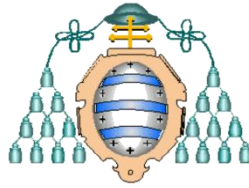


Universidad de Oviedo

Máster en Dirección y Planificación del Turismo
Facultad de Comercio, Turismo y CC Sociales



UNIVERSIDAD DE OVIEDO

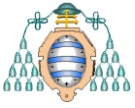
Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

TRABAJO FIN DE MÁSTER

“Turismo Deportivo de Competición en Asturias como motor de desarrollo turístico. Análisis, repercusiones e impactos en el destino.”

AUTOR: Sandra Fernández Fernández
TUTOR: José Francisco Baños Pino

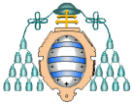
Gijón, 7 de febrero de 2013



Universidad de Oviedo

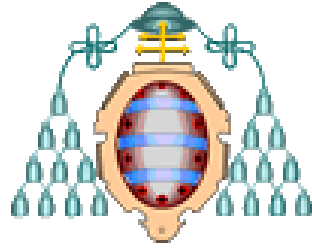
Máster en Dirección y Planificación del Turismo
Facultad de Comercio, Turismo y CC Sociales

ANEXO



Universidad de Oviedo

Máster en Dirección y Planificación del Turismo
Facultad de Comercio, Turismo y CC Sociales



Universidad de Oviedo

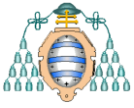
Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**“TURISMO DEPORTIVO DE COMPETICIÓN EN
ASTURIAS COMO MOTOR DE DESARROLLO
TURÍSTICO. ANÁLISIS, REPERCUSIONES E
IMPACTOS EN EL DESTINO.”**

Autor: Sandra Fernández Fernández

Tutor: José Francisco Baños Pino



Febrero de 2013

AUTORIZACIÓN

D./Dña. José Francisco Baños Pino, tutor del Trabajo Fin de Máster realizado por D./Dña Sandra Fernández Fernández, estudiante en el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Oviedo, **AUTORIZA** la presentación y defensa del presente Trabajo Fin de Máster.

Gijón, 7 de febrero de 2013

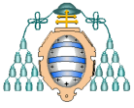
Firma del tutor

DECLARACIÓN

D./Dña Sandra Fernández Fernández **DECLARA** que es el autor del presente Trabajo presentado para optar al título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Oviedo, que es un Trabajo original realizado para este fin y que se han detallado todas las fuentes bibliográficas relevantes utilizadas durante su elaboración.

Gijón, 7 de febrero de 2013

Firma del estudiante



ÍNDICE

1 RESUMEN (Español, Inglés)

2 INTRODUCCIÓN/PRESENTACIÓN

2.1 METODOLOGÍA

3 OBJETIVOS PERSEGUIDOS CON LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO

4 DESARROLLO

4.1 ANÁLISIS HISTÓRICO DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL DEPORTIVO

4.2 ANÁLISIS DEL SISTEMA DEPORTIVO ESPAÑOL

4.3 ANÁLISIS EVENTOS DEPORTIVOS EN GIJÓN:

4.3.1 I Y II MEDIA MARATÓN CIUDAD DE GIJÓN 2011-2012 CAMPEONATO MUNDIAL DE DUATLÓN 2011

5 ANÁLISIS DE IMPACTOS ECONÓMICOS DE EVENTOS DEPORTIVOS

5.1 ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y ECONÓMICO GIJÓN

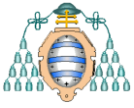
6 BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN EVENTOS DEPORTIVOS

7 REPERCUSIONES EN REDES SOCIALES E INTERNET

8 CONCLUSIONES

9 BIBLIOGRAFÍA

10 ANEXOS

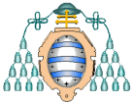


1. RESUMEN (Español, Inglés)

El presente Proyecto Fin de Máster en Dirección y Planificación del Turismo, que lleva por título "Turismo Deportivo de Competición en Asturias como motor de desarrollo turístico. Análisis, repercusiones e impactos en el destino", trata de dar una visión global, siempre desde el marco del deporte en relación con el turismo, de los nuevos escenarios en los que se mueve la sociedad española en la actualidad, las recientes necesidades que van surgiendo en paralelo a los cambios sociales que se producen y la posibilidad de cubrir esas necesidades desde el ámbito turístico.

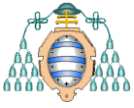
En concreto, se analiza la capacidad de generar impacto económico en Asturias a partir de la organización de eventos deportivos nacionales e internacionales, que concentran una asistencia notable de competidores, mayor que la de público, y que forman parte de un ciclo anual de competiciones deportivas. Además, se hace especial hincapié en las buenas prácticas que debe adoptar la organización del evento para que su repercusión en el ámbito local sea positiva, así como en el efecto que el mismo puede lograr en las redes sociales.

This Final Project Master in Tourism Management and Planning from the University of Oviedo, entitled "Competition Sports Tourism in Asturias as an engine for tourism development. Analysis, implications and impacts on the destination, "try to give a global view, always from the context of sport in relation to tourism, new scenarios in which Spanish society moves today, the new needs that occasion arise social changes that occur, the ability to meet



those needs from the tourism sector and the impact that this adaptation could lead to the destination.

Specifically, we analyze the capacity to generate economic impact in Asturias from the organization of national and international sporting events, which account for a remarkable attendance of competitors, that of the public, and are part of an annual cycle of sports competitions . In addition, special emphasis is placed on good practices to be adopted by the organization of the event so that their impact on the local level is positive, and the effect that it can achieve in social networks.



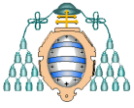
2.INTRODUCCIÓN/PRESENTACIÓN

El presente Proyecto Fin de Máster pretende justificar el efecto positivo del turismo deportivo de competición aplicado a una estrategia turística que se puede adaptar a cualquier tipo de destino, teniendo en cuenta la amplia variedad de especialidades o disciplinas deportivas que ya existen o que van surgiendo.

En particular, el proyecto se referirá a dos especialidades deportivas, la media maratón y el duatlón (combinación de carrera a pie y bicicleta), centradas en la ciudad de Gijón. Ambos deportes mueven a un gran número de aficionados, pues como se irá explicando, esta afición va en aumento dado el incremento en las listas de participación de cada nueva edición. El motivo de escoger Gijón como localidad anfitriona de los eventos se explica tanto por su capacidad de atracción para el turismo, al igual que el resto de la región asturiana, como por disponer de todos los medios para poder llevar a cabo en perfectas condiciones y con profesionalidad la organización de campeonatos deportivos de grandes dimensiones.

En definitiva, con este Proyecto se ha pretendido mostrar que la promoción de eventos deportivos que no suponen una inversión significativa, ni en nuevas instalaciones ni en aspectos organizativos, que atraen a un número elevado de participantes y acompañantes, es un buen complemento para generar atractivos turísticos en la localidad de destino, además de originar efectos económicos directos nada despreciables.

Llegados a este punto, considero oportuno agradecer la información aportada tanto por el Patronato Deportivo de Gijón como por la Sociedad Mixta de Turismo, ya que me han facilitado la información pertinente para poder



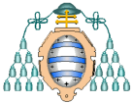
realizar este estudio.

2.1. METODOLOGÍA

El método de trabajo ha sido la recopilación de datos empíricos sobre diferentes encuestas realizadas, la búsqueda de datos oficiales publicados por entes públicos y la lectura de diversa literatura sobre turismo, economía del deporte y sociología. En definitiva, a partir de este procedimiento se han obtenido los resultados que justifican una relación entre estos campos, a la cual trato de dar defensa con este proyecto.

Para poder obtener dichos resultados, el proyecto se ha estructurado en varios capítulos, además de esta introducción. Así, a la largo del siguiente capítulo se exponen los objetivos específicos del trabajo, estableciendo una relación entre los cambios de hábitos deportivos de la sociedad y la actividad turística. En el tercer capítulo se describe la evolución de principales características que describen el comportamiento social deportivo en España para, a continuación, centrarse en evaluar el impacto económico directo de dos tipos de eventos deportivos en Gijón. Más adelante se ofrecen las recomendaciones necesarias para que la organización de estas competiciones sea medioambientalmente sostenible, a la vez que se comentan sus repercusiones en las redes sociales. Finalmente, en el último capítulo se presentan las principales conclusiones alcanzadas con la elaboración de este proyecto.

3.OBJETIVOS PERSEGUIDOS CON LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO



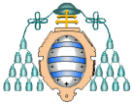
En este apartado se presenta una pequeña reflexión inicial relativa al panorama actual del deporte en España, para así poder poner en perspectiva el análisis sobre el turismo deportivo de competición y comentar su estrecha vinculación con determinados factores motivadores, que se irán explicando conforme vaya avanzando el estudio.

Es reconocida la positiva imagen de la sociedad española con respecto al deporte nacional a nivel de alta competición¹ en relación con otros países, dados los triunfos internacionales de las últimas décadas en los diferentes tipos de disciplinas. Es un aspecto que, sin darnos cuenta prácticamente, llega a afectarnos a nivel personal, todos nos sentimos representados y orgullosos por sus triunfos y por una vez, toda la sociedad española se pone de acuerdo en algo.

A partir de aquí llega el “efecto contagio” y la pregunta que mueve a las personas: “¿y, por qué no...?”. Muchos individuos, animados por esta situación, empiezan a cambiar sus rutinas, sus hábitos y comienzan a “contagiarse” por esa extraña sensación de sentirse partícipes de un logro, ya sea a nivel individual, de grupo, de competición o de iniciación, donde los límites y el nivel de esfuerzo para la obtención de ese logro los establece la propia persona, siendo consciente de que por naturaleza el ser humano tiende siempre a querer conseguir metas cada vez mayores, el afán de superarse tras cada objetivo conseguido es lo que al final acaba enganchando, en este caso, al deporte. La sociedad española ha cambiado sus hábitos, como más adelante se justificará, motivada por diversas causas (entre ellas la situación de prestigio internacional y de madurez que vivimos en el deporte de alto

1

“Según los resultados de la última [encuesta sobre los hábitos deportivos](#) de la población en España, tres de cada cuatro españoles de quince o más años consideran que la posición de España en los [deportes de alta competición](#) es buena o muy buena en relación con otros países “. Fuente: www.informe-espana.es/participa/blogs/posts/24/el-deporte-como-fenomeno-social



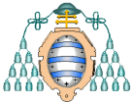
rendimiento nacional), y deberíamos ir haciendo adaptaciones y evolucionar en la misma dirección para poder satisfacer esas nuevas necesidades.

Y es aquí, en este punto, donde se desea iniciar el análisis de este trabajo con una pregunta concreta a la que se tratará de dar respuesta al final del mismo, ¿sería posible un nuevo segmento de mercado dentro del mundo de los eventos, rentable y de fácil alcance para cualquier destino?. En otros términos, ¿es posible un turismo deportivo de competición popular como motor de desarrollo regional o local? Éste será el principal objetivo que se pretende conseguir con el desarrollo de este trabajo, analizar la viabilidad de una gestión de destino valiéndose de un plan estratégico de desarrollo turístico. Más concretamente, se tratará de analizar las posibilidades de la especialización en un turismo deportivo de competición como medio para potenciar los atractivos turísticos del destino.

4.DESARROLLO

4.1. ANÁLISIS HISTÓRICO DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL DEPORTIVO

El deporte es un fenómeno social que viene acompañando a las sociedades contemporáneas desde los inicios de la Revolución Industrial en la Inglaterra de comienzos del siglo XIX. El deporte se fue extendiendo posteriormente a lo largo del siglo XX a casi todo el mundo. Con el paso del siglo XX al siglo XXI y el correspondiente avance de los procesos de globalización, el sistema social del deporte ha ido adquiriendo nuevos rasgos en esta misma línea. Esta transformación ha llevado con cierta frecuencia a la utilización de las manifestaciones más espectaculares de los megaeventos



deportivos, como metáforas del avance del propio fenómeno social de la globalización.

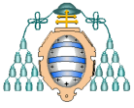
Fuera ya de estos megaeventos deportivos, como son los Juegos Olímpico o las Copas del Mundo, que mueven a masas importantes de espectadores y de cifras de negocio de las industrias de equipamiento y material deportivo, se encuentra la otra cara de la clasificación en lo referente al deporte en sí, el no profesional, el que cada vez un mayor número de gente practica y con un mayor rango de edad, por motivos de entretenimiento, ocio, salud, aventura o turismo².

Así, los dos grandes paradigmas del deporte en las economías globalizadas se están desarrollando como una forma habitual en la vida de las sociedades democráticas modernas, ya que la devoción deportiva lleva intrínseco un ideal ético, una pasión por la igualdad democrática de que gane el mejor por lo que se refiere al deporte de alta competición, y de bienestar personal y salud física por quien practique deporte con mayor e inteligente dedicación. La seducción del logro deportivo, por un lado, y la estética del desafío corporal, por otro, son ya en estos comienzos del siglo XXI componentes centrales del proceso democratizador que con todas sus limitaciones viene desarrollándose en España en las tres últimas décadas.

Una vez establecida la clasificación deportiva que separa aquella que posee miras profesionales o de la *amateur*, así como a sus respectivas metas, la competición en sí misma o el bienestar personal, respectivamente, y sus grandes diferencias en cuanto a mercantilismo, se procederá a explicar de manera sucinta el sistema deportivo español. Para ello se tomarán como referencia recientes estudios empíricos que aportan una nueva puesta en

2

Parte Segunda. El deporte en España. Un enfoque sociológico. Fundación Encuentro. CECS. Informe España 2011.



situación del panorama actual sobre el tema tratado.

4.2. ANÁLISIS DEL SISTEMA DEPORTIVO ESPAÑOL

Este apartado se basa en los datos empíricos obtenidos de la Encuesta sobre hábitos deportivos en España del año 2010³. Dicha encuesta recoge la información obtenida entre los años 1980 y 2010, contemplando y reflejando por tanto, la evolución de la sociedad española al respecto ámbito deportivo.

Así, según los resultados aportados por el estudio, el 25% de la población española de 15 a 64 años practicaba regularmente deporte en 1980, cifra que alcanzó el 40% en 2010. En todo caso, estas cifras revelan que aún estamos 20 puntos por debajo de las los países más desarrollados de la “Europa de los 15”.

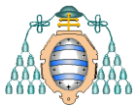
También en este sentido, es necesario aclarar que hay que tener en cuenta la situación de conciliación laboral, familiar y comercial que se vive en España, la cual supone una difícil adaptación por sus 2,3 horas más de jornada laboral semanal que realizamos de media con respecto a estos otros países europeos⁴. Esta consideración supone tener en cuenta un dato más, la intención de práctica deportiva en caso de poder disponer de más tiempo para dedicación al ocio, lo cual supone que, según lo manifestado (aunque estos datos se consideran rotatorios) en 2010 el 64% de los que habían abandonado el deporte lo hubieran practicado anteriormente seis años o más. En el mismo

3

García Ferrando, M. (2006); García Ferrando, M. y Llopis Goig, R. (2011).

4

Estudios de la Comisión Nacional para la Racionalización de los Horarios Españoles: “dificultan grandemente la conciliación equilibrada de las actividades laborales, comerciales y escolares con las ofertas de ocio y entretenimiento, por un lado, y con la vida familiar, por otro.”



sentido, el 40% de ellos estaba muy o bastante seguro de que volvería a practicar deporte cuando las circunstancias laborales y familiares se lo permitieran. Es decir, podríamos estar hablando de un equilibrio a nivel europeo en la práctica deportiva si estos inconvenientes se pudieran solventar, ya que no se refleja la escasez de instalaciones deportivas como inconveniente para su práctica. Lo que sí continúa manteniéndose son las diferencias entre ambos sexos, puesto que las mujeres siguen practicando menos deporte que los hombres (en la encuesta de 2010 alcanza el 49% entre los hombres y el 31% entre las mujeres).

TABLA 1. EVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN CON LA PRÁCTICA DEPORTIVA. EN PORCENTAJE. 1990-2010

	1990	2000	2005	2010
Practica deporte suficientemente	15	16	16	17
Practica deporte, pero no tanto como quisiera	26	20	20	22
Practica deporte por obligación (enfermedad, clases, trabajo, etc.)	–	2	2	1
Ha practicado deporte, pero ya no lo practica	25	27	30	33
Nunca ha practicado deporte, pero le gustaría hacerlo	14	12	11	11
No lo practica ni le gustaría hacerlo	19	24	21	17
No contesta	1	0	0	–
Total	100	100	100	100

Nota: La pregunta es: "Con respecto a la práctica deportiva, se pueden considerar seis grupos de población, ¿con cuál de ellos se identifica Ud. más?"

Fuente: Fundación Encuentro a partir de García Ferrando, M. (1991): *Los españoles y el deporte (1980-1990). Un análisis sociológico*. Ministerio de Educación y Ciencia; CIS (2000): *Estudio 2.397. Los hábitos deportivos de los españoles (II)*; CIS (2005): *Estudio 2.599. Los hábitos deportivos de los españoles (III)*; y CIS (2010): *Estudio 2.833. Hábitos deportivos en España (IV)*.

También dejar constancia de que según los resultados obtenidos, la edad es el mayor indicador que nos muestra la pérdida de práctica deportiva, a medida que aumenta la edad ésta también aumenta como se puede apreciar en la Tabla 2. Los motivos son evidentes, a mayores cargas y/o responsabilidades menor tiempo para poder dedicarlo al entretenimiento, o en este caso al deporte.

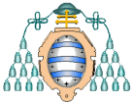


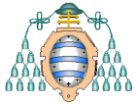
TABLA 2. PERSONAS QUE PRACTICAN AL MENOS UN DEPORTE. EN PORCENTAJE RESPECTO AL TOTAL DE CADA GRUPO 2010

De 15 a 17 años	64 %
De 18 a 24 años	58 %
De 25 a 34 años	54 %
De 35 a 44 años	44 %
De 45 a 54 años	34 %
De 55 a 64 años	30 %
De 65 y más años	19 %

Fuente: Fundación Encuentro

Contrariamente, los grupos de edad en los que se divide la encuesta han tendido que aumentarse en las últimas oleadas con la inclusión del de 65 y más años, respondiendo al incremento de personas de este rango de edad que se han animado a realizar actividades deportivas. Respecto décadas anteriores, obedecería al cambio cultural y social que está llevando a cabo también la tercera edad, al unísono con el resto de población, símbolo de las sociedades democráticas avanzadas, de la nueva perspectiva del deporte y de su práctica, y de un nuevo estilo y forma de vida de la sociedad española.

También se considera el nivel de estudios de la población como variable que puede explicar los índices de práctica deportiva. De acuerdo con ella, parece desprenderse una notable diferencia entre quienes tienen niveles académicos más altos, con un mayor porcentaje de activos, y los que tienen niveles básicos de educación, con un menor número de practicantes. Los resultados de la encuesta relativos a este apartado, para 2010, se resumen en la Tabla 3.

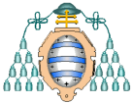
**TABLA 3. PERSONAS QUE PRACTICAN AL MENOS UN DEPORTE. EN PORCENTAJE RESPECTO AL TOTAL DE CADA GRUPO 2010**

SIN ESTUDIOS	11
PRIMARIA	33
SECUNDARIA	48
FORMACIÓN PROFESIONAL	49
UNIVERSITARIOS MEDIOS	56
UNIVERSITARIOS SUPERIORES	59

Fuente: Fundación Encuentro

También, de la encuesta puede inferirse que el lugar de residencia no incide significativamente en la práctica deportiva. En efecto, la población de núcleos metropolitanos, urbanos, semiurbanos y rurales de diferente número de habitantes, muestran valores muy similares entre esta clasificación. Ello significaría que la práctica deportiva de la sociedad española está implantada en todos los núcleos de población en unos márgenes porcentuales similares, es decir, se podría hablar de la referencia estadística que más ejemplifica y pone de manifiesto que se trata de una sociedad altamente deportivizada en su significado sociológico más amplio y riguroso.

En lo que se refiere a la forma en la que se practica deporte, distinguiendo entre deportistas federados o no, la tendencia es el incremento de las personas que practica deporte por su cuenta (75%) y la estabilización del porcentaje de gente perteneciente a un club deportivo (19%). Además la mayoría hace deporte acompañado de amigos (44%), solos (27%) o con compañeros de estudios y trabajo (15%). Con esto podemos darnos cuenta del "efecto contagio" anteriormente comentado, esto es, el porcentaje de gente que practica deporte acompañada, que supone el 59%, esperándose que su



tendencia siga aumentando.

En lo relativo a la frecuencia con la que se practica deporte, más de la mitad (57%) lo realizaba tres veces o más a la semana en 2010, lo que supone 8 puntos de incremento respecto a 2005 y 16 más que en el 2000⁵.

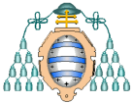
Todo este análisis revela los cambios que poco a poco se van estableciendo en nuestra sociedad y que se consideran convenientes tener en cuenta en lo referente a la oferta turística de un destino, ya que la propia demanda está avanzando en este sentido. Asimismo, los entes gestores deberían ir concienciándose de que se hace necesario cubrir esas nuevas demandas beneficiándose, por ejemplo, de la buena imagen que otorga la organización de eventos deportivos. Se debe coincidir en este sentido que aún queda mucho por avanzar, pero hasta el momento la evolución y la tendencia de este tipo de actividades es creciente.

4.3. ANÁLISIS DE EVENTOS DEPORTIVOS EN GIJÓN

No sería adecuado presentar este tipo de trabajo sin analizar lo sucedido tras la organización de algunos campeonatos deportivos en un destino. El presente Proyecto Fin de Máster, como ya se ha mencionado, se centrará a la ciudad de Gijón para comentar dos tipos de eventos diferentes e intentar explicar lo que han supuesto para el municipio, tanto a nivel económico para las empresas privadas, como a nivel de promoción de destino para los entes públicos (combinación público-privada).

5

Ideal Democrático y Bienestar Social. Encuesta de hábitos deportivos en España, 2010. Manuel García Ferrando y Ramón Llopis Goig. Universidad de Valencia. Años comparados 2010-2005-2000-1990



Debe dejarse constancia de que se trata de una localidad que goza de la aceptación por parte de sus ciudadanos en lo relativo a la organización de este tipo de eventos, dato a tener muy en cuenta a la hora de intentar establecer éstos en un marco social que no lo comparte positivamente, ya que suponen trastornos para el ciudadano en lo referente a cortes de carretera, disminución de servicios públicos de transporte, etc., y que supondría el rechazo a los mismos perjudicando la imagen de destino, haciendo responsable de este efecto negativo a la organización de los mismos.

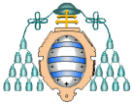
4.3.1. I Y II MEDIA MARATÓN VILLA DE GIJÓN 2011-2012.

Celebrada el pasado 28 de abril de 2012 y organizada por el Patronato Deportivo Municipal, se trata de la segunda edición de la *Media Maratón de Gijón "Villa de Jovellanos"*. Acoge el Campeonato de Asturias de la modalidad, y está integrada en el Calendario Nacional de la Real Federación Española de Atletismo (RFEA).

Para su ejecución se emplearon las instalaciones del Complejo Deportivo de Las Mestas, y se mantuvo el circuito homologado por la RFEA establecido en la primera edición del 2011, por el cual se convirtió en la prueba más rápida del circuito nacional, ya que permite realizar grandes marcas a los deportistas, otorgándole así una distinción dentro del campeonato que nos ocupa. Tanto es así que esta prueba se situó en 2012 como un referente para realizar marcas personales, desbancando a otras Medias Maratones que tenían mucho mayor nivel de participación en su primera edición⁶

6

En Gijón 199 atletas consiguieron bajar de la hora veinte minutos. En la segunda media maratón mejor clasificada fueron 167 los atletas que rebajaron esa marca, y en la tercera solo lo hicieron 48 corredores.



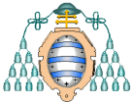
En lo referente a las inscripciones, en 2012 se ampliaron el número de plazas hasta un máximo de 1.800 atletas, las cuales se cubrieron con 1.600 inscritos en la prueba popular y con 200 en la prueba para el Campeonato de Asturias de la modalidad. Mencionar que de estos 1.790 atletas inscritos, 530 provenían de fuera de la región, destacando como principales llegadas Castilla León con 180 corredores, Cantabria con 108 y Galicia con 105. En cuarto lugar estaría Madrid con 74 corredores, cabe destacarlo puesto que es el principal mercado turístico de Asturias. Sus lugares de origen se exponen en la Figura 1.

FIGURA 1- PROCEDENCIA DE LOS INSCRITOS EN LA MEDIA MARATÓN "VILLA DE GIJÓN" 2012.



Fuente: Patronato Deportivo Municipal, 2012

Destacar con esto el impacto a nivel nacional que supone para Gijón y sobre todo, destacar el comportamiento de los asturianos en el incremento de la práctica deportiva de competición y que, dada la proximidad en la región, suelen llevar consigo a algunos de sus familiares/amigos a los eventos en los que compiten, lo cual supone un potencial ingreso secundario en la ciudad.

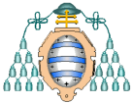


Como en la anterior edición, la organización contó con la colaboración de siete atletas que actuaron como "liebres", que actuaron señalizados para facilitar el ritmo y el tiempo objetivo en el que los atletas querían completar los 21.095 m de la prueba.

A continuación se realizará un análisis sobre el posible impacto económico directo en la ciudad de Gijón atribuible a la Media Maratón de 2012 únicamente, ya que al producirse un incremento en el número de participantes resulta más interesante conocer los datos de esta última edición.

En este caso, el mayor impacto posiblemente no haya sido en alojamiento, puesto que el número de participantes no es muy elevado y además se trata de un evento que permite tan sólo una pernoctación en la ciudad en el mejor de los casos. Aún así, como se aprecia en la figura 1, cerca de 600 atletas proceden de fuera de la región, es decir, el 33,33% de los inscritos se desplazan a Gijón desde otras comunidades con motivo del evento. Y es muy destacable también, el desplazamiento interno de más de 1.200 deportistas asturianos. Ambas cifras son elevadas, lo que demuestra el interés social en estos campeonatos nacionales, pues los deportistas no rechazan un desplazamiento de estas características, de uno o dos días, con tal de aparecer a la lista de "finishers" y sentirse reconfortados por haber conseguido acabar la carrera.

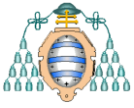
Son datos importantes, dado que han supuesto un incremento de los ingresos de los establecimientos hoteleros en un mes con una demanda baja. Además, ha supuesto la movilización del acompañamiento del deportista (recordemos que en su mayoría, realizan estos desplazamientos acompañados bien por familiares, bien por comités deportivos, etc.), lo que supone un incremento de los datos que manejamos, y que se traduce en un mayor



número de personas solicitando bienes y servicios turísticos complementarios a la competición que la ciudad debe de poder satisfacer (números de plazas hoteleras, garantizar la seguridad, capacidad de respuesta para atender diferentes necesidades turísticas fuera de temporada alta con el mismo nivel de calidad, etc.).

Teniendo en cuenta la evolución positiva de una edición a otra, cabe esperar que ésto tan sólo haya sido el principio y que seguramente vaya cogiendo fama y prestigio dentro del calendario nacional de medias maratones, como ya lo es "*La Ruta de La Reconquista*" en Cangas de Onís, que goza de un nivel elevadísimo en el sentido más amplio posible. Tan sólo hay que darse cuenta de que este año han conseguido realizar la edición número XXV con la misma ilusión, ganas, respeto y nivel de participación que en anteriores ediciones, a pesar de ser un duro recorrido en comparación con el llaneo que caracteriza al trazado de la de Gijón, que se hace dura en otro sentido ya que aquí se busca velocidad y cronómetro más que pendientes importantes.

Por tanto, vemos que de una misma especialidad se pueden obtener diferentes resultados según el terreno en el que estemos planificando la creación de un evento deportivo. Lo cual, da margen al destino para que se establezca en él algo que le pueda beneficiar, pero siempre desde el punto de vista de la opinión local, y de la capacidad de respuesta que pueda ofrecer dicho destino, sin perjudicar en ningún sentido el espacio a invadir temporalmente y trabajando en él desde el respeto hacia sus recursos. Es preciso denotar la importancia de estas características, ya que en parte son las que acompañan al deporte de manera intrínseca, los pilares que sustentan esta, digamos, la filosofía de vida que tan en auge está y que, por efecto arrastre asociativo, afectaría al destino otorgándole esa imagen que lleva asociada el deporte de máximo respeto al rival, compañerismo, cordialidad,



honor, nobleza, esfuerzo, disciplina, etc.

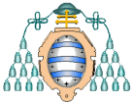
4.3.2. CAMPEONATO MUNDIAL DE DUATLÓN 2011

Considero oportuno comenzar definiendo esta disciplina deportiva, ya que quizás es más desconocida. Se trata de una combinación de dos especialidades configuradas en tres bloques, de manera que consta de un inicio de carrera a pie, una transición a la competición de ciclismo de carretera (en la modalidad de "duatlón cross" sería ciclismo de montaña), y una nueva transición de carrera a pie para llegar a meta. En duatlón, el evento de mayor exigencia física se conoce como el "Powerman" (10 km de carrera a pie, 150 km de ciclismo y otros 30 km de carrera a pie), semejante al "Ironman" en el triatlón. El duatlón puede disputarse tanto en carretera como en montaña.

El Campeonato Mundial de Duatlón de 2011 en Gijón constituyó la edición número 22. Esta competición se celebró en el Complejo Deportivo Las Mestas, entre el 23 y el 25 de Septiembre de 2011, y fue organizada por la Unión Internacional de Triatlón (ITU). La carrera del campeonato incluía 10 km de carrera a pie, 38,4 km de ciclismo en ruta y otros 5 km de carrera a pie.

Los programas de competición estipulados fueron los siguientes:

- Élite Masculino y Femenino
- Sub-23 Masculino y Femenino
- Junior Masculino y Femenino
- Relevé Mixto Elite
- Relevé Mixto Junior

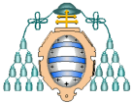


- Para Triatlón Categorías TRI1 a TRI6, Masculino y Femenino
- Grupos de Edad Sprint desde 16-19 hasta 80-84, Masculino y Femenino
- Grupos de Edad Estándar desde 18-19 hasta 80-84, Masculino y Femenino

Estas categorías fueron divididas entre el sábado y domingo de competición correspondiente a los días 24 y 25 de septiembre. Para su perfecto control y ejecución, se contó con dos bloques de 40 personas, uno con el staff de competición y el otro con los Oficiales de las Federaciones Internacional, Española y Asturiana. Con el mismo fin, se planificaron los siguientes campos específicos:

- Seguridad y Voluntariado: *Policía Civil*, que aportó 110 miembros para cada día de competición, más 12 policías para vigilancia y limpieza del recorrido; *Protección Civil*, con 26 y 27 voluntarios para sábado y domingo, respectivamente, más 170 *Voluntarios* registrados a través de la web, gestionados según necesidades personales y de la organización.
- Médico
- Acreditaciones y Accesos
- Cronometraje y Resultados
- Montaje

En lo referente a la programación, destaca el día de inauguración del Campeonato Mundial el viernes 23 por parte del Ayuntamiento de Gijón. Todas las competiciones partían del Complejo Deportivo de Las Mestas (salida, transiciones de disciplinas y meta). La Ceremonia de Entrega de Medallas para los Grupos de Edad fue realizada en el Llagar de Castiello, a diferencia del



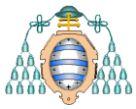
resto de categorías que se realizó en el mismo Complejo de Las Mestas.

El desglose de la participación de atletas para el mundial, tomando como referencia el origen y el sexo, se presenta en el *Anexo 1*. El número de países participantes ascendió a 34, registrándose un total de 1.076 inscritos, de los cuales el grupo masculino lo componían 780 atletas y el femenino 296. A todo esto, deberíamos sumarle los acompañantes de los participantes, ya sean del propio equipo, responsables de federaciones deportivas de cada país, fisioterapeutas, jueces, familiares, prensa internacional y nacional, etc., de los cuales no hay datos oficiales y que también se deberían contabilizar en cuanto a impactos económicos y repercusiones mediáticas promovidas indirectamente por el evento en sí mismo.

Con estos datos podremos ver en el siguiente apartado cómo ha podido incidir en la ciudad de Gijón la organización de este evento internacional, teniendo en cuenta tan sólo el gasto de los participantes, que sería el impacto económico directo por un turismo deportivo de competición.

5. ANÁLISIS DE IMPACTOS ECONÓMICOS DE EVENTOS DEPORTIVOS

Para apoyar la defensa de este proyecto, se hace imprescindible hacer un análisis sobre impactos económicos de los eventos deportivos. Este tipo de estudios permiten concretar si la inversión inicial necesaria para la organización de un evento proporcionará rentabilidad en el área a desarrollarse dicho evento. Teniendo en cuenta no sólo los beneficios directos en cuanto a consumo de bienes finales, sino también el incremento de puestos de trabajo



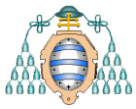
indirectamente creados, que actúan como impulso al consumo de esos bienes finales.

Este tipo de análisis justifica la inversión en instalaciones deportivas y en la organización de eventos deportivos, ya que éstos suponen una oportunidad de negocio (apertura de nuevas empresas) a la vez que la posibilidad de generar beneficios para los órganos públicos locales que se encargan de la promoción y organización de dichos eventos. Tanto organizadores como promotores saben de la importancia que pueden suponer para la comunidad donde se desarrollen, y por eso tratarán de atraer al mayor número posible de personas de fuera de la zona ya que sus gastos generarán valor a nivel local.

En este sentido, se hace necesario aclarar que no todos los eventos deportivos conllevan las mismas repercusiones, por tanto existen clasificaciones para diferenciar el nivel de dicho evento. Según la tipología de Gratton *et al.* (2000) y ampliada con la de Wilson (2006), se puede hacer una clasificación como la que se puede apreciar en la Tabla 4.

TABLA 4. TIPOLOGÍA DE EVENTOS DEPORTIVOS

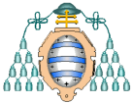
Tipo de eventos	Características generales	Características económicas
Tipo A	Irregulares, especiales y únicos	Menor frecuencia de celebración
	Mayor asistencia de competidores y de espectadores internacionales	Dominantes en términos de desarrollo económico
	Interés mediático	Gran competitividad entre los países y ciudades para ganar su candidatura
Tipo B	Regular	Menor frecuencia de celebración
	Mayor asistencia de espectadores	Dominantes en términos de desarrollo



		económico
	Interés mediático	Poca competitividad entre los países y ciudades para ganar su candidatura
Tipo C1	Irregular o regulares que cambian de sede	Mayor frecuencia de celebración
	Asistencia de espectadores y competidores internacionales	Actividad económica limitada Inciertos en términos de impacto económico
Tipo C2	Regulares	Mayor frecuencia de celebración
	Asistencia de competidores y espectadores internacionales	Actividad económica limitada Inciertos en términos de impacto económico
Tipo D1	Irregular o regulares que cambian de sede	Mayor frecuencia de celebración
	No hay asistencia de espectadores internacionales	Actividad económica limitada Motivos de concesión fuera del ámbito puramente económico
Tipo D2	Regulares	Mayor frecuencia de celebración
	No hay asistencia de espectadores internacionales	Actividad económica limitada Motivos de concesión fuera del ámbito puramente económico
Tipo E	Regulares, irregulares o regulares con cambio de sede	Mayor frecuencia de celebración
	Menor asistencia de competidores y espectadores	Actividad económica muy limitada
	No genera interés en los medios de comunicación	Motivos de concesión fuera del ámbito puramente económico

Fuente: Estudios de Economía Aplicada, 2012: 441-462 □ Vol. 30-2, a partir de Gratton, *et al.* (2000) y Wilson (2006).

Estos siete tipos de eventos basan sus diferencias en cuanto a las características relacionadas con la mayor/menor asistencia de espectadores y/o competidores (se prioriza la importancia del evento al impacto económico), la frecuencia regular e irregular (carácter periódico del evento), el interés



mediático que genera, la mayor o menor frecuencia de celebración del mismo tipo de evento en la zona durante un mismo año, la limitada capacidad de generación de beneficios económicos del evento teniendo su interés en otra característica, o la incertidumbre sobre el posible impacto económico del evento por la dificultad de concretar el interés del público en el mismo.

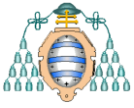
También se hace relevante analizar las características del tipo de evento deportivo en relación con su influencia en el impacto económico, es decir, los factores determinantes de los impactos económicos en los eventos deportivos. Estos factores condicionantes podrían ser el ámbito geográfico (local, regional, nacional, internacional...), la duración del evento, el tipo de participantes (sexo, edad, disciplina deportiva, número...), si son federados o populares, la asistencia de espectadores y su origen, el espacio (abierto o cerrado), las infraestructuras necesarias, la periodicidad y la tipología del evento.

El análisis y conocimiento de estas características facilitan la clasificación del tipo de evento, ayudando a realizar un mejor estudio sobre su impacto económico, y además permitirá conocer de manera más efectiva toda la información relevante que conlleva el evento para poder así beneficiarse de la mejor manera posible de los efectos positivos del mismo para el lugar en el que se organice.

En cuanto a los instrumentos de medición de los impactos económicos de los eventos deportivos, se cuenta con varias metodologías⁷ que son perfectamente compatibles entre ellas, a saber:

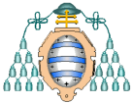
- *Cuenta Satélite*, presenta un enfoque macroeconómico, con un ámbito de aplicación nacional o regional y consisten en un conjunto de tablas

⁷ Texto original. Fuente: *Estudios de Economía Aplicada*, 2012: 441-462 • Vol. 30-2. *Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos*. Autores Ángel Barajas; Jesyca Salgado y Patricio Sánchez.



estadísticas, basadas en la metodología de la Contabilidad Nacional, con capacidad de aportar parámetros e indicadores económicos del campo o actividad económica analizada.

- *Tablas Input-Output*, adoptan un enfoque macroeconómico de ámbito nacional o regional, posibilitando la elaboración de complejos modelos económicos de simulación del impacto bajo diversos escenarios (Pedrosa y Salvador, 2003).
- *Los modelos de equilibrio general computable (EGC)* consisten en una representación realista de la economía, realizada mediante un grupo de ecuaciones que representan la producción, el consumo y el comercio del sector privado, así como las actividades económicas del sector público.
- *Análisis Coste-Beneficio (ACB)* es comparar el beneficio de los eventos deportivos para una región o país, que es el incremento de valor del consumo de la población local, con los costes de los factores de producción que son necesarios para organizar el evento (Késenne, 2005). Permite adoptar una decisión racional, conforme a criterios normativos (eficacia de la asignación) y al principio del coste de oportunidad.
- *Método de Valoración Contingente (MVC)* consiste en observar la reacción de un individuo ante cambios hipotéticos (contingentes) en los precios o cantidades de bienes o servicios. Se trata de encontrar la valoración económica de aquellos bienes o servicios que carecen de mercado a través de la creación de un mercado hipotético (Leal, 2005).
- El *análisis sectorial* permite realizar estudios monográficos de un club, un deporte, un evento deportivo o un problema económico planteado por el deporte (financiación, gestión, fiscalidad,...). Se puede emplear en cualquier ámbito: internacional, nacional, regional o local.

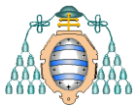


La importancia que están adquiriendo estos eventos deportivos y su repercusión mediática hacen necesario un análisis económico y social sobre los mismos para medir y cuantificar esos efectos positivos que transfieren a la localidad donde se organizan. Aunque se dispone de metodología de aplicación para el estudio de este tipo de medición económica deportiva, la realidad es que los analistas se encuentran con numerosos problemas a la hora de realizar dichos estudios, debido en gran parte al incremento de la industria deportiva (eventos deportivos, infraestructuras deportivas, etc.). Estos inconvenientes relacionados con la metodología del estudio de los impactos económicos de los eventos deportivos, siguiendo la teoría de Pedrosa y Salvador (2003), pueden clasificarse en tres: conceptuales, metodológicos y estadísticos.

En cuanto a los problemas conceptuales, se concreta en la amplitud del análisis del deporte, término con una definición imprecisa, y en datos estadísticos de poca fiabilidad referentes al gasto y a la práctica deportiva. Los problemas estadísticos se basan en que las estadísticas obtenidas a lo largo del tiempo son imprecisas y en su mayoría incompletas. Y en referencia a los problemas metodológicos, la inexistencia de una metodología óptima para este tipo de análisis que permita un mejor conocimiento de la influencia positiva en un área.

Con esto, se puede observar que, aunque es cierto que la competición o práctica deportiva tiene una tendencia al alza, aún no está visto realmente como un instrumento que genere riqueza en la localidad, dada la escasez de estudios estadísticos, económicos y sociológicos.

Para el siguiente apartado, dejaré constancia de que el análisis económico de Gijón sólo se refiere al cálculo del efecto directo, en línea con lo que se suele hacer en los estudios que aplican la metodología input-output.



5.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y ECONÓMICO GIJÓN

En este apartado se tratará de realizar una aproximación cuantitativa de lo que podido significar la organización de estos dos campeonatos deportivos, la media maratón y la duatlón, para la ciudad de Gijón. Para ello se tomará como referencia la Encuesta de Ocupación Hotelera, y se prestará especial atención al origen de los de visitantes y al número de pernoctaciones realizadas durante los años 2010 y 2011.

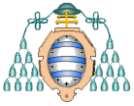
Del total de visitantes (una noche o más) que ha recibido Gijón en 2011 el 92% se ha alojado en establecimientos hoteleros, dentro de los que han elegido el alojamiento colectivo, según información elaborada por el SITA.

TABLA 5. NÚMERO DE VISITANTES EN LA CIUDAD DE GIJÓN, AÑO 2011

GIJÓN		AÑO 2011
TURISTAS	ALOJAMIENTO COLECTIVO	420.039
	ALOJAMIENTO TURÍSTICO PRIVADO	534.595
TOTAL TURISTAS		954.634
EXCURSIONISTAS		409129
TOTAL VISITANTES		1.363.763

Fuente: SITA

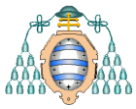
En la Tabla 5 se puede observar que la contratación de alojamientos turísticos privados supera en número al colectivo. Teniendo en cuenta que la mayoría de los desplazamientos que se realizan con motivo a un evento deportivo tiene como principal objetivo la seguridad de llegar a él en tiempo y



sin posibles contratiempos, la mejor opción parece la reserva hotelera en la propia ciudad. De esta manera, la mayor parte del beneficio económico entre los alojamientos de la zona que se pueda obtener durante la realización del evento la recibirán los hoteles de la zona centro de la ciudad y en lugares próximos al enclave de la prueba.

Extrapolando estos porcentajes a los visitantes que acudieron a la ciudad con motivo del pasado Mundial de Duatlón de Gijón, supondría una ocupación del 90% de los hoteles de 4 y 3 estrellas y del resto de categorías, alquiler de bungalows en el Camping de Deva y de pisos en la ciudad. Con esto, el cálculo medio aproximado del gasto sólo en alojamiento por las cuatro noches/duatleta serían de unos 258.240 euros (1.076 duatletas x 4 noches x 60 euros). Ello sin tener en cuenta demás asistentes al evento lo que significaría un incremento aún mayor de los ingresos medios por noche en el mes de septiembre (temporada baja) obtenidos por las estructuras turísticas de alojamiento de la ciudad con motivo a este campeonato. Los ingresos indirectos no han sido analizados, pero podemos hacernos una pequeña idea de lo que supuso en tema de dietas de la gente trasladada y del consumo de bienes y servicios turísticos o no durante estos días. A esto, podemos sumar que la inversión que ha realizado el Ayuntamiento de Gijón en colaboración con otras entidades, ha revertido posteriormente de manera muy positiva, como ya he citado, la promoción gratuita de la ciudad a nivel mundial, promoción que sería inviable para un Ayuntamiento como el de Gijón, en comparación con otras ciudades nacionales.

Otra información destacable es la que aporta la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), que muestra la comparativa de los años 2010-2011, donde podemos comprobar que se producen incrementos notables tanto en visitantes y pernoctaciones de residentes nacionales (6% y 5,4% respectivamente) como de extranjeros, donde el incremento es mucho mayor (17% y 29,2%



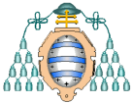
respectivamente). A falta de una encuesta específica para cuantificar los asistentes al evento, se puede presumir que una parte significativa del aumento del número de visitantes (5.499 más) y de pernoctaciones (17.704 más) de personas extranjeras en el año 2011 se traduce por la organización del campeonato mundial antes analizado. Teniendo en cuenta cifras, se contó con una participación nacional de 306 duatletas, el resto son de procedencia extranjera, 770 duatletas extranjeros, lo que supone un 71,56% de inscripción internacional. A parte de éstos, falta por tener en cuenta los datos no registrados del acompañamiento de los deportistas y de prensa internacional, lo cual justificaría aún más la relación entre ambos. La Tabla 6 refleja el número de visitantes y pernoctaciones, diferenciadas por su procedencia y recogiendo la variación anual entre 2010 y 2011.

TABLA 6. COMPARATIVA 2010-2011 REFERENTE A NÚMERO DE PERNOCTACIONES Y VISITANTES SEGÚN ORIGEN NACIONAL O EXTRANJERO

		2010	% variación 10-11	2011
RESIDENTES NACIONALES	VISITANTES	329.386	6,00%	349.047
	PERNOCTACIONES	644.086	5,40%	679.083
EXTRANJEROS	VISITANTES	31.788	17,00%	37.287
	PERNOCTACIONES	60.568	29,20%	78.272
TOTALES	VISITANTES	361.174	7,00%	386.334
	PERNOCTACIONES	704.654	7,50%	757.355

Fuente INE-EOH (datos definitivos 2010, provisionales desde marzo 2011)

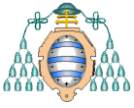
Habiendo realizado una aproximación al cálculo del impacto directo de los dos eventos deportivos sobre la ciudad de Gijón, se considera oportuno completarlo con alguna información estadística sobre el resto de la región asturiana. Así, se presentarán los resultados de encuestas realizadas por el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) que



analizan la evolución del turismo deportivo de competición en Asturias.

Asistir a una competición deportiva como motivo principal de la visita Asturias aparece por primera vez en 2005 consignado en las estadísticas del SITA. A partir de entonces se observa una clara tendencia al alza en dicha motivación, pasando de explicar el 0,2 % de las visitas en 2005 al 1,2 % en 2011. Luego esto reforzaría la importancia que está adquiriendo este segmento de mercado y justificaría, de otra parte, la relevancia del tema de este Proyecto Fin de Máster.

Analizando con más detalle la información que suministra el SITA sobre esta variable explicativa de la visita al Principado, destaca que la mayor parte de los encuestados eran excursionistas de origen interno, es decir, no pernoctaban en el lugar de la competición. Por tanto, se puede inferir que la mayoría de los desplazamientos motivados por competiciones deportivas son de origen regional o de zonas muy cercanas a la Comunidad de Asturias, donde la distancia permite realizar el viaje de ida y vuelta en el mismo día. Según esto, el gasto en alojamiento, restauración y servicios turísticos diversos sería escaso, pero estos visitantes serían potenciales turistas vacacionales dada la alta tasa de repetición de destino que posee el Principado. Este hecho también indicaría que el tipo de competición deportiva más habitual en Asturias tiene una duración máxima de 1 día. Distinguiendo por zona geográfica, la mayor parte de los turistas que utilizan el alojamiento colectivo y que escogen Asturias por una competición deportiva, se concentran en la zona occidental de la región, con un 4,2%, seguida de la zona centro con un 1,1% y finalmente el oriente con un 0,7%. Asimismo, estos datos informan acerca de la localización del mayor número de competiciones deportivas que atraen a este tipo de turistas.



6. BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN EVENTOS DEPORTIVOS

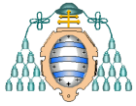
En estos momentos de cambios que vivimos, más aún si cabe, en lo referente al respeto por el medio ambiente y la sostenibilidad de los recursos naturales, se hace necesaria la implicación de todos en esta misma línea. Ya que se va a invadir un espacio (y sea natural o urbano), se debe tener en cuenta que éste va a sufrir posibles daños o modificaciones que repercutirán en el proceso evolutivo del mismo y que podemos evitar dejar este tipo de huella negativa en él con unas buenas prácticas en cuanto a la gestión de eventos deportivos.

Un aspecto importante a tener en cuenta es que para gestionar de manera sostenible un evento deportivo, no es necesario realizar cambios drásticos ni en los métodos de gestión, ni en la estructura organizativa, pero sí que es fundamental tener voluntad de cambiar la mentalidad y la actitud del conjunto de la organización. Para ello se debe crear una cultura deportiva sostenible.

Por otra parte hemos de ser conscientes de que para acometer este cambio de cultura organizativa con garantías de éxito es esencial facilitar información y la formación adecuada al conjunto de la organización, desde el o los responsables del departamento municipal o de la entidad organizadora del evento, hasta los trabajadores y voluntarios que colaboraran en la organización.

En este sentido, se debe tener en cuenta antes del inicio del evento la política sostenible que se quiere otorgar al mismo, que debería aparecer reflejada en la planificación del mismo, en términos de gestión y comunicación principalmente.

Posteriormente, la organización debe valorar si compensará el CO2



aportado con motivo al evento o si intentará conseguir una certificación ambiental ISO 14001 o EMAS, lo cual supone un incremento del coste de evento.

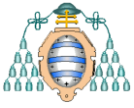
Este tipo de certificación es óptimo para el mundo empresarial, pero en el caso de los eventos deportivos su aplicabilidad puede ser discutible si consideramos eventos deportivos aislados y de presupuesto ajustado. Por un lado, dado el coste que tiene el proceso de certificación –habremos de contemplarlo en el presupuesto-, y además porque la funcionalidad de esta certificación responde a planteamientos de mejora continua, el sentido de este sistema es dudoso en un evento aislado. Por ejemplo en el caso de la Copa del Mundo de Triatlón en Madrid si se da ese carácter periódico o cíclico⁸.

Con la certificación deberemos planificar, ejecutar, comprobar y ajustar o revisar nuestra gestión ambiental de forma permanente y asegurar una “actitud y acción ambiental” cada vez mejor. En este sentido, sería viable usar estas certificaciones aplicadas a las oficinas o instalaciones permanentes de los ayuntamientos, las federaciones y clubes deportivos.

Según la Comisión de Deporte y Medio Ambiente, se deberían seguir las siguientes pautas para la gestión correcta de un eventos deportivo sostenible, a saber:

- Identificar el espacio (accesibilidad)
- Prever y gestionar la asistencia de público
- Dimensionar bien la estructura organizativa necesaria y garantizar la información
- No generar frustración

⁸ Fuente: medioambiente.coe.es “Guía de Buenas Prácticas Ambientales en Eventos Deportivos”.



- Implicar a todos los agentes
- Hacer poco es mucho aunque no lo parezca
- Las medidas deberán reflejarse en el presupuesto
- Evaluar y difundir los resultados
- Incluir buenas prácticas en los dossiers de candidatura de los eventos que solicitamos.

También se establecen los diez ámbitos de aplicación y las acciones que la organización del evento deportivo debe llevar a cabo por su declaración inicial de compromiso medioambiental dentro de su política de gestión sostenible. Estos ámbitos son los que se expresan a continuación, dentro de los cuales se añadirán algunas de las acciones a modo de ejemplo, ya que estos ámbitos los componen 123 acciones que se enuncian en el *Anexo 2, Ámbitos y acciones para Eventos Deportivos*.

1. LA OFICINA VERDE

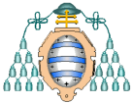
- Consumo de papel
- Material de Oficina

2. POLÍTICA COMPRAS Y CONTRATACIÓN

- Máquinas de oficina: ordenadores, impresoras, fotocopiadoras y fax.
- Priorizar la compra de productos ecológicos, de agricultura ecológica y de comercio justo, para la venta el merchandising y los obsequios.
- Lavandería ecológica

3. LA COMUNICACIÓN

- Reducir el consumo de papel y emplear papel reciclado para la organización y en la promoción publicitaria
- Sensibilizar a los participantes y espectadores a través de los soportes publicitarios
- No olvidar que puede existir una ordenanza municipal que regule la publicidad exterior



4. MOVILIDAD RESPONSABLE

- Negociar con las entidades o empresas propietarias de las competiciones internacionales las cláusulas relativas al transporte
- Organizar unas sesiones formativas de conducción eficiente o ecológica para los conductores de los vehículos de la organización
- Habilitar zonas de aparcamiento temporal en espacios adecuados

5. GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

- Residuos especiales (eventos de motor)
- Instalaciones sanitarias

6. GESTIÓN DEL AGUA

- Calidad del agua

7. CONSUMO ENERGÉTICO

- Proyectos demostrativos de hidrógeno

8. GESTIÓN DEL RUIDO

9. CONCIENCIACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

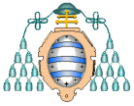
El equipo verde: Ecovoluntarios

- Difundir la memoria ambiental del evento
- Deportistas y Personalidades

10. PROTECCIÓN DE ZONAS FRÁGILES Y ENTORNOS NATURALES

7. REPERCUSIONES EN REDES SOCIALES E INTERNET

Es indiscutible la importancia, influencia e implicación que tienen en nuestras vidas las redes sociales. Una revolución más de nuestra modernizada sociedad, la cual utiliza de manera masiva la red con el objetivo principal de compartir y recibir información sobre sus inquietudes, sobre su vida personal o profesional, etc. Vivimos en la llamada "era de la información o del conocimiento", donde cada vez se hace más importante la recopilación de información, la velocidad de transmisión de la misma, la necesidad de disponer



de mecanismos que nos aporten flexibilidad y adaptabilidad a nuestro ritmo de vida; es decir, necesitamos estar comunicados con los demás de manera constante, cómoda y rápida.

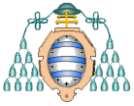
Es destacable cómo las redes sociales desplazan a las comunidades tradicionales como principal soporte de integración social de las personas. Así, para solucionar problemas en los ámbitos de la salud, la vivienda, el cuidado de los niños, las personas recurren y utilizan sus redes micro y macro sociales que les proporcionan apoyo material, emocional, afectivo, informacional, etc.

Entorno a esto, se une la división o clasificación de la sociedad en función a la pertenencia a grupos de personas que comparten sus mismas aficiones, intereses o *hobbies*, que permiten el uso de estas redes sociales. La gente tiende a agruparse y a identificarse con las características y comportamientos de ese grupo al que pertenece. Es decir, la sociedad se segmenta ella misma, lo que en materia de marketing supone una perfecta diferenciación de la demanda, facilitando así la segmentación del mercado al que se quieran dirigir. Así, no es de extrañar el voluminoso número de blogs, perfiles en todas las redes sociales, foros temáticos especializados (abiertos o cerrados), etc., que nos podemos encontrar hoy día.

Lógicamente, también el número de páginas web, foros, perfiles sociales especializados en temática deportiva ha aumentado considerablemente en los últimos años⁹. La necesidad de compartir logros o hazañas deportivas, unida a la necesidad de obtener información y/o compartir conocimientos en referencia

9

En una investigación llevada a cabo en Barcelona por Magrinyá y Puig (2008), se obtiene información sobre 30 espacios en los que se han localizado 62 redes asociadas al deporte y que, en su conjunto, practican 86 actividades distintas.

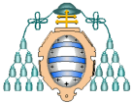


a entrenos, consejos, metodologías, tecnologías aplicables al deporte, materiales y equipamientos deportivos es la causa principal que ha generado este incremento.

En este sentido, los deportistas tienen la necesidad de planificar sus rutinas o entrenamientos para la temporada en función de calendarios deportivos anuales. Este calendario irá en función de sus capacidades y expectativas, pero además se valorará el prestigio, el nivel de exigencia, la organización y su capacidad de respuesta, la calidad del evento, etc., factores que no dependen más que de la propia gestión del mismo.

La comunicación constante permite conocer de primera mano si realmente merece la pena un desplazamiento importante, para plantearse la participación en él. Se tiene muy en cuenta la opinión post-evento de quienes hayan participado directa o indirectamente, lo cual promueve el interés individual y la decisión final de incorporarlo al calendario del año siguiente. Me remito de nuevo al "efecto contagio", ya que es aquí donde mejor se ejemplifica: que haya un gran número de seguidores o de comentarios de ese evento concreto en las redes sociales hace que su categoría y fama aumente entre las demás competiciones y se decida a inscribirse.

Por poner un ejemplo, hay numerosas carreras de ciclismo de montaña o carretera a lo largo del calendario nacional, pero si un evento en concreto ha tenido mayor repercusión mediática porque lo ha sabido gestionar sin necesidad de grandes inversiones, los participantes han quedado muy satisfechos con la carrera y además ésta es de un nivel de exigencia física elevada, tendrá una nueva edición con mucha mayor participación de ciclistas, de medios que lo retransmitan y de apoyos de patrocinadores. Mencionar en

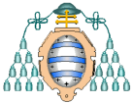


este sentido la fama que han conseguido por sí mismas las carreras de la "Titan Desert" de BTT (mountain bike), con 413 inscritos en 2012, y la "XXII Quebrantahuesos" de ruta (carretera), con 9.211 inscritos. Ambas han conseguido este año, por méritos propios, el reconocimiento de la dureza y calidad de los eventos, y su seguimiento y retransmisión a través de reportajes de alta calidad por parte de Rtve para su canal Teledporte. Éstos permiten una carta de presentación del territorio y del entorno del evento inmejorable, promocionándola de la mejor manera para seguir incitando a nuevos deportistas para próximas ediciones.

8. CONCLUSIONES

Con este proyecto se pretendía poner en situación una realidad en la cual posiblemente pocos hemos reparado o visto en ella una oportunidad de captación de turismo y, por tanto, de motor de desarrollo dentro de la gestión de un destino turístico, como es la organización de eventos deportivos de competición semiprofesional, desde el nivel aficionado a élite.

Más concretamente, se defiende que adaptar a la estrategia de la gestión turística de un territorio un calendario anual de competiciones deportivas de esas características, puede suponer para el destino una inyección económica importante. Ayudaría además a evitar, en cierta medida, la estacionalidad de una demanda turística concentrada en los meses estivales. Daría lugar a una imagen de destino reforzada, conllevaría una campaña de promoción del destino de elevadas magnitudes a coste cero (repercusión mediática en prensa, experiencias vividas por los propios deportistas y visitantes durante el evento publicadas en redes sociales, etc.) y significaría la apertura de nuevas tiendas de material y equipamiento deportivo. Ello sin olvidar la capacidad de

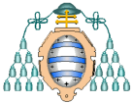


arrastré que esto supondría, ya que se estaría hablando de potenciales turistas que, tras su participación podrían reconsiderar una repetición al destino con motivo vacacional o una ampliación de la estancia durante el período del evento en siguientes fechas del mismo.

Sabiendo que uno de los motivos que está ganando peso en los últimos años para visitar Asturias es el turismo activo o deportivo, ya analizado en 2002 por el SITA, considero que la organización de campeonatos deportivos en la región es una buena opción como motor de desarrollo y de desestacionalización de su demanda turística. Asturias goza de la ventaja de contar con una importante participación interna en este tipo de pruebas, lo que significaría un incremento de la llegada de visitantes en aquella localidad que cuente con un calendario deportivo anual estratégico, movilizándolo entonces tanto al turismo interno como al receptor.

Como también se ha explicado en este Trabajo Fin de Máster, la organización de un evento deportivo de competición deberá ser adaptado a la tipología, recursos, capacidades y opiniones del entramado local, es decir, será el destino quien adapte el tipo de evento del que desea responsabilizarse sin provocar daño alguno a su espacio natural o rural donde éste vaya a realizarse. Para ello debe procurarse llevar a cabo, en la medida de lo posible, el manual de buenas prácticas para eventos deportivos que se ha analizado, pues se considera imprescindible para poder continuar realizando ediciones del mismo evento, al procurar reflejar únicamente impactos positivos en el espacio a ocupar. Con esta internalización en la gestión y planificación del evento, se evitarían posibles inconvenientes que pudiera acarrear para el destino en su conjunto.

Hay zonas en Asturias que cuentan actualmente con una "semiespecialización" en eventos deportivos, que gozan de un buen estado de



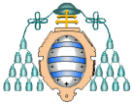
salud, ya que mantienen estables su número de participación, o incluso los superan año tras año, o intentan recuperar sus tradiciones deportivas.

Algunos casos son los campeonatos de natación, de duatlón, de acuatlón y de hípica en Gijón, la citada anteriormente "Ruta de la Reconquista" (media maratón) de Cangas de Onís a Covadonga, el Descenso Internacional del Sella en Arriondas (piragüismo), el Descenso del Navia (piragüismo), el Triatlón de San Esteban de Pravia o el campeonato de Tenis Playa de Luanco.

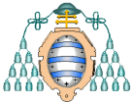
Otro ejemplo destacable sería la modalidad de "geocaching" (búsqueda de "tesoros" mediante utilización de mecanismos de localización vía satélite GPS. Este nuevo fenómeno social se mueve a nivel internacional mediante redes sociales, y suele implicar el desplazamiento de familias enteras en función del calendario de campeonatos. En este caso, el concejo de Nava ya tiene una experiencia positiva que espera repetir en nuevas ediciones.

En otro sentido, Avilés trata de recuperar su tradición de triatlón que perdiera hace 20 años aproximadamente con la captación del SerTRI, un campeonato popular promovido por la Cadena Ser que trata de dar a conocer a la población el triatlón con precios de inscripción populares para motivar la participación, tanto de aficionados como de especialistas de la región en la disciplina. En este caso, la modalidad de triatlón tuvo que ser modificada ya que la ría de Avilés no era practicable para la sección de natación, por lo que se optó por una prueba de duatlón. Muy posiblemente, consiguieron la candidatura porque se aceptó por parte del Ayuntamiento la realización del evento en el mismo Centro Cultural Internacional Óscar Niemeyer, entendemos que para conseguir algo así para un destino éste también debe considerar la adaptación al mismo buscando soluciones a inconvenientes.

En este caso, el evento tuvo que sufrir un cambio de disciplina, (pasar de



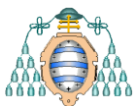
triatlón a duatlón), por lo que se realizaron cambios en cuanto a categorías para mejorar dicho evento. Algunas innovaciones fueron la carreras para niños y el llamado "Duatlón de la Mujer", cuya inscripción serviría para recaudar fondos para la investigación del cáncer de mama. Contaron con una alta participación, posiblemente más de la prevista ya que finalmente fuimos algo más de 200 inscritos para toda la prueba. La organización fue inmejorable al igual que las instalaciones, y el enclave del evento único. Como he mencionado al principio de este trabajo, el efecto "contagio" es característica del deporte, y en este caso puedo confirmar que he sido una de las "contagiadas" y que ya tengo en mente la próxima edición del mismo.



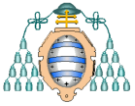
9. BIBLIOGRAFÍA

- *Parte Segunda. El deporte en España. Un enfoque sociológico.* Fundación Encuentro. CECS. Informe España 2011. 10/07/2012
- *Ideal Democrático y Bienestar Social. Encuesta de hábitos deportivos en España, 2010.* Manuel García Ferrando y Ramón Llopis Goig. Universidad de Valencia. 09/07/2012
- Magrinyà, Francesc y Puig, Núria (2008): Las redes sociales deportivas en espacios públicos de Barcelona: cifras y tendencias. Monográfico de *Apunts. Educación Física y deportes (91)*, pp. 35-43.
- *Estudios de Economía Aplicada, 2012: 441-462* □ Vol. 30-2. *Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos.* Autores Ángel Barajas; Jesyca Salgado y Patricio Sánchez. 27/12/12

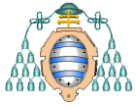
- *Páginas web consultadas:*
 - www.fatriatlon.org 17/07/2012
 - www.informe-espana.es. 12/07/2012
 - medioambiente.coe.es. *Manual de Buenas Prácticas Para Eventos Deportivos.* Comité de Deporte y Medio Ambiente. 16/07/2012
 - www.quebrantahuesos.com. 17/07/2012
 - www.sita.org. 12/07/2012
 - www.titandesert.com. 17/07/2012

**10. ANEXOS*****ANEXO 1. LISTA INSCRITOS AL MUNDIAL DE DUATLÓN DE GIJÓN 2011,
SEGÚN PAÍS DE ORIGEN Y SEXO***

ORIGEN	Total	Total	Total atletas
	M	F	
ARG	5	0	5
AUS	12	3	15
AUT	8	0	8
BEL	8	3	11
BER	1	0	1
BRA	20	2	22
CAN	32	18	50
COL	4	1	5
CRC	3	0	3
CZE	1	0	1
DEN	1	0	1
ESP	253	53	306
EST	2	1	3
FIN	2	0	2
FRA	22	6	28
GBR	152	58	210
GER	17	5	22
IRL	7	4	11
ITA	15	6	21
JPN	13	9	22
MAS	1	0	1

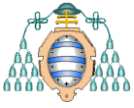


MEX	9	1	10
NED	4	3	7
NZL	6	7	13
POL	2	2	4
POR	21	2	23
ROU	1	0	1
RSA	34	21	55
RUS	5	3	8
SLO	1	0	1
SUI	1	0	1
UAE	0	2	2
USA	114	84	198
VEN	3	2	5



ANEXO 2. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA EVENTOS DEPORTIVOS. Ámbitos de Actuación y Acciones

- LA OFICINA VERDE
 - Consumo de papel
 - Material de oficina
 - Minimizar los consumos energéticos
 - Iluminación
 - Ofimática
 - Climatización
 - Minimizar el consumo de agua
 - Gestión de los residuos
 - Señalización
- POLÍTICA COMPRAS Y CONTRATACIÓN
 - Papel
 - Material de oficina
 - Máquinas de oficina: ordenadores, impresoras, fotocopiadoras y fax
 - Priorizar la compra de productos ecológicos, de agricultura ecológica y de comercio justo, para la venta el merchandising y los obsequios
 - Máquinas de bebidas y alimentación
 - Alojamiento
 - Lavandería ecológica
- LA COMUNICACIÓN
 - Reducir el consumo de papel y emplear papel reciclado para la organización y en la promoción publicitaria
 - Sensibilizar a los participantes y espectadores a través de los soportes publicitarios
 - Contratar imprentas que dispongan de un sistema de gestión ambiental o de la certificación FSC
 - Contratar empresas publicitarias que desarrollen políticas ambientales correctas
 - No olvidar que puede existir una ordenanza municipal que regule la publicidad exterior
- MOVILIDAD RESPONSABLE
 - Fomentar el uso del transporte público o el acceso a pie o en bicicleta al evento
 - Negociar con las entidades o empresas propietarias de las competiciones internacionales las cláusulas relativas al transporte
 - Organizar unas sesiones formativas de conducción eficiente o ecológica para los conductores de los vehículos de la organización
 - A la hora de contratar empresas de autocares para el transporte de participantes se puede buscar y pedir vehículos que emitan menos gases efecto invernadero (CO₂) y/o menos contaminantes locales (partículas y óxidos de nitrógeno)



- Utilizar coches con tecnologías o combustibles “más amigables con el medio ambiente”: clase A, híbridos, eléctricos, impulsados con biocombustibles, con GLP o con GNC
- Habilitar zonas de aparcamiento temporal en espacios adecuados
- **GESTIÓN DE LOS RESIDUOS**
 - Minimizar los residuos
 - Organizar la gestión de los residuos generados
 - Residuos especiales
 - Instalaciones sanitarias
- **GESTIÓN DEL AGUA**
 - Minimizar el consumo de agua
 - Calidad del agua
- **CONSUMO ENERGÉTICO**
 - Minimizar los consumos energéticos
 - Empleo de generadores
 - Proyectos demostrativos de hidrógeno
- **GESTIÓN DEL RUIDO**
- **CONCIENCIACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL**
 - Formación
 - El equipo verde: ecovoluntarios
 - Ecomensajes
 - Difundir la memoria ambiental del evento
 - Deportistas y personalidades
 - Promoción en las escuelas
- **PROTECCIÓN DE ZONAS FRÁGILES Y ENTORNOS NATURALES**
 - Prevención
 - Autorización de la/las institución/es o persona que gestione o sea propietaria del espacio o espacios por dónde transcurre o se desarrolla la actividad deportiva
 - Seguro de responsabilidad civil del organizador: de los preparativos anteriores a la celebración del evento, de los participantes, del personal organizativo, etc.
 - Seguro “especial” para desperfectos ocasionados en el territorio. Ver si este seguro cubre el deterioro en el terreno o zona en caso de lluvia
 - Instalaciones
 - Instalaciones complementarias
 - Infraestructuras
 - La fecha del evento
 - El ruido