córdoba, esta vía histórica ha servido de escenario para pruebas como la Media Mozárabe de la Comarca de Los Pedroches, en la zona norte, y el Maratón Subbético Mozárabe, en el sur. Ambos eventos, si bien diferenciados en su diseño, escala y objetivos organizativos, comparten el propósito común de activar el entorno rural a través del deporte y el turismo, al tiempo que generan impactos económicos, simbólicos y sociales en las comunidades anfitrionas.

4.7.1. La Media Mozárabe de la Comarca de Los Pedroches

La Media Mozárabe de la Comarca de Los Pedroches es una prueba deportiva que recorre los municipios de Alcaracejos, Fuente la Lancha, Villanueva del Duque e Hinojosa del Duque. El evento combina carrera, senderismo y prueba inclusiva, y destaca por su

capacidad para atraer participantes foráneos a un entorno rural poco densamente poblado, proyectando una imagen activa y acogedora del territorio.

Diversos análisis han mostrado que tanto residentes como participantes valoran de forma muy positiva la dimensión deportiva, la capacidad inclusiva del evento y su impacto turístico. Se ha destacado el prestigio que la prueba confiere a la comarca y a la oportunidad de visibilizar el paisaje y la identidad local. Aunque el impacto económico se percibe con cierta cautela, el respaldo comunitario es amplio, y las externalidades negativas, como el ruido o las alteraciones del tráfico, se consideran menores frente a los beneficios generados. Así, este evento se consolida como una herramienta eficaz de dinamización rural, capaz de reforzar el sentido de pertenencia, de activar los vínculos entre municipios y de posicionar Los Pedroches como un destino emergente en el ámbito del turismo deportivo sostenible. (Ramos-Ruiz, 2024d).

4.7.2. *El Maratón Subbético Mozárabe de la Vía Verde de la Subbética*

El Maratón Subbético Mozárabe atraviesa los municipios de Doña Mencía, Cabra, Lucena y Encinas Reales. Su diseño recorre la Vía Verde de la Subbética, convirtiendo el paisaje y la identidad rural en elementos diferenciales del evento.

Los estudios sobre las motivaciones identifican un fuerte atractivo cultural y paisajístico como motivaciones *pull* o de arrastre. Destacan entre ellas la de explorar la comarca y conocer su cultura. También destacan motivaciones asociadas al compromiso local y a la interacción con residentes. Las mujeres han mostrado mayor uniformidad en las motivaciones manifestadas, especialmente en las de tipo cultural, mientras que los hombres han reflejado más variabilidad en motivaciones ligadas a la contribución al crecimiento turístico y económico de la zona (Ramos-Ruiz, 2024e).

El estudio más reciente confirma que el perfil sociodemográfico mayoritario corresponde a hombres (82 %), de en torno a 39 años, con estudios universitarios, nivel de renta media o medio-alta y profesión no vinculada al deporte. La Universidad de Córdoba ha estimado un retorno directo de 100.000 euros, con una ratio de rentabilidad de 6,04 euros por cada euro invertido (Europa Press, 2024). Estos resultados consolidan al evento como una herramienta efectiva de promoción turística y desarrollo sostenible en áreas rurales atravesadas por el Camino Mozárabe.

4.8. El pádel *amateur* como recurso turístico para la provincia

Los campeonatos de pádel *amateur* se han convertido en un recurso turístico más para determinados territorios de interior, ya que atraen a participantes que combinan su interés deportivo con el consumo de servicios turísticos en el destino que visitan. Un ejemplo de ello es el Circuito Provincial de Córdoba, que en 2024 se desarrolló en siete pruebas en siete municipios distintos de la provincia: Montilla, Priego de Córdoba, Fernán Núñez, Adamuz, Palma del Río, Lucena y Pozoblanco. En este contexto, los primeros estudios académicos centrados en analizar este fenómeno fueron presentados en el IV Foro Internacional de Turismo Ciudad de Melilla (Algaba-Navarro et al., 2025).

Así, se ha identificado que la participación en estos eventos responde a cuatro dimensiones motivacionales, dos de carácter *push* y dos *pull*. Las motivaciones *push*

incluyen la competitiva, basada en el deseo de superación personal y disfrute del reto; y la de escape deportivo, que refleja la necesidad de romper con la rutina cotidiana mediante una actividad que proporciona bienestar físico y mental. Por su parte, las motivaciones *pull* se concretan en la competitiva de arrastre, que alude al atractivo de mejorar el rendimiento y escalar posiciones en el ranking, y en la de socialización, vinculada al ambiente del torneo y a las oportunidades para relacionarse con otros participantes.

5. Conclusiones

Los eventos deportivos analizados muestran que, más allá de su valor recreativo, representan activos relevantes para el desarrollo económico, la proyección turística y la dinamización territorial. Su impacto no es homogéneo: varía según el perfil del público, el entorno donde se celebra, la estructura organizativa y la narrativa que lo acompaña. La creciente complejidad de estos fenómenos exige herramientas de análisis continuado que permitan medir, comparar y orientar su evolución.

En este contexto, resulta pertinente plantear la creación de un Observatorio de Eventos Deportivos en la provincia de Córdoba, con funciones de seguimiento, evaluación y transferencia de conocimiento. Este observatorio permitiría sistematizar los datos de impacto económico, social y turístico; generar indicadores comparables entre eventos; identificar buenas prácticas; y apoyar a administraciones y entidades organizadoras en la toma de decisiones basada en evidencia. La consolidación de esta herramienta contribuiría a fortalecer la gobernanza local del deporte, mejorar la planificación estratégica y optimizar el retorno de estas iniciativas para el conjunto del territorio.

Se hace un llamamiento, así, al incremento del número de estudio de caso que permitan ampliar la base de conocimiento en este ámbito y enriquecer la discusión académica entre la comunidad científica.

Referencias

- Algaba-Navarro, D., Orgaz-Agüera, F., Maldonado-López, B., & Ramos-Ruiz, J. E. (2025). Campeonatos de pádel amateur como recurso de turismo deportivo: Explorando la motivación de los participantes. En Marmolejo-Martín y Moral-Cuadra (Eds.), *Nuevas dimensiones de cambio en el panorama turístico actual. Melilla como destino emergente* (pp. 519–528). Dykinson.
- Europa Press. (17 de abril de 2024). La UCO estima en 11,04 millones de euros el impacto económico del 41º Rallye Sierra Morena. *Diario Córdoba*. <https://www.diariocordoba.com/cordoba-ciudad/2024/04/17/uco-estima-11-04-millones-101178031.html>
- Europa Press. (25 de septiembre de 2024). Un estudio de la Universidad de Córdoba estima el impacto económico del Maratón Subbético Mozárabe en 100.000 euros. Europa Press. <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-estudio-universidad-cordoba-estima-impacto-economico-maraton-subbetico-mozarabe-100000-euros-20240925184251.html>
- Europa Press. (24 de abril de 2025). La Media Maratón de Córdoba generó un impacto económico directo de más de 3,3 millones, según la UCO y el Imdeco. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-media-maraton-cordoba->

[genero-impacto-economico-directo-mas-33-millones-uco-imdeco-20250424150804.html](https://www.cordobabn.com/articulo/deportes/iii-enduro-guzman-bueno-genera-impacto-economico-mas-15-millones-euros-cerro-muriano-obejo-cordoba-estudio-uco/20241127115128210282.html)

L.J.F. (27 de noviembre de 2024). El III Enduro "Guzmán el Bueno" generó más de 1,5 millones de impacto. *Córdoba Buenas Noticias*. <https://www.cordobabn.com/articulo/deportes/iii-enduro-guzman-bueno-genera-impacto-economico-mas-15-millones-euros-cerro-muriano-obejo-cordoba-estudio-uco/20241127115128210282.html>

L.R.D. (11 de mayo de 2023). El Rallye Sierra Morena alcanza un impacto económico de 10,7 millones de euros. *El Día de Córdoba*. https://www.eldiadicordoba.es/deportes/Rallye-Sierra-Morena-impaco-economico-millones_0_1792021283.html

Marzo, I. (29 de noviembre de 2023). Un estudio determina que el impacto económico de la Media Maratón de Córdoba fue de 5 millones. *Diario Córdoba*. <https://www.diariocordoba.com/cordoba-ciudad/2023/11/29/estudio-determina-impacto-economico-media-95255093.html>

Ortega-Pérez, L., Guzmán-Dorado, L., García-García, L., Ramos-Ruiz, J.E. (2023). Factores motivacionales del cicloturismo: La carrera MTB Guzmán El Bueno de Córdoba (España). Marmolejo-Martín y Moral-Cuadra (Eds.), *Avances y promoción en el desarrollo turístico de Melilla* (pp. 237-248). Dykinson.

Ramos-Ruiz, J. E., y Salgado-Barandela, J. (2025). Clustering residents' perception of rural rally tourism: An inclusive approach from the Sierra Morena Rally in Obejo, Spain. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 69. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6020069>

Ramos-Ruiz, J. E., Jiménez-Manchado, I., Fernández, M., y Rivera-Mateos, M. (2025a). Clustering residents' perception and support of urban rally tourism: The Sierra Morena Rally in Córdoba, Spain. *Societies*, 15(4), 81. <https://doi.org/10.3390/soc15040081>

Ramos-Ruiz, J. E., Solano-Sánchez, M. Á., Castaño-Prieto, L., y Aguilar-Rivero, M. (2024a). Gender bias in residents' perceptions and support of rally event tourism: The Sierra Morena Rally of Córdoba, Spain. *Administrative Sciences*, 14(11), 289. <https://doi.org/10.3390/admsci14110289>

Ramos-Ruiz, J.E. (2024a). Análisis de la demanda para participar en eventos de turismo deportivo que promueven la inclusión: La Media Maratón de Córdoba (España). En Olivero-Guidobono y Paz-Reverol (Eds.), *Alteridades: Voces, pieles y géneros entre la discriminación y la inclusión social* (pp. 920-935). Dykinson. ISBN: 978-84-1070-334-6.

Ramos-Ruiz, J.E. (2024b). Percepción de impacto inclusivo de un evento deportivo por la población residente: La Pink Running de Córdoba (España). En Grana y González-Almada (Eds.), *Educación y expresión en sociedades inclusivas* (pp. 1063-1077). Dykinson. ISBN: 978-84-1070-440-4.

- Ramos-Ruiz, J.E. (2024c). Economía del deporte, carreras recreativas y género: Análisis descriptivo de la motivación para participar a través de la Night Running de Córdoba (España). En Policastro-Ponce y Bermúdez-Vázquez (Eds.), *Cruce de caminos: Visiones interdisciplinarias en las ciencias sociales y humanidades* (pp. 637-658). Dykinson. ISBN: 978-84-1070-250-9.
- Ramos-Ruiz, J.E. (2024d). Economía del deporte: Percepción del impacto de una media maratón en comunidades rurales a través de la Media Mozárabe de la Comarca de Los Pedroches, Córdoba (España). En Policastro-Ponce y Bermúdez-Vázquez (Eds.), *Cruce de caminos: Visiones interdisciplinarias en las ciencias sociales y humanidades* (pp. 659-674). Dykinson. ISBN: 978-84-1070-250-9.
- Ramos-Ruiz, J.E. (2024e). La identidad rural de un destino como atractivo turístico: El Maratón Subbético Mozárabe de la provincia de Córdoba (España). En Olivero-Guidobono y Paz-Reverol (Eds.), *Alteridades: Voces, pieles y géneros entre la discriminación y la inclusión social* (pp. 630-646). Dykinson. ISBN: 978-84-1070-334-6.
- Ramos-Ruiz, J.E., Aguilar-Rivero, M., García-García, L. (2024c). Análisis del turista deportivo con perspectiva de género: El Rallye Sierra Morena 2023. En Hernández-Rojas, Lara-De Vicente y Recio-Ramírez (Eds.), *El Patrimonio y su perspectiva turística* (pp. 332-345). Thomson-Reuters Aranzadi. ISBN: 978-84-1162-625-5.
- Ramos-Ruiz, J.E., Algaba-Navarro, D., Guzmán-Dorado, L., García-García, L. (2023). Factores de motivación para participar en eventos deportivos de motor: El Rallye Sierra Morena 2023. En Marmolejo-Martín y Moral-Cuadra (Eds.), *Avances y promoción en el desarrollo turístico de Melilla* (pp. 249-257). Dykinson. ISBN: 978-84-1170-713-8.
- Ramos-Ruiz, J.E., Casas-Montilla, J.C., Ortega-Pérez, L., Guzmán-Dorado, L. (2024f). Carreras populares singulares: Noche, rock y deporte en Córdoba (España). En Bermúdez-Vázquez, Chaves-Montero y Otero-Santamaría (Eds.), *Las fronteras del conocimiento: Perspectivas y aplicaciones en la era digital* (pp. 1019-1036). Dykinson. ISBN: 978-84-1170-934-7.
- Ramos-Ruiz, J.E., Guzmán-Dorado, L., Casas-Montilla, J.C., Ortega-Pérez, L. (2024d). Perfil sociodemográfico y cicloturismo competitivo en la montaña: La MTB Guzmán El Bueno X de Córdoba (España). En Bermúdez-Vázquez, Chaves-Montero y Otero-Santamaría (Eds.), *Las fronteras del conocimiento: Perspectivas y aplicaciones en la era digital* (pp. 999-1018). Dykinson. ISBN: 978-84-1170-934-7.
- Ramos-Ruiz, J.E., Muñoz-Fernández, G.A., García-García, L., Arteaga-Sánchez, R. (2025b). Pedalling towards satisfaction: the power of motivation and emotions in shaping tourism perception in cycle tourism events. *Journal of Sport & Tourism*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/14775085.2025.2503349>

- Ramos-Ruiz, J.E., Ortega-Pérez, L., Guzmán-Dorado, L., Casas-Montilla, J.C. (2024g). Carreras populares en comunidades rurales, algo más que deporte: Una mirada desde dentro a través de la XVIII Legua de Fernán-Núñez, Córdoba (España). En Bermúdez-Vázquez, Chaves-Montero y J. Otero-Santamaría (Eds.), *Las fronteras del conocimiento: Perspectivas y aplicaciones en la era digital* (pp. 1037-1054). Dykinson. ISBN: 978-84-1170-934-7.
- Ramos-Ruiz, J.E., Solano-Sánchez, M.Á., Aguilar-Rivero, M., Castaño-Prieto, L. (2024b). Unveiling socio-demographic profile of Rally attendees in rural and depopulating areas. *TEM Journal*, 13(3), 2162-2176. <https://doi.org/10.18421/TEM133-44>
- Ramos-Ruiz, J.E., Solano-Sánchez, M.Á., Castaño-Prieto, L., García-García, L. (2024e). Why do we run in a sporting event? A gender perspective through the Half-Marathon of Cordoba, Spain. *Social Sciences*, 13(4), 209. <https://doi.org/10.3390/socsci13040209>
- Universidad de Córdoba. (2024, 5 de abril). La XIX MTB Guzmán el Bueno generó un impacto económico de 3,35 millones de euros en Córdoba. *Actualidad Universitaria*. <https://www.uco.es/servicios/actualidad/noticiasactualidaddia/item/154477-la-xix-mtb-guzman-el-bueno-genero-un-impacto-economico-de-3-35-millones-de-euros-en-cordoba>
- Universidad de Córdoba. (2025a, 29 de mayo). El salto del Rally Sierra Morena al European Rally Championship (ERC) dispara el impacto económico directo para Córdoba un 238%. *Actualidad Universitaria*. <https://www.uco.es/servicios/actualidad/vida-academica/item/160415-el-salto-del-rally-sierra-morena-al-european-rally-championship-erc-dispara-el-impacto-economico-directo-para-cordoba-un-238>
- Universidad de Córdoba. (2025b, 24 de abril). La Media Maratón generó un impacto económico directo superior a 3,3 millones de euros, según un estudio de la UCO y el Imdeco. *Actualidad Universitaria*. <https://www.uco.es/servicios/actualidad/noticiasactualidaddia/item/159793-la-media-maraton-genero-un-impacto-economico-directo-superior-a-3-3-millones-de-euros-segun-un-estudio-de-la-uco-y-el-imdeco>