

IMPACTO ECONÓMICO DE LA MAGNA MARIANA EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA.

Con los escasos datos de que se dispone al día de hoy, 28 de junio de 2015, *F&J Martín Abogados*, con la colaboración de *Calma Ingenieros Consultores*, ha realizado el presente estudio sobre la repercusión económica que la Magna Mariana ha tenido para la ciudad de Córdoba. Se trata de acercarse a ellos desde una óptica diferente: el retorno que, para la ciudad, tiene la colaboración desinteresada de cofradías, vecinos y Administraciones Públicas (en especial del Ayuntamiento de Córdoba).

El presente estudio se realiza a requerimiento de *Diario Córdoba* dentro de la línea de colaboración que el despacho mantiene con Córdoba y sus medios de comunicación.

1.- Sistemática de trabajo

Para conseguir los objetivos propuestos se han seguido los siguientes pasos:

- Análisis de la situación actual del turismo en Córdoba.
- Estudio de la demanda turística.
- Estimación del número de visitantes durante el día del evento.
- Caracterización de los visitantes.
- Estimación del gasto diario realizado por los visitantes.
- Cálculo del impacto económico directamente asociado al evento. Determinación de los ingresos producidos por los visitantes: directos e indirectos.
- Conclusiones.

También hemos de tener presente las siguientes premisas producidas el fin de semana:

- La ocupación hotelera ha rondado el 95%. Córdoba capital cuenta con 7.500 camas, aproximadamente, entre hoteles, hostales y pensiones, apartamentos y alojamientos rurales. Es decir, unas 3.700 habitaciones.
- Las líneas de alta velocidad en los trayectos Madrid/Málaga/Sevilla, con parada en Córdoba, se han reforzado y sin que en estas ciudades existan eventos significativos de reclamo turístico.
- Las empresas de transporte por carretera han trabajado intensamente para traer a la ciudad visitantes desde los pueblos.
- Que el evento se haya extendido hasta altas horas de la madrugada del domingo.
- Las actividades realizadas antes y después del evento.

Para conocer el impacto económico que ha tenido el evento hay que determinar, en primer lugar, el número de visitantes; caracterizarlos, diferenciando los que son locales de los de fuera de Córdoba, y, entre éstos, los turistas, que se consideran aquellos

que han pasado más de un día en la ciudad, ya sea alojados en establecimientos hoteleros u otros, de los excursionistas que visitan la ciudad pero no pernoctan en ella.

Una vez establecido el número de visitantes se puede calcular el gasto total realizado por los mismos multiplicando su número por el gasto medio diario asignando a cada grupo de ellos.

Determinado el ingreso directo que tiene la ciudad por el turismo asociado al evento se calcularán los ingresos indirectos producidos por el efecto multiplicador de la producción turística.

2.- Caracterización de los visitantes

Las estimaciones de datos de que disponemos son los siguientes:

120.000 visitantes segmentados de la forma siguiente:

- Locales: 72.000 (60%).
- Procedentes de los pueblos de la provincia: 42.000 (35%).
- Procedentes de fuera de la provincia sin alojamiento (excursionistas): 4.000 (3'4%).
- Procedentes de fuera de la provincia con alojamiento (turistas): 2.000 (1'6%).

De los datos de que se disponen se obtienen varias conclusiones. En cuanto a la procedencia de los visitantes, la mayoría fueron cordobeses (60 por 100), seguidos de los ciudadanos de los municipios de la provincia (35%). De los procedentes de fuera de la misma (5%), un 50% de Madrid, un 30% de la Comunidad Autónoma de Andalucía, un 15% de otras Comunidades Autónomas (valencianos y catalanes) y un 5% extranjeros (franceses, holandeses e ingleses).

Por otra parte la edad media de los visitantes ronda los 46 años.

3.- Estimación del gasto realizado por los visitantes

El gasto medio de los visitantes se desagrega en función de su distinta tipología:

- Locales: 10 euros.
- Procedentes de los pueblos de la provincia: 20 euros.
- Procedentes de fuera de la provincia sin alojamiento (excursionistas): 25 euros.
- Procedentes de fuera de la provincia con alojamiento (turistas): 70 euros.

4.- Gasto directo incurrido por los visitantes

Partiendo de la estimación del gasto realizado por los visitantes, obtenemos el gasto directo incurrido:

- Locales: 720.000 euros (10 euros x 72.000).
- Procedentes de los pueblos de la provincia: 840.000 euros (20 euros x 42.000).
- Procedentes de fuera de la provincia sin alojamiento: 100.000 euros (25 euros x 4.000)
- Procedentes de fuera de la provincia con alojamiento.

Podemos achacar al evento la diferencia entre un fin de semana normal de junio (ronda el 68%) y el del evento (95%), con lo cual tenemos un 27% de incremento. Esto, traducido a visitantes que vienen a Córdoba por este motivo, nos da 2.000 visitantes. Esta cifra hay que multiplicarla por la pernoctación media (1,60), lo que se traduce en 3.200 pernoctaciones, cifra que es la que se multiplica por el gasto medio.

224.000 euros (70 euros x 3.200).

Total: 1.884.000 euros.

5.- Conclusiones

Las cifras que se exponen en el presente Informe, obtenidas desde la cautela, son una estimación y variarán en función de que se cuenten con las definitivas.

Para calcular el efecto inducido por el gasto incurrido por los visitantes al evento (1.884.000 euros), hemos de multiplicarlo por un porcentaje de 1'50 (efecto multiplicador de costes indirectos), lo que nos da el **impacto total sobre la economía cordobesa de 2.826.000 euros.**

Córdoba, 28 de junio de 2015.