

La influencia del deporte en el turismo

Julián Andrés Jurado Arbeláez

Grado en Turismo

Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa

Tutor: Vicent Guasch Portas

Doy mi consentimiento para que este trabajo pueda ser consultado en acceso abierto y difusión en línea

Índice

1.	Introducción. ¿Qué es el turismo deportivo?	3
1.1	Historia y evolución	3
1.2	Tipos de turismo deportivo	5
1.3	Perfil del turista deportivo	7
1.4	¿Que deportes generan más visitantes?	9
2.	Principales eventos deportivos mundiales	10
2.1	Juegos olímpicos.....	10
2.2	Copa del mundo de fútbol	11
2.3	Super Bowl	12
2.4	Formula 1	13
2.5	UEFA Champions League	15
2.6	Tour de Francia.....	16
2.7	Mundial de motociclismo.....	17
2.8	Grand Slams de tenis	18
3.	Turismo deportivo en España	19
3.1	Principales eventos y actividades en España y su impacto.....	20
4.	El turismo deportivo en Ibiza	21
4.1	¿Qué posibilidades ofrece?.....	21
4.2	Eventos más destacados	22
4.2.1	Ibiza Marathon	22
4.2.2	Vuelta a Ibiza MTB	23
4.2.3	Ruta de la sal	24
4.3	Sostenibilidad e impacto.....	24
5.	¿Desestacionalización?.....	25
6.	Conclusiones	26
7.	Bibliografía.....	28

1. Introducción. ¿Qué es el turismo deportivo?

En este trabajo que empiezo a continuación, quiero tratar la importancia que tiene el deporte y la organización de eventos deportivos en el turismo, que impacto tiene en la economía y como esta rama del turismo puede ayudarnos a lograr una desestacionalización o de alargar la temporada estival siempre tan marcada en la economía balear. En el trabajo se tocarán temas tales como la organización de eventos deportivos de talla internacional, su impacto en la industria turística y por supuesto eventos que hayan tenido lugar en Ibiza y los efectos que estos hayan provocado en la economía insular.

En primer lugar, debemos esclarecer que es el turismo deportivo, en torno al cual girará este trabajo. El turismo deportivo es la rama del turismo que hace referencia a los viajes que se realizan fuera del lugar habitual de residencia con el fin de practicar actividades deportivas en instalaciones artificiales o en un ambiente natural, también puede ser para asistir a la celebración de algún evento deportivo. Esta tipología del turismo tiene diferentes tipos que estudiaremos más adelante.

Debemos hacer referencia a quienes son los turistas deportivos, que son aquellos individuos que durante sus vacaciones o que sin llegar a ser su periodo de vacaciones deciden participar en algún evento deportivo que implique el desplazamiento a otra ciudad o país. Los podemos clasificar en dos categorías:

- a) Participantes activos: Son aquellos que se desplazan para participar en un evento deportivo
- b) Participantes pasivos o espectadores: No participan activamente, son meros espectadores.

1.1 Historia y evolución

El turismo como tal nace a mitades del siglo XIX con la fundación de Thomas Cook como primera agencia de viajes del mundo, sentando un precedente. En sus orígenes, el turismo era percibido como un lujo, solo al alcance de las clases más pudientes, con el tiempo hemos visto como el coste se ha ido reduciendo con la llegada de compañías de bajo coste y a la gran cantidad de oferta turística existente. Se podría decir que el turismo deportivo es reciente ya que el primer congreso internacional que se celebró para tratar el turismo deportivo se llevó a cabo en Israel, en el año 1986 por el *International Council for Sport Science and Physical Education*. Durante los años posteriores se

llevaron a cabo reuniones entre los organismos competentes de las principales potencias en materia turística para tratar esta nueva tipología, como por ejemplo los celebrados en Malasia 1993, Estados Unidos 1994 o Australia 1995.

No fue hasta 1999, cuando el Comité Olímpico Internacional, de ahora en adelante COI, y la Organización Mundial del Turismo, a partir de ahora OMT, decidieron crear un acuerdo para mejorar la cooperación entre ambas instituciones. El objetivo era impulsar el desarrollo de la relación entre el turismo y el deporte y aprovechar esa creciente tendencia y su oportunidad de negocio. En el año 2001 se celebró en Barcelona la I Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo. De esta conferencia lo más importante no fue el número de especialistas que se dieron cita, sino en que las dos organizaciones más importantes en cuanto a materia deportiva (COI) y turística (OMT) existente, dotaban al turismo deportivo de una identidad propia Hemos de destacar el importante paso que fue para el crecimiento del turismo deportivo en nuestro país, la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona en el año 1992.

Al igual que el turismo en sus orígenes, la vertiente del turismo deportivo en su nacimiento fue concebido como un estilo de vida de lujo y poco común. A día de hoy y según un estudio realizado por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), el turismo deportivo ha crecido enormemente, concretamente un 41,5% en un periodo de siete años. Según este estudio, las regiones que cuentan con un mayor potencial para continuar creciendo en esta tipología son, las Islas Canarias, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana.

Este aumento de las actividades deportivas y su relación con el turismo está causado por varias razones como lo son un incremento del tiempo libre, un aumento de la renta familiar o la búsqueda de la adrenalina y el riesgo. Se deben desarrollar ciertos criterios que estén encaminados al cuidado del medio ambiente y el entorno de los destinos turísticos deportivos y de aquellos lugares que se pretendan desarrollar como nuevos destinos, dado que, un destino descuidado o en malas condiciones unido a una falta de seguridad, es lo que provoca el escaso crecimiento del sector en dichos lugares.

Los estudios realizados arrojan la conclusión de que el turismo ocasionado directa o indirectamente por el deporte se está incrementando y continuara haciéndolo en el futuro por diversos factores, entre los que destacamos:

- Sociodemográficos: La población mundial cada vez está más envejecida, lo que sumado a la jubilación y el aumento del tiempo libre, hará que este tiempo libre se pueda dedicar a actividades ocio-deportivas.
- Económicas: La existencia de compañías de bajo coste, de metabuscadores y de un enorme abanico de oferta, hace que se

reduzcan los costes y que las comunicaciones sean más efectivas para hacer viajes con finalidad deportiva.

- Sociales: Cada día existe un mayor número de parejas sin hijos o de familias menos numerosas, que provocara el surgimiento de nuevas necesidades y la posibilidad de destinar más recursos al ocio. También se ha de tener en cuenta el fenómeno del éxodo rural, en donde las zonas rurales se están vaciando y emigrando a las ciudades. Estas zonas urbanas que son los principales focos emisores de un turismo deportivo.

1.2 Tipos de turismo deportivo

Para el desarrollo de este punto nos apoyaremos en el siguiente esquema.



Esta tipología puede ser dividida en dos ramas, el turismo deportivo “pasivo” y el turismo deportivo “activo”, a continuación hablaremos de ambas.

En primer lugar, cuando hablamos de turismo deportivo “pasivo”, lo hacemos para referirnos a aquellos viajes que hacen los aficionados a un deporte en concreto, con la única finalidad de presenciar la celebración de dicho evento en directo. Se trata de un tipo de turismo que está vinculado con la tendencia de “ver deporte” y vivir la emoción del espectáculo “in situ”, sin ningún tipo de participación activa. Se genera normalmente alrededor de competiciones deportivas profesionales aunque también pero en menor medida con competiciones de categoría amateur.

Esta rama pasiva del turismo deportivo, a su vez, se subdivide en el turismo deportivo nostálgico. En esta subrama, los turistas están motivados a viajar para visitar estadios, museos deportivos o salones de la fama de grandes estrellas.

En segundo lugar, el turismo deportivo activo, son aquellos viajes que los turistas realizan para la práctica de actividades deportivas de forma activa en un entorno diferente al habitual. Estos viajes se pueden realizar exclusivamente para la práctica de dicha actividad o de forma puntual o como complemento a unas vacaciones estándares, es decir, la práctica del deporte no es la motivación principal del viaje.

A continuación mencionaremos algunas de las actividades que se englobarían dentro del turismo deportivo, como el montañismo, el ciclismo de montaña, buceo deportivo, el windsurf o el kayak.

Estos deportes dependerán obviamente de las características naturales que su área les permita, dado que no se podrá practicar ciclismo de alta montaña si en la región no existen montañas.

Esta vertiente del turismo, ha permitido ingresar o afianzarse en el mercado turístico para algunas regiones que anteriormente no se estaban trabajando y que encontraron en esta actividad una gran oportunidad de crecimiento y de riqueza.

Vamos a analizar dos propuestas que califican el turismo deportivo desde un punto de vista restrictivo y otro modelo con una visión más amplia.

En el modelo restrictivo, planteado por *DERRY M., L.JAGO Y LL. FREDLINE (2004)*. Ellos proponen que un turista que realiza una actividad deportiva de forma recreacional no puede ser descrito como turista deportivo, debido a que puede tratarse de un turista de sol y playa o bien de un turista cultural que simplemente realiza deporte de forma complementaria y no como fin único. Según estos autores, para ser catalogado como turista deportivo, se debe cumplir que su motivación clave para realizar el viaje ha de ser para realizar la práctica de un deporte de forma competitiva o para presenciarlo. Las tres características esenciales de este modelo son, la actividad deportiva competitiva, que la motivación del viaje sea meramente deportiva y que esta actividad se celebre en un lugar diferente al habitual de residencia.

En definitiva, en este modelo el turista debe presentar una clara intención de competir para ser incluido dentro de la categoría de turismo deportivo. Tiene la ventaja de que muestra un segmento del mercado muy marcado y relativamente fácil de analizar para las organizaciones competentes.

En el modelo desarrollado por *KURTZMAN, J. Y J. ZAUHAR (1997)*, se entiende el turismo deportivo como todas las actividades realizadas fuera del

lugar habitual de residencia, pero a diferencia del modelo anterior, no solo se tienen en cuenta las razones competitivas, sino también las motivaciones recreacionales. Las principales características de este modelo son, el desplazamiento a un lugar diferente del habitual de residencia, la finalidad del viaje es de ocio pero relacionado con alguna actividad deportiva, se puede practicar el deporte de forma activa o solamente como espectadores y pueden existir o no fines competitivos.

Los dos modelos expuestos se encuentran en extremos diferentes. El principal inconveniente que presenta el modelo abierto es que carece de limitaciones y debido a su amplitud, existen demasiadas actividades que podrían ser catalogadas como deportivas y por ello ser susceptibles de clasificarse dentro del turismo deportivo.

1.3 Perfil del turista deportivo

El perfil predominante del turista deportivo es mayoritariamente de un hombre, en un rango de edad comprendido entre los 25 y los 45 años, de una clase media-alta o alta y que resida en grandes ciudades. Estos datos se extraen del estudio realizado por FREYER, W. y GROB SVEN (2002), *Tourism and Sport Events, Forschungsinsstitut für Tourismus, Dresden*. En donde los sujetos que se analizaron, la proporción de hombres que practicaban turismo deportivo eran superiores al de mujeres y este foco emisor provenía principalmente de grandes ciudades y de un nivel cultural y económico superior.

La edad es una característica muy importante, dado que las personas muy jóvenes, en su mayoría, no contarán con la capacidad económica suficiente para permitirse unas vacaciones deportivas que no suelen ser de un coste bajo y en el otro extremo, las personas mayores quizás en su mayoría no se encuentren en condiciones de realizar turismo con un fin únicamente deportivo. A raíz de esto, el golf se ha convertido en un deporte de gran popularidad entre las personas “mayores”, ya que no exige un alto grado de exigencia. Por ello, se puede decir que debido al aumento de la población de edad más avanzada, el incremento de la calidad y de la esperanza de vida, las vacaciones deportivas que tendrán un mayor éxito son las que combinen fases de actividad física moderada con periodos de descanso y desconexión.

En la I Conferencia Mundial de Turismo y Deporte, que mencionamos anteriormente, el COI y la OMT, publicaron un informe en donde se destaca la importancia que tiene el deporte a la hora de escoger un destino vacacional. Este estudio se realizó en base a ciudadanos alemanes, franceses y holandeses. Para ello nos apoyaremos en el siguiente cuadro.

Cuadro 1.
Perfil del turista dedicado al deporte

Turista deportivo alemán	Turista deportivo holandés	Turista deportivo francés
Género: masculino (52%)	Género: masculino (58%)	Género: masculino (59%)
Edad: 35-44 años (22%)	Edad: 25-34 años (22%)	Edad: 35-44 años (32%)
Condición Social: Clase alta (55%)	Condición Social: Clase alta (42%)	Condición Social: Clase media (44%)
Residencia: ciudad grande/capital (63%)	Residencia: ciudad grande/capital (59%)	Residencia: ciudad grande/capital (56%)
Tipo de vacaciones: en montaña (43%)	Tipo de vacaciones: en montaña (36%)	Tipo de vacaciones: en montaña (37%)
País de destino: Austria (51%)	País de destino: Austria (26%)	País de destino: España (33%)
Duración: 4-7 noches (45%)	Duración: 7 noches o más (62%)	Duración: 4 o más noches (88%)
Gastos: 250-499 euros (27%)	Gastos: 250-499 euros (37%)	Gastos: 500-749 euros (26%)
Meses: enero-abril (44%)	Meses: mayo-agosto (46%)	Meses: mayo-agosto (51%)
Organización: pre-reserva (75%)	Organización: pre-reserva (70%)	Organización: pre-reserva (83%)
Alojamiento: hotel (58%)	Alojamiento: no hotelero (60%)	Alojamiento: no hotelero (48%)

Fuente: OMT y COI (2003).

Vemos que en los ciudadanos de los tres países es mayoría el porcentaje de hombres, con un rango de edad que va desde los 25 hasta los 44 años, de una clase media-alta en su mayoría. Encontramos que los alemanes y holandeses escogen Austria como destino y los franceses eligen España. Los franceses y holandeses viajan mayoritariamente entre mayo y agosto, solamente los alemanes prefieren viajar entre enero y abril. Los franceses y holandeses son partidarios en un tipo de alojamiento no hotelero, al contrario que los alemanes. Para finalizar, se destaca que los turistas franceses son los que presentan un gasto más elevado.

En el ámbito nacional, existen estudios en base al turismo y el deporte, en donde se concluye que el 56,42% de hoteles españoles ofrecen actividades deportivas, en donde las más practicadas son las actividades náuticas 36,84%, la caminata 31,5%, baile 14,03% y otros deportes un 17,54%.

1.4 ¿Que deportes generan más visitantes?

Es sabido por todos que el deporte es un fenómeno social y cultural que une fronteras, levanta pasiones y moviliza una cantidad ingente de aficionados a distintos eventos deportivos por todo el mundo. Pero cada país es una cultura diferente y por ello, no en todos los países un deporte mueve las mismas pasiones que en otro.

En España, en el conjunto de Europa y América latina, el deporte estrella es el fútbol o también conocido como “el deporte rey”, contando con clubes como el Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona, AC Milán, Bayern de Múnich, Boca Juniors o River Plate, Chelsea, Liverpool o Manchester United, destacar que fue en Inglaterra donde se creó el fútbol. Estos clubes cuentan con estadios de gran capacidad en donde el más pequeño puede albergar cuarenta mil espectadores y el más grande noventa y nueve mil. Esto es una muestra del enorme poder de convocatoria con el que cuentan, además de tener repartidos aficionados no solo en sus países sino alrededor de todo el mundo. Se estima que al menos la mitad de la población mundial es seguidora de este deporte.

Sorprendentemente, nos encontramos con que el Cricket es el segundo deporte con más seguidores en el mundo. Este deporte tiene su principal área de influencia principalmente en Reino Unido, Asia, Australia y en general los países de la Commonwealth.

En tercer lugar, encontramos el hockey, que se puede disputar sobre hielo, patines, pero el que genera más aficionados es el hockey sobre hierba. Cuenta con su principal núcleo de aficionados en Asia, África y Australia.

A continuación encontramos el tenis y el voleibol con una cantidad aproximada de seguidores de mil millones de personas.

Merece la pena mencionar que el tenis de mesa o “ping pong” cuente con una cifra aproximada de casi mil millones de seguidores. Por encima de otros deportes, que a priori, todos consideraríamos que cuentan con más seguidores como lo son el baloncesto, el béisbol o el fútbol americano. Su principal foco de aficionados se encuentra en Europa pero sobretodo en Asia. Mencionar sobre el béisbol y el fútbol americano, que a pesar de tener mayor repercusión en los medios, cuenta con al menos la mitad de seguidores.

Por último, encontramos el baloncesto, el cual fue creado por un profesor de educación física como alternativa al fútbol, por la posibilidad de ser jugado en interiores y una menor probabilidad de lesión. Ha ido adquiriendo una gran popularidad por todo el mundo, con aproximadamente mil millones de seguidores.

2. Principales eventos deportivos mundiales

En este punto analizaremos algunos de los eventos deportivos más destacados y con más repercusión a nivel mundial y cuál es el impacto que tiene en la economía de los países organizadores.

2.1 Juegos olímpicos

Se trata del mayor evento deportivo a nivel mundial, en donde participan atletas de múltiples disciplinas deportivas. Cuentan con más de doscientas naciones participantes. En las últimas olimpiadas celebradas en Rio de Janeiro en 2016 se contó con la participación de 207 países y 11.238 deportistas. Estas cifras han ido en continuo ascenso desde la celebración de la primera edición de este evento, en Atenas en 1896.

Acometer la organización del evento más grande a nivel mundial es un arma de doble filo, en el que puede ser un éxito o un fracaso económico, pondremos el ejemplo de las olimpiadas de Barcelona en 1992 y Atenas en 2004.

Para la ciudad condal supuso una inversión de alrededor de siete mil millones de euros pero se generó un retorno de aproximadamente 18.500 millones, aparte de las ganancias económicas, se consiguió dar a la ciudad una visión global y potenciar el sector turístico, hoy tan importante en la ciudad.

Por su parte, Atenas no consiguió rentabilizar la inversión para la organización de este evento, gran parte de las instalaciones construidas o acondicionadas han quedado abandonadas y ha dejado al país poco más que deudas. Según fuentes del diario ABC, se discute que el coste real de la organización de los juegos olímpicos oscila entre 5.000 y 27.000 millones de euros. Otro dato muy importante es que en el año 2002 el déficit presupuestario de Grecia era del 6% y en 2004 tras la realización de dicho evento alcanzó el 8,8%, estas cifras fueron extraídas del diario Expansión. Esto demuestra que haber sido los organizadores de este evento no trajo al país más que deudas.

Se ha visto en diferentes ediciones que organizarlo supone un gasto muy elevado, en Londres 2012 se presupuestó una inversión de 6.500 y acabó siendo de 19.000 millones de euros, en Rio 2016 se estimaron unos 13.000 millones que pasaron a ser aproximadamente 20.000 millones de dólares y por último para la organización de Tokio 2020 se consideraron destinar unos 6.600 millones de dólares y esa inversión como mínimo se ha duplicado, habrá que esperar que sobrecostes generara el retraso de los juegos olímpicos por un año a causa de la crisis del coronavirus.

Es un hecho innegable, que ser la ciudad que acoja unos juegos olímpicos supone un elevadísimo gasto en acondicionamiento de estructuras deportivas y construcción de nuevas, además del refuerzo en seguridad que se debe hacer. Este aumento de los costes hace que muchas candidaturas den marcha atrás y por ello, en el año 2017, el COI adjudicó las olimpiadas de 2024 a París y 2028 a Los Ángeles, debido a la retirada de diferentes candidaturas por causas financieras. Según estudios de investigadores de la universidad de Oxford, debido a estos sobrecostes, ser ciudad olímpica es uno de los proyectos con más riesgo que puede llevar a cabo una ciudad o país, como consecuencia, un gran número de ciudadanos están en contra de organizar este evento ya que habría que destinar fondos públicos, teniendo en cuenta que existen problemas más graves y urgentes en la sociedad. Para finalizar este apartado, debemos mencionar un estudio de la universidad de Berkeley, en el cual afirman que debido a los efectos del cambio climático en el año 2085 ninguna ciudad del hemisferio norte, excepto Dublín, Belfast, Edimburgo y Glasgow, podrá organizar unas olimpiadas por el aumento de las temperaturas.

2.2 Copa del mundo de fútbol

Es la competición más importante a nivel de selecciones nacionales masculinas y el segundo evento deportivo más importante, solo tras los juegos olímpicos. Se celebra periódicamente cada cuatro años, siendo su primera edición en 1930 y solamente siendo suspendido en 1942 y 1946 a causa de la segunda guerra mundial. A continuación, hablaremos sobre el impacto que tuvo para Rusia la organización del mundial de fútbol 2018.

Para el país organizar este evento supuso un coste aproximado de 12.000 millones de euros, que se destinaron en la construcción o remodelación de estadios, infraestructuras, alojamiento y la modernización del sistema de comunicaciones, el cual era demasiado radial. Se destinaron más de 3.600 millones de euros a los estadios. Se calcula obtener un retorno de la inversión de 26.000 millones en un periodo de diez años, entre 2013 y 2023. De esta inversión, la mitad le corresponde pagarla a la FIFA, que es el máximo responsable de que las instalaciones del país organizador reúnan las exigencias mínimas, una gran suma correspondió a empresas privadas y el estado corrió a cargo de una pequeña parte.

Un evento de estas magnitudes y con la duración de un mes de competición, moviliza a una cantidad ingente de deportistas, equipos técnicos, periodistas y aficionados nacionales e internacionales. Como comentamos anteriormente, Rusia presentaba un sistema de comunicaciones y transporte excesivamente

radial y un gran y positivo impacto que tuvo este mundial, tanto para los visitantes y sobre todo para los residentes. Especial mención merecen las obras públicas que se llevaron a cabo, se construyeron 20 estaciones y paradas de tren, 16 hospitales y 10 obras de canalización de aguas entre otras obras públicas destacas. Se remodelaron 26.000 kilómetros de carreteras, la compra de 622 ambulancias, la mejora del transporte público con la adquisición de 5.700 nuevos vagones de metro y autobuses. Las infraestructuras aeroportuarias también recibieron un lavado de cara y aumentaron su capacidad de flujo de pasajeros. En materia laboral, se crearon 220.000 puestos de trabajo. También merece la pena comentar que, los ciudadanos Rusos o residentes en dicho país, pudieron acceder a entradas denominadas de cuarta categoría, las cuales son cuatro veces más económicas que las más baratas a las que pudieron acceder ciudadanos de otras nacionalidades.

Según declaraciones de la viceprimera ministra rusa, Olga Golodets, más de tres millones de extranjeros visitaron Rusia durante la celebración del mundial, en donde únicamente 800.000 contaban con entradas para los partidos. Se contabilizó que a los partidos asistieron 3,31 millones de personas y los estadios alcanzaron un 99,8% de público. Finalmente, destacar que las previsiones en cuanto a la audiencia se cumplieron, alcanzando los 3.500 millones de telespectadores, lo que supone casi la mitad de la población mundial.

2.3 Super Bowl

Se trata de la final del campeonato de fútbol americano, en donde se enfrentan los campeones de las dos distintas conferencias. Aparte de lo meramente deportivo, la Super Bowl es uno de los eventos deportivos más importantes y más vistos del año en Estados Unidos, con un espectáculo previo al inicio del partido y en el descanso, en donde el espacio publicitario es la más costosa de todo el año. Este espacio publicitario agudiza el ingenio de los publicistas con unos cien millones de televidentes, que pueden ser clientes potenciales. Un anuncio de treinta segundos puede costar cinco millones de dólares.

El evento será transmitido en 180 países y traducido a 25 idiomas. Otro producto estrella de este evento, es la comida, que genera un consumo que supera los 3.000 millones de dólares, donde el gasto principal es en alitas de pollo con un valor superior a los 1.600 millones y en cerveza se consumen aproximadamente 1.300 millones de dólares.

Resulta curioso que un evento que en principio genera tanta riqueza, pueda generar pérdidas de aproximadamente cinco mil millones de dólares. Según la consultora 'Challenger, Gray & Christmas Inc.', durante la semana previa y el día siguiente a la celebración del evento, la productividad laboral disminuye, ya que, son más los trabajadores que se van una hora antes, llegarían tarde a su trabajo o directamente se ausentarían.

2.4 Formula 1

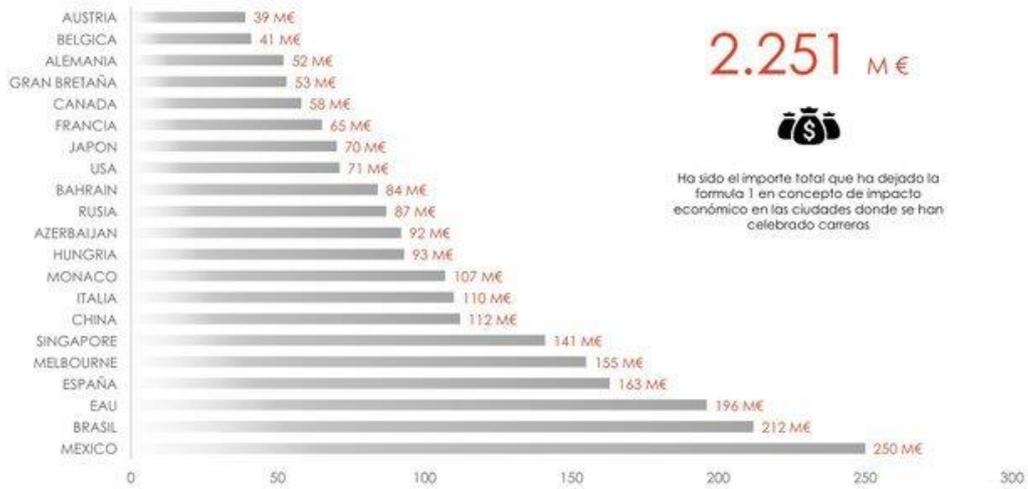
Se trata de la máxima competición automovilística internacional. Es dirigida por la Federación Internacional del Automóvil, de ahora en adelante FIA.

Actualmente consta de 22 grandes premios, en donde uno de ellos se celebra en Montmeló, Catalunya.

El origen de los ingresos de la Formula 1 tiene diversas procedencias, en el año 2012, la principal fuente de ingresos proviene de los canones que pagan los circuitos por formar parte del certamen, con 476 millones de euros, en concepto de derechos televisivos se ingresaron más de 300 millones. También se recibe dinero por parte de merchandising, entradas, sponsors y de los propios equipos. La Fórmula 1 debe pagar a la FIA, como máximo ente del automovilismo, a los promotores y a las escuderías. Según Business Book, el presupuesto en conjunto de todas las escuderías en 2012 fue de 1.413 millones.

Según 'Business-sport.es', el gran premio de España de la temporada pasada tuvo un impacto de 163 millones de euros, solamente superado por México con 250 millones, Brasil con 212 millones y Emiratos Árabes Unidos con 196 millones. En el siguiente cuadro vemos el impacto económico que tuvo cada carrera en el país en que se celebró.

Ranking de GP's de  con mayor impacto económico en la región donde se celebran



El gran premio de España registró la temporada pasada un total de 165.029 asistentes en los tres días de duración del evento, el peor dato de asistencia en veinte años. Como dato de interés mencionar que la afluencia ha descendido como consecuencia de la crisis financiera del 2008, hasta estabilizarse alrededor de los 200.000. Fue en el año 2007, donde se alcanzó la cifra record de asistencia con un total de 354.700 espectadores en el conjunto de los tres días, motivado principalmente por la figura en aquel momento de Fernando Alonso.

En cuanto al impacto ambiental, en el año 2013 se realizó un estudio de la contaminación atmosférica en el circuito Gilles Villeneuve, durante el gran premio de Canadá. El evento se celebra en un circuito urbano, al interior de la ciudad, contando con estaciones de control del aire muy cercanas. Se extrajo la conclusión de que la ciudad Montreal presentaba unos niveles de contaminación más elevados durante las sesiones de entrenamiento y en los fuegos artificiales de celebración que durante la carrera oficial. Por su parte, en el gran premio de España, no se cuenta con datos de la calidad del aire debido a que no hay estaciones de control del aire en las proximidades. En este estudio no se tuvieron en cuenta los efectos colaterales que pueden generar las emisiones de los vehículos privados de las personas que se desplazaron hasta el circuito. En cuanto a la contaminación acústica, la Generalitat de Catalunya no registró que se superara los niveles legalmente permitidos en las últimas ediciones.

2.5 UEFA Champions League

Es la competición de clubes más importante a nivel mundial en donde participan los clubes europeos más prestigiosos, está organizada por la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA). Fue creada en el año 1955, impulsado por el diario deportivo francés *L'Équipe*.

A nivel de audiencias ninguna competición que se celebre anualmente ha conseguido hacerle sombra. En el año 2010, con la final celebrada en el Santiago Bernabéu entre el Inter de Milán y el Bayern Múnich, se produjo el adelantamiento en audiencias a la Super Bowl, con 109 millones de espectadores. Estas cifras no han hecho sino ir en aumento, hasta alcanzar el pico de los 350 millones de espectadores alcanzado en la final de la edición del 2018. Realizando una comparación, el máximo de televidentes alcanzado por la Super Bowl es de 172 millones, poco más de la mitad que el máximo del evento futbolístico. Sin duda, en este gran aumento de los televidentes, ha influido las giras asiáticas y americanas que realizan los equipos europeos durante sus pretemporadas.

La final del torneo en su edición del 2019, se celebró en el estadio Metropolitano de Madrid, esto convirtió la capital de España, en el epicentro del fútbol mundial y causó un potente impacto económico, que analizaremos a continuación.

Se estimó desde la unión empresarial por la promoción turística de Madrid, que este evento dejaría en la ciudad unos ingresos aproximados de 66 millones de euros, que contando con el efecto indirecto, se duplicaría hasta los 120 millones.

Desde Inglaterra llegarían cerca de 70.000 aficionados ingleses para disfrutar el partido o vivir el ambiente de la final con los diferentes eventos organizados, cabe decir, que solo la mitad de ellos contaban con entrada. Por ello, la Asociación Empresarial Hostelera de Madrid (AEHM) estimó una ocupación media del 95%, alcanzando alzas en los precios de hasta 900 euros por noche en los hoteles más cercanos al estadio. Las pensiones y hostales también aumentarían sus tarifas sustancialmente de 50 a 250 euros la noche.

El sector de la restauración también se vio beneficiada, ya que se prevé que se gasten aproximadamente 18 millones de euros en bares y restaurantes, según indicó la Asociación Hostelería Madrid. Según declaraciones del director general de Hostelería de Madrid, se espera un gasto medio de 300 euros por persona.

En cuanto, al sector de transporte, también tuvo un gran impacto, empezando por el aumento de la afluencia de pasajeros que recibió el aeropuerto de

Barajas, se prevén 1.500 vuelos más que en un periodo normal, para un total de 55.000 asientos adicionales. Por consiguiente, se mejoró el dispositivo para atender a estos viajeros, con el aumento del personal de mantenimiento, limpieza, controladores y técnicos aéreos, salas VIP o personal de seguridad entre otros. Por ello, se calcula que en ese fin de semana, se registren 7.278 vuelos y que 1,12 millones de pasajeros pasen por el aeródromo madrileño.

2.6 Tour de Francia

Es el evento ciclista más importante del mundo y el tercer certamen deportivo más seguido, solo por detrás de los juegos olímpicos y del mundial de fútbol. Es televisado en más de 190 países, con una audiencia media anualmente de aproximadamente 3.500 millones de telespectadores. El Tour de Francia pertenece a Amaury Sport Organisation, de ahora en adelante ASO, que también es propietaria de los periódicos *L'Équipe* y *Le Parisien*.

Genera un volumen de ingresos de cerca de 150 millones de euros, repartidos en diversos conceptos como sponsor, derechos televisivos o el canon por acoger una etapa. France Télévision paga 24 millones de euros por transmitir el evento. Se pueden llegar a pagar 100.000 euros por acoger la salida y 60.000 por ser parte del final de una etapa. Anualmente unos 200 municipios luchan para albergar una parte del recorrido del tour.

Varios alcaldes de diferentes municipios aseguran que habían recibido un impacto económico de varios millones de euros, esto fueron estimaciones, pero fue la mancomunidad de Metz, la que sí encargó un estudio sobre el impacto del paso del pelotón por su región. Los resultados de dicho estudio arrojaron que, los hosteleros y general todo el sector servicios obtuvieron unos ingresos de 670.000 euros.

Según el mismo estudio, un 77% de los turistas del municipio en aquella temporada manifestaron que el hecho de que el Tour pasara por ese municipio fue un hecho clava para escoger Metz como destino. El 38% de hosteleros registraron un aumento del 25% en la tasa de ocupación, debido a los 2.300 periodistas encargados de cubrir el evento y a los turistas.

2.7 Mundial de motociclismo

Se trata de la competición de velocidad de motociclismo más importante del mundo, comúnmente también conocida como MotoGP. Se divide en tres categorías, con especificaciones técnicas diferentes. Se rige por las normas de la Federación Internacional de Motociclismo (FIM) y está organizado por Dorna Sports S.L, que es la propietaria de los derechos de explotación. En España contamos con la celebración de cuatro grandes premios, uno de ellos, la carrera final, el gran premio de Valencia, que moviliza a cientos de miles de aficionados al motor al desenlace del campeonato.

Concretamente analizaremos el impacto que tiene el gran premio de España, que se desarrolla en el circuito de Jerez, ubicado en la provincia de Cádiz. Este circuito es considerado como “la catedral del motociclismo” y alcanza unas audiencias de aproximadamente tres millones de personas en España y unos quince millones de televidentes en el conjunto de Francia, Alemania, España y Reino Unido.

Según la consejería de turismo, comercio y deporte de la Junta de Andalucía, en la edición del 2013, acudieron a este evento 219.020 personas, pero se cifra en alrededor de 250.000 personas, los que acudieron a la región atraídos no solo por las carreras en sí, sino por su oferta complementaria, de ocio y el ambiente festivo, ya que este acontecimiento deportivo atrae turistas durante toda la semana y no solo durante los tres días de motor.

Esta edición, supuso un impacto económico en la región de aproximadamente 100 millones de euros, en donde la Junta de Andalucía invirtió 2,7 millones de euros. La ocupación hotelera de la ciudad superó el 98,8% y en el conjunto de la provincia supero el 94% de ocupación, según datos de la consejería de turismo, comercio y deporte.

Esta edición, supuso un impacto económico en la región de aproximadamente 100 millones de euros, en donde la Junta de Andalucía invirtió 2,7 millones de euros. La ocupación hotelera de la ciudad superó el 98,8% y en el conjunto de la provincia supero el 94% de ocupación, según datos de la consejería de turismo, comercio y deporte. Los tipos de alojamiento preferidos fueron, el hotel (34,4%), el camping (27,8%), alquiler de apartamentos (14%), casas de amigos o familiares (12,3%), alojamiento propio (6,4%) y pensiones (3,9%). Se registran unas estancias medias de tres días y el gasto medio diario por turista fue de 84,2 euros, cifra ligeramente superior a la edición del año pasado en donde el gasto medio diario fue de 73 euros.

Según datos de la Junta de Andalucía, los asistentes al evento han sido en su gran mayoría españoles, seguido de británicos e italianos.

La consejería de turismo, comercio y deporte, realizó una encuesta entre los asistentes al gran premio de motociclismo, en donde se obtuvo que, el 97% de los encuestados afirmaron que la principal motivación de su visita a Jerez fue acudir a este evento y más de un 80% volverían a Jerez, tanto por el acontecimiento deportivo, como por las infraestructuras, servicios o trato.

El factor comunicación es muy importante para poder llegar a todos los posibles interesados en acudir a cualquier evento deportivo, lo que influye decisivamente a la hora de escoger el destino. Según fuentes oficiales del circuito, para el gran premio del año 2012 se acreditaron 531 periodistas procedentes de 25 países diferentes.

Para el año 2013, se recogieron una audiencia de casi seis millones de espectadores solo en España y sumando las audiencias de Francia, Reino Unido, Alemania e Italia son aproximadamente quince millones de audiencias, solo en Europa. Estas cifras son una muestra de la importancia que tiene este certamen deportivo para Jerez y sus alrededores, en materia de promoción turística.

También merece la pena destacar que, el circuito no solamente se usa como sede de competiciones de motor, sino que también es usado en diferentes iniciativas, como por ejemplo, el uso de unos terrenos del circuito como ubicación para la creación de un centro tecnológico del motor y que en la ciudad de Jerez se inauguró en el año 2015 un paseo de la fama del motor, al estilo del paseo de la fama de Hollywood, con pilotos leyenda como Giacomo Agostini, Jorge Lorenzo o Ángel Nieto.

En conclusión el gran premio de motociclismo de España, es un evento deportivo de talla internacional que atrae a miles de visitantes, principalmente de España pero también de muchos países, a Jerez que ayuda a impulsar su economía, así como a darle una proyección internacional gracias a su difusión por medios de comunicación masivos, que ha llegado a cambiar la imagen del destino, pasando de ser conocido por ser tierra de vinos, a ser la sede de la “catedral” del motociclismo.

2.8 Grand Slams de tenis

Los diferentes torneo de tenis que se celebran anualmente en el circuito profesional, están organizados por dos organizaciones, en primer lugar la Asociación de Tenistas Profesionales (ATP), y la Federación Internacional de Tenis, que organiza los llamados Grand Slam, que son el nombre que reciben los cuatro torneo más importantes del circuito internacional, son el abierto de Australia, Roland Garros, Wimbledon y el abierto de Estados Unidos.

Concretamente expondremos el caso del abierto de los Estados Unidos, que genera aproximadamente más de 400 millones de dólares de ingresos anuales. La no celebración de este evento, como posiblemente suceda con la edición de este año 2020 por la crisis del coronavirus, puede provocar grandes dificultades para la USTA, que por sus siglas en inglés, es la Asociación de Tenis de Estados Unidos, para mantener el apoyo a las escuelas base y al tenis no profesional para su subsistencia ya que es la principal fuente de financiación para el tenis nacional. Inicialmente se mantendría la fecha prevista de celebración para finales de agosto, a la espera de cómo evoluciona esta

situación, sin embargo existe un plan de contingencia económico de quince millones de dólares para poder continuar financiando estas actividades.

3. Turismo deportivo en España

En nuestro país, la principal industria es la turística. Según datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística, la aportación del turismo al Producto Interior Bruto (PIB) en el año 2008 fue de casi 148.000 millones de euros, lo que supone un 12,3% del total. Este sector lleva varios años al alza, desde el 2013, el aporte del turismo al PIB ha aumentado en 7.636 millones cada año, convirtiéndola en el principal motor y sostén de la economía para la recuperación de la crisis del año 2008. En cuanto al apartado laboral, emplea a 2,62 millones de personas, lo que representa el 12,7% de los ocupados en España, solamente superado por el comercio.

Con el turismo deportivo y de eventos deportivos es una excelente opción para diversificar aún más la oferta turística española para no anclarnos al tradicional modelo de sol y playa. Se estima que en el año 2018 esta rama del turismo, generó alrededor de 2.100 millones de euros, lo que representa un 2,7% del gasto turístico total. Según la Secretaría de Estado de Turismo, de los 82 millones de turistas que recibió España en el 2018, 9,7 millones lo hicieron en busca de prácticas deportivas. Los deportes más buscados por los turistas fueron en este orden, el senderismo, los deportes náuticos y el golf.

Existen ciertas regiones que beneficiadas por sus condiciones, por su relieve o por su clima, atraen a los visitantes de determinados deportes como lo son por ejemplo Asturias, Canarias, Baleares, País Vasco y Cantabria.

En primer lugar, la región que comprende Asturias y Cantabria tiene en sus provincias el Parque Nacional de los Picos de Europa, un gran atractivo para los turistas interesados en el senderismo, la montaña y el contacto con la naturaleza. En concreto, Asturias es la región que más desarrollo turístico en materia de senderismo ha desarrollado, contando con diversas rutas, tanto para los más experimentados como para aquellos que se estén iniciando o simplemente quieran pasear en familia, algunas de ellas son la ruta del naranjo de Bulnes, la ruta del Cares o la ruta de la sierra del Cuera.

En el País Vasco y Cantabria, aprovechan el “boom” que experimenta el surf en nuestro país, atrayendo a turistas que disfrutan del mar pero también lo cuidan, muchos de ellos viajan en busca de las olas que se producen en la playa de Mundaka, que se encuentra dentro de la reserva de la biosfera de Urdaibai, la cual es considerada la mejor ola de Europa. Según información de la diputación foral de Guipúzcoa, solamente en Donostia se recaudan aproximadamente 8,3 millones de euros por los más de 6.500 turistas que reciben cada año. En Cantabria, el surf, les reporta una facturación anual de 12,1 millones de euros y la visita de 38.000 turistas anuales.

Canarias se beneficia de su cálido clima durante todo el año, que permite la práctica de deporte al aire libre, por ello más de 1,1 millones de personas viajaron al archipiélago canario el año pasado para disfrutar del golf, el deporte que más turismo mueve, además que los practicantes de este deporte suelen tener un nivel socio-económico alto, por lo que su gasto medio en destino suele ser elevado. Según el Registro General Turístico de la Comunidad Autónoma Canaria, este tipo de turismo les genera 1.400 millones de euros al año. El golf es el cuarto deporte con más número de licencias federadas en nuestro país, por ello, las Islas Canarias han desarrollado estratégicamente una infraestructura con campos adaptados a los diferentes niveles de golf y que se encuentran próximos entre sí, para facilitar los desplazamientos de los jugadores. Todos estos campos, situados en lugares claves para que el turista pueda disfrutar del juego a la vez que lo hace de los diferentes paisajes y contrastes que ofrece la región.

Todas las regiones cuentan con diferentes características y particularidades, por su parte, las Islas Baleares cuentan con calas escondidas de agua turquesa, paisajes naturales o un clima caluroso en verano y un invierno templado, que permite la navegación prácticamente durante casi todo el año. Según el sector del chárter en España, el archipiélago balear es el más escogido por los turistas como destino de navegación, seguido por Cataluña y la Comunidad Valenciana. Según el mismo informe, más de 360.000 personas visitaron nuestro país principalmente con la intención de practicar actividades náuticas y de navegación, también se recoge que, anualmente aumenta el número de ciudadanos nacionales que en sus vacaciones deciden alquilar una embarcación de recreo, normalmente entre varias personas para dividir el gasto, por ello, desembolsan una media de cien euros al día por persona y día de navegación. Un 60% de las personas que en el verano de 2018 decidieron realizar alquilar un barco para navegar, escogieron Baleares como destino.

3.1 Principales eventos y actividades en España y su impacto

En este sub apartado trataremos algunos de los principales eventos deportivos celebrados en nuestro país, algunos de los cuales probablemente hayamos mencionado en apartados anteriores. Se trataría de un turismo de eventos deportivos, más no de deporte activo en sí. Por ello, se trata de unos turistas que viajan con la mera intención de asistir y presenciar un acontecimiento deportivo, sin ningún tipo de participación activa, tratándose entonces de un turismo pasivo, explicado anteriormente.

Este año 2020 venía cargado de muchos eventos deportivos, celebrados en diversos escenarios, bien sea en circuitos, al aire libre o grandes estadios, sin embargo, la celebración de todas estas pruebas se han visto afectadas por la actual crisis del coronavirus que azota nuestro país y el mundo entero.

El gran premio de España de Fórmula 1, estaba previsto que se celebrara el fin de semana del 10 de Mayo en Montmeló, sin embargo por la actual situación,

este evento se vio obligado a aplazarse, al igual que los grandes premios previos. Las entradas adquiridas por los aficionados continuaran siendo válidas hasta que se pueda celebrar el gran premio y en caso contrario, se devolverá su importe. Según declaraciones de Joan Fontseré, director del circuito de Barcelona, estarían dispuestos a celebrar el gran premio a puerta cerrada sin público, pero sería necesario un cambio en las condiciones contractuales, debido a que no se puede obtener la principal fuente de ingresos, que es la venta de entradas y por ello haría imposible pagar los canones a los organizadores del evento.

El mundial de motociclismo cuenta con cuatro pruebas en nuestro país, dos de ellas, Jerez y Montmeló, se celebran en la primera mitad del año, las cuales han sido aplazadas por la actual emergencia sanitaria, los organizadores ya han previsto la validez de las entradas si se programa una nueva fecha o la devolución si se cancela definitivamente.

4. El turismo deportivo en Ibiza

En el ámbito de Ibiza, son múltiples las posibilidades que nos ofrece su entorno natural principalmente para la práctica de actividades deportivas y en menor medida para la asistencia a eventos deportivos, dada la inexistencia de grandes recintos, estadios o equipos de renombre que atraigan a un gran número de aficionados. Mayoritariamente los atraídos a la isla por el deporte, es para practicarlo y no para ser meros espectadores. La práctica de estas actividades, se realiza normalmente entre los meses de septiembre a abril, en donde las temperaturas son más suaves que las de los meses centrales del verano.

Los ayuntamientos de los distintos municipios de la isla organizan durante el año diversas actividades para disfrutar del entorno y a su vez de concienciar de la importancia de cuidar el medio ambiente, actividades como senderismo, rutas en bicicleta de diferentes niveles para que se puedan unir personas de distintos niveles.

4.1 ¿Qué posibilidades ofrece?

Es por todos sabido que en la economía Balear se soporta una gran estacionalidad marcada por la temporada de verano, unos meses que concentran el esfuerzo de muchas empresas de generar lo suficiente para poder aguantar el invierno. Dicho esto, la principal posibilidad que ofrece esta tipología de turismo, sería contribuir a la desestacionalización de la economía

baleares y sobretodo ibicenca en este caso, ayudando a alargar la temporada. El invierno en la isla presenta unas temperaturas perfectas para practicar deporte, en Diciembre las máximas y mínimas oscilan entre 16º y 9º, en Enero entre 15º y 7º y en Febrero entre 15º y 8º. Contando con unas temperaturas tan templadas y con el entorno natural con el que contamos, sería un escenario ideal para realizar deporte.

En la última edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), se elogió a Ibiza no solo por su ya mundialmente ocio nocturno, sino por el gran nivel de gastronomía a la cual se puede acceder y por su potencial para convertirse también en referente de un turismo deportivo, debido a sus aguas cristalinas que permiten realizar deportes acuáticos como el buceo, surf, paddle surf entre otros, para hacer senderismo o rutas ciclistas.

4.2 Eventos más destacados

A continuación comentaremos algunos de los eventos deportivos más destacados que se celebran en Ibiza como la ruta de la sal, la Ibiza Marathon o la vuelta a Ibiza en mountain MTB y cuál es su impacto para la isla. Estas pruebas que hemos mencionado, junto con la Ibiza Media Maratón, la Vuelta Ciclista a Ibiza Campagnolo, el Ibiza Trail Maratón, el Ibiza Half Triathlon y los 3 días Trail Ibiza, fueron aprobadas por el Consell de Ibiza para ser declaradas como “Pruebas de interés turístico insular”, fueron seleccionados por el Consell en base a la calidad organizativa, el impacto turístico, el impacto económico y social.

4.2.1 Ibiza Marathon

La Ibiza Marathon es una competición de running, en donde participan corredores tanto profesionales como aficionados. Es un evento que se presenta en distintas modalidades, la maratón completa de 42 kilómetros, una carrera por parejas de también 42 kilómetros, una carrera de 12 kilómetros y una versión más reducida llamada Ibiza Kids para los niños.

Nos basaremos en las cifras arrojadas en la edición del año 2019, debido a que la edición del 2020 no se ha podido celebrar por la emergencia sanitaria del COVID-19.

En la edición del 2019, se registraron 2.500 corredores en el conjunto de las distintas pruebas. Según Francisco Larrey, director de la empresa promotora del evento, se trata de una prueba que de un año a otro, han aumentado un

17% el porcentaje de corredores internacionales inscritos, por ello para la edición del 2019, un 79% de los inscritos fueron de gente de fuera de España. Esto habla del efecto multiplicador en materia de comunicación que este evento tiene a nivel mundial, dado que en los tres años que se lleva celebrando la prueba, se ha registrado un alto número de repetidores, que quedaron satisfechos con la forma en la que se celebraba el evento y que posiblemente lo hayan recomendado a familiares o amigos. Según la consultora Auditmedia, esta prueba deportiva tuvo un impacto económico de 3,2 millones de euros, siendo una prueba que se celebra en Abril y contribuye a adelantar el inicio de la temporada de verano, teniendo en cuenta que no solo se desplazan a la isla los corredores, sino organizadores o amigos y familiares que se animan a desplazarse un fin de semana a la isla para el evento y por supuesto para disfrutar de la oferta de ocio, gastronómica y de ocio que ofrece la isla.

4.2.2 Vuelta a Ibiza MTB

La vuelta a Ibiza en Mountain Bike es uno de los principales eventos deportivos que se celebran en la isla. Según un estudio de las profesoras de la Universitat de les Illes Balears (UIB), Margalida Alemany y Maria Antonia García, se estimó que el impacto económico que este evento generó en toda la isla fue de 1.430.000 euros. Del mismo estudio, podemos extraer que, el gasto medio por estancia por cada participante alcanzó los 1.035,76 euros. Su gasto medio diario fue de 235,23 euros, haciendo una comparación frente al gasto medio diario de los turistas en Baleares en el mismo mes que fue de 151 euros. Vemos que los participantes tuvieron un gasto diario mucho más elevado que un turista norma en el mismo periodo de tiempo.

La edad media de los participantes es de 37 años y un 33,5% son repetidores de años anteriores. También se demuestra el alto nivel de satisfacción de los participantes, al obtener la prueba una valoración de 4,562 puntos sobre un total de 5. El estudio concluye que, un 76% de los participantes y que no son residentes en la isla, conocían de la declaración de Ibiza como Patrimonio de la Humanidad y que casi un 50% de los participantes repetirá en futuras ediciones.

Esta prueba es otro importante elemento para dar el pistoletazo de salida a la temporada de verano, ya que se celebra en el mes de Abril y que permite adelantar la apertura de hoteles y restaurantes.

4.2.3 Ruta de la sal

Se trata de una regata marítima muy popular a nivel nacional, que se celebra al igual que las pruebas anteriores en el mes de abril, en un claro intento de contribuir a la desestacionalización de la economía ibicenca.

Este cita náutica tiene su origen en el año 1846, en donde por el bloqueo que sufría Barcelona por los ejércitos carlistas, había una gran escasez de sal, fue ahí donde un empresario tuvo la idea de convocar a los marineros y proponerles de traer sal de las salinas ibicencas a Barcelona, y les pagaría en función del orden de llegada y fueron trece los marineros que se presentaron al desafío

La primera edición fue en el año 1989, con salida desde Port Ginesta y con 36 participantes. La edición del año 1991 fue la primera vez que también se partía desde Denia, se contó con 119 inscritos y posteriormente la cifra de participantes no ha dejado de aumentar hasta alcanzar su máximo histórico, con 300 participantes en el año 2000.

La ruta cuenta con salidas desde tres ciudades diferentes, Barcelona, Denia y Mallorca. En el año 2018, el Consell d'Eivissa encargo un estudio a la Universitat de les Illes Balears sobre el impacto en la isla de diferentes pruebas deportivas, entre ellas la ruta de la sal. El estudio concluyó que el certamen contó con 1.205 integrantes y en el apartado económico, aportó 817.064 euros a la economía insular.

4.3 Sostenibilidad e impacto

Según un informe del observatorio de sostenibilidad de Ibiza, se indica que se aprecia una pérdida de competitividad por el aumento en la llegada de turistas, atraídos principalmente por el entorno natural y las playas. Esta llegada masiva, hace que se degraden más estos entornos y obtengan una peor valoración.

Los encargados del informe Juan Calvo y Marta Pérez, señalaron que la pérdida de competitividad está relacionada con el deterioro ambiental, provocado principalmente por la llegada masiva de turistas, que desde el año 2016, ha aumentado un 4,5% hasta llegar a los 3,2 millones de turistas en el 2018. Los diferentes intentos de desestacionalización que se han llevado a cabo, ha provocado un aumento de los turistas en la temporada baja, pero no porque se haya producido un reparto más equitativo de los turistas entre la temporada alta y baja. Se ha contabilizado un incremento del 21% de turista en la temporada baja, desde los 308.000 registrados en 2016, hasta los 370.000 en 2018. También indicaron que, en las Pitiusas se registran 20 turistas por cada habitante, mientras que la media de Baleares es de 15 turistas por habitante. Señalan que este aumento en la llegada de visitantes, está

relacionado con el aumento de las viviendas de alquiler turístico, que ha pasado de 3.133 plazas en 2012 a 10.502 en 2018, según cifras oficiales, además hay que añadir las plazas ofertadas de forma irregular por portales como AirBnb.

Desde el año 2012, se ha producido un incremento del 15% en la superficie urbanizada, en donde la ciudad de Ibiza y el municipio de Sant Josep han experimentado los mayores incrementos. Esto también está interrelacionado con el aumento de los embotellamientos y congestiones que se producen en las carreteras ibicencas durante los meses de verano, una red vial que no está diseñada para soportar tal incremento en la circulación de vehículos, dado que en Ibiza la gente utiliza principalmente el vehículo privado como medio de transporte.

El informe nos muestra que se ha constatado una disminución de la calidad de las aguas de baño, en donde, nueve de las 49 zonas de baño que fueron objeto de la muestra, han descendido en su clasificación de calidad. Las zonas que muestran un peor saneamiento de las aguas residuales son la bahía de Sant Antoni y la ciudad de Ibiza.

5. ¿Desestacionalización?

Un objetivo muy importante por parte de las diferentes administraciones locales y del sector privado, es conseguir reducir la gran estacionalidad que tenemos en la economía balear e ibicenca. Para conseguirlo se promueve la celebración de diferentes eventos, entre ellos algunos deportivos como los expuestos en el punto anterior. También se ofrecen incentivos para que las empresas puedan beneficiarse de abrir sus negocios en temporada baja

En el caso de Ibiza, estos incentivos consisten en unos descuentos en función del número de días que permanezca abierto un negocio. Aquellos que ejerzan su actividad durante 184 días o seis meses, obtendrán un descuento del 10% en su liquidación y para aquellos establecimientos que abran durante un mínimo de 214 días o siete meses, podrán alcanzar un descuento de hasta el 20% en su liquidación.

Para el resto de islas que conforman el archipiélago balear también se aplican estos descuentos, únicamente variando el número de días que deba abrir un negocio en función de lo catalogado como temporada alta en cada destino.

Se debe tener en cuenta que la isla soporta una grandísima presión durante la temporada veraniega, ya que, en invierno se tiene una población estable de alrededor de 150.000 habitantes y en el verano se soportan más del doble de la población, alcanzando su mayor carga demográfica el 10 de agosto del 2015,

con 375.140 personas, según el Indicador de Presión Humana del Instituto Balear de Estadística (IBESTAT).

Por ello, las diferentes iniciativas por desestacionalizar la economía, chocan principalmente con dos razones.

En primer lugar, como hemos expuesto anteriormente, la presión que soporta el territorio ibicenco, en donde se engloba sus diferentes infraestructuras como puerto, aeropuerto, carreteras, centros de tratamiento de aguas residuales y también su entorno medioambiental, que sería insostenible aguantar esta presión durante todo el año.

En segundo lugar, la mayor parte de la oferta de hostelería y restauración abre en abril y “cierra la persiana” a mediados o finales del mes de octubre, al no existir una oferta suficiente para los turistas y a la reducción de vuelos. Se trataría entonces de un conflicto de intereses, en donde nadie quiere alargar más la temporada porque no van a ganar lo suficiente, en donde el sector privado tendría que remar en la misma dirección y ponerse de acuerdo para alargar su fecha de cierre y poder ofrecer una oferta de ocio y restauración, ya que, si los hoteles se mantienen abiertos pero no existe oferta complementaria de ocio para los turistas, pues no tiene mucho sentido quedarse en un sitio en donde no hay actividades para el entretenimiento. Teniendo en cuenta la llegada del cambio de clima, hecho que innegablemente afecta a nuestro modelo turístico tan enfocado al sol y a la playa. Si se acaba el buen tiempo, se acaba ir a las playas, y si nuestro principal atractivo ya no está disponible, ¿a que dedicarían el tiempo los turistas con la ausencia de una oferta complementaria?

6. Conclusiones

A lo largo de este trabajo, hemos confirmado la gran importancia que tiene la industria turística a nivel global, por ello es el sector económico con más crecimiento, solo por detrás de la industria manufacturera y da empleo a 319 millones de personas en todo el mundo, por lo que, uno de cada diez empleos en el mundo esta generado por la actividad turística. Sin embargo, el turismo deportivo, en el cual nos hemos enfocado, es una tipología que permite a regiones como las Islas Baleares diversificar su modelo turístico tan enfocado al modelo de sol y playa y tan marcado por la estacionalidad de la temporada veraniega.

El turismo deportivo podría ser una excelente herramienta que ayudara a desestacionalizar la economía de nuestra región, ya que, una mayor promoción e implicación por parte de todos los agentes sociales, permitiría prolongar la comúnmente llamada “temporada”. Con la llegada del otoño y el cambio de estación, una gran parte del tejido empresarial dedicado al turismo cierra sus puertas debido a la falta de clientes, eso esta debido a una falta de ofertas de ocio y actividades complementarias y de vuelos que conecten con nuestro archipiélago. Aquí nos encontramos con un problema de fondo, estructural, y

es que el modelo turístico de las islas y sobretodo de Ibiza, lleva muchos años vendiéndose como el paraíso de la playa, la fiesta y el desfase, es por ello que ese tipo de turistas son nuestros principales visitantes y eso no se puede cambiar de la noche a la mañana.

Como hemos comentado previamente, haría falta más apoyo y promoción por parte de las instituciones públicas siguiendo un plan de desestacionalización a largo plazo, así como también de la decisión e inversión de empresarios y promotores de celebrar eventos deportivos en nuestra isla durante la temporada de otoño e invierno, ya que contamos con un clima perfecto para la práctica deportiva y con las plazas hoteleras suficientes para acoger a potenciales deportistas, periodistas, empresarios, familiares o amigos que decidan aprovechar el evento deportivo para pasar unos días de descanso en Ibiza. Se debe decir que, aunque se lograra desestacionalizar la economía ibicenca, es poco probable que fuera suficiente para abrir las más de cien mil plazas de alojamiento que posee la isla, no habría clientes para todos. Aun así, si al menos una cuarta parte de la planta hotelera y demás servicios relacionados como restauración o entretenimiento que se potencian en la temporada de verano, se mantuviera durante el invierno, sería una importantísima inyección para la economía ibicenca.

Otro factor importante, es que la vertiente del turismo deportivo es respetuosa con el medio ambiente y causaría un bajo impacto en nuestro entorno, además de que el turista que tiene principalmente motivaciones deportivas para viajar, presenta un perfil de persona madura, con un nivel socio-económico medio-alto y que esta concienciado con el cambio climático y con el cuidado del medio ambiente.

En mi opinión, el turismo deportivo si es un gran camino que se puede seguir para conseguir desestacionalizar la economía que es el gran objetivo, ya que se reúnen condiciones muy interesantes para el desarrollo de eventos deportivos. En condiciones normales, la temporada veraniega está asegurada con los diferentes atractivos que han consolidado a Ibiza como uno de los destinos más populares a nivel mundial, pero una vez acabe el verano, la gran mayoría de hoteles cierran sus puertas hasta mediados de abril o mayo. Utilizando el deporte como medio de atracción para que la gente viaje a Ibiza durante el otoño e invierno realmente se podría dinamizar la economía ibicenca, pero como expusimos anteriormente, es imprescindible una voluntad por parte del sector público y sobretodo del sector privado, en donde estén dispuestos a alargar la fecha de cierre o adelantar la apertura de sus establecimientos, aunque en un principio no obtengan todo el beneficio que esperen.

Se trataría de un proyecto a largo plazo, en donde, en un futuro, una “temporada” muy larga sea lo normal y en donde a través de la promoción realizada en el resto del mundo, vean que Ibiza también ofrece cosas interesantes en el invierno y más empresas decidan seguir el mismo camino, para poder alcanzar cada vez más, un mayor grado de desestacionalización.

7. Bibliografía

DERRY., L. JAGO Y L. FREDLINE (2004), “Sport tourism or event tourism: are they one and the same”, *Journal of Sport Tourism*, vol. 9, nº3

KURTZMAN, J. Y J. ZAUHAR (1997), “A wave in time, the sport tourism phenomena”, *Journal of Sport Tourism* vol.4, nº2

FREYER, W. y GROB SVEN (2002), *Tourism and Sport Events*, *Forschungsinsstitut für Tourismus, Dresden*.

Margarita Latiesa y José Luis Paniza (2006) “Turistas deportivos, una perspectiva de análisis “

María Teresa Fernández Alles (2014), Universidad de Cádiz, “El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso”

www.turismo.eivissa.es

www.hosteltur.com

www.europapress.com

www.business-sport.es

www.expansion.com

