



GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2015/16

AUTOR: Belén Ferreiro del Campo

**TITULO: Eventos deportivos y Turismo: El caso de "Los 10.000
El Soplao. El Infierno Cántabro"**

**TITLE: Sporting Events and Tourism: The study of "The 10.000
El Soplao. The Cantabrian Hell"**

DIRECTOR: Fermín Trueba Pérez



GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2015/16

Fecha de entrega: 22/Febrero/2016

AUTOR: Belén Ferreiro del Campo

TITULO: Eventos deportivos y Turismo: El caso de "Los 10.000 El Soplao. El Infierno Cántabro"

DIRECTOR: Fermín Trueba Pérez

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a

AGRADECIMIENTOS

Después de finalizar mi trabajo fin de Grado, quiero agradecer, en general, a todo el mundo que me ha apoyado en éste camino, a todos los que han creído en mí y en mi constancia, y también, a todos los que no creyeron en mí, porque me dieron las fuerzas para terminar mi propósito.

Mi primer agradecimiento, nominativo, es a mi director de Proyecto, Fermín Trueba, por el tiempo que me ha dedicado, sus correcciones y sus consejos.

Me gustaría agradecer, a todo el equipo docente que ha participado en mi formación durante mis asignaturas de Adaptación al Grado de Turismo. Su paciencia con los alumnos que por motivos laborales y familiares, no podemos acudir a las clases presenciales, pero que desde la distancia nos arropan con sus consejos y sus palabras.

A mi madre, por todas las enseñanzas de la vida que me ha transmitido, sin ellas no sería lo que soy hoy.

A Fran, mi pareja, por el tiempo que me has regalado para escucharme, animarme y apoyarme.

A mis amigos, por su colaboración y apoyo en este trabajo.

AGRADECIMIENTOS.....	3
RESUMEN-ABSTRACT	6
1 INTRODUCCIÓN.....	8
2 FINALIDAD Y MOTIVOS	9
3 METODOLOGÍA	11
4 TURISMO Y EVENTOS DEPORTIVOS: Conceptos Fundamentales	13
4.1 Ocio y Deporte	13
4.2 Binomio Turismo y Deporte	17
4.3 El Turismo Deportivo.....	20
4.4 El perfil del turista deportivo	23
4.5 Evento y Evento Deportivo	24
4.6 Organización de eventos deportivos	26
4.6.1 Candidatura y campaña previa	26
4.6.2 Modelos de gestión	27
4.6.3 Áreas de trabajo	28
4.6.4 Fase de Ejecución y realización.....	29
4.6.5 La Financiación	30
5 CASO PRÁCTICO. "LOS 10.000 EL SOPLAO. EL INFIERNO CÁNTABRO"	31
5.1 Club Deportivo Elemental Los 10.000 Del Soplao	31
5.2 Reglamentación interna de las pruebas.....	33
5.3 Evolución	35
5.4 Perfil del participante/turista	37
5.5 Efectos turísticos.....	39
5.6 Análisis DAFO	43
5.7 Análisis del cuestionario a los participantes de "Los 10.000 El Soplao"	44
6 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	50
7 REFERENCIAS	54



Si algo bueno te pasa...VIAJA para celebrar. Si algo malo te pasa...VIAJA para olvidar.

Si nada te pasa...VIAJA para que algo te pase.

Anónimo

RESUMEN-ABSTRACT

En los últimos años la alianza entre turismo y deporte ha adquirido mayor relevancia, de esa alianza se ha desarrollado el turismo deportivo y se han aprovechado los eventos deportivos como atractivos turísticos de la zona y una herramienta de comercialización del turismo. Quizás el evento deportivo más célebre y que todos identificamos como "un evento deportivo" son los Juegos Olímpicos, pero otros eventos deportivos se organizan a niveles inferiores y movilizan a multitud de público y participantes con lo que generan un gran impacto turístico-económico en la sede donde se celebra.

La comarca de Saja-Nansa experimenta un boom en su población durante los días que se celebra el evento deportivo "Los 10.000 El Soplo. El Infierno Cantabro". Un evento que puede convertirse en un gran reclamo turístico que mejore la imagen y la promoción de la comarca, y de Cantabria en general. Este trabajo pretende explicar la contribución de los eventos deportivos en el turismo y a su vez analizar el caso de "Los 10.000 El Soplo. El Infierno Cantabro" como un caso de evento deportivo y su vinculación con el turismo.

En definitiva, la promoción de eventos deportivos es un complemento añadido a los recursos naturales, culturales y gastronómicos de la zona, para generar atractivos turísticos de la zona, originando grandes impactos económicos y desarrollando una imagen como reclamo turístico.

Palabras clave: turismo deportivo, evento deportivo, participante, Soplo.

The relationship between tourism and sports has become more relevant recently. That relationship has developed sporting tourism: sporting events have been used as a touristic product and as a tool for touristic marketing. We identify the Olympic Games as the most famous sporting event but there are other lower class sporting events that draw crowds and participants and generate a great touristic and economic impact in the area where they are hosted.

The Saja-Nansa area undergoes an increase in its population during the days when the sporting event known as "The 10.000 El Soplo. The Cantabrian Hell" takes place. This event might bring a touristic marketing that enhances the image and promotion of the area

and of Cantabria too. This paper intends to explore how the sporting events contribute to the tourism of the area and also to analyze "The 10000 El Soplao. The Cantabrian Hell" as an example of sporting event and how it links to tourism.

Finally, the promotion of sporting events adds to the natural, cultural and gastronomic local resources to create touristic products, causing great economic impact and developing an image touristic product.

Key words: sport tourism, sporting event, participant, Soplao



1 INTRODUCCIÓN

Resulta imposible ir por la carretera o pasear por un parque sin darse cuenta de que mucha gente se ha decidido a realizar deporte como un medio para mejorar o mantener su salud. La práctica de deporte ha ganado popularidad en los últimos años, no sólo porque requiere poco equipamiento para comenzar o porque la inversión inicial no tiene por qué ser excesiva, sino porque te permite disfrutar y conocer, de una manera diferente, nuevos lugares que quizás nunca te planteaste conocer.

Las vacaciones son ese periodo del año que te permiten hacer y disfrutar de todo aquello que no puedes hacer por esas jornadas "maratonianas" de trabajo. Muchos conciben éste periodo como un momento único de sol, playa.... pero este concepto ha cambiado en los últimos años. El nuevo viajero no sólo mete en sus maletas el bañador y el libro, sino también su dorsal para su próxima carrera o sus entradas para presenciar algún evento deportivo.

En muchas ocasiones, el evento deportivo es la excusa perfecta para desplazarse a ese lugar remoto que siempre quiso conocer y que no pudo/quiso por diferentes motivos. Por ello, las agencias de viajes han visto un nuevo mercado, y ofertan nuevos productos que consisten en la inscripción a la carrera, por un "módico" precio y el paquete de transporte y alojamiento. Otros viajeros deciden no participar activamente en el deporte pero éste sigue siendo el motivo principal de su viaje. En el año 2014, el museo del FC Barcelona, recibió 1.530.484 visitantes, teniendo en cuenta que el precio de la entrada general son 23€, sólo hay que hacer números para ser consciente de los beneficios obtenidos alrededor del turismo deportivo.

Un nuevo producto ha aparecido en el mercado turístico y muchos han aprovechado ese turismo que se genera alrededor del boom deportivo. Será el turismo deportivo, los eventos deportivos y en concreto el turismo deportivo que genera "Los 10.000 El Soplao" el objeto de estudio durante este trabajo.

2 FINALIDAD Y MOTIVOS

Se pretende con este trabajo estudiar la conexión que existe entre el turismo y el deporte, la importancia que ha adquirido el deporte en el mercado turístico y dar a conocer el turismo deportivo como un producto turístico innovador. Una de las herramientas para el desarrollo del turismo deportivo son los eventos deportivos, que sirve como reclamo para viajeros y turismo, en la zona donde se celebra el propio evento.

- Discerniremos entre un evento y un evento deportivo. Determinaremos las características que se deben de tener en cuenta a la hora de la organización de un evento deportivo.
- Analizaremos el perfil de un turista deportivo, puesto que no se puede considerar un turista "normal", ya que su motivo principal del viaje no es el ocio, sino todo lo contrario, la actividad física. Y en concreto el perfil del turista de "Los 10.000 El Soplao".
- Mostraremos las características de un evento deportivo y analizaremos el turismo deportivo, el turismo de eventos deportivos como el caso de "Los 10.000 El Soplao. El Infierno Cántabro", realizando un breve paseo por la historia de este evento, analizando sus datos de participación, el perfil de sus participantes y concluyendo con el análisis de su impacto turístico en la zona. Reconoceremos un segmento de mercado cuyas características pueden originar un incremento en las pernoctaciones de la zona.

En conclusión, haremos las diligencias oportunas para conocer si el evento "Los 10.000 El Soplao. El Infierno Cántabro", se puede considerar como una actividad turística de la zona y llegar a convertirse en un producto turístico innovador con la finalidad de servirnos como herramienta para diversificar la oferta turística existente en la zona comarca Saja-Nansa.

El principal motivo que me ha llevado a seleccionar este Trabajo Fin de Grado es dar a conocer la prueba de "Los 10.000 El Soplao. El Infierno Cántabro", que se trata de un evento deportivo con gran aceptación por parte de los deportistas no profesionales, que practican diferentes deportes, bien como forma de vida o simplemente por ocio. Como evento deportivo ha evolucionado desde sus inicios, no sólo a nivel de número de

participantes, sino también añadiendo año tras año nuevas pruebas como llamamiento a todos los deportistas, pero ¿la evolución del propio evento repercute en el turismo local?

Las investigaciones entre turismo y deporte, son muy escasas. Llama la atención el escaso desarrollo de este tipo de turismo deportivo en Cantabria a pesar del crecimiento nacional del mismo, ¿Por la complejidad de la organización de este tipo de eventos o quizás el desconocimiento del impacto turístico que produce en la zona donde se desarrolla la prueba?

Este trabajo pretende ser una modesta aportación para plasmar la importancia de este evento en el mercado turístico de la provincia de Cantabria. ¿Una buena campaña publicitaria, no sólo a nivel local, podría aprovechar el evento como un producto turístico a comercializar dentro del mundo deportivo-turístico? ¿Qué fortalezas y debilidades tiene el evento enfocado al mundo turístico? Éstas son algunas de las preguntas que me han motivado a investigar este tema y que se irán desarrollando a lo largo de éste trabajo.



3 METODOLOGÍA

Se han utilizado dos técnicas de recogida de datos, para llevar a cabo este trabajo.

En primer lugar, se ha utilizado la técnica cualitativa (grupos de discusión). Según la **OMT**¹ (2002) el método cualitativo en turismo es "una estrategia utilizada para responder a preguntar sobre los grupos, comunidades e interacciones humanas y tiene una finalidad descriptiva de los fenómenos de interés o predictiva de los fenómenos turísticos, o de los comportamientos humanos y su relación con el turismo ". Añade también que se justifica el uso de métodos cualitativos cuando "es pobre en datos pero rica en descripciones de las variables", "... emergiendo los datos de la propia observación de la realidad". Se ha participado, de forma pasiva, en foros de participantes de eventos deportivos de similares atributos. También se ha contado con información y opiniones de personas que participan de manera activa, bien como participantes, colaboradores u organización en éste tipo de eventos deportivos, y la participación personal en eventos deportivos de similares características al evento que se ha analizado.

Las fuentes secundarias utilizadas ha sido principalmente Internet, de donde se ha recabado la mayor parte de la información general sobre los eventos deportivos, turismo deportivo, y la prueba de "Los 10.000 El Soplao". Es importante señalar la escasa bibliografía escrita que existe sobre el evento deportivo que se analiza en este trabajo. La principal fuente escrita utilizada ha sido la prensa local, que con relativa frecuencia, según se van acercando las fechas del evento, realiza entrevistas y reportajes.

Por otro lado, se ha utilizado otras técnicas cuantitativas para la recogida de datos, como han sido las entrevistas telefónicas y on-line (WhatsApp, mail, redes sociales...), por medio de un cuestionario con 11 preguntas, abiertas y cerradas. De esta manera se ha conseguido acceder a un gran número de participantes de "Los 10.000 El Soplao", en diferentes modalidades y en diferentes años de participación, en un periodo de tiempo relativamente breve.

Se ha extraído la información estadística oficial del evento "Los 10.000 El Soplao. El Infierno Cántabro", proveniente de la página web oficial de lo "10.00 El Soplao", dada la falta de acceso a cualquier otra información más complementaria, y la nula cooperación de la

¹ Organización Mundial de Turismo

Organización del evento es este trabajo. También se ha obtenidos datos oficiales de ocupación hotelera, entre otros, de **ICANE**²(2015). La información de uso de técnicas cuantitativa se analizó mediante comparaciones temporales de los datos. Una vez tabulados los resultados, se analizó y se elaboraron gráficos para facilitar la interpretación de los datos obtenidos.

Los pasos que se han seguido son la búsqueda, análisis y evaluación de estudios para realizar una revisión de la literatura relativa a los aspectos clave a tratar en éste trabajo. Se ha realizado un análisis exhaustivo de los fundamentos teóricos y de todas las ayudas recogidas en la literatura, con el fin de garantizar la fiabilidad de los resultados que se obtienen en la etapa de análisis y, por lo tanto, el peso de las conclusiones que se deriven de este trabajo.



² Instituto Cántabro de Estadística

4 TURISMO Y EVENTOS DEPORTIVOS: Conceptos Fundamentales

4.1 Ocio y Deporte

El tiempo empleado en actividades productivas, y por las que se percibe un retribución económica o/y social, se denomina "tiempo de trabajo". El tiempo que no se dedica a este tipo de actividades se denomina "tiempo libre". El tiempo libre es el espacio de cual dispone el individuo, después de satisfacer sus necesidades primarias (comida, sueño, sed...) y obligaciones profesionales, familiares y sociales. El tiempo libre se emplea en actividades de ocio, actividades personales y familiares, y en otras actividades (tiempo residual).

A un mayor incremento de la productividad y de los bienes materiales se generan más actividades de ocio seleccionándose de forma libre, y siempre en busca, como fin, de la satisfacción personal.

CSD ³(2015), recoge en la "*Encuesta de Hábitos Deportivos*", el reparto en actividades (físicas, culturales, sociales y prácticas) que Roger Sue hace sobre el ocio.

- Las actividades de ocio de carácter físico tienen como objeto principal el descanso personal, tanto físico como psicológico. Las más habituales son las relacionadas con el aspecto físico-deportivo.
- Las actividades de ocio de carácter social, tienen una característica de socialización y colaboración entre individuos. Entre las más destacadas son las relaciones familiares.
- Las actividades de ocio de carácter cultural, están enfocadas a aspectos intelectuales (asistencia a teatros, conferencias, museos, lecturas...)
- Las actividades de ocio de carácter práctico, incluyen actividades sin ánimo de lucro y que tienen una finalidad utilitaria.

Según **FAMILITUR** ⁴(2012), en su Informe Anual en relación a los movimientos turísticos de los españoles, se aprecia que el ocio fue el motivo principal de los desplazamientos, con casi un 50% del total. Además, refleja que Europa fue la que más margen de viajes de ocio alcanzó, tanto en turismo cultural (81,8%), como en los viajes de

³ Consejo Superior de Deporte

⁴ Instituto de Estudios Turísticos

descanso (83,3%) y, sobre todo, en los viajes con una relación directa con la práctica de algún deporte (96,2%).

Los españoles realizaron en el año 2013 alrededor de 2.863,2 miles de viajes por motivos relacionados con el deporte, un 3,6% del total de los desplazamientos. El gasto derivado de estos desplazamientos ascendió a 583,1 millones de euros. Se cifra en 9.405 millones los turistas internacionales, que en el año 2013, practicaron alguna actividad deportiva durante su estancia en España, con un gasto total de 10.231,1 millones de euros. . Según indican los datos oficiales de las estadísticas deportivas del año 2015 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Viajes de residentes en España realizados por motivos personales

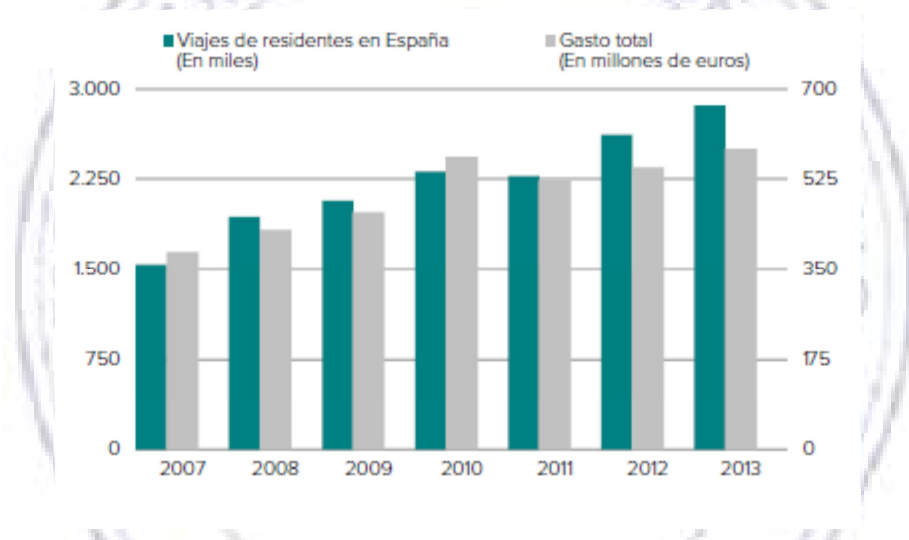


Ilustración 1. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015)

% de viajes residentes en España y entradas de turistas internacionales por ocio, recreo o vacaciones en los que se realizan actividades vinculadas al deporte (2013)

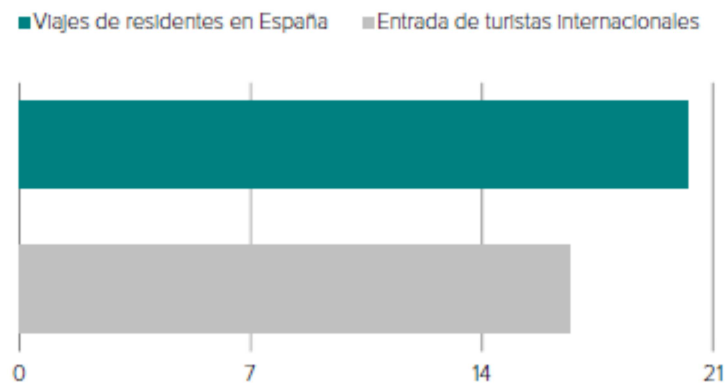


Ilustración 2. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015)

Entradas de turistas internacionales que realizan actividades vinculadas al deporte

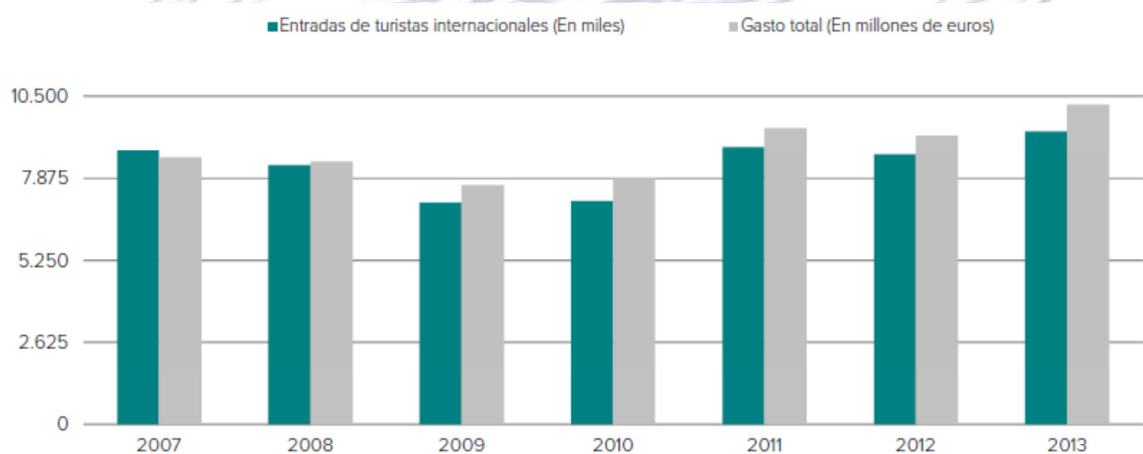


Ilustración 3. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015)

En los últimos años se está detectando una decadencia paulatina en el turismo de sol y playa, y esto se debe a la costumbre de practicar alguna actividad física durante el periodo no vacacional por lo que, después de unos días de descanso, se siente la necesidad de retomar esa actividad deportiva. Al mismo que otras formas de ocio han ido evolucionando, la actividad física (deporte), ha hecho lo mismo, y ello ha generado nuevos públicos y

audiencias. El culto al cuerpo, las ganas de relacionarse de una forma sana y saludable o el cuidado de la salud, han hecho que el deporte adquiriera una gran importancia en la sociedad actual.

Es más que evidente la evolución del consumo del deporte y se ha incrementado notablemente la práctica activa, aunque el consumo pasivo del deporte también ha aumentado. Los medios de comunicación han jugado un papel relevante para que se diera ese aumento; también los últimos triunfos de los deportistas españoles en las diferentes áreas deportivas han fomentado el espíritu de equipo nacional entre los consumidores de este producto.

El deporte se considera como "un sector económico importante a nivel individual, organizacional y nacional, siendo importante su contribución en la actividad económica y en la creación de riqueza" según Goldman y Johns recogido en FERNANDEZ (2014). Según la periodista Susana Blázquez, el deporte contribuye con un 2,4% a la economía española. Tal es la importancia del aporte de este sector a la economía de un país que se ha establecido un Comité de expertos para estimar el impacto económico del deporte. "El deporte puede contribuir de forma significativa al crecimiento económico, a la innovación y a la creación de empleo en Europa", asegura Tibor Navracsis, comisario de Educación, Cultura, Juventud y Deporte de la UE. BLAZQUEZ (2015).

4.2 Binomio Turismo y Deporte

Según la Organización Mundial de Turismo, OMT (1994) el turismo es "... el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos...".

La Carta Europea del Deporte, CED (1992), define el deporte como "todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles". La Carta Europea del Deporte de 1992, garantiza los derechos de todos los ciudadanos europeos al acceso de la práctica deportiva. Las actividades deportivas no son un acontecimiento del siglo XX, sino que las prácticas deportivas se vienen realizando desde que el hombre empezó a utilizar utensilios (lanzas, piedras, arcos...) para la caza y la obtención de alimentos para su subsistencia.

La interconexión entre el turismo y el deporte quedó de manifiesto en 1999 en un acuerdo de cooperación entre el Comité Olímpico Internacional (C.O.I) y la Organización Mundial del Turismo (O.M.T). Ambas instituciones manifestaron la importante relación que existe entre el turismo y el deporte en nuestros días. En el año 2011, en Barcelona se celebró la I Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo, en la cual se expuso la relevancia y el reconocimiento del turismo deportivo como identidad propia. Aunque el turismo y el deporte son concepto distintos, la relación entre ellos ha sufrido una evolución considerable, lo que ha generado un interés en muchos investigadores del ámbito turístico y deportivo. En este sentido, es significativo estudios al respecto como el de Ritchie y Adair, en su libro "*Sport Tourism: Interrelationships, impacts and issues*" (2004). Congresos (Israel 1986), publicaciones (revista *Journal of Tourism Sports*, *Journal of Tourism Recreation Reserch...*), y encuentros sobre la temática organizados por Sports Tourism Internacional Council (Malasia 1993, USA 1994, Australia 1995, USA 1996...). Todo ello pone de manifiesto el interés y evolución del binomio turismo y deporte.

Los nuevos viajeros van en busca de un Turismo sensitivo y sensorial (TSS). Se trata de una forma reciente de segmentación del mercado turístico. El viajero al que pertenece

éste segmento vacacional, no es precisamente pasivo, como puede ser el tradicional turismo de sol y playa. Este tipo de turista busca nuevas sensaciones y experiencias, añade a su demanda turística la participación activa, el consumo total de un producto, la acción. No busca el sedentarismo. La simbiosis entre el turismo y deporte, permite ofertar a este tipo de viajeros todo lo que buscan para satisfacer sus necesidades.

Todo esto ha hecho que las empresas de turismo se especialicen en este tipo de viajeros y creen un producto muy concreto para ellos. Transporte, alojamiento y un dorsal para esa codiciada carrera es el paquete estrella de éste segmento turístico. Un ejemplo claro de que estas empresas han empezado a descubrir el impulso de éste tipo de viajeros ha sido El Corte Inglés, que creó una división sólo para este segmento de turismo deportivo.

Logo de la División de Eventos Deportivos de El Corte Inglés



Ilustración 4. Fuente: www.viajeselcorteingles.com

También existen hoteles y resorts especializados en el turismo deportivo, que ofrecen a sus clientes, seminarios, entrenamientos específicos, cursos... (<http://www.clublasanta.es/>, <http://www.sandsbeach.eu>).

Ya se ha examinado, anteriormente, el impacto económico del deporte en la sociedad, pero no podemos obviar la aportación de imagen al destino, lo que presenta un extra para la oferta de la zona donde se desarrollan los eventos deportivos. Los aficionados a las maratones, running, trail... son capaces de realizar miles de kilómetros y hacer un gasto elevado para poder cumplir todas las expectativas emocionales, deportivas y turísticas que buscan.

Ejemplos claros de éste tipo de eventos deportivos que hacen fomentar el turismo de la zona, son maratones como la de Nueva York, que se celebra el primer Domingo de Noviembre desde 1970. Cada año ha ido aumentando el número de participantes hasta

darse el caso de no poder acceder a él sin unos requisitos mínimos. El número de extranjeros es limitado, por lo que se complica bastante las inscripciones. En el año 2014, se alcanzó el número de 50.530 corredores que acabaron el maratón. El maratón de Boston, la carrera más antigua, vigente desde 1897, se suele celebrar el tercer lunes de Abril. En ésta es necesario haber acabado una maratón oficial en los tiempos que se establecen desde la organización cada año, como requisito mínimo para poder participar. Tanto Nueva York como Boston son dos de las competiciones que suman las seis pruebas que configuran el [*World Marathon Majors*](#), competición internacional que reagrupa, desde 2006, los más grandes maratones del mundo (Nueva York, Chicago, Berlín, Londres, Tokio y Boston).

Calendario de los World Marathon Majors		
Ciudad	País	Fecha
Maratón de Tokio	 Japón	finales de febrero
Maratón de Boston	 Estados Unidos	mediados de abril
Maratón de Londres	 Reino Unido	finales de abril
Maratón de Berlín	 Alemania	finales de septiembre
Maratón de Chicago	 Estados Unidos	mediados de octubre
Maratón de Nueva York	 Estados Unidos	comienzos de noviembre

Ilustración 5. Fuente: www.wikipedia.es

Tal es la importancia de éste tipo de eventos deportivos que en el Premio Príncipe de Asturias de los Deportes del año 2014, fue concedido a la Maratón de Nueva York. **FPA**⁵ (2014). En el acta del Jurado se puede leer:

".... ha decidido conceder el Premio Príncipe de Asturias de los Deportes 2014 al Maratón de Nueva York, uno de los acontecimientos deportivos más importantes del mundo. Desde su nacimiento en 1970, cuando solo participaron 127 corredores, se ha convertido en la prueba popular de referencia que simboliza la mejor convivencia entre el deporte aficionado y el profesional con más de 50.000 participantes en su última edición. Esta máxima expresión de deporte, colaboración ciudadana y espíritu solidario se plasma cada año el primer domingo de noviembre en una tradición de gran repercusión mediática, en la que toda la ciudad se contagia del entusiasmo colectivo por recorrer los míticos 42 kilómetros y 195 metros."

El afán por "coleccionar" éste tipo de eventos deportivos hace que miles de deportistas, familiares, amigos y amantes de los eventos mundiales inviertan tiempo libre y

⁵ En el 2015 los conocidos Premios Príncipe de Asturias se rebautizan como los Premios Princesa de Asturias. Fundación Princesa de Asturias (FPA)

dinero para poder acceder a los mismos. Dentro de España, tenemos un amplio calendario de este tipo de eventos deportivos, que están bien posicionados, no sólo a nivel nacional sino también a nivel internacional. Se dice que se puede viajar todo el año por España, siguiendo este tipo de eventos. Entre estas pruebas deportivas nacionales caben destacar la San Silvestre Vallecana, Behobia-San Sebastián, Maratón de Donostia, Maratón de Valencia, la Milla urbana de Aranda de Duero, Los 10.000 del Soplao en Cantabria etc...

Los datos oficiales de **EGATUR**⁶ 2014, como relata VARGAS (2015), muestran el ascenso de turistas, no residentes, que realizan actividades deportivas durante su estancia en España, hasta llegar a 12.309.500 millones de turistas. Sin duda que España cuenta con unos atractivos turísticos excelentes para la práctica de actividades deportivas durante sus estancias en nuestro país. Cabe destacar los recursos naturales y paisajísticos, nuestras mejores instalaciones, que sirven de reclamo para este tipo de turistas, sin duda, la climatología de nuestro país también sirve de reclamo para las prácticas de actividades deportivas al aire libre.

4.3 El Turismo Deportivo

El turismo deportivo (*Sport Tourism*) fue definido por Hall (1992), como se recoge en BLAZQUEZ (2014) como "aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas (no comerciales) para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual". Aunque la definición más popular es la dado por Standeven y De Knop (1999), que también se menciona en LATIESA (2006), como: "todas las formas activas y pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo".

La definición varía en función del punto de vista desde el cual se defina, desde la óptica deportiva o desde la óptica turística. De aquí surgen los diferentes debates en torno a la definición de turismo deportivo. La principal se basa en la intencionalidad y el tiempo invertido en la actividad deportiva durante el tiempo vacacional. Aquí radica la diferencia entre: deporte en vacaciones y vacaciones deportivas.

⁶ Instituto de Estudios Turísticos

En el *deporte de vacaciones* el viajero dedica parte de sus vacaciones a alguna actividad deportiva, pero nunca será el motivo principal de su viaje, sino que formará parte del propio viaje, como un complemento del mismo. O también puede ser que el viajero practique alguna actividad deportiva durante su estancia, pero de manera ocasional.

Por otra parte, las *vacaciones deportivas*, pueden darse en dos formas. Las deportivas activas, cuando la realización de una actividad deportiva es el principal motivo del viaje. Y deportivas pasivas, cuando el motivo principal del viaje es la asistencia a un evento deportivo.

Esteve Secall (1991), LATIESA (2006), define el turismo deportivo como "aquella actividad turística de la que forma parte algún tipo de práctica deportiva, bien como objetivo fundamental, bien como objetivo complementario"; y deporte turístico como "aquellas actividades deportivas susceptibles de comercialización turística. En la práctica queremos que cualquier actividad deportiva lo sea".

Otros autores, dan otros matices, como es el caso de Latiesa, Paniza y Madrid, BLÁZQUEZ (2014), que definen el turismo deportivo como "aquellas actividades que se desarrollan en un lugar distinto de la residencia habitual y que tienen como objetivo principal la actividad deportiva (ejercicio y/o espectáculo), y como actividad complementaria la recreación turística".

Kurtzman y Zauhar (1997), recogido en LATIESA (2006), divide en 5 tipos el turismo deportivo:

- *Resort*: son complejos turísticos en los que la actividad deportiva son su principal atracción.
- *Cruises*: cruceros que como objeto del mismo es la actividad deportiva. En otros casos, se ofrece compartir el crucero con personas con renombre en el ámbito deportivo.
- *Attractions*: se refiere a atracciones naturales, en las que la mano del hombre no ha intervenido, como es el caso de montañas, parques naturales...También se incluye en este tipo de turismo, a las atracciones creadas por el hombre como museos deportivos...
- *Tours*: son viajes relacionados con el deporte como son el caso de los tours en bicicleta por una ciudad.

- *Events:* en este turismo, los viajeros son espectadores de algún evento deportivo.

Es esta última modalidad la que desarrollaremos en el punto 4.5 y que más adelante analizaremos el caso práctico "Los 10.000 El Soplao" para profundizar en un evento deportivo.

El turismo deportivo está directamente relacionado con el medio ambiente, puesto que gran parte de las actividades deportivas, se realizan al aire libre y en contacto directo con la naturaleza. Pequeños y grandes eventos deportivos discurren a lo largo de parajes naturales protegidos, y otros por zonas naturales no protegidas, pero ambas deben ser protegidas para poder potenciar uno de los grandes recursos naturales turísticos que tenemos en nuestro planeta, el Medio Ambiente. Se debe colaborar en su mantenimiento y conservación, respetando la normativa de cada zona natural. En la obra de Macaya 2004, nombrada en RODRÍGUEZ (2010-2012), realiza la siguiente definición de los deportistas-turistas:

"Los deportistas-turistas, implicados en actividades de turismo, serán también guardianes y conservadores del patrimonio natural. Las actividades recreativas y deportivas que se organicen en este marco, deben ser concebidas casi dentro de un espíritu del deportista como agente del proceso de conservación"

Diferentes elementos se han de tener en cuenta para paliar los efectos del turismo deportivo en el Medio Ambiente:

Utilización variable de los recursos naturales, según el deporte practicado. Se ha de analizar el incremento de las actividades deportivas en tiempo y espacio.

Selección apropiada del emplazamiento (intensidad del uso y fragilidad de la naturaleza circundante) para evitar impactos irreversibles.

Gestión de la asistencia pública (recogida de residuos, contaminación acústica, acceso vehículos, zonas de aparcamiento...).

Comportamiento cívico de la población.

Estructura organizativa, en los eventos deportivos, para la dirección y ejecución de las buenas prácticas mediambientales

Implicación de todos los agentes (locales, públicos y privados).

La realización de actividades deportivas en el medio natural no solo tiene un impacto negativo, también se aprovecha para la rehabilitación de rutas, y la recuperación de elementos culturales, patrimoniales y/o naturales. Es importante que el deporte se integre con la cultura local y que tenga en cuenta la participación de los vecinos locales. Deben reconocerse e integrarse con los valores, las tradiciones y la gestión de recursos que practican. No se debe obviar la atención a las zonas protegidas, monumentos históricos y otros aspectos tradicionales. Es importante comprender que la práctica de actividades deportivas al aire libre, están también ligadas a un turismo cultural. La **UNESCO**⁷ (1982) define el patrimonio cultural como:

"El conjunto de obras de artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo, la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas"

En el caso del evento "Los 10.000 El Soplao", el Medio Ambiente es de vital importancia para el propio evento, ya que la mayor parte de sus pruebas discurren por parajes naturales y su protección y respeto permitirán el mantenimiento de dichas pruebas en el tiempo.

Es importante tener en cuenta la imagen del destino que el propio turismo deportivo genera con los eventos y espectáculos deportivos, puesto que puede servir para promocionar turísticamente la zona donde se desarrolla el evento y ser la característica para que los viajeros diferencien de la competencia y generar, incluso, un afecto, un interés en ese destino.

4.4 El perfil del turista deportivo

El perfil de un turista deportivo está ampliamente relacionado con parámetros como el estilo de vida, los rasgos de personalidad, los valores personales, la cultura del turista etc...más que las características demográficas. Aunque es cierto que el perfil predominante es varón de entre 25 a 45 años, de clase media o alta. Aunque, según el tipo de deporte, si el coste del equipamiento para la práctica del mismo, no es elevado, el rango de practicantes del deporte aumenta considerablemente. Es lo que ha ocurrido recientemente, con el boom

⁷ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

del running, trail, maratones.... No es necesario un excesivo gasto inicial para comenzar en la práctica del mismo por lo que ha inducido a que se dispare la práctica de esta actividad física. Las diferencias culturales, el estilo de vida de los individuos, asociado con la edad, influyen en la búsqueda del número y tipo de experiencias que se realizan. En el análisis del caso práctico "Los 10.000 El Soplao", observaremos si se cumple la regla general del perfil del turista deportivo.

Tanto para el turista, en general, como para el turista deportivo, la edad es una variable importante. Por ello, muchos de los cambios en el turismo, están relacionados con los cambios demográficos de la población. El envejecimiento de la población ha hecho que proliferen deportes como el golf y decaigan otros como el esquí o el tenis. Si este envejecimiento sigue evolucionando se prevé que en un futuro cercano las vacaciones deportivas tendrán más éxito con unos periodos vacacionales con menos actividad física.

4.5 Evento y Evento Deportivo

Como se recoge en CEREZUELA (2003), los **eventos** son "fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativas establecidos de forma separadas a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas (Shone 2001)". Según ésta definición, un evento tiene relación con el ocio, con aspectos culturales, personales u organizativos, por lo que es el deporte se puede incluir dentro de dichos aspectos. De forma general, se podría definir los **eventos deportivos** como aquellas actividades que se organizan en torno al deporte.

No todas las actividades deportivas se pueden considerar evento, para que puedan considerarse como evento deben reunir una serie de características, tales como las que se representa en el esquema siguiente:

Características de un evento deportivo



Ilustración 6. Fuente: Elaboración propia

Uniendo todos éstos parámetros, en AÑÓ (2000) se define un evento o acontecimiento deportivo como "aquella actividad deportiva que cuenta con un alto nivel de repercusión social traducido en una fuerte presencia en los medios de comunicación y que genera por sí misma ingresos económicos".

Las actividades deportivas se clasifican en:

- Actos Puntuales
- Grupos Deportivos
- Actos permanentes

Los *Actos Puntuales*, son aquellas actividades que no tienen continuidad en el tiempo. Es el caso de aquellas que se realizan una vez al año, aunque se repita todos los años y en las mismas fechas (carreras populares, maratones, vueltas ciclistas, "Los 10.000 El Soplao"...). Las actividades de *Grupos Deportivos*, tienen más continuidad durante el año, se celebran incluso a diario (entrenamientos). Y *Actos permanentes*, son aquellos que se repiten de forma constante (ligas de deportes de equipo...).

4.6 Organización de eventos deportivos

Los sistemas de financiación de los eventos deportivos ha evolucionado tanto como el deporte en sí, ha pasado de los clásicos mecenas que realizaban aportaciones económicas para el nacimiento y desarrollo de una actividad deportiva, a financiarse con los miles de millones de euros de las ventas por derechos de retransmisión televisiva, patrocinios de marcas etc... Todo esto ha hecho que la forma de organización de un evento deportivo haya evolucionado de forma espectacular. La organización de un evento deportivo se define como un proyecto, "un objetivo que los agentes deben de llevar a cabo en un contexto específico, en un plazo de terminado y con medios concretos, que requiere el uso de los trámites y herramientas adecuadas". Desbordes y Falgoux (2006), recogida en MAGAZ-GONZÁLEZ (2012).

La palabra organización tiene tres acepciones:

1. Etimológicamente viene del griego "órganon" que significa instrumento, utensilio o aquello con lo que se trabaja.
2. Otra se define, como grupo o entidad social
3. *Y otra que se refiere a la organización como un proceso*

La definición número 3 es la que vamos a desarrollar a continuación. Es un proceso subdividido a su vez en varias fases para llegar a conseguir una correcta organización.

4.6.1 Candidatura y campaña previa

La organización de un evento deportivo comienza con la candidatura, pero muchas veces no llega a pasar de ahí, bien por temas de falta de infraestructuras, bien por escaso o nulo apoyo institucional etc.... Esta fase es muy importante ya que es cuando se consiguen los apoyos, principalmente económicos, que servirán para el posterior desarrollo del evento. Esta fase puede subdividirse en los siguientes pasos:

- a) Trabajo oculto
- b) Lanzamiento del proyecto
- c) Campaña de difusión nacional/internacional

El primer paso, el *trabajo oculto*, es el más importante y de él dependerá el éxito del proyecto. Generalmente no se hace público, sino que se pretende conseguir el apoyo institucional, tanto público como privado. El *lanzamiento del proyecto* es el momento de empezar a pensar en la estructura organizativa, la parte presupuestaria y un calendario de actividades con su infraestructura necesaria. El calendario es un elemento fundamental a la hora de presentar públicamente el evento deportivo. Este punto va unido a la campaña de difusión. Cuantos más conozcan el evento, tanto apoyos institucionales, comerciales etc... como el propio apoyo ciudadano, más amplia será dicha *difusión*.

4.6.2 Modelos de gestión

Una vez concedida la candidatura es el momento de la creación del Comité Organizador. En la mayoría de los casos, los miembros del Comité Organizador participaron en la fase previa, y en este momento es cuando se organizan los cargos de las diferentes áreas. Es importante tener montada ya parte de la infraestructura necesaria o, al menos, el diseño de la misma. Podemos encontrarnos con 4 tipos de estructuras de organización:

1. *Gestión Directiva* consiste en que el/los organismo/organismos al que se concede el evento se realiza creando un Comité específico o una empresa para llevar a cabo el mismo. Es el caso de los Juegos Olímpicos.

2. En el caso de las *empresas adjudicatarias*, la gestión del evento se traslada a una empresa de gestión para la gestión de todos los trámites oportunos de la organización propia del evento. Por ejemplo, en el caso de la Vuelta Ciclista a España, donde diferentes empresas se encargan de todo el montaje.

3. *Clubs o gimnasios*, es el caso típico cuando se celebran competiciones con varias subse-des, es habitual en deportes colectivos como el judo, karate o similares.

4. *La gestión mixta*, se produce cuando se crea un Comité Organizador, pero algunas áreas son transferidas a otras empresas o instituciones. Es muy habitual en el caso del área de publicidad. En eventos pequeños, éste tipo de jerarquización son sustituidas por un director o coordinador general y por debajo tantas áreas como se crea oportunas.

4.6.3 Áreas de trabajo

Las áreas de trabajo de un evento deportivo, deben contemplar muchos aspectos. Cada uno de ellos debe tener un responsable de área y ésta a su vez, tantas subáreas como sean necesarias para una mejor organización.

Las áreas de organización se podrían dividir en:

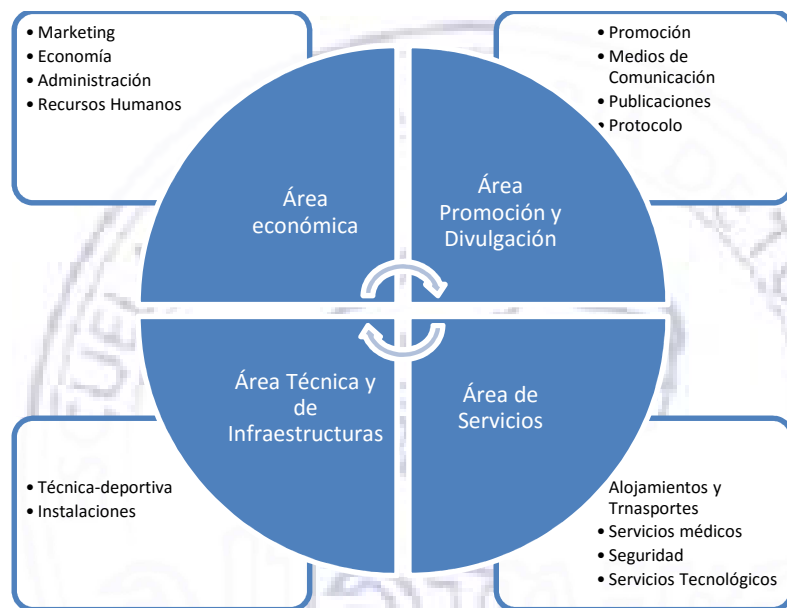


Ilustración 7. Fuente: Elaboración Propia

Éstas son las áreas comunes de desglose en la organización de un evento, en muchos casos, dependiendo del evento, se desglosan en más o menos sectores. En muchas ocasiones, depende de la magnitud del evento a organizar e incluso de propio Comité de organización. Uno de los factores esenciales en la organización de un evento, es el factor humano, dentro del área económica es muy importante la sección de recursos humanos. Los recursos humanos pueden ser de 5 tipos:

1. Ejecutivos, es el de menor volumen personal, se relaciona, generalmente, con puestos de directores generales de área.
2. Personal de Servicio, son en éste tipo de recursos donde se centra gran parte de los recursos humanos. Son la parte de limpieza, mantenimiento, porteros etc...
3. Personal técnico, que se suele dividir a su vez en:

- Deportivos, que se ocupa de la elaboración de calendarios, legislación competitiva etc...
 - Árbitros y jueces, que son los que se ocupan de que se cumpla todo el reglamento del evento que se organiza.
 - Especialistas, son los médicos, informáticos etc...
4. Voluntarios, es en ésta área dónde se concentra la mayoría de los recursos humanos. Es el más imprescindible y no se conceptúa ningún evento deportivo, de cualquier magnitud, sin este tipo de recursos humanos. Colaboran con la organización, y en la gran mayoría de los cosas sin ánimo de lucro.
5. Seguridad, este aspecto varía mucho en relación a la dimensión del evento deportivo. En algunas ocasiones se necesita la colaboración de las Fuerzas de Seguridad del Estado y en eventos, más pequeños, con seguridad privada y los propios voluntarios es suficiente.

4.6.4 Fase de Ejecución y realización

Tras la concesión del evento, que forma parte de la fase preliminar de un evento, y tras la formación del Comité organizador, que en ocasiones se llega a demorar en el tiempo, con los problemas que ello puede ocasionar, se empieza a programar las diferentes áreas que se irán modificando según el desarrollo de la organización. Se van poniendo en marcha distintos servicios, las tareas programadas van dirigidas a cumplir las estrategias definidas, en las fases anteriores. Se va materializando la parte de infraestructuras necesarias para el evento. La fase de ejecución es básica para establecer las bases para el buen funcionamiento del evento. La última fase, la fase de realización, es cuando se realiza el propio evento y se van resolviendo las eventualidades que se vayan produciendo.

4.6.5 La Financiación

Como ya se ha adelantado anteriormente, la financiación es uno de los factores más importantes cuando se plantea organizar un evento deportivo. La mayor parte de la financiación se cubre por las instituciones públicas, aunque otra gran parte de los ingresos entran por parte de la publicidad, el merchandising y los derechos de imagen. Son conceptos relativamente nuevos como métodos de financiación, pero hoy en día, son la base de la financiación de un evento. Hace años no se planteaba la idea de poder financiar gran parte de un evento deportivo con este tipo de ingresos. Los beneficios que se obtienen por parte de los derechos de retransmisión llegan a ser espectaculares. La mayoría de estas fuentes van relacionadas, en gran medida, con el nivel de audiencia del evento. Es una relación directamente proporcional.

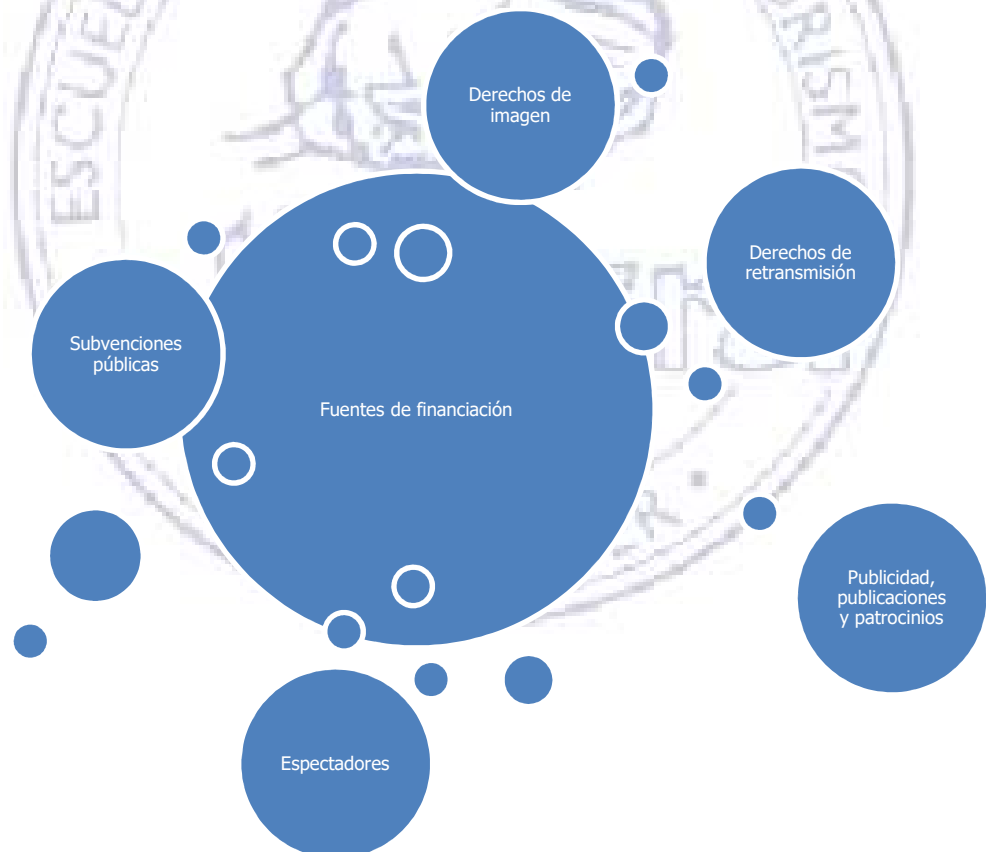


Ilustración 8. Fuente: Elaboración propia

5 CASO PRÁCTICO. "LOS 10.000 EL SOPLAO. EL INFIERNO CÁNTABRO"

"Los 10.000 El Soplao", también llamada el "Infierno Cántabro", nació en el año 2007 como una marcha para bicicleta de montaña (BTT), de una gran dureza, promovida por el club MTB Cabezón. En el año 2015 constó de un total de 162,5 kilómetros, llegando a una altitud máxima de 1.277 metros. El largo kilometraje y sobre todo el desnivel acumulado de 4.817 metros hacen de éste evento un reto personal para los participantes que años tras años se acercan a Cantabria para cumplir metas personales y deportivas. La ruta transcurre por los montes que rodean Cabezón de la Sal y las comarcas limítrofes, atraviesa paisajes naturales tan bellos como es el Parque Natural Saja-Nansa, lo que hace que el propio evento cuente con uno de los mejores recursos naturales para su promoción. Con el tiempo ha evolucionado y se ha llegado a convertir en unos de los eventos deportivos que más participantes y visitantes atraen en Cantabria. Tanta ha sido la evolución de esta ruta que hoy en día se podría definir como un evento deportivo, teniendo en cuenta la definición de "evento deportivo" desarrollado anteriormente, en el cual se indica que una actividad deportiva pasa a considerarse evento deportivo cuando cumple características como: repercusión social, nivel de asistencia de público, presencia de los medios de comunicación, tipo de deporte, dificultad de la práctica, patrocinadores e ingresos propios.

La marcha de bicicleta de montaña que comenzó en el año 2007, ha evolucionado hasta contar en el año 2015 con 8 modalidades más desde sus comienzos. En total 9 pruebas que son: BBT, Carretera, Maratón, Ultramaratón, Ruta a Pie, Combinada, Soplaoman, 10Km Natación y Adaptada.

5.1 Club Deportivo Elemental Los 10.000 Del Soplao

En este punto se hace referencia al capítulo [Modelos de gestión](#), ya desarrollado anteriormente y que ahora veremos en este caso práctico. La estructura de organización de este evento deportivo se basa en un club deportivo elemental (C.D.E), que se denomina "C.D.E LOS 10.000 DEL SOPLAO". Entre las características de un C.D.E se encuentran las siguientes:

- No tiene personalidad jurídica, está integrada por personas físicas
- El fin de la entidad es única y exclusivamente la directa participación de sus integrantes en actividades y manifestaciones deportivas
- No se puede ser titular de bienes y derechos de contenido económico
- De la responsabilidad por deudas que contraiga el Delegado del club, responderán todos sus miembros mancomunadamente, salvo que hubiera sido negociadas por el mismo, sin consentimiento de los miembros. Del resto de deudas, responderá la persona que las hubiese contraído

El Club Deportivo Elemental se regirá, en cuanto a constitución, inscripción, funcionamiento y extinción, por lo dispuesto en la Ley de Cantabria 2/2000, de 3 de Julio, del Deporte, así como por la normativa legal y reglamentaria vigente en materia deportiva en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Según la Ley de Cantabria 2/2000:

"Para la constitución de estos clubes será suficiente que sus promotores suscriban un documento que contenga como mínimo, las siguientes menciones:

1. Constitución de Club Deportivo Elemental (C.D.E)

- Identificación completa de los promotores o fundadores, incluyendo, en su caso, la condición de deportistas practicantes, si la tuvieran.
- Identificación, con los mismos extremos, del delegado o responsable del club, incluyendo específicamente la parte de su patrimonio propio que voluntariamente adscribe al club.
- El domicilio del club, a efectos de notificaciones y relaciones con federaciones deportivas o terceros interesados.
- Expresa manifestación de voluntad de los promotores de constituir el club, como club deportivo elemental, sin ánimo de lucro, incluyendo la finalidad u objeto concreto y la denominación del mismo.
- Manifestación expresa de sometimiento a las normas deportivas de la Comunidad Autónoma y, en su caso, a las que rijan la modalidad o modalidades deportivas correspondientes.

2. La constitución de un club deportivo elemental dará derecho a obtener de la Comunidad Autónoma un certificado de identidad deportiva para los fines y en las condiciones a que se refieren los apartados siguientes de este artículo.

3. El certificado de identidad deportiva es el documento que permite acreditar al club ante todas las instancias públicas, privadas y federativas y obtener la protección de la Comunidad Autónoma, a los exclusivos efectos federativos, en los términos que se establezcan reglamentariamente.
4. El certificado de identidad deportiva se expedirá por el Registro de Entidades Deportivas del Gobierno de la Comunidad Autónoma y tendrá una validez temporal limitada, de acuerdo con lo que se establezca en las disposiciones de desarrollo de la presente Ley.
5. Los clubes deportivos elementales elaborarán y aprobarán sus propias normas internas de funcionamiento de acuerdo con principios democráticos y representativos, respetando el contenido de la presente Ley, de sus disposiciones de desarrollo y, en su caso, de las normas estatutarias y reglamentarias de las federaciones deportivas cántabras en que se integren.
6. En los supuestos en los que no existan normas internas de funcionamiento, se aplicarán las que a tal efecto y con carácter subsidiario se determinen reglamentariamente."

La estructura de organización de este evento es la Gestión directiva, según se recoge en DEPORTE EN CANTABRIA, está formada por:

PRESIDENTE	Jesús Ángel Maestegui Gómez
SECRETARIO	Natalia Maestegui Fernández
TESORERO	Carmelo Suárez García

5.2 Reglamentación interna de las pruebas

Todo evento tiene una reglamentación propia, bien por temas internos, de seguridad, temas medioambientales o bien los propios de cualquier modalidad deportiva, en este caso, la normativa de este evento está regulado en un reglamento, y todos y cada uno de los participantes deben cumplir dicho reglamento. Una de las características de "Los 10.000 El Soplao" es que en ninguna de sus modalidades tiene carácter competitivo. A continuación se recoge parte de la reglamentación que los inscriptos en las pruebas deben de cumplir. Los 10.000 El Soplao:

- "Las pruebas de ciclo son reguladas en el artículo 9 del Reglamento de Cicloturismo-Ciclismo de la Real Federación Española de Ciclismo (RFEC), y no tiene carácter competitivo", según se indica el Reglamento de la modalidad ciclo deportiva.
- "Las pruebas estará sometida a las disposiciones de las artículos 15 y siguientes del anexo II del Real Decreto 1428/2003, de 21 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento General de Circulación para la aplicación y desarrollo del texto articulado de la Ley sobre tráfico, circulación de vehículos de motor y seguridad vial, aprobado por el Real Decreto Legislativo 339/1990, de 2 marzo", según el Reglamento de las diferentes modalidades.
- La edad mínima para participar en la prueba son 18 años cumplidos y que se haya consumado adecuadamente la inscripción.
- "Todos los participantes deberán observar escrupulosamente las disposiciones de la ley de Seguridad Vial y su Reglamento, la prueba discurre por carreteras abiertas al tráfico. Quien no cumpla la ley será expulsado de la marcha y no podrá inscribirse en las ediciones posteriores", según se informa en el Reglamento de todas las modalidades.
- "El Club Deportivo Elemental Los 10.000 del Soplao garantiza el pleno cumplimiento de la normativa de protección de datos de carácter personal, y así, de acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, el firmante queda informado y presta su consentimiento a la incorporación de sus datos a los ficheros automatizados existentes en el Club y al tratamiento de los mismos para su utilización en relación con gestiones administrativas, comerciales y otras actividades propias de la misma". Con estas palabras se informa de la protección de datos de carácter personal en el Reglamento de las pruebas.

Todas las modalidades tienen su propio reglamento, pero las anteriormente reseñadas son compartidas en todas las pruebas. Se pueden consultar en la página oficial de la prueba, www.diezmildelsoplao.com.

Las diferentes pruebas atraviesan espacios protegidos como son El Parque Natural de Oyambre y la Reserva Nacional del Saja, por lo que debe tenerse en cuenta la legislación aplicable al uso de los espacios naturales protegidos. En este ámbito, la prueba está regida por la Ley 4/2006 de Conservación de la Naturaleza de Cantabria. Respetando las normativas aplicables a cada categoría de protección y cumpliendo con las exigencias de dicha Ley, con los permisos y autorizaciones pertinentes, y evitando impactos negativos sobre el medio

natural, como también advierte el propio reglamento de cada modalidad deportiva, se consigue que parte de las pruebas discurran por dichos parajes. Este tema ha sido polémico, ya que desde la Organización del evento creen que aplican la legislación de manera injusta y lo único que pretenden es boicotear el evento. En palabras del propio Jesús Ángel Maestegui, presidente del Comité Organizador del evento, en una entrevista dada a COBO (2015), cita:

"Hemos tenido muchas facilidades de la Administración y de todos los estamentos. Al final son solo dos personas las que ponen todo tipo de trabas, el director general de Montes y el director del Parque (Saja-Nansa)". "... Este año no sé la multa que nos espera, porque nos han puesto unas condiciones que era imposible cumplir. Nos han querido cambiar los recorridos. No se puede bajar el cortafuegos, pero sí se puede hacer un kilómetro vertical en los Picos"

En reiteradas ocasiones, la Organización, ha manifestado públicamente, que prefieren abonar las multas derivadas del no cumplimiento de estas leyes antes que poner en riesgo la prueba en general.

5.3 Evolución

Era el año 2007 cuando empezó la primera prueba deportiva, bicicleta de montaña, en los alrededores montañosos de Cabezón de la Sal. Ciento sesenta inscritos superaron los 150 kilómetros y año tras año se ha ido consolidando como un evento deportivo, uno de los motivos, sin duda, la multitud de modalidades que se han ido añadiendo. Lo que ha servido para atraer a mayor número de participantes. En este cuadro, se aprecia la evolución en las pruebas que se han ido añadiendo, año tras año.

Evolución de las pruebas del evento

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
BTT I	BTT II	BTT III	BTT IV	BTT V	BTT VI	BTT VII	BTT VIII	BTT IX
		CARRETERA I	CARRETERA II	CARRETERA III	CARRETERA IV	CARRETERA V	CARRETERA VI	CARRETERA VII
			PIE I	PIE II	PIE III	PIE IV	PIE V	PIE VI
			MARATON I	MARATON II	MARATON III	MARATON IV	MARATON V	MARATON VI
			ULTRAMARATON I	ULTRAMARATON II	ULTRAMARATON III	ULTRAMARATON IV	ULTRAMARATON V	ULTRAMARATON VI
					COMBINADA I	COMBINADA II	COMBINADA III	COMBINADA IV
							SOPLOMAN I	SOPLOMAN II
							AGUAS ABIERTAS I	AGUAS ABIERTAS II
							ADAPTADA I	ADAPTADA II

8

Ilustración 9. Fuente: www.diezmlsoplao.com. Elaboración propia

Tras tabular los datos oficiales, se presenta en el siguiente cuadro el número de participantes que finalizaron cada modalidad. Como se puede apreciar claramente, el número de participantes fue aumentando paulatinamente cada año. Las primeras ediciones han servido de atractivo para todas las personas vinculadas al mundo del deporte de este tipo de modalidades. "Los 10.000 El Soplao", ese era el número de participantes que la Organización pretendía alcanzar, y que en el año 2015 alcanzó y estableció como número máximo de inscritos en el evento.

MODALIDAD	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
BTT	459	752	908	1.988	3.014	2.526	2.579	3.341
CARRETERA			393	730	885	1.026	1.212	1.448
PIE				x	891	1.401	1.596	1.918
MARATON				86	204	338	384	658
ULTRAMARATON				27	68	48	102	133
COMBINADA						65	55	79
SOPLOMAN								3
AGUAS ABIERTAS								23
ADAPTADA								69
TOTAL	459	752	1.301	2.831	5.062	5.404	5.928	7.672

Ilustración 10. Fuente: www.diezmlsoplao.com. Nº de participantes que finalizaron cada modalidad. Elaboración propia

⁸Modalidad BTT: Bicicleta todo terreno

5.4 Perfil del participante/turista

El análisis del perfil de los participantes del evento deportivo es el punto de partida para posteriores actuaciones desde el punto de vista turístico. Los datos analizados van desde los inicios del evento, en el año 2007 hasta el año 2014, son datos oficiales de la propia Organización del evento. Los resultados obtenidos tras el análisis de los datos sobre el perfil de participantes de "Los 10.000 El Soplao" dan como resultado que aproximadamente, de media, tan solo el 1,73% de los participantes de las diferentes modalidades son mujeres, y el 98,27% son hombres. Podemos apreciar, como ya se comentó en este trabajo con anterioridad, que se cumple la regla general del perfil del participante turista que tratamos en el punto 4.4. A comienzos de la prueba, con la modalidad BTT, la presencia femenina fue muy baja, un 1,53% frente al 98,47% de hombres. En algunas modalidades, como la ruta a pie, el porcentaje de mujeres se incrementa considerablemente. Bien es cierto que este número ha ido incrementándose desde los comienzos de las diferentes pruebas, pero aun así es bastante minoritaria la representación femenina en el evento, aunque en todas las modalidades del evento existe representación femenina. Sólo en la modalidad de "Soplaoman" no hay presencia femenina, ya que es una prueba diseñada únicamente para el sexo masculino.

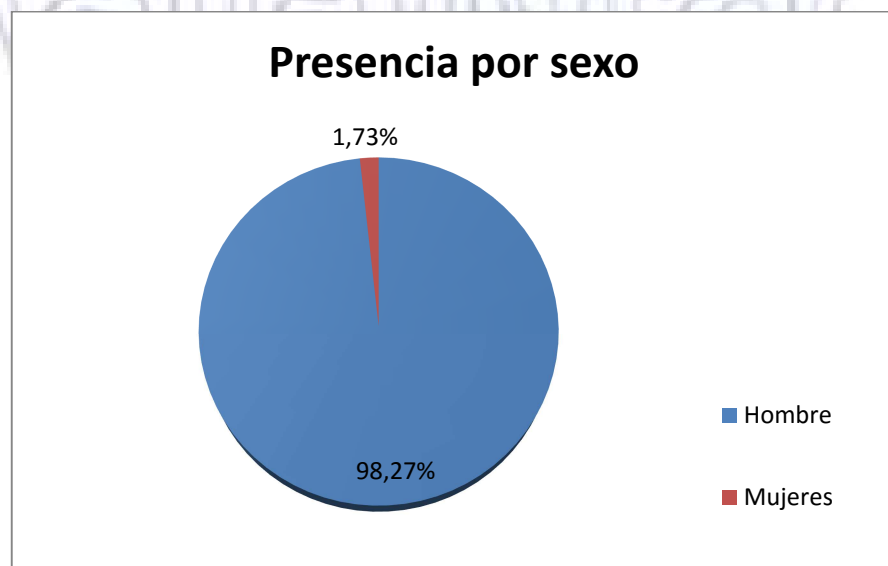


Ilustración 11. Fuente: Elaboración propia

Otro dato que analizamos, con los datos oficiales, es la práctica deportiva de las diferentes modalidades por federados y no federados. El 54,45% de los participantes en las

diferentes modalidades son federados, frente al 45,45% de no federados. Ha habido una evolución desde la primera edición del evento, en el año 2007, donde el 33% fueron federados, y el 67% no federados. Un año después, se fueron igualando esos porcentajes, el 44% fueron federados, frente al 56% de no federados.

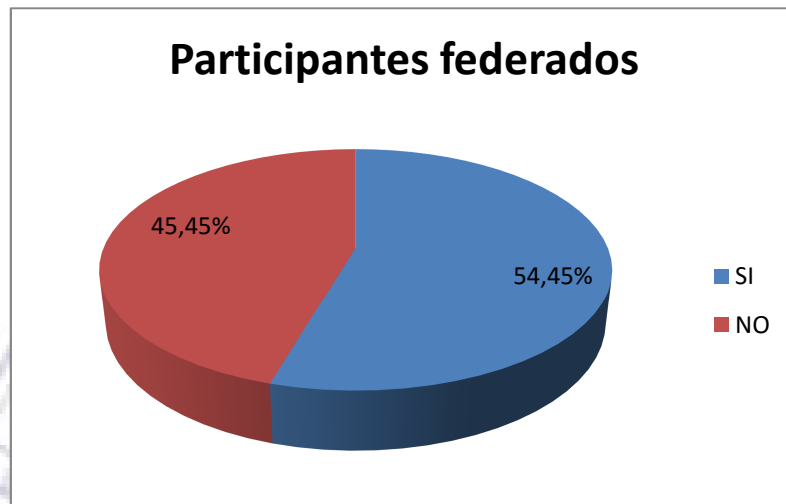


Ilustración 12. Fuente: Elaboración propia

Respecto al parámetro de la edad de los participantes, es importante partir de que el propio reglamento de las diferentes modalidades, exige que la edad mínima para participar sea de 18 años. La edad media de los participantes son unos 35 años, desde los 18 que permite el reglamento hasta la participación de algún ciclista de 82 años. Es cierto que es muy amplio el espectro de la edad de los participantes y eso le aporta un atractivo añadido al propio evento.

Otro punto más que analizamos en este trabajo es el lugar de procedencia de los participantes. El lugar de origen de los participantes es muy variado, pero es más que evidente que el mayor porcentaje de participantes es de origen nacional, aunque la participación internacional en este evento ha ido aumentando y añadiendo nuevos países a la lista de inscritos en las diferentes modalidades, países como Alemania, Argentina, Brasil, Colombia, EEUU, Francia, Irlanda, Italia, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia, Venezuela están en la lista de participantes extranjeros. Respecto a los participantes internacionales, la prueba que más atrae a este perfil de deportistas es la modalidad de BTT, seguida de la de Maratón, Ruta a Pie, Ultramaratón y Soploman.

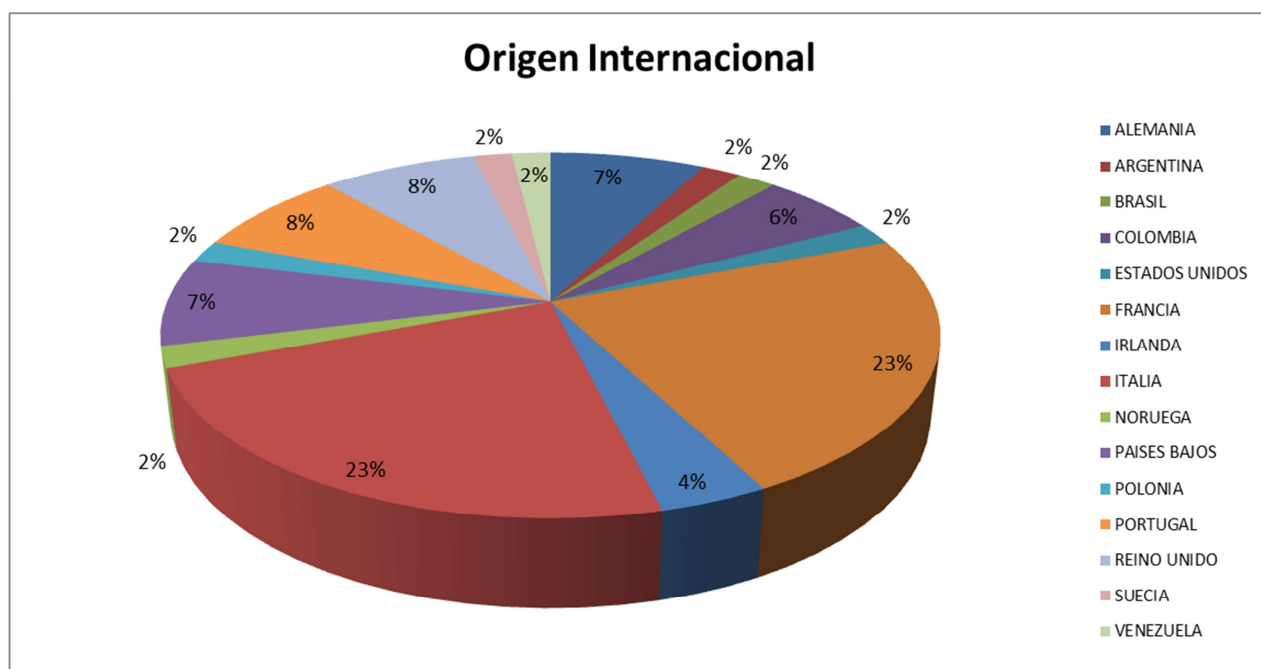


Ilustración 13. Fuente: www.diezmilsoplao.com. Elaboración propia

En relación a las participantes nacionales, el mayor porcentaje es de origen local, el 42,08% es de Cantabria y después le siguen las provincias limítrofes a Cantabria. Asturias con 13,17%, le sigue Madrid, que aunque no sea limítrofe con Cantabria, tiene una gran participación en este evento deportivo, un 12,07%; Vizcaya con un 7,33%, A Coruña 3,72%, Valladolid 3,61%, Guipúzcoa 3,53%...desde todas las CCAA ha habido participación en "Los 10.000 El Soplao".

5.5 Efectos turísticos

A pesar de la evolución de "Los 10.000 El Soplao", el análisis del impacto turístico de éste evento deportivo ha sido nula. El propio Presidente de la Organización, en una entrevista reciente manifestó, (COBO 2015):

"no tener ni idea del impacto turístico que tiene el evento para Cabezón y los pueblos por los que discurre la prueba", aunque dice:

"...la repercusión es enorme...durante toda la rueda del año hay gente...".

La prueba discurre por la comarca Saja-Nansa, formada por las localidades de Cabezón de la Sal, Cabuérniga, Herrerías, Lamasón, Mazcuerras, Peñarrubia, Polaciones,

Rionansa, Ruente, San Vicente de la Barquera, Los Tojos, Tudanca, Udías, Valdáliga, Val de San Vicente.

Poblaciones que forman la comarca Saja-Nansa



Ilustración 14. Fuente: www.cantabria102municipios.com

Delimitando geográficamente las localidades que forman parte de la comarca Saja-Nansa, vamos a analizar la ocupación hotelera de la misma, centrando nuestro análisis en los meses de Mayo que son, principalmente, cuando tiene lugar "Los 10.000 El Soplao". Para ello tomamos de referencia los datos oficiales del ICANE sobre la Encuesta de Ocupación Hotelera.

Ocupación Hotelera en la comarca Saja-Nansa

	AÑOS	VIAJEROS	PERNOCTACIONES	ESTANCIA MEDIA	GRADO DE OCUPACION	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
MARZO	2007	1386	3846	2,77	17,38	34	961
	2012	1114	5024	4,51	16,39	34	989
	2013	1359	4071	3	12,14	26	1081
	2014	2069	4598	2,22	18,7	24	793
ABRIL	2007	3473	8135	2,34	28,44	35	949
	2012	2389	6310	2,64	15,68	41	1341
	2013	1969	5196	2,64	14,94	31	1159
	2014	2692	7057	2,62	19,46	33	1208
MAYO	2007	1807	5529	3,06	18,54	34	961
	2012	3001	7658	2,55	17,83	41	1385
	2013	2924	7514	2,57	18,94	33	1279
	2014	2771	7837	2,83	20,8	36	1211

Ilustración 15. Fuente: www.ican.es. Elaboración propia

En los datos oficiales del ICANE no podemos extraer de ellos los turistas que ya estaban en el evento simplemente porque ya se encontraban en la comarca. Es decir, personas que como motivación principal no ha sido el evento. El número de establecimientos

de la comarca, no ha variado significativamente, desde el comienzo del evento, año 2007, hasta el 2014. Se mantiene su media. Lo que sí se ha incrementado es el número de plazas de alojamiento, y se puede apreciar que durante el mes de Mayo hay un incremento considerable. Analizando el mes de Mayo, como mes base para nuestro estudio, se aprecia, que año tras año el número de viajeros se ha incrementado, y con ello el número de pernoctaciones. La estancia media es de aproximadamente 2,5 días, por viajero. Lo cierto es que no aporta mucho este dato, ya que la media mensual oscila en esas cifras. Durante el mes de Abril, se aprecia un ascenso, que se debe, principalmente, a la coincidencia de la Semana Santa. El grado de ocupación media, oscila durante los meses de Mayo, en los diferentes años, por lo que se puede decir que sí existe un impacto en el grado de ocupación durante el evento.

Desde foro deportivos, relacionados con el evento, se ha detectado que un porcentaje no significativo, pero sí a tener en cuenta, de los participantes que acuden a este evento y que buscan alojamiento para los días de las pruebas y días previos, se suelen alojar en casas privadas no oficiales, por lo que es difícil valorar éste número de viajeros, ya que no existen datos oficiales. Desde la Oficina de Turismo de Cabezón de la Sal nos indican que no existen datos oficiales de la repercusión del evento en la ocupación hotelera, pero lo que sí nos confirman es que al contar con pocas plazas hoteleras en Cabezón de la Sal, la ocupación durante los días del evento deportivo es del 100%, y que además la tónica habitual de los participantes y acompañantes es reservar con un año de antelación. El motivo principal de esta antelación es tener la seguridad de llegar a tiempo al evento, y sus posibles contratiempos, por lo que la mejor opción es la reserva de alojamiento en establecimientos lo más próximos al lugar de inicio del evento, Cabezón de la Sal. El Presidente de la Organización declaró, (COBO 2015):

"... Creo que si tuviéramos más infraestructura de alojamientos, posiblemente ya habríamos llegado a diez mil. A la gente cuando ya tiene que desplazarse muchos kilómetros para quedarse y demás, le cuesta más."

No existen datos oficiales sobre los ingresos indirectos, pero podemos hacernos una idea de lo que supone en el consumo de bienes y servicios turísticos, como pueden ser la restauración, tiendas locales, transporte...dada la gran afluencia de participantes en las diferentes modalidades y los acompañantes de los mismos. El despliegue de espectadores, medios y voluntarios, ha ido aumentando a lo largo de las diferentes ediciones. Tampoco

existen datos oficiales sobre estos números, pero también les debemos tener en cuenta para hacernos una idea de los ingresos indirectos que pueden dar a la comarca en éstas fechas.

Los beneficios directos de alojamiento se han obtenido multiplicando el número de viajeros por la estancia media por importe medio del alojamiento. Los datos del número de viajeros y la estancia media se han obtenido de los datos oficiales que proporciona el ICANE. El precio medio del alojamiento, se ha extraído preguntando telefónicamente y mediante las páginas web de los establecimientos, a 10 establecimientos hoteleros. El precio medio de alojamiento, para éstas fechas, es de 50€/habitación doble. Por lo que en el año 2014 podemos indicar que los beneficios directos obtenidos por alojamiento serían de alrededor de 392.096,5-€.

Hemos de tener en cuenta una cifra elevada que se queda año tras año en la Organización del evento, que sin contar con cifras oficiales, podemos hacer una estimación. Se trata del ingreso obtenido de las inscripciones a las diferentes pruebas. No existe la preinscripción, ni el pago al recoger el dorsal, la Organización únicamente admite inscripciones pagadas y que no son reembolsables. Los precios del año 2014 fueron de 20€ para federados y 30€ para los no federados (pruebas BTT y Carretera), siempre y cuando las inscripciones se realicen dentro de las fechas fijadas por la propia Organización, fuera de éstas fechas los precios se incrementan a 35€ y 45€, respectivamente. Pero no todas las inscripciones tienen el mismo precio, las pruebas de Ultramaratón, Soplao, Combinada y Aguas Abiertas son más caras, la prueba de Ruta a pie es más barata, y la prueba para adaptados es gratuita. En el año 2014 hubo 9.200 participantes de estos 9.200 descontamos 150 de los inscritos adaptados. Tomando una media de 30€ por inscripción, podríamos indicar que se habría ingresado por ésta partida un mínimo de 271.500€.

5.6 Análisis DAFO

DAFO es una herramienta de análisis y gestión de la cual se obtiene información para poder implementar acciones y medidas correctivas.

El análisis DAFO tiene un uso más habitual en las empresas, pero dado el uso fundamental de esta herramienta como analizar las amenazas o debilidades del entorno con el fin de prevenirlas o corregirlas, descubrir nuevas oportunidades de negocio, evitar errores previsibles etc..., vamos a ayudarnos de ésta herramienta para analizar el evento deportivo "Los 10.000 El Soplao" como recurso turístico.

DEBILIDADES

- ✓ Escasa participación de las Entidades Públicas aunque tengan un interés en la actividad deportiva
- ✓ Escaso reconocimiento social/deportivo por parte de los propios cántabros
- ✓ Alojamientos escasos en el "punto cero" del evento, Cabezón de la Sal
- ✓ Escasez de informes y estudios sobre el impacto del evento deportivo en la comarca
- ✓ Escasa red de transportes público para llegar a la localidad
- ✓ Escasa colaboración con el sector turístico
- ✓ Pocas acciones de marketing
- ✓ No se piensa en el público extranjero (cartelería en diferentes idiomas...)

AMENAZAS

- ✓ Escasa presencia de medios de comunicación. Centran más sus noticias en otros eventos deportivos como el fútbol
- ✓ Climatología de la zona. Tiempo inestable
- ✓ Posibilidad de que este tipo de pruebas deportivas dejen de ser una moda pasajera
- ✓ Escasa participación femenina por lo llegue a ser un evento deportivo meramente de participación masculina
- ✓ Reducidas empresas privadas patrocinadoras
- ✓ Muchas Comunidades Autónomas cercanas con eventos deportivos similares

FORTALEZAS

- ✓ Cuenta con un gran porcentaje de participantes federados con lo que hace que no pase a ser una mera moda eventual
- ✓ Aumento gradual en la participación desde el inicio de la primera modalidad
- ✓ Multitud de modalidades deportivas por lo que puede participar diferentes tipos de perfiles
- ✓ La localización de la prueba se desarrolla por paisajes de gran interés turístico
- ✓ Incremento del nivel de interés y de la participación local en actividades asociadas con el evento
- ✓ Clima festivo durante la celebración de evento deportivo
- ✓ Recurso turísticos propios de la zona (paisaje, gastronomía, monumentos...)
- ✓ Destino multiproducto (cultural, sol y playa, rural...)
- ✓ Buena imagen global de la actividad

OPORTUNIDADES

- ✓ Aumento de la conciencia de los participantes y visitantes al evento, de la comarca como destino turístico
- ✓ Creación de nuevos alojamientos y atractivos para los turistas
- ✓ Estrategia de fidelización del deportista-turista
- ✓ Acudir a ferias deportivas para poder publicitar el evento deportivo
- ✓ Creación de un paquete turístico que incluya la inscripción, el alojamiento y la visita a las Cuevas El Soplao
- ✓ Turismo de proximidad

5.7 Análisis del cuestionario a los participantes de "Los 10.000 El Soplao"

Es manifiesto que existe una relación entre "Los 10.000 El Soplao" y el turismo, ya que partimos de la base de la característica deportiva que une a ambos. Pero el objetivo en este caso es, desde el punto de vista cuantitativo, dar medidas de su interconexión. Puesto que no existen datos oficiales, sobre todo de carácter económico, se ha realizado una encuesta para poder conocer si realmente existe un impacto turístico con este evento.

El objeto de estudio ha sido los participantes de las diferentes modalidades que consta el evento "Los 10.000 El Soplao", sin discriminar en el año de participación, mediante una

muestra de 70 participantes, a las que se le ha aplicado un cuestionario de 13 preguntas, de estilo abierto y cerrado.

- Variables Sociodemográficas

ORIGEN	Femenino	Masculino	Total
Asturias		9	9
Cantabria	6	31	37
Guipúzcoa	6		6
Las Palmas		1	1
León	2	1	3
Madrid	2	8	10
Salamanca		1	1
Valladolid		1	1
Vizcaya		1	1
Zamora	1		1
Total	17	53	70

El 24,28% de los participantes son el sexo femenino, frente al 75,72% masculino. Es indiscutible que el sexo predominante en este evento deportivo es el masculino. Algo que se repite en la mayoría de los eventos deportivos. El 52,86% de los participantes, son de origen local, de Cantabria. El origen, no local, que más participa en estas pruebas, con el 14,29% es la Comunidad de Madrid y muy cerca, el 12,86%, es de la provincia de Asturias. Teniendo en cuenta esta variable, se puede decir, que el origen de los participantes del evento es muy diverso, pero desde luego que las provincias cercanas a Cantabria atraen al mayor número de participantes.

Edad	Femenino	Masculino	Total
Entre 18 y 30 años	1	6	7
Entre 31 y 50 años	16	42	58
Entre 51 y 65 años		5	5
Total	17	53	70

El 82,86% de los encuestados, tiene una franja de edad entre los 31 y 50 años, el 72,41% son hombres frente al 27,59% de las mujeres.

Estudios	Femenino	Masculino	Total
Estudios básicos		8	8
Estudios secundarios	6	26	32
Estudios universitarios	11	19	30
Total	17	53	70

El 45,72% de los encuestados tiene estudios secundarios, y un 11,42% tiene estudios básicos. También se desprende de este cuestionario que la participación con estudios universitarios es igual respecto a sexos, y no hay participación femenina con estudios básicos.

Motivación	Femenino	Masculino	Total
Deportiva	2	45	47
Nuevas experiencias	3	7	10
Ocio/Turismo	11	1	12
Otras	1		1
Total	17	53	70

En relación a la motivación para participar en este evento deportivo, difiere según el sexo. Para el 84,91% del sexo masculino, es el deportivo. Para el 64,71% del sexo femenino es la opción ocio/turismo. Pero, sin tener en cuenta, el sexo de los participantes, se aprecia que el motivo principal es la opción deportiva, con un 67,14%.

Alojamiento	Total
Casa amigos	6
Hotel/Casa rural/Camping	26
No es necesario	36
Otros	2
Total	70

La mayoría de los participantes de la prueba, un 51,43%, no necesitan contratar ningún tipo de alojamiento, frente al 37,14% que contrata la opción de hotel/casa rural/camping como forma de alojamiento. Un 8,57% utiliza la casa de amigos como opción de alojamiento.

Nº Acompañantes	Total
0	15
1	15
2	16
3	11
4	3
5	3
7	1
8	1
10	1
15	2
20	1
Depende	1
Total	70

De la pregunta sobre si el participante suele ir acompañado al evento, más de la mayoría suele acudir con una media de 2 acompañantes.

- Variable gasto

Gasto medio	Total
De 100,00€ a 200,00€	33
De 201,00€ a 400,00€	16
Más de 401,00€	3
No tengo ningún coste	17
(en blanco)	1
Total	70

Sin incluir la cuota de inscripción al evento, el 42,86% de los encuestados hace un gasto medio entre 100,00€ y 200,00€. La mayoría de los participantes, un 74,29%, tiene un gasto económico, de mayor o menor importe, en este evento deportivo. Un 24,28%, no realiza ningún gasto durante el evento.

Gasto medio en restauración	Total
Nada	2
Hasta 100€	40
De 101€ a 200€	21
De 201€ a 500€	5
No lo he calculado	2
Total	70

El 57,14% de los encuestados, hace un gasto medio en restauración de hasta 100,00€, un 30% gasta entre 101,00€ a 200,00€. Se concluye, de la variable de gasto, que casi la mitad de los participantes en el evento hace un gasto entre 100,00€ y 200,00€, y la mayor parte de este gasto es de la partida de restauración.

- Variable Evento

Conocimiento del evento	Total
Club/Federación	5
Internet	8
Prensa	14
Recomendación de un amig@/conocid@	42
(en blanco)	1
Total	70

El 60% de los participantes, conoce la existencia de este evento deportivo, por la recomendación de un amig@/conoci@. Un 20% por la prensa. El "boca a boca" en este tipo de evento funciona muy bien para la difusión del mismo, pero es importante tener en cuenta los medios de comunicación para dar a conocer y llegar al mayor número posible de participantes.

Valoración general del evento	Total
1- Muy Bueno (El año que viene repito!)	22
2- Bueno (Puede que el año que viene repita)	40
3-Regular (No creo que repita)	8
Total	70

La valoración general que se le da al evento, es buena. Un 57,14% lo valora como buena. La mayoría de las recomendaciones que los encuestados hacen a la Organización es sobre el tema del avituallamiento. Se reclama más puntos de avituallamiento y más variedad de productos en el avituallamiento. Los encuestados creen que el precio de las inscripciones es excesivo en relación al avituallamiento y al merchandising que reciben del evento. Otra de las recomendaciones de los participantes es la escasez de merchandising. Sugieren cambios en el recorrido, para que no todos los años sea el mismo. Creen que la animación durante el recorrido de las pruebas puede ser mejorada por parte de la Organización. Alguno de los problemas que exponen son los atascos a la salida de las diferentes pruebas, en Cabezón de la Sal, sugieren que la salida se haga a las afuera de Cabezón de la Sal. Reclaman mejor señalización, sobre todo nocturna y que se tenga en cuenta las inclemencias del tiempo con la señalización.

Cantabria como lugar de vacaciones	Total
NO	13
Asturias	2
Cantabria	9
Madrid	1
Vizcaya	1
SI	57
Asturias	7
Cantabria	28
Guipúzcoa	6
Las palmas	1
León	3
Madrid	9
Salamanca	1
Valladolid	1
Zamora	1
Total	70

El 81,43% de los encuestados, valora Cantabria como lugar de vacaciones, el 40% se consideraría un turismo local, ya que su origen de procedencia es Cantabria.



6 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Con este trabajo se pone de manifiesto la escasa visión de oportunidad de captación de turismo con el evento deportivo "Los 10.000 El Soplao". El efecto que este evento deportivo tiene en la población local es evidente, muestra de ello es el incremento en el número de participantes en las diferentes modalidades que se organiza, no sólo en la comarca, sino también en las limítrofes. No hay duda del éxito en el ámbito de la aceptación social, quizás por el carácter lúdico y festivo de la prueba, más que el competitivo. Recordamos que ninguna de las modalidades tiene carácter competitivo como bien se recoge en el reglamento de las pruebas. El impacto en la población local es satisfactorio para este evento, es uno de los elementos que garantiza su sostenibilidad.

Es perceptible que la aparición del boom del running y otras nuevas modalidades deportivas que surgen al mercado deportivo suponen un gran un impacto económico en diferentes áreas del mercado, no sólo en el deportivo. El aumento en la organización y participación en eventos deportivos en Cantabria es aún precoz como para considerar "Los 10.000 El Soplao" un producto turístico. Bien es cierto que la implicación tanto de los organizadores como de las instituciones públicas ha ido incrementándose pero aún falta mayor consolidación del evento para que se pueda ofertar turísticamente.

Utilizar el evento deportivo "Los 10.000 El Soplao" como reclamo turístico de Cantabria no está fuera de orden. Evidentemente no tiene la misma repercusión mediática que una semifinal de la liga de fútbol, pero es aquí donde se debe poner énfasis en una buena campaña de comercialización y comunicación a nivel más allá del local o comarcal. El continuo incremento de participantes y algunos datos de ocupación hotelera muestran resultados optimistas, pero ningún estudio fundamenta la contribución del evento en el turismo de la comarca. La mayoría de los participantes proceden de un origen geográfico cercano, por lo que no se consideran como turistas, sino como visitantes. Además la comercialización de producto turístico de viaje, alojamiento y dorsal, en este evento, posiblemente no tenga un impacto significativo.

Es sorprendente la falta de estudios y análisis del impacto turístico del evento "Los 10.000 El Soplao", los datos oficiales de la organización tienen un carácter meramente deportivo, obviando la perspectiva turística. La conexión entre el evento y el turismo es un

concepto relativamente nuevo, por lo que no ha sido ampliamente analizado, pero es obvio que existe ese binomio y que el evento "Los 10.000 El Soplo" no sólo atrae participantes durante las fechas de las pruebas sino que se podría aprovechar como recurso turístico para potenciar el turismo de la zona y sus alrededores y desestacionalizar la comarca durante las fechas no vacacionales. El deporte es un factor importante en la oferta de los destinos turísticos, lo cual es evidente que los grandes acontecimientos deportivos sirven de campaña de imagen para que un destino potencie su turismo local por lo que tiene que haber una mayor implicación pública y privada para que este evento pueda incluirse como otro recurso turístico más de Cantabria. Dado el cambio en el entorno turístico actual, se ha de innovar, reinventar y ser capaces de potenciar el evento "Los 10.000 El Soplo" para cubrir las experiencias de los consumidores que reclaman este turismo deportivo por sus experiencias personales y deportivas.

Proponemos las siguientes herramientas de promoción turística para el evento. Gracias a la promoción turística podemos conseguir la divulgación de un lugar como destino para los turistas. Entre los objetivos principales de esa promoción turística se remarcen los siguientes aspectos:

- ✓ Impulsar el atractivo turístico de una zona
- ✓ Dar a conocer la oferta que tiene la zona al turista
- ✓ Motivar a los profesionales del sector para promover el mismo y atraer mayor número de visitantes

Vamos a utilizar el evento deportivo "Los 10.000 El Soplo" como impulso para promocionar turísticamente la zona Saja-Nansa, mediante los siguientes medios de promoción:

- Paquetes turísticos
- Deportista de alto nivel
- *APP's*
- *Fan Zones*

La primera de las herramientas utilizadas serán los **Paquetes turísticos**, es lo cuales estén incluidos los servicios de:

- ✓ Inscripción asegurada a la prueba elegida
- ✓ Dorsal con chip/sin chip (chip propio)
- ✓ Alojamiento y desayuno madrugador y late check-out

- ✓ Welcome pack, con acceso a las Cuevas de El Soplao, y otras visitas turísticas
- ✓ Posibilidad de reservar, con antelación, servicios extras como masajes, limpieza de bicicletas...
- ✓ Traslados

Todos estos precios serán ofertados para los participantes a las diferentes modalidades del evento. Y teniendo en cuenta que, en la mayoría de los casos, vienen acompañados por familiares, amigos.... Se ofrecerá un descuento popular para el alojamiento y desayuno de los mismos. El precio de estos paquetes variará en función de los servicios y los días de alojamientos que elijan.

Gracias a los paquetes turísticos podemos fortalecer puntos débiles del evento deportivo como son las estancias cortas. Estos paquetes garantizan que permanezcan más días en la zona y alrededores, y la promoción para la práctica de otras actividades que no están incluidas en el paquete, por ello van a hacer un consumo de bienes y servicios mayor. El viajero tendrá la percepción de la zona, como un lugar de vacaciones. Cantabria en el 2010, ya utilizó los paquetes turísticos para aficionados al golf, con motivo de la celebración del torneo de golf *Green Cantabria*.

Otra herramienta que utilizaremos serán los **deportistas de alto nivel**, es decir, deportistas que gracias a sus méritos deportivos, tienen un interés bien deportivo o social. Este tipo de deportistas atraen mucho público a su alrededor, unos sólo se sienten atraídos por el personaje creado a través de los medios de comunicación, y en otros casos, deportistas que no son de alto nivel pero que practican la misma actividad, y que para ellos son un referente deportivo, por lo que en ambos casos sirve de atractivo para ambos públicos.

El marketing móvil está de moda, las grandes empresas se apoyan en éstas herramientas, **App's** para promocionar sus productos. Nosotros crearemos una App que no sólo sea deportiva (tiempos, inscripciones, recorridos...), sino que tenga también su parte atractiva y no solo comercial. La aplicación tiene que tener su parte de ocio, ya que según las estadísticas, el 69% de las aplicaciones descargadas tienen la finalidad de ocio, el 64% de redes sociales y tan solo un 16,8% de información. Por lo que hemos de tener en cuenta estos elementos a la hora del diseño de la aplicación.

Las **Fan Zone** es un punto de encuentro y de entretenimiento antes y después de las pruebas del evento, un lugar diseñado para acoger a los seguidores del evento, próximo a donde se desarrolla el propio evento y que se caracteriza por su carácter lúdico y festivo. Estará seccionado para adultos y niños, con el fin de atraer a un mayor número de gente, no sólo se enfoca a los inscriptos en el evento, sino a sus acompañantes. Se aprovechará para dar a conocer los atractivos turísticos de la zona y además, servirá de punto de encuentro para las federaciones y de ésta forma poder impulsar el evento entre éstos y atraer mayor número de participantes y futuros turistas.



7 REFERENCIAS

PUERTAS, Xavier (2007). *Gestión del Ocio en el ámbito turístico*. Vallehermoso: Síntesis

ARTICULOS Y REVISTAS DE INTERNET:

AÑÓ, V. (Febrero 2000). "La organización de grandes eventos deportivos" *Revista Arbor*, 265-287, disponible en:
<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewFile/969/976>
(Consultada el 15/04/2015)

BLÁZQUEZ, A. (2014). "La comercialización del producto turismo deportivo" *Revista Dimensión Empresarial*, 46-58, disponible en:
http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-12-no-2/articulo03.pdf
(Consultada el 15/01/2015)

BLAZQUEZ, S. (21/02/2015). "El Deporte inyecta salud a la economía". *El País*, disponible en:
http://economia.elpais.com/economia/2015/02/20/actualidad/1424449425_958692.html
(Consultada el 15/04/2015)

CED (1992). Carta Europea del Deporte para todos. Artículo nº 2, disponible en:
<http://www.femp.es/files/566-69-archivo/CARTA%20EUROPEA%20DEL%20DEPORTE.pdf> (Consultada el 14/02/2015)

CEREZUELA, B. (Junio 2003). La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos. Centre d'Estudis Olímpics UAB, disponible en:
http://olympicstudies.uab.es/pdf/WP086_spa.pdf (Consultada el 15/04/2015)

COBO, T. (15/06/2015). Entrevista a Jesús Maestegui Gómez. *El Diario Montañés*, disponible en:
<http://www.eldiariomontanes.es/deportes/mas-deportes/201506/15/soplao-tiene-tanto-reto-20150614001445-v.html> (Consultada el 30/06/2015)

CSD (2015). Consejo Superior de Deportes. Encuesta de hábitos deportivos de los españoles 2005, disponible en:
<http://www.csd.gob.es/csd/sociedad/encuesta-de-habitos-deportivos/encuesta-de-habitos-deportivos-2005/2-tiempo-libre-actividades-de-ocio-y-deporte>
(Consultada el 15/04/2015)

DEPORTE EN CANTABRIA. Consejería de Educación, Cultura y Deporte. Gobierno de Cantabria. Club Deportivo Elemental Los 10.000 El Soplao, disponible en:
<http://deportedecantabria.com/> (Consultada el 15/04/2015)

FAMILITUR (2012). Instituto de Turismo de España. Informe Anual 2012. Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles, disponible en:
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%202012.pdf> (Consultada el 14/01/2015)

FC Barcelona. El Museo del Barça, el más visitado en Cataluña en 2014, disponible en:
http://www.fcbarcelona.es/club/detalle/noticia/el-museo-del-barca-el-mas-visitado-de-cataluna-en-2014?_ga=1.54687083.1577583251.1429002052
(Consultada el 02/02/2015)

FERNÁNDEZ, M.T. (2014). "El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio caso" *Revista Cuadernos de Turismo*, 59-76, disponible en:
<http://revistas.um.es/turismo/article/view/195651> (Consultada el 15/01/2015)

FPA (2014). Premio Príncipe de Asturias. Acta del Jurado Maratón de Nueva York, disponible en:
<http://www.fpa.es/es/premios-princesa-de-asturias/premiados/2014-maraton-de-nueva-york.html?texto=acta&especifica=0>
(Consultada el 24/12/2014)

HINOJOSA V., et al. (Noviembre 2014) "Viajar para correr". *Revista Hosteltur*, 243, disponible en:
http://www.hosteltur.com/181750_viajar-correr-turismo-nuevos-estilos-vida.html
(Consultada el 29/12/2014)

ICANE (2015). Instituto Cántabro de Estadística. Encuesta de ocupación hotelera. Resultados zonas turísticas de Cantabria, disponible en:
<http://www.ican.es/economy/services#regional-data-hotel-occupancy-survey>
(Consultada el 15/04/2015)

KELLER, P. (2001) "Informe Introductorio Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo". Universidad de Lausana, disponible en:
<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1265/1265-3.pdf>
(Consultada el 15/01/2015)

LATIESA M. y PANIZA, J.L. (2006) "Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis". *Revista Internacional de Sociología*, 44, disponible en:
<http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/viewArticle/31> (Consultada el 14/01/2015)

Ley 2/200, de 3 de Julio, del Deporte. Boletín Oficial del Estado nº 177, disponible en: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2000-14000
(Consultada el 15/04/2015)

Ley 4/2006, de 19 de Mayo. Conservación de la Naturaleza de Cantabria. Boletín Oficial del Estado nº 184. A disposición en:
<https://www.boe.es/boe/dias/2006/08/03/pdfs/A29031-29050.pdf>
(Consultada el 15/04/2015)

LILLO, Ignacio (07/02/2014). El turismo deportivo ya está entre las tres principales motivaciones para viajar. A disposición en:
<http://www.diariosur.es/v/20140207/turismo/turismo-deportivo-esta-entre-20140207.html> (Consultada el 14/02/2015)

Los 10.000 El Soplao. Infierno Cántabro, disponible en:
<http://www.diezmildelsoplao.com> (Consultada el 11/11/2015)

MAGAZ-GONZÁLEZ, A.M. y FANJUL-SUÁREZ, J.L. (2012). "Organización de eventos deportivos y gestión de proyectos: factores, fases y áreas". *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 12, disponible en:
<http://cdeporte.rediris.es/revista/revista45/artorganizacion209.htm>
(Consultada el 14/02/2015)

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015). Anuario de Estadísticas Deportivas 2015, disponible en:

http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2015.pdf (Consultada el 23/12/2014)

NB Formentera to run. Disponible en:

<http://www.formenteratorun.com/index.php> (Consultada el 02/05/2015)

OMT (2002). Organización Mundial del Turismo. Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo, disponible en:

<https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1224/1224-1.pdf> (Consultada el 23/12/2014)

OMT (1994). Organización Mundial del Turismo. Entender el Turismo. Glosario básico, disponible en:

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (Consultada el 23/12/2014)

PEDROSA, R. y Salvador, J.A. (2003) "El impacto del deporte en la economía. Problemas de medición". *Revista Asturiana de Economía*, 26, disponible en:

<http://www.revistaasturianadeeconomia.org/edic26.php> (Consultada el 15/04/2015)

REVERTER-MASIA, J. y Plaza-Montero, D. (2010-2011) "Ocio, deporte y turismo. Situación actual y líneas de negocio". *Revista Esporte e Sociedade*, 16, disponible en:

<http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es1603.pdf> (Consultada el 29/12/2014)

RODRÍGUEZ, M. y RODRÍGUEZ, L. (2010-2012) "El senderismo dentro del contexto experiencial del turismo actual: ¿Ocio o Negocio?". *Revista Decisión*, 11, disponible en:

http://www.ambulare.es/pdf/elsenderismodentrodelcontextoexperiencialdelturismoactual_ocioonegocio.pdf (Consultada el 14/02/2015)

SANCHEZ, P. y Barajas, A. (2012) "Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores claves y medición". Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Universidad de Vigo, disponible en: <http://abarajas.webs.uvigo.es/LOS%20EVENTOS%20DEPORTIVOS%20COMO%20GENERADORES%20DE%20IMPACTO%20ECONOMICO.pdf> (Consultada el 14/02/2015)

UNESCO (1982). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Declaración de México sobre las políticas culturales, disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf (Consultada el 29/12/2014)

Viajar para ver deporte. Disponible en: http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos/Turismo_de_compet_deportivas.pdf (Consultada el 14/01/2014)

