

La influencia de los eventos deportivos como motivación en la elección de un destino turístico y como motor de desarrollo del mismo

Rocío Blanco Gregory
Universidad de Extremadura

Abstract

In this descriptive article, we present the development experienced in recent years of the tourism sector in Extremadura (Spain), focusing on tourism related to sport and adventure, classifying the different types of sports practiced in the autonomous community, how sport has evolved in general over the years and, finally, the different companies dedicated to the conjugation of sporting events with tourism, which have boomed so much today.

Sports tourism encompasses all activities that relate to sports in general. The main activities that can be highlighted are tourist trips to a specific destination that has been chosen, because important sporting events have been developed or the possibility of practicing sports in the same environment. The influence exercised by the media together with public institutions on the healthy aspects of sports, causes society to consider itself as another reason to travel to a certain destination and to experience what is publicized in these media. This entails an increase in the number of visitors to the destination in particular favoring, in turn, a remarkable development of economic, cultural and sports. The different business entities related to the tourism industry are using the great power of attraction of these sporting events, increasingly, as a strategy to promote a region or a country as tourist destinations.

Keywords: sociology of sport, sports event, sport tourism, economic development, tourist destination

1. Introducción: objetivos, justificación y estructura

Desde el punto de vista sociológico, es importante señalar el papel que juega el deporte en la integración social de las personas y de las comunidades, la interdependencia entre deporte y medios de comunicación de masas o la función de los eventos deportivos en el ocio y en las actividades turísticas de la sociedad contemporánea (García, Lagardera y Puig, 2009). La pretensión de este trabajo es comprender el concepto de turismo deportivo, su importancia y el impacto social que genera en las sociedades. Se desea, con ello, conocer los diferentes tipos de actividades deportivas que existen, cómo es el perfil de turista deportivo, dónde se encuentran los lugares más relevantes para la práctica de esta tipología turística causada por los grandes eventos del deporte y dónde obtener la información que actualmente se oferta sobre este tipo de turismo.

En concreto y de forma más específica, los objetivos son varios. Por una parte, analizar el impacto que genera el turismo deportivo en relación al número de visitas a un destino determinado. Por otra, conocer la oferta de este tipo de turismo programada por agencias de viajes y operadores para la promoción de destinos turísticos. Y finalmente, se pretende realizar un análisis del turismo deportivo que existe en España, a nivel nacional y en la comunidad de Extremadura, a nivel regional.

Partimos de la evidencia de que el turismo está considerado como una de las principales actividades económicas dentro del contexto internacional y queremos destacar la relación existente entre el deporte y el turismo, asociándola al impacto generado, tanto a nivel

económico como cultural, en los destinos donde se desarrollan los eventos de carácter deportivo. El deporte y el turismo son dos fuerzas motoras de la promoción y el desarrollo económico sostenible de los destinos turísticos. Para comprender mejor la relación entre turismo y deporte, y para incrementar la conciencia de los beneficios que juntos pueden aportar, la OMT y el Comité Olímpico Internacional organizaron conjuntamente la primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo en Barcelona los días 22 y 23 de febrero de 2001 (OMT, 2001). Por lo tanto, esta nueva tipología turística ofrece la oportunidad de hacer un uso sostenible de los recursos locales a partir de la valoración del Patrimonio Cultural y Natural de los destinos. Además, genera numerosos puestos de trabajo, favoreciendo la calidad de vida de los habitantes residentes en el destino donde se desarrolla este tipo de turismo.

Cuando un destino no posee otro tipo de recursos o los posee de manera escasa, la organización y celebración de cualquier acontecimiento deportivo con una determinada relevancia amplía sus posibilidades de visita y con ello contribuye a la generación de riqueza en el mismo, ampliando su desarrollo social, cultural y económico.

El turismo deportivo es un reciente fenómeno social que está ganando cada día más importancia en nuestra sociedad ya que, desde un tiempo a esta parte, el deporte ha llegado a formar parte de la vida de las personas, no sólo como espectadores sino, en gran medida, como practicantes. Esto conlleva que las personas se muevan de su localidad para, además de practicarlo, poder conocer y disfrutar lugares que, de otra forma, no hubiesen imaginado visitar. La sociedades, en general, y sus instituciones demandan cada vez más estudios, nuevas investigaciones y publicaciones que cubran los nuevos caminos que está abriendo esta tipología turística. Como, por ejemplo, el estudio de nuevas formas de uso de las distintas redes sociales, la formulación de encuestas más específicas, lograr comprender las motivaciones de los individuos y crear nuevas estrategias en las administraciones de turismo.

Se intenta aportar un conocimiento básico de lo que comprende el turismo deportivo hoy en día. Particularmente, se trata de explicar cómo un turista aficionado a un tipo de deporte en concreto se ve influenciado para viajar y escoger un destino turístico determinado para disfrutar de dicho deporte, bien como mero observador o como practicante aficionado. Desarrollaremos diferentes casos, para poder entenderlo con profundidad, documentados con hechos como el número de visitas que genera este tipo de turismo en un destino en particular. También se va a plantear el uso de éste como estrategia de promoción.

En cuanto a la estructura de este artículo, en el segundo epígrafe se expone la relación entre deporte y turismo junto con la clasificación de los diferentes tipos de actividades relacionadas con el turismo deportivo. En el tercer epígrafe se abordará la influencia de los *Mass Media* en el turismo deportivo. En el cuarto, se tratará, de forma breve, la motivación en cada tipo de viajero por la práctica de una actividad concreta y la promoción de los destinos turísticos a través del deporte y las diferentes motivaciones que impulsan al viajero a realizar un viaje y escoger un destino en particular.

El quinto epígrafe está dedicado a analizar el desarrollo del turismo deportivo y el impacto que ha causado a nivel nacional y regional, desarrollando los casos de España y de Extremadura, con el fin de justificar una serie de hechos tales como el aumento del número de visitas a un destino en concreto con la ayuda de ejemplos en determinadas fechas, junto con los destinos más visitados a causa de la práctica de este tipo de turismo. Para finalizar este apartado, se muestran los diferentes eventos realizados, tanto a nivel nacional como regional, siendo clasificados de menor a mayor importancia, sobre el impacto generado en cada destino donde han sido desarrollados.

En el sexto epígrafe, tratamos la cuestión del uso del turismo deportivo como herramienta promocional, con la ayuda de casos de estrategias y mercados concretos, como el World Pádel

Tour en Extremadura. En el séptimo epígrafe, se desarrolla el análisis de las administraciones de turismo, en particular, de la entidad de TourEspaña como oficina de turismo. Y, por último, en el epígrafes octavo se intentan exponer las conclusiones fruto del trabajo exploratorio y descriptivo realizado con la revisión bibliográfica utilizada para la elaboración de este artículo.

2. La relación entre deporte y turismo: las actividades turístico-deportivas

La relación establecida entre el turismo y el deporte como actividad se remonta a muchos años de antigüedad, pero en la actualidad adquiere un fuerte auge debido al continuo aumento del número de visitas a un destino en concreto, la aparición de nuevas ofertas para la práctica de nuevas actividades deportivas y la libre elección de viajar y escoger un destino en particular (De Knop, 2012; Sallent, 1991).

Según la R.A.E (Diccionario de la Real Academia Española), el término *turismo* viene definido como: “Actividad o hecho de viajar por placer”. Autores como Knop (2012) y Sallent (1991) indican tres características acerca del término turismo, siendo existentes cada una de ellas en el uso de dicho término: a) La existencia de un viaje, b) La temporalidad de un viaje, y c) El propósito del viaje.

En el turismo deportivo existen una serie de aspectos que le son característicos:

- Desplazamiento a un lugar distinto del habitual.
- Los fines del viaje son principalmente recreativos (de ocio), pero relacionados, de alguna forma, con el deporte, ya sea en instalaciones artificiales o en el medio natural.
- Se puede realizar actividad física u observar espectáculos deportivos.
- Pueden o no existir fines competitivos.

Siguiendo a algunos autores como Gamon y Robinson (1997), Kurtzman y Zauhar (1997), Delphy (2003), el turismo deportivo es entendido como el conjunto de aquellas actividades deportivas que se realizan fuera del entorno habitual, pero no necesariamente con motivos competitivos, sino, simplemente, como recreo e incluso como alternativa vacacional.

El turismo, en relación al término deportivo, se ha convertido en un tipo de fenómeno que está adquiriendo cada vez más fuerza y popularidad, tanto como medio de influencia en la elección de un destino como herramienta de estrategia promocional. Para continuar, antes de entender el término “deporte” y el impacto generado a nivel cultural en la antigua y en la actual sociedad es imprescindible determinar una serie de estudios para desarrollar su historia.

En este sentido, Pérez (2013, p.14) expuso una serie de modelos de práctica deportiva para su fácil entendimiento, así como defendiendo en todo momento el propio concepto de deporte:

- Modelo de prácticas competitivas de tipo hieráticas.
- Modelo de prácticas de ejercicios con fines sobre la salud y la estética.
- Modelo de juegos tradicionales y danzas con el objetivo de alcanzar el fin del ocio y el disfrute.

También encontramos la definición del término “deporte” según la RAE, que viene definido como: “La actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas”.

Por otra parte, hacemos un gran hincapié al señalar el imprescindible trabajo de las organizaciones responsables de promover los diferentes destinos turísticos, reconociendo que las actividades deportivas conllevan un gran poder a la hora de ser capaces de atraer al turista. Así que promueven los diferentes destinos turísticos a través del deporte, usándolo a éste último como herramienta principal de estrategia, ya que después de que se haya realizado un tipo concreto de evento con características específicas de un deporte en particular, se aumenta la demanda en la práctica de dicho deporte, siendo las organizaciones dedicadas a este tipo de

turismo las creadoras de las diferentes ofertas para responder a todo tipo de demandas por parte de los turistas atraídos. También, debido al gran potencial que significa lograr un crecimiento en el número de visitantes a un destino en particular.

Al hablar de las actividades turístico-deportivas, éstas se pueden clasificar de diversas maneras. A continuación, se presenta una clasificación según los criterios de actividad de acuerdo con el Sports Tourism International Council (Reverte y Plaza, 2011, p. 20):

- Eventos deportivos: Se pueden clasificar, a su vez, en dos grandes grupos: grandes y pequeños eventos. Los primeros incluyen los Juegos Olímpicos, Campeonatos del Mundo, etc. Y los segundos incluyen campeonatos nacionales, regionales y otras competiciones de ámbito local.
- Estancias estructurales: Son aquellas que se realizan en destinos turísticos que cuentan con instalaciones deportivas, especialmente preparadas para recibir equipos de deportistas de diferentes niveles profesionales y amateurs, para el entrenamiento o la práctica deportiva con un calendario prefijado.
- Tours de espectáculos: Están especialmente diseñados para turistas que quieren asistir a algún tipo de evento deportivo en concreto.
- Estancias informales: Dirigidas a turistas que se han planteado dedicar parte de su estancia en un destino turístico a la práctica deportiva no estructurada.
- Actividades esporádicas: Son las prácticas deportivas realizadas por turistas de una forma accidental, es decir, que no hayan sido planeadas con antelación como parte de la organización del viaje.
- Complejos turísticos: Espacios diseñados exclusivamente para atraer al viajero deportivo.
- Atracciones: Donde se incluyen museos, parques nacionales, parques naturales, parques temáticos, lugares históricos, etc.

3. El turismo deportivo y la influencia de los *Mass Media*

El término de turismo deportivo, como bien sabemos, hace referencia a los viajes que se realizan con la finalidad de practicar diferentes actividades deportivas o para el disfrute como espectadores de las mismas, siendo uno de los sectores con mayor crecimiento dentro de la industria mundial de los viajes.

De esta forma y haciendo una revisión de la literatura, nos encontramos con diferentes aportaciones a la conceptualización del turismo deportivo. Secall (1991) expone que el turismo deportivo es aquella actividad física de la que forma parte algún tipo de práctica deportiva, bien como objetivo fundamental, o bien como objetivo complementario. Para Hall, (1992) se trata de aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas (no comerciales) para la práctica u observación de actividades deportivas fuera del lugar habitual de residencia.

Según Keller (2001), el turismo deportivo es una de las formas, hoy en día, más populares de disfrute personal. El motivo más tradicional del turismo en general, es el descanso del estrés y las presiones de la vida cotidiana.

Siguiendo a Gamon y Robinson (1997), dichos autores sugieren una división dentro del turismo deportivo, de la siguiente forma: el *turismo deportivo blando* es aquel tipo de turismo en el que los turistas viajan para participar en actividades recreativas, deportivas o en alguna actividad de ocio, como el senderismo, el esquí o el piragüismo. Por otro lado, definen *turismo deportivo estricto* como aquel que hace referencia al número de personas que acuden a un evento deportivo competitivo, como puede ser visitar los Juegos Olímpicos, un Mundial de Fútbol, el Campeonato de Formula 1, etc.

Gibson (2003), por otra parte, argumenta que existen tres tipos de turismo deportivo: el turismo deportivo de eventos, el turismo deportivo de celebridades y el turismo deportivo

activo. En primer lugar, el tipo de turismo relacionado a eventos, hace referencia a los visitantes que acuden a los distintos destinos con el único propósito de ver los acontecimientos deportivos que allí se están llevando a cabo. El mejor ejemplo de este tipo de turismo dedicado a los eventos serían los Juegos Olímpicos. Cada ciudad cuando es sede olímpica recibe una inmensa cantidad de turismo durante la época en la que se están desarrollando los juegos. En segundo lugar, el turismo de celebridades se refiere a dos áreas concretas: Por un lado, incluye todas esas visitas y viajes que se realizan con la intención de acudir a museos, salones y todo tipo de lugares relacionados con el deporte. Un buen ejemplo sería visitar campos de fútbol y sus museos interiores, ferias del deporte, etc. Y por otro, este tipo de turismo también incluye las visitas a lugares de vacaciones en función del sitio donde veranean sus celebridades preferidas, con la intención de encontrarse con ellas y poder verlas en persona. Y por último, el turismo deportivo activo, que es el que se realiza con la intención de participar en alguna actividad deportiva. Muchas personas se decantan por viajar a lugares concretos porque la información que han tenido sobre ellos ha sido que cuentan con las instalaciones más idóneas para un determinado deporte, además de una amplia oferta paisajística y cultural. Existe algo en común entre todos estos tipos de turismo deportivo y es la pasión por el deporte. Los viajeros aficionados al deporte disfrutan practicando su actividad preferida allí donde van.

Antes de entrar en detalles sobre los *Mass Media*, cabe destacar la diferencia existente entre comunicación e información, ya que es común cometer el error de pensar que se está comunicando cuando, en realidad, se está informando y viceversa. La diferencia que existe entre estos dos términos es que la comunicación implica un proceso de interacción, diálogo y retroalimentación, es decir, recoger información sobre la información que viene de vuelta entre sujetos; en cambio, la información implica un proceso de emisión y trasmisión sin que ello implique procesos de retroalimentación.

Los medios de comunicación masivos influyen en la sociedad de manera considerable, ayudando a satisfacer las necesidades de la población. Siguiendo a Monsalve (2014) podemos destacar sus funciones principales:

- Informar: Recogen y entregan información de acontecimientos mundiales y distintos temas de interés.
- Educar: Transmiten la cultura de diferentes comunidades pasadas, presentes y proyecciones futuras.
- Entretener: Así como los programas de televisión, cuyo objetivo es el entretenimiento del espectador.
- Publicidad y propaganda: Con una gran trascendencia económica, con la finalidad de alcanzar mayor número de consumidores de los productos ofertados.

4. Las motivaciones en el turismo deportivo

Partimos del hecho de que los turistas, en general, tienen diferentes motivaciones para emprender un viaje y elegir un destino en concreto. Como se ha expuesto en apartados anteriores, el turismo deportivo es aquel en el que el motivo principal del viaje es la práctica de actividades deportivas en ambientes naturales o la visita de un país o una ciudad para presenciar in situ una competición o un evento deportivo.

Según los datos tomados de la encuesta de movimientos turísticos de Turespaña, cerca de 2,5 millones de turistas extranjeros visitan cada año España, teniendo como motivación principal el deporte, bien sea para su práctica o para seguirlos en vivo, y generando unos ingresos al país de cerca de 2.000 millones de euros. (Turespaña, 2016).

Gammon y Robinson (1997) definen al turista deportivo como “aquel individuo o grupo de individuos que se desplazan a un lugar distinto al de su residencia habitual para participar (activa o pasivamente) en un deporte competitivo o recreacional. El deporte es la principal motivación del viaje”.

Partiendo de su definición, estos autores proponen un modelo donde incluyen dos factores que intervienen en el proceso de decisión y elección del lugar de destino de los turistas deportivos: la intensidad motivacional del deporte en la elección del destino y el posicionamiento del destino a nivel nacional o internacional.

En el primer factor, se hace referencia a la relación que cada persona tiene con la práctica deportiva de un tipo de deporte en concreto. Dicha intensidad, existente en relación a una o varias actividades deportivas, puede llegar a ser muy fuerte o extremadamente débil, ya que los individuos que se relacionen con la práctica deportiva en su vida cotidiana tendrán una fuerte vinculación con el deporte. Por el contrario, habrá gente que apenas se vea relacionada con el deporte, creando una débil relación con éste, ya sea porque directamente no lo practican o porque lo hacen con muy poca continuidad. Por ello, para algunos, la oferta deportiva en los distintos destinos será imprescindible y para otros, por el contrario, no será importante (Latiesa y Paniza, 2006).

Otro motivo muy común es la identificación; el turista es motivado principalmente por la dedicación a un tipo concreto de deporte. Por ejemplo, el turista desea recrear el éxito de su equipo, vivirlo con él o visitar aquella ciudad donde nació su equipo.

El interés cultural también tiene un papel muy importante dentro de las motivaciones de los turistas para la práctica de un deporte en concreto, ya que tienen la opción de elegir un determinado destino y, a su vez, poder escoger también entre la oferta cultural que se brinda, pudiendo aprovechar para conocer la cultura de un destino practicando deporte.

5. El desarrollo del turismo deportivo y su impacto a nivel nacional y regional. El caso de España y Extremadura

El turismo deportivo está en auge y supone actualmente un cuarto de los ingresos de la industria turística a nivel mundial. Según los datos del INE (Instituto Nacional de Estadística), España es un referente nacional en el mundo en cuanto a oferta de turismo deportivo, aunque su oferta principal está subordinada al modelo de sol y playa. Junto con una industria turística que mueve 125.000 millones de euros al año y supone el 11.2 % del PIB, España ocupa el tercer puesto mundial, tanto por número de visitas internacionales como por los ingresos que recibe. Más de 75 millones de viajeros escogieron España en 2016 para pasar sus vacaciones y generaron ingresos por 77.000 millones de euros (Instituto Nacional de Estadística).

Otro hecho muy sorprendente es que entre los cinco museos más visitados de España se encuentran el del F.C. Barcelona y el Tour del Bernabéu del Real Madrid, con los que sólo El Museo del Prado, el Reina Sofía y el Thyssen-Bornemiza pueden competir.

De todas formas, entendemos como motivación principal del turismo deportivo la práctica del mismo, como ya hemos hablado en anteriores apartados. Cada año son más los corredores que deciden ir a correr una media maratón o completar los 42,195 km. fuera de su ciudad, desplazándose a miles de kilómetros, en New York, Boston, París, Berlín o Tokio. Eventos que cada año aumentan notablemente el número de inscripciones. Así como el deseo de la mayoría de alpinistas que deciden afrontar el reto de escalar el Everest, que, debido a la necesidad de la aclimatación de la zona, deben permanecer meses en el país, Nepal, donde su economía nacional y la de todas las familias residentes dependen de estos turistas apasionados por esta práctica deportiva en particular. Existen deportes que no requieren un alto rendimiento físico o

una fuerte preparación. Muchos grupos de personas deciden, cada fin de semana o en un periodo de tiempo más amplio, coger sus mochilas y realizar las mejores rutas senderistas de España, así como el logro de realizar el Camino de Santiago a pie o en bicicleta.

De todas las prácticas deportivas mencionadas anteriormente, deducimos que supone un gran potencial económico para las empresas hoteleras, gastronómicas y otras empresas dedicadas a la organización de eventos y tours de la zona en la que se encuentran situadas.

Las opciones de práctica deportiva para turistas son cada vez más amplias, en el mayor de los casos, en la industria hotelera se ofertan actividades recreativas de todo tipo, no solo de interés cultural. Por este motivo, se puede afirmar que la relación entre turismo y deporte es bidireccional, es decir, encontramos turistas a los que se les oferta la posibilidad de practicar diferentes actividades deportivas y también podemos encontrar deportistas que acuden para la realización o disfrute de un evento deportivo y se acogen a estas ofertas de tipo cultural.

A día de hoy, es fácil realizar un viaje en el cual se puede practicar deporte. Dependiendo de la intensidad con la que se practique o el tiempo dedicado al mismo, podemos navegar entre las distintas ofertas que nos ofrecen las diferentes organizaciones responsables de estas actividades deportivas para poder disfrutar plenamente de nuestro viaje.

5.1. Efectos del turismo deportivo en España

En España, el turismo deportivo se ha convertido en una motivación principal para atraer a turistas de todas partes del mundo. Gracias a su clima y su favorable orografía es posible la práctica de una gran cantidad de actividades deportivas. España cuenta con más de 1.000 empresas que se dedican a la organización de estas actividades; entre ellas, la del deporte de aventura, siendo la modalidad deportiva más solicitada por la mayoría de turistas, ofertando actividades como rafting, piragüismo, barranquismo, kayak, puenting o paracaidismo.

Por otro lado, España se convierte en una excelente anfitriona a la hora de organizar eventos deportivos, acogiendo a todos los turistas que deciden acudir y disfrutar de nuestro país.

Entre los destinos más populares en España se puede enumerar una variada selección:

- Sierra de Guara (Huesca), considerada como principal destino para la práctica del turismo de aventura en la provincia de Huesca; está determinada como el paraíso europeo del *barranquismo*.
- Costa Cantábrica (Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco). Aunque su amplia oferta de actividades deportivas incluye la práctica de cualquier tipo de deporte, el deporte rey es el *surf*. Sus playas son las idóneas para la práctica de este tipo de deporte gracias a los continuos vientos cambiantes de la zona, posibilitando su práctica durante todo el año. Playas como la de Mundaka en Vizcaya, la playa de Somo en Cantabria, la playa de San Lorenzo en Gijón, la de Santa Marina y Vega en Ribadesella (Asturias) o la playa de Riazor situada en Galicia, son algunas de las playas donde se puede disfrutar de este deporte. Si lo que se quiere es practicar senderismo, ciclismo o running, se puede optar por la realización del Camino de Santiago, lugar de peregrinación característico del turismo religioso.
- Islas Baleares, donde el turismo deportivo es el principal motivo de los viajes en temporada baja y media. Es apreciable la oferta deportiva durante todo el año. En islas como Mallorca las empresas realizan muy buena combinación entre la montaña y el mar, ofreciendo actividades como *MTB*, *kayak*, *snorkel*, *esquí acuático* o *piragüismo*, donde en todas y cada una de ellas, ya sea en la montaña o en zona de playa se puede disfrutar de inolvidables paisajes, así como de las aguas cristalinas donde se realizan.
- Pirineos, considerado uno de los destinos principales, recibiendo a millones de personas de todo el mundo, tanto en verano como en invierno, en ambas estaciones disfrutando de la casi infinita oferta deportiva. En verano se puede disfrutar de cualquier deporte de montaña, siendo

muy popular la práctica de las diferentes rutas deportivas, como la famosa Selva de Irati en Navarra, Ordesa y Monte Perdido en Huesca o Argüestortes y el lago de San Mauricio en Cataluña. En la temporada de invierno las montañas se cubren de nieve para recibir a los amantes del *esquí*.

- Madrid y Barcelona. En estas dos grandes ciudades de la Península Ibérica encontramos una amplia oferta de actividades de ocio, convirtiéndose en sedes, varias ocasiones, de los principales eventos deportivos a nivel internacional. El Santiago Bernabéu o el Camp Nou, permiten al turista disfrutar del mejor *fútbol* europeo. En los torneos Mutua Open de Madrid o Conde de Godó se disputa el mejor *tenis* de la actualidad donde acuden jugadores de rango internacional. Para los amantes del *motor*, en el Circuito de Montmeló podemos disfrutar de deportistas de élite llegados de todas las partes del mundo. También se celebran populares carreras deportivas como la famosa San Silvestre, para disfrutar del *running* junto a miles de corredores que comparten afición.

- Tarifa, municipio situado en Andalucía; En el punto más meridional de la península se encuentra la que está denominada como la meca del *windsurf* y el *kitesurf* en Europa gracias a sus característicos vientos de levante y de poniente.

- Islas Canarias. Gracias a su buen clima durante todo el año, islas como Tenerife hacen que sea posible la práctica de cualquier tipo de actividad deportiva, desde deportes acuáticos como: *piragüismo*, *kayak* o *snorkel* hasta deportes de montaña como: *barranquismo*, *senderismo* o *MTB*.

Entre los diferentes eventos deportivos con mayor relevancia a nivel nacional, se pueden destacar los siguientes:

- Motociclismo: Gran Premio de España y Gran Premio de Cataluña.

Gran Premio de España, en Jerez de la Frontera, municipio situado en la provincia de Cádiz, en la comunidad autónoma de Andalucía, situada al sur de la Península Ibérica. En el circuito de Jerez se han realizado pruebas deportivas desde el año 1958 cuando se empezó a realizar el Gran Premio Nuestra Señora de la Merced. Fue construido en 1986 para albergar el Gran Premio de España de Fórmula 1. Desde 1987, justo un año después de su construcción, se ha convertido en el escenario del Gran Premio de España de Motociclismo, donde cada prueba realizada supera la anterior, soliendo tener unas altísimas audiencias en televisión. Acuden miles de visitantes de todas partes del mundo, realizando un gran gasto turístico no solo para la ciudad de Jerez, también para las comarcas próximas.

Gran Premio de Cataluña, es un complemento del Gran Premio de España, para aprovechar el éxito de los pilotos españoles y la alta cantidad de seguidores del campeonato. Entre los pilotos más conocidos encontramos a Valentino Rossi con 10 victorias desde 1998 hasta 2016. Los españoles Jorge Lorenzo con 5 victorias desde 2007 hasta 2015, Dani Pedrosa con 3 victorias desde 2003 hasta 2008, seguido de Álvaro Bautista con 2 victorias desde 2006 hasta 2009.

- Ciclismo: La Vuelta España es una vuelta por etapas de ciclismo en ruta, disputada a lo largo de la geografía española, desde el año 1935. Tiene una duración de 3 semanas y nunca ha tenido fecha fija en el calendario deportivo. El ciclista que más veces se ha proclamado ganador de esta prueba ha sido el español Roberto Heras, alcanzando el título en cuatro ocasiones consecutivas.

- Baloncesto: La Copa del Rey es una competición nacional en donde participan los ocho mejores clubes de España. El torneo comenzó a disputarse con el nombre de Campeonato de España; su primera edición fue en Madrid en el año 1933.

- Snowboard y "Freestyle" Mundial. Este campeonato se celebra en la Estación de Esquí de Sierra Nevada, ubicada en el municipio granadino de Monachil (España). La estación de esquí está situada en el Parque Natural, también fue sede del Campeonato del Mundo de Esquí

Alpino de 1996. Además, ha sido candidata como principal sede de los Juegos Olímpicos de Invierno.

- Tenis: Martens 1000 comenzó siendo un torneo de tenis que se disputaba anualmente en Madrid. Hoy en día, este evento forma parte de ATP World Tour Masters 1000 del circuito masculino de la ATP y de la serie WTA Premier Mandatory en el circuito profesional femenino, con un nuevo nombre oficial, Mutua Madrid Open, pasando a disputarse en el pabellón Caja Mágica donde se disputan enfrentamientos de diferentes modalidades, tanto en masculino como en femenino. En 2017, Rafael Nadal obtuvo la victoria frente a Dominic Thiem y en femeninos la victoria fue alcanzada por la rumana Simona Halep.

5.2. Efectos del turismo deportivo en Extremadura

Extremadura es una comunidad autónoma situada en la zona suroeste de la Península Ibérica. Está compuesta por dos provincias: Cáceres y Badajoz. Cuenta con un importante auge en el sector del turístico, concentrado en las principales ciudades, como son: Mérida, Cáceres, Plasencia, Badajoz, Trujillo, Guadalupe o Hervás, y en comarcas como Valle del Jerte, Valle del Ambroz o La Vera, donde abunda la oferta de actividades para la práctica deportiva, desde los descensos en piragua por el río Tíetar y el río Alagón hasta las diferentes modalidades de rutas por los espacios naturales protegidos de Extremadura, disfrutando de los impresionantes pasajes que esta comunidad posee.

En cuanto a los destinos más populares de Extremadura, destacar, en primer lugar, algunas de sus principales ciudades: Badajoz, Mérida, Cáceres, Plasencia, Trujillo y Zafra, las comarcas del Valle del Jerte y la Vera, Tierra de Barros y Zafra, el Valle del Ambroz y, por último, el Valle de Alagón, Sierra de Gata y las Hurdes.

Según *Tripadvisor*, una web estadounidense que proporciona reseñas de contenido relacionado con los viajes, los destinos preferidos por todos los turistas que visitan Extremadura son: las principales ciudades de la comunidad, como señalábamos anteriormente, junto con Almendralejo, Don Benito, Jarandilla de la Vera, Navalmoral de la Mata, Valencia de Alcántara y Olivenza. Como destinos menos señalados por los turistas, pero no menos importantes, Cañamero, Malpartida de Cáceres, Jaraicejo, Pínofranqueado y Montánchez. (www.tripadvisor.com)

5.2.2. Mención especial al evento deportivo World Pádel Tour

El origen de este deporte llamado *pádel* se remonta a muchos años atrás, cuando el argentino millonario Menditeguy, conoce el deporte y lo difunde en su país de origen, donde añade a sus centros deportivos pistas para practicarlos.

Otro lugar importante, en cuanto a su difusión, fue Sotogrande (Cádiz), donde gracias a la cantidad de turistas internacionales que recibía dicha localidad, esta modalidad de deporte fue conocida en todas las partes del mundo.

A finales de los ochenta, España y Argentina eran los dos países en los que este deporte ya tenía una buena base. Por esta razón, comenzaron a organizarse encuentros de ida y vuelta entre ambos países, conocidos actualmente como Campeonatos del Mundo (PadelSpain, 2017). Posteriormente, el pádel se expandiría a los clubes deportivos de las grandes ciudades españolas y se empieza a construir la infraestructura necesaria para su extensión a nivel nacional.

En Extremadura, en el año 2008, ya se había celebrado una de las pruebas más relevantes, en relación al pádel mundial, en la sociedad Tiro de Pichón y Deportes Mérida: el Trofeo Mérida Patrimonio Pádel Pro Tour, donde participaban las mejores palas del mundo de ese momento.

Gracias al Ayuntamiento de Mérida y a los diferentes patrocinadores con los que contaron, lograron adquirir un presupuesto de 90.000 euros para su realización. Parte de este presupuesto fue destinado al reparto de premios para los mejores clasificados (Pérez, 2008).

En 2013, la ciudad de Cáceres fue proclamada como sede del WPT y albergó la tercera prueba del calendario en el mes de mayo. Lo más destacado del evento fue la instalación de una pista central con gradas en la Plaza Mayor, con una capacidad para 3.000 espectadores, donde se jugaron los partidos desde dieciseisavos de final en adelante (Diario Hoy, 2013).

El beneficio económico de dicho evento fue de 949.565,44 euros, según los datos arrojados por un estudio de un grupo de investigación de la Universidad de Extremadura. En el análisis se llegó a la conclusión de que cada euro invertido durante el evento deportivo aportó un beneficio de 13.5 euros. Atendiendo a los datos del estudio, los residentes de Cáceres gastaron una media de 56,63 euros, mientras que los no residentes gastaron una media de 53,87 euros, incluyendo las pernoctaciones durante el evento.

En 2014, en la ciudad de Badajoz se organizó el segundo torneo del circuito WPT, dejando un buen sabor de boca tanto a los organizadores del evento como a los jugadores y espectadores (Padelhome, 2014). La llegada del WPT implica algo más que la llegada de un mero evento deportivo; se realizan todo tipo de acciones y actividades en la ciudad con los jugadores del circuito como protagonistas. En este caso, algunos de los jugadores con más relevancia en el ranking del WPT fueron al Hospital Materno Infantil de Badajoz para visitar a los niños ingresados, recorriendo, junto con las autoridades del centro, la séptima planta, haciendo a todos los niños regalos de Mystica, patrocinador oficial de merchandising World Pádel Tour. Este Open de Badajoz, tomó gran importancia como evento deportivo, ya que recibió visitantes de toda España (WPT, 2014).

6. Las administración turística en el turismo deportivo: organismos y procedimientos

6.1. La oficina Turespaña

Es un organismo público, responsable del marketing de España como destino de viajes a nivel mundial. Su objetivo principal es contribuir al aprovechamiento del gran potencial generador del bienestar social que el turismo presenta, tomando siempre en consideración la sostenibilidad económica, social y medio ambiental de los diferentes destinos turísticos. Este organismo tiene como misión la creación de valor para el sector turístico del cual depende, con el uso de técnicas de marketing, para así mejorar la rentabilidad del turismo internacional que visita España. Para alcanzar sus objetivos:

- a) Implementa un Plan Estratégico de Marketing dirigido a la captación de dos segmentos de consumidores, tanto a los de baja rentabilidad como a los de alta.
- b) Trabaja a partir de la explotación y la síntesis de *smart data* relevantes desde la perspectiva turística en la generación y la difusión de conocimientos turísticos digitales sobre la base del qué diseñar y la optimación estratégica de marketing junto con la comercialización (Turespaña.es).

6.2. La certificación de calidad de turismo deportivo *SportToury*

El deporte español se ha convertido en un atractivo turístico que, poco a poco, empieza a tomar forma y adquiere un papel muy importante en nuestra sociedad actual. Las federaciones han decidido dirigirse a todos los extranjeros que visitaron España en el año 2016, generando un gran beneficio económico para nuestro país. Agradeciendo esta causa, se pone en marcha el lanzamiento del nuevo sello de calidad hotelero *SportToury*.

Turespaña facilitó los datos estadísticos durante el año 2016, asegurando que 75 millones de turistas internacionales visitaron España, motivados plenamente por la práctica deportiva. Esta cifra de turistas gastó una media de 110 euros al día, durante una estancia media de 11 días, con un gasto medio por persona de un total de 1.177 euros, lo que supone un gasto acumulado de 11.901,8 millones de euros. (Tourespaña, 2016).

Entre algunos deportes, se pueden destacar los deportes náuticos que contaron con 2.5 millones de turistas en el año 2015, el golf que recibió más de un millón de turistas, el deporte de aventura que obtuvo 560.000 visitantes o el esquí que supuso un reclamo de 175.000 visitantes. Todas estas cifras de turistas son las que el turismo deportivo arrastra a nuestro país (Marca, 2017).

Muchos alojamientos y destinos turísticos encuentran en el deporte un recurso óptimo para la atracción de nuevos clientes, para la fidelización de los existentes y para la realización de actividades paralelas a las del turismo cultural, gastronómico o de negocios.

En la presentación de la Marca de Garantía SportToury en 2017, se da a conocer dicha marca con la intención de ser una herramienta útil de gestión de calidad para aquellos establecimientos y destinos con una especial sensibilidad hacia la práctica deportiva. Favorecer el disfrute de viajar y del deporte es una oportunidad de mercado, siempre desde la perspectiva de la excelencia y la rentabilidad del Turismo Deportivo.

Para ello, *SportToury* audita y valida la adaptación de un alojamiento o destino a las distintas prácticas deportivas que se puedan realizar en él. Así, el objetivo es garantizar productos y servicios ofrecidos por establecimientos hoteleros y destinos turísticos que cumplen los requisitos y condiciones técnicas previamente establecidas. Como decíamos, para cumplir este objetivo, plantean dos medidas:

- Creación de un procedimiento de solicitud, evaluación y auditoría, concesión y seguimiento de la marca de garantía, vinculada a los productos y servicios del turismo deportivo.
- Creación y dinamización de un portal de compra y venta de servicios turísticos vinculados al deporte y a la actividad física. En cada informe de auditoría se reflejan las instalaciones, áreas de actividad y servicios a disposición de los clientes/deportistas, incluyendo un informe de recomendaciones para satisfacer las necesidades de las distintas disciplinas, destacando que muchas de ellas son adaptaciones que no generan costes de inversión para los alojamientos. Así, se identificará a los hoteles especializados en el turismo deportivo, con tres categorías: Basic, Excellent y Premium, con el único objetivo de situar a España como líder de este segmento turístico, generar valor para los establecimientos y mejores condiciones a las federaciones.

El subdirector general de Marketing de Turespaña recuerda que el turismo deportivo es “una herramienta de atracción para España”, donde los visitantes extranjeros suelen practicar deportes náuticos, golf, deportes de aventura o esquí. Una de las cadenas de hoteles que recibió el distintivo *SportToury* es la cadena Ilunion Hotels que cuenta con 26 hoteles repartidos por toda España. El gerente de *SportToury* destacó, el día del otorgamiento como cadena representante de dicha marca de garantía, que: “esta alianza con Ilunion Hotels nos permite posicionarnos aún mejor de cara al mercado hotelero en España, con marcas punteras que ya colaboran con nosotros y que apuestan firmemente por nuestro proyecto”, asegurando el gran trabajo realizado por todos los miembros de su equipo para alcanzar ser el único sistema de catalogación en turismo deportivo que existe a nivel mundial (Agenttravel, 2017).

7. A modo de conclusión

El deporte, actualmente, ejerce un gran poder de motivación en las personas a la hora de elegir un destino turístico y, a la vez, es una gran herramienta para promocionar el turismo como

actividad y los diferentes destinos turísticos, para contribuir a su desarrollo y a la generación de riqueza, fortaleciendo su economía e incrementando el empleo.

El turismo deportivo ha crecido y se ha desarrollado mucho en los últimos años, por distintas causas que se han expuesto en apartados anteriores; todas éstas han de ser estudiadas, analizadas y asimiladas.

Gracias a las innovaciones dentro del sector turístico en relación con el deporte, las diferentes actividades, los eventos y los destinos turísticos-deportivos hacen que no sólo exista una relación casual entre el turismo y el deporte, sino que ésta sea cada vez más sólida y productiva. En la actualidad, gracias a los medios de comunicación de masas, este tipo de innovaciones deportivas llegan de manera directa al espectador, causando un gran impacto social y económico en el sector.

A partir de este análisis, se ha comprobado que el deporte ejerce una gran influencia sobre el turismo, ya que cada una de las actividades deportivas ofrecidas generan al receptor un especial interés que lo motivan a viajar, ya sea para practicar estas actividades o para contemplar el evento deportivo en cuestión, visitando, por ende, el destino donde se celebra.

Se ha podido comprobar que la actividad deportiva, poco a poco, va convirtiéndose en una gran herramienta para fomentar una imagen positiva de un destino turístico en particular.

De manera similar, se puede argumentar que los atractivos de un destino atraen a los representantes de marcas y eventos, posibles patrocinadores que convierten ciudades, regiones o países en sedes para eventos de gran relevancia dentro del deporte. En este sentido, también las oficinas de turismo juegan un papel muy importante para este fin, ya que son las encargadas de la promoción de los diferentes destinos y eventos deportivos.

La publicidad, la prensa y otros medios de comunicación, a través de determinadas estrategias, se convierten en herramientas imprescindibles para promocionar los destinos turísticos deportivos. Con la revisión realizada a través de la literatura existente y a través de los datos estadísticos del INE y de otras fuentes, se puede comprobar que una adecuada gestión del turismo deportivo cuenta con el potencial de producir un gran impacto económico, que, digamos, aún se encuentra en vías de desarrollo.

Uno de los factores que, hoy en día, caracterizan al turismo deportivo es la innovación. Las campañas de publicidad y marketing relacionadas con el turismo en general están logrando resultados de aceptación de este tipo de turismo, nunca vistos anteriormente.

Por todo ello, aseveramos que el turismo deportivo está mostrando alcanzar un valor y potencial muy notorio a nivel mundial, ofreciendo una gran dimensión de oportunidades de cara al futuro, tanto para las personas ya sean practicantes o espectadores de deportes) como para los destinos donde se practican este tipo de actividades deportivas o se celebran los eventos deportivos de mayor impacto.

Referencias bibliográficas

- Berwig, N. (2017). Los orígenes del pádel. Recuperado el 29 de diciembre de 2017, de: <http://www.padelpain.net/portada/me-gusta-el-padel/10658/Los-origenes-del-padel-por-Neki-Berwig>
- Blázquez Manzano, A. (2014). La comercialización del producto “turismo deportivo”. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(2), 46-58.
- De Knop, P. (2012). Deporte para todos y turismo activo. *World Leisure & Recreation*, 32 (3), 30-36. doi: 10.1080/10261133.1990.10559120.
- Delphy Neirotti, L. (2003). An Introduction to Sport and Adventure Tourism. In S. Hudson (Ed), *Sport and Adventure Tourism*. Binghamton: The Haworth Hospitality Press.

- Diario Hoy (2013, January 16). World Pádel Tour en Cáceres. Recuperado el 16 de noviembre de 2017, de: <http://www.hoy.es/v/20130116/deportes/mas-deporte/world-padel-tour-llegara-20130116.html>
- Diario Marca (2017, May 25). Impacto de número de turistas recibidos en España. Retrived from: <http://www.marca.com/otros-deportes/2017/05/25/5926e321ca474199748b4576.html>
- Gammon, S., Robinson, T. (1997). Sport and Tourism: a conceptual framework, *Journal of Sport & Tourism*, 4(3), 21-26.
- García Ferrando, M., Lagardera Otero, F., Puig i Barata, N. (2009). *Sociología del Deporte*. Madrid: Alianza Editorial
- Gibson, H.J. (2003). Sport tourism: An introduction to the special issue. *Journal of Sport Management*, 17, 205-213.
- Granero Gallegos, A. (2007). Las actividades físico-deportivas en la naturaleza y la industria turística, *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, pp. 111-127.
- Hall, C.M. (1992). Adventure, sport and health. *Special Interest Tourism*, 4(2), 141-158.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). Explotación de las Estadísticas Turísticas en el Ámbito Deportivo. Retrived from: <http://www.ine.es/dyngs/IOE/es/listadoIoeActual.htm?def=sector&id=1259926260450>
- Jiménez Naranjo, H. V. (2015). Análisis del impacto socioeconómico de los eventos deportivos. Tesis Doctoral. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Extremadura. Cáceres. España.
- Keller, P. (Ed) (2001). *Turismo y deporte, Informe introductorio*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Kurtzman, J., Zauhar, J. (1997). A wave in time, the sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 5(2), 5-20.
- Latiesa, M., Paniza, J.L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 64(44), 133-149.
- Medina, F. X., Sánchez, R. (2005). Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España, *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 3 (1), 97-107.
- Monsalve, V. (2014). Transcripción de funciones y propósitos de los medios de comunicación masivos". Retrived from: https://prezi.com/0_eeuvglu6mi/funciones-y-propositos-de-los-medios-de-comunicacion-masiva/
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2002). *Sport & Tourism. Introductory Report*.
- Pádel Home (2014, June). World Pádel Tour de Badajoz. Retrived from: <http://padelhome.es/blog/2014/06/resumen-world-padel-tour-badajoz-2014/>
- Pérez Flores, M.A. (2013). Usos y significados del deporte en la España contemporánea. Tesis doctoral. Departamento de Sociología, Universidad de Pablo de Olavide, Sevilla. España.
- Reverte-Masía, J., Plaza-Montero, D. (2011). *Ocio, Deporte y Turismo*. Departamento de Educación Física y Deporte, Universitat de Lleida, Barcelona. España.
- Ruta de La Plata (2017). La Ruta de la Plata se promociona en Londres". Retrived from: http://rutadelaplata.com/sites/default/files/2017-12/NP_171103_RCE_WTM2017.pdf
- Sallent, O. (1991), El deporte y el turismo: un campo fascinante. *Apunts Educacion Fisica y Deportes*, 21, 53-60.
- Secall, E. (1991). El Turismo Deportivo en Andalucía, *Revista de estudios regionales*, 6, 1985/6, 239.
- Sporttourney (2017). Uno de los hoteles que recibe el distintivo SportTourney, la marca de garantía de Turismo Deportivo en España. Retrived from: http://www.agenttravel.es/noticia-027769_Ilunion-Hotels-recibe-el-distintivo-Sporttourney-la-marca-de-garantia-del-turismo-deportivo-en-Espana.html
- Tripadvisor. Ranking de provincias en Extremadura. Retrived the 9th october 2017 from: <https://www.tripadvisor.es/Tourism-g187505-Extremadura-Vacations.html>
- Turespaña (2016). Estadísticas turísticas. Retrived from: <http://estadisticas.tourspain.es/esES/estadisticas/frontur/informesdinamicos/paginas/anual.aspx>
- Turismo deportivo y de aventura (2011). Retrived from: <http://turismodeportivoyaventura.blogspot.com.es/>