de Marketing Público y No Lucrativo

Casos

Vol 9, pp: 124-137
casos-aimpn.org (ISSN 2530-3422)
DOI: https://doi.org 10.5281/zenodo.7359072

de Marketing Público e Não Lucrativo

TURISMO DEPORTIVO EN LA CIUDAD. IRONMAN VITORIA-GASTEIZ, UN CASO DE ESTUDIO

Lucía Sáez Vegas **Mikel Basterra Suso**
(Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibersitatea, España)

Resumen:

Turismo y deporte son dos disciplinas que combinadas se han convertido en una alternativa al turismo más convencional. En las últimas décadas el sector turístico se ha visto beneficiado por la globalización, el crecimiento de países emergentes, las nuevas tecnologías y el aumento en el número de periodos vacacionales. El turismo deportivo no ha sido ajeno a este crecimiento.

El objetivo que plantea el presente trabajo es analizar esta tendencia creciente en el ámbito turístico entendiendo que ambos factores, turismo y deporte, son relevantes en desarrollo económico del territorio en general y de la ciudad en particular. Así, la celebración de un gran evento deportivo en la ciudad es una oportunidad única para mostrar la identidad, la imagen, la cultura y la sociedad impulsando la economía local y creando una herencia deportiva que perdure en el tiempo. Como caso de estudio hemos seleccionado el IRONMAN de Vitoria-Gasteiz.

Abstract:

The combination of tourism and sport has become an alternative to more conventional tourism. In the last decades, the tourism sector in general has benefited from globalization, the growth of emerging countries, new technologies and the increase in the number of vacation periods. Sports tourism has been benefited from this growth.

This paper aims to analyse this growing trend in the field of tourism, understanding that both factors, tourism and sport, are relevant in the economic development of the territory in general and the city in particular. Thus, the celebration of a major sporting event in the city is a unique opportunity to show the identity, image, culture and society, boosting the local economy and creating a sporting heritage that lasts over time. As a case study, we have selected the celebration of the IRONMAN in the city of Vitoria-Gasteiz.

1. Introducción

El Comité Olímpico Internacional (COI) junto con la Organización Mundial del Turismo (OMT) organizan en el año 2001 en la ciudad de Barcelona la primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo. El objetivo del evento no era otro que analizar la creciente relación entre ambos fenómenos que, ya por separado, se consideran dos factores importantes para el desarrollo económico de un territorio. Además, trataron de resaltar los beneficios y sinergias que la combinación de ambos podría aportar al lugar donde se desarrollen.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, define el turismo (UNWTO , 2021a): *"El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes), y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico"*.

Según este mismo organismo, en 2019 se registraron 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo, lo que supuso un crecimiento del 3,8% frente al año anterior, 2018. Esta tendencia creciente del sector turístico en las dos últimas décadas, se ha visto impulsado por: i) un transporte asequible relacionado con las compañías áreas de bajo coste que han permitido rebajar el precio de los viajes regionales, y propiciar una mayor movilidad; ii) las nuevas tecnologías relacionadas con internet que, además, de generar nuevos canales de comunicación y de venta de productos y servicios turísticos, directamente a los consumidores, han propiciado la aparición de plataformas de alquiler de propiedades y de servicios de hospedaje; iii) el crecimiento de economías emergentes que ha generado nuevos flujos turísticos, y donde ha surgido una importante clase media con aspiraciones a viajar (principalmente los BRICS, Brasil, Rusia, India, China, Sudáfrica); y iv) Una mayor oferta de destinos unido a la tendencia a periodos vacacionales más cortos, pero más veces al año (Trew y Cockerell, 2002)

Sin embargo, el impacto de la pandemia COVID 19 ha provocado la mayor crisis de la historia del turismo según el último Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2021b). Según este Barómetro, entre enero y mayo del 2021, las llegadas de turistas internacionales fueron un 85% inferiores a las de 2019 y 65% inferiores a las de 2020.

En cualquier caso, el turismo es una actividad compleja que presenta distintas perspectivas: social, económica, cultural, geográfica, etc., que ha sufrido una profunda transformación tanto desde la demanda como desde la oferta, con continuos cambios en destinos, transporte, alojamiento, y cambios en el tipo de turista con nuevas motivaciones, estilos de vida, y tipologías de demanda de turismo. Además, no hay que olvidar que fenómenos incontrolables como la climatología, el terrorismo, o la actual pandemia tienen un efecto directo sobre este sector.

En cuanto al deporte, a nivel nacional, la práctica deportiva se enfoca desde la óptica de "deporte para todos" como un instrumento en la prevención de la salud que supone un ahorro de costes sociosanitarios, así como una activación social y económica que contribuye al desarrollo sostenible del país. Según el informe "Termómetro del Ecosistema del Deporte en España 2020" (Jiménez-Gutiérrez et al., 2020), la contribución de la industria deportiva al PIB nacional, en el año 2018, fue equivalente al 3,3%, y generó más de 400.000 puestos de trabajo, lo que equivale al 2,1% de la población ocupada en el país. Si bien, la actual situación de pandemia ha ensombrecido estos resultados provocando pérdidas superiores al 30% de su cifra de negocio durante el año 2020, con la consecuente pérdida de puestos de trabajo.

En cuanto a la combinación de turismo y deporte, es decir, turismo deportivo, en 2019 se realizaron aproximadamente 4 millones de desplazamientos vinculados al deporte solo en España. Gran parte de estos turistas se alojaron en hoteles y su duración del viaje fue inferior a 4 noches. Muchos de estos traslados tenían como destinos acudir a eventos deportivos que, por regla general, tienen lugar en áreas urbanas. Así, cuando los organizadores y los turistas deportivos eligen las ciudades como sede o destino, la razón es la facilidad para viajar a ellas. Cuanto más grande es la ciudad, más medios de transportes y mejores infraestructuras disponibles hay, además, cuenta con una gran y variada oferta de alojamiento, así como diferentes atracciones que pueden complementar al viaje turístico deportivo.

2. Desarrollo del caso

Sobre el Turismo Deportivo

Esteve (1991), establece la diferencia entre el turismo deportivo y el deporte turístico. Así, cualquier práctica deportiva que se realice dentro de las vacaciones puede ser considerada turismo deportivo, ya sea como objetivo principal o como objetivo secundario. Sin embargo, enlaza el deporte turístico con la comercialización turística. Es decir, el deporte capaz de ser comercializado, será deporte turístico.

Para Standeven y De Knop (1999), el turismo deportivo se define como todas las maneras activas o pasivas que pueden contener las actividades deportivas, participando de manera accidental o de manera organizada, ya sea por razones comerciales o no, pero siempre y cuando exista un desplazamiento fuera del lugar de residencia principal. Gammon y Robinson (2004), tratan de aclarar la relación entre turismo y deporte, diferenciando los conceptos de *Sport Tourism* y *Tourism Sport*. Consideran el *Sport Tourism* como turistas que de manera activa (participando) o pasiva (observando) toman parte en una actividad deportiva en sus vacaciones, siendo dicha actividad o conjunto de actividades la motivación principal del viaje. Además, la motivación puede ser competitiva si existe un evento deportivo competitivo, o recreacional, si no existe la competición. En cuanto al *Tourism Sport*, lo consideran como deporte en vacaciones. Es decir, turistas que, en sus vacaciones, de forma complementaria/secundaria practican un deporte/actividad física. En este caso, los autores, distinguen entre dos tipos de turistas. Por un lado, aquellos turistas que practican deporte para enriquecer y reforzar sus vacaciones, aunque no sea una actividad principal, y, por otro lado, aquellos turistas que de manera puramente accidental participan en una actividad deportiva.

Para Deery, Jago y Fredline (2004), los elementos claves que debe tener la definición de turismo deportivo, son actividad deportiva competitiva, motivación para asistir o participar intencionadamente y que el viaje sea fuera de la residencia habitual. Así, todo aquel turismo de ocio y recreación no lo consideran turismo deportivo, aunque durante el viaje se practique alguna actividad deportiva. Neirotti (2003) junto con Kurtzman y Zauhar (2005) coinciden en las siguientes cuestiones: debe existir un viaje fuera de lugar habitual de residencia, la finalidad del viaje tiene relación con el deporte, pero primordialmente es recreativa (ocio), puede tratarse de observar un evento/espectáculo o practicar una actividad física y por último puede tener un carácter competitivo o no.

Hinch y Higham (2011) definen el turismo deportivo como desplazamientos con fines deportivos lejos de la residencia habitual con un tiempo límite, donde el deporte se basa en tener una serie de reglas, habilidad física con capacidad de competir y un carácter recreativo.

Si bien, entienden el deporte como una actividad importante del viaje, ésta puede ser tanto la actividad principal del viaje como una actividad secundaria. Weed y Bull (2012), definen el turismo deportivo como un fenómeno social, económico y cultural que se produce por la interacción única entre la actividad, los individuos y el lugar. Según estos autores, la combinación de ambas actividades, turismo y deporte, supone la existencia de sinergias.

A pesar de que, como podemos comprobar, no existe consenso en la definición del Turismo Deportivo, Latiesa y Paniza (2006) plantea tres modelos que describen dicho concepto y recogen las aportaciones de los distintos autores mencionados. Así distinguen entre un modelo restrictivo, un modelo amplio y un modelo intermedio. La diferencia entre estos modelos está en la motivación o intencionalidad del viaje por parte del turista (ver tabla 5). Estos autores, se posicionan en el modelo intermedio, entendiendo que la motivación inicial del turista deportivo es la de participar en una actividad o evento deportivo al realizar sus desplazamientos recreativos o competitivos. Añaden, además, que (Latiesa y Paniza, 2006; p.139): *"hablar de turismo deportivo supone considerar al deporte o a la actividad física en un sentido amplio, como la actividad que va a condicionar la elección del lugar turístico de destino. Si la actividad deportiva no condicionase la elección del destino, no podríamos hablar de turismo deportivo"*.

Tabla 5. Modelos conceptuales del turismo deportivo.

Modelo amplio Participación y/o observación de una actividad deportiva fuera del lugar de residencia ya sea por motivos recreativos o motivos competitivo.	Esteve (1991) Standeven y De Knop (1999) Neirotti (2003) Kurtzman y Zauhar (2005)

Modelo intermedio El turista deportivo realiza su desplazamiento competitivo o recreacional, atraído por una actividad o evento deportivo que es lo que condiciona a dicho turista.	Gammon y Robinson (2004) Latiesa y Paniza (2006) Hinch y Higham (2011)
Modelo restrictivo Participación en una actividad deportiva competitiva. Bien como espectador de un evento competitivo o bien como participante del mismo.	Deery, Jago y Fredline (2004) Weed y Bull (2012)

Fuente: Elaboración propia a partir de Latiesa y Paniza (2006).

Sobre el turismo deportivo en la ciudad

Si hablamos de turismo deportivo en áreas urbanas, debemos tener en cuenta que los deportes con gran cantidad de espectadores son los que más popularidad tienen (Weed y Bull, 2004; p. 165): *"las ciudades continuamente organizan mega eventos deportivos, haciendo uso de sus grandes y avanzadas instalaciones, polideportivos y estadios, que habitualmente dan uso los equipos locales o bien, construyendo nuevas instalaciones específicas para albergar dichos eventos"*. Hay tantos eventos como motivaciones turísticas: eventos culturales, religiosos, corporativos, educativos y científicos, deportivos, etc.

Según Reverté y Pérez (2009), los eventos, en nuestro caso deportivos, comparten las características de otros productos turísticos: son productos intangibles, donde la participación en el evento es mucho más importante que los tangibles que se pueden consumir en el mismo; suponen una combinación de bienes y servicios (animación, catering, regalos, alojamiento…); suponen una opción para superar la estacionalidad del turismo, aunque están sujetos a una demanda heterogénea; su promoción y venta va a depender de intermediarios; cada evento es único, y aunque se repitan en el tiempo, esto supone que no se pueden estandarizar.

Pero a diferencia de otros productos turísticos tienen un carácter efímero, ya que la ciudad sólo puede ofrecer esta atracción durante un periodo de tiempo limitado. Siguiendo la clasificación de autores como Kurtzman y Zauhar (2005), los mencionados "*Events*" son el tipo de turismo deportivo con más protagonismo en la ciudad: Juegos Olímpicos, campeonatos regionales, nacionales o internacionales, carreras de coches o motos, ligas deportivas profesionales o amateurs, festivales deportivos, etc. Gran parte de estos eventos son celebrados en grandes ciudades capaces de organizar dichas actividades sin mayores problemas logísticos, de infraestructura o capacidad de alojamiento. En los eventos deportivos a celebrar en la ciudad, la demanda viene orientada por la oferta, es decir, por la disponibilidad o no de la infraestrucutra necesaria para realizar el evento. En cuanto a la tipología de eventos deportivos que se pueden organizar (Gratton et al., 2000; Wilson, 2006), se dividen en:

1. **Eventos deportivos Tipo A**: de ámbito geográfico internacional, son eventos con un impacto económico y mediático significativos, irregulares (no se celebran anualmente), especiales y únicos. Existe gran competencia entre países, y ciudades, para ganar su candidatura. Por ejemplo, la celebración de los JJ.OO.

2. **Eventos deportivos Tipo B**: son eventos con un impacto económico y mediático significativos, que congregan una gran cantidad de espectadores y que se celebran una vez al año a nivel nacional. Por ejemplo, la vuelta ciclista a España.

3. **Eventos deportivos Tipo C**: son eventos con un impacto económico limitado, irregulares (no se celebran anualmente) y únicos, con asistencia de espectadores y deportistas internacionales. Por ejemplo, el Campeonato del Mundo de Waterpolo.

4. **Eventos deportivos Tipo D:** son eventos con gran asistencia de deportistas que se celebran anualmente a nivel nacional, con un impacto económico y mediático limitado. Por ejemplo, la Media Maratón de Vitoria-Gasteiz.

5. **Eventos deportivos Tipo E:** son eventos que incluye un menor número de deportistas y espectadores, con un impacto económico y mediático muy limitado y que se realizan de forma regular. Por ejemplo, partidos de la liga manomanista de Pelota mano.

Para Weed y Bull (2004), cuando los organizadores y los turistas deportivos (mayormente espectadores) eligen las ciudades como sede o destino, la razón es la facilidad para viajar a ellas. Cuanto más grande es la ciudad, más medios de transportes y mejores infraestructuras disponibles hay. Además, deberíamos añadir la gran y variada oferta de alojamiento y las diferentes atracciones que pueden complementar al viaje turístico deportivo.

Otro punto importante que debemos tratar es la economía alrededor del turismo deportivo en las ciudades. Hinch y Higham (2011) afirman que diferentes gobiernos mundiales definen políticas deportivas en las cuales albergar grandes eventos resulta ser una de las prioridades. También añaden los posibles beneficios que pueden tener tanto la ciudad como el propio país. Entre ellos, beneficios por el legado deportivo, regeneración urbana, beneficios sociales y culturales, de imagen y marca ciudad y de país, mejora del posicionamiento, y beneficios económicos.

Aunque inicialmente la candidatura y la celebración de un mega-evento (como los JJOO) para una ciudad pueda tener resultados positivos inmediatos en cuanto a promoción, imagen, atracción de turismo e inversiones, como señalan Hinch y Higham (2011), también hay que valorar la posibilidad de que la ciudad sufra efectos económicos negativos. Así, la inversión pública o pública-privada necesaria para el desarrollo y mantenimiento de infraestructuras, pueden tener un coste muy elevado, y un retorno de la inversión no inmediato.

Por ello, y según Mazza (2019), antes de realizar un evento/ mega-evento es aconsejable que la ciudad analice previamente su nivel de competitividad como destino de turismo deportivo en relación a los recursos disponibles (económicos, humanos, culturales, sociales, de infraestructuras, etc.), y el uso eficaz de los mismos. Además, y según esta autora, sería conveniente una estrecha relación entre los distintos stakeholders públicos y privados de la ciudad. Esta colaboración, en el ámbito deportivo, podría dar lugar a paquetes de ofertas multideporte, que generaría un mayor número de turistas deportivos en la ciudad. Ahora bien, si una mala gestión y/o planificación del evento tiene un efecto negativo sobre los intereses de los residentes de la ciudad, como, por ejemplo, el corte de tráfico, cierre de calles, atascos, etc., esto puede generar una percepción negativa o aversión hacía el mismo evento, poniendo en riesgo su posible continuidad (Vico, 2018).

Para que los eventos deportivos en la ciudad incidan en su desarrollo, Sánchez et al. (2013) indican que es importante que desde el sector público se lleve a cabo una estrategia y política de continuidad, así como una adecuada gestión y planificación de los mismos, de manera que no sea algo puntual ni que pueda generar efectos contrarios a los deseados, principalmente sobre el desarrollo urbano, su imagen, marca y posicionamiento. Así la promoción de la industria del turismo urbano relacionada con el deporte está asociada al desarrollo de estrategias vinculadas con activos intangibles de la ciudad como su imagen y marca. La retrasmisión mediática de eventos o competiciones deportivas, ayuda a la difusión de la imagen de la ciudad, y en consecuencia de los valores que representa su marca, a la vez que puede atraer nuevos turistas relacionados o no con el deporte (Antón, 2018). También es cierto que, si bien, habitualmente el impacto de estos eventos o competiciones deportivas en la imagen y marca ciudad es positivo, no debemos olvidar la posibilidad de un efecto contrario.

La polémica más reciente sobre los eventos deportivos de gran tamaño, sin duda, es la del Mundial de fútbol de 2022 que tiene a Catar como sede. Se trata de un megaproyecto donde se han construido y/o remodelado 8 estadios en 5 ciudades diferentes del Estado. Según un artículo del periódico "The Guardian", publicado en febrero de 2021, más de 6500 trabajadores han muerto en las obras de construcción de los estadios, hoteles, carreteras, sistemas de transporte público... etc. Siendo la mayoría de ellos inmigrantes procedentes de países como India, Pakistán, Nepal, Bangladés o Sri Lanka. Esta situación pone en entredicho los derechos humanos que debería tener cualquier trabajador o persona. El diario británico añade la falta de transparencia por parte del gobierno e instituciones cataríes, las cuales, emiten informes incoherentes y sin un formato estándar por parte de los diferentes organismos.

Selecciones nacionales de gran importancia como Alemania, Holanda y Noruega ya se han manifestado en contra de las pésimas condiciones laborales de los trabajadores, estos últimos, incluso se plantean seriamente boicotear el evento en caso de conseguir la clasificación, según los resultados de una encuesta realizada por el periódico noruego Verdens Gang. Esta situación, puede tener un efecto negativo tanto en la imagen como en la marca de este país y, por ende, en las ciudades que acogen el evento. Standeven y De Knop (1999) ya advirtieron que el turismo deportivo no puede desarrollarse únicamente en base a sus

posibles beneficios económicos, y no tener en cuenta los efectos socioculturales, medioambientales, de salud o de imagen.

IRONMAN, evento deportivo en la ciudad

Actualmente una de las competiciones deportivas individuales más duras y exigentes, y que requiere una gran resistencia de cuerpo y mente, es el triatlón. El triatlón combina tres disciplinas deportivas: natación, ciclismo y una carrera a pie. Dependiendo de las distancias de las pruebas reciben distintos nombres:

Tabla 6. Tipos de triatlón en base a la distancia recorrida.

Clásico u olímpico	1,5 Km de Natación; 40 Km de Ciclismo; 10Km de Carrera a pie
Súper Sprint	0,4 Km de Natación; 10 Km de Ciclismo; 2,5 Km de Carrera a pie
Sprint	0,75 Km de Natación; 20 Km de Ciclismo; 5 Km de carrera a pie
IRONMAN 70.3	1,9 Km de Natación; 90 Km de Ciclismo; 21 Km de carrera a pie
Larga distancia:	4 Km de Natación; 120 Km de Ciclismo; 30 Km de Carrera a pie
IRONMAN:	3,8 Km de Natación; 180 Km de Ciclismo; 42 Km de Carrera a pie
Paratriatlón[1]	0,75 Km de Natación; 20 Km de Ciclismo; 5 Km de Carrera a pie

Fuente: Elaboración propia.

Una vez vistas las distancias de cada una de las competiciones de triatlón, podemos decir que el IRONMAN (en adelante IM) es la más dura de todas ellas. Los deportistas que participan en este tipo de eventos han de realizar las tres pruebas deportivas en un tiempo máximo de 17 horas.

La prueba IM se viene celebrando desde hace más de 40 años. En la década de los 70 se celebraba en el archipiélago hawaiano (isla de Oahu) tres competiciones de resistencia. La primera de ellas era el "Waikiki Roughtwater Swim", donde los deportistas debían realizar un recorrido de 3.8 km nadando. La segunda, era la "Around-Oahu Bike Race", donde los deportistas debían realizar un recorrido de 180 km en bici, y, por último, el "Maratón de Honolulu", con una distancia de 42 km. En el año 1978 de la mano de John Collins, marine estadounidense, nace la primera competición que combinaba las tres pruebas. La dureza de esta competición era tal que decidieron llamar "Iron Man" al primer deportista que la finalizase. La competición se repetía anualmente, y fue creciendo exponencialmente en número de participantes, y este incremento requería mejorar la organización. Para ello, en 1985 se fundó la empresa Hawaii Triatlon Corporation y cinco años más tarde se transformó en World Triathlon Corporation (WTC). Es esta última empresa la que en 1990 da forma al sistema de franquicias que perdura hasta hoy.

IM, organiza más de 40 eventos anuales, repartidos por ciudades de Europa, América, Asia, Oceanía y África. En el año 2021, a nivel europeo, son más de 20, de los cuales a nivel nacional se han celebrado un total de cuatro competiciones: Lanzarote, Mallorca, Barcelona y Vitoria-Gasteiz.

El recorrido del IM Vitoria- Gasteiz se inicia en el pantano de Ullíbarri-Gamboa (ver figura 58) donde los triatletas recorrerán 3,8 km nadando, después han de subirse a la bicicleta y pedalear durante 180 kilómetros por la Llanada Alavesa, atravesando pueblos como Agurain, Marieta, Zurbano, Matauco o Luzuriaga (ver figura 59), y finalmente han de recorrer 42 Km corriendo. Este último recorrido ha variado en la segunda edición respecto al recorrido que hicieron los atletas en 2019. Así, con el objetivo de prevenir la transmisión de la COVID 19 y evitar aglomeraciones, el trayecto en bici finaliza en el Fernando Buesa Arena y la maratón transcurre por el parque de Salburua cambiando el recorrido y la meta urbano por la vegetación y el paisaje de Salburua (ver figuras 60 y 61).

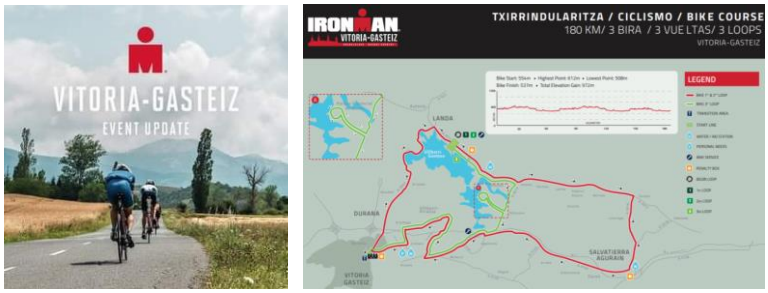
[1] Es una modalidad reservada a deportistas con algún tipo de discapacidad física. Se incorpora por primera vez como disciplina olímpica en los JJ. OO de Rio de Janeiro 2016

Figura 58. Salida de triatletas pantano Ullibarri-Gamboa.



Fuente: Imágenes de Google.

Figura 59. Recorrido en bicicleta por la Llanada Alavesa.



Fuente: Imágenes de Google.

Figura 60. Recorrido Maratón IM Vitoria-Gasteiz.



Fuente: Imágenes de Google.

Figura 61. Meta de IM Vitoria-Gasteiz.



Fuente: Imágenes de Google.

3. Preguntas para la discusión

Cuestión 1. ¿Cuál es el valor añadido de la organización de un IRONMAN para la ciudad de Vitoria-Gasteiz?

El día 14 de septiembre de 2018, Gorka Urtaran, alcalde de Vitoria-Gasteiz, y Eduardo Martínez, director del entonces Triatlón de Vitoria-Gasteiz, junto a representantes de la organización IM, oficializaron la creación del "IM Vitoria-Gasteiz" en una presentación realizada en el Ayuntamiento de la ciudad. Según el alcalde, acoger un evento de estas características era una oportunidad única para dar a conocer a nivel internacional la reputación e imagen de la ciudad de Vitoria-Gasteiz, abriendo los brazos a todos aquellos que quieran participar, ya sean atletas locales, nacionales o internacionales.

Por su parte, Eduardo Martínez reafirmó la gran tradición que la ciudad tiene en la organización de este tipo de eventos, y no duda que el IM de Vitoria-Gasteiz iba a ser una prueba memorable gracias al trabajo de todo el equipo. Además, añade que, la ciudad, el deporte alavés y todo el territorio vasco van a obtener un impacto positivo. Así, el valor añadido de este evento deportivo a la ciudad de Vitoria-Gasteiz consistiría en:

1. Al tratarse de una prueba IM, los mejores clasificados podrán obtener un "slot" (dorsal o plaza) para participar en el Campeonato del Mundo de IM de Hawaii (isla de Kona). Por lo tanto, a priori, van a participar en la prueba triatletas de mayor nivel. Esto, además, supone una motivación añadida para la participación de los triatletas nacionales, lo que a su vez implica la probabilidad de aumentar la representación española en dicho campeonato mundial (en la primera edición de 2019, se repartieron 40 slots entre los mejores de cada categoría).

2. Vitoria-Gasteiz se une a las ciudades de Barcelona, Mallorca y Lanzarote como sede de un evento IM. España es uno de los países con más pruebas IM, lo que sin duda favorece al triatlón español y atrae a atletas internacionales. Todo ello supone una mayor exposición no sólo a nivel nacional, sino también internacional de las ciudades sede, en nuestro caso de Vitoria- Gasteiz.

3. La organización IM tiene una gestión impecable de todo el evento: servicio y trato personal al triatleta, poniendo especial atención en la llegada de sus participantes a meta, pero sin olvidar la logística y la seguridad en el circuito. La exigencia física y mental de la prueba hace que la organización trate a todos los participantes que finalizan la prueba como un verdadero "Iron Man", se les menciona por nombre y apellido a través de la megafonía y animan al público presente a aplaudir y vitorear la hazaña del deportista. Ser "Finisher IM" supone un estilo de vida que requiere sacrificio, constancia y compromiso, además de fuerza física y mental. Sin duda alguna, toda una experiencia deportiva.

4. Reforzar los valores competitivos que hacen de esta prueba de resistencia física y mental algo "único", y que genera un elevado grado de lealtad entre sus participantes. IM organiza pruebas de larga distancia, IM 70.3 (media distancia) y 5010 (corta distancia o "sprint"), en más de 40 ciudades repartidas por Europa, América, Asia, Oceanía y África. Algo que hace que este evento sea algo totalmente único y exclusivo. Ser "Finisher IM" es un plus en el mundo de los triatletas.

5. Con la entrada de IM en la ciudad, se dispara el número de participantes extranjeros. Hay que tener en cuenta que la base de triatletas de la que dispone la organización IM a nivel mundial es de unos 400.000, mientras que la que tenía el triatlón hasta la llegada de IM era de tan solo 10.000. Así, en su primera edición los 2.100 participantes procedían de 53 países de todo el mundo. En su segunda edición celebrada el 12 de septiembre de 2021 participaron 1000 triatletas de 51 nacionalidades diferentes. A pesar de que el número de inscritos se ha reducido en un 50% respecto a la primera edición debido a las restricciones de seguridad por la pandemia, el IM de Vitoria-Gasteiz se ha convertido, hasta el momento, en el evento deportivo a nivel nacional con mayor número de participantes desde el inicio de la pandemia. Todo ello tiene un impacto en la imagen y en la economía de la ciudad importante. A la ciudad no acuden únicamente los participantes sino también aficionados y familiares, por lo que el número de turistas en la ciudad aumenta considerablemente durante los días previos y posteriores a la prueba. La ocupación hotelera y la hostelería son los primeros beneficiados, además, la ciudad de Vitoria- Gasteiz tiene la oportunidad de colocarse en el mapa del triatlón internacional IM, mostrando al mundo una imagen asociada al ámbito deportivo y sus valores, lo cual contribuye al desarrollo de su marca ciudad.

6. Reforzar la satisfacción de todos los grupos de interés respecto al evento, es decir, los atletas, los patrocinadores, y la propia ciudad que espera obtener mayor notoriedad en el circuito internacional IM.

Cuestión 2. ¿Cuáles son los inconvenientes de la organización de un IRONMAN para la ciudad de Vitoria-Gasteiz?

1. El triatlón de Vitoria-Gasteiz siempre se ha caracterizado por ser algo muy propio de la ciudad, parte de su identidad. La ciudad entera se moviliza para ver y animar a los triatletas, muchos de ellos locales, y se cuida mucho al participante. Con la llegada de IM la organización es exclusivamente de la empresa perdiendo por ello parte de esa participación local de sus ciudadanos.

2. Aunque a nivel organizativo para la ciudad planificar y celebrar dos distancias (Full y Half) para un mismo día era algo complejo, con la llegada de IM a la ciudad los atletas han perdido la oportunidad de participar en la prueba "Half" o media distancia, ya que IM solo organiza en Vitoria- Gasteiz la opción de larga distancia, que es el doble de kilómetros nadando, en bici y corriendo que el IM 70.3 (Half).

3. El precio de la inscripción. Antes de la llegada de IM a la ciudad de Vitoria- Gasteiz, los triatletas que querían participar en el triatlón que organizaba la ciudad pagaban por participar en el mismo 360 €. A partir del año 2019, cuando la organización corre a cargo de IM el precio de inscripción pasa a ser de 515 €. Si tenemos en cuenta alguna tasa extra que suele incluir la empresa, la diferencia se sitúa prácticamente en 200 €. Pero, a nivel organizativo, no está del todo claro que esos 200 € de diferencia aporten algún valor añadido o no, tanto al evento como a los deportistas que en él participan.

Cuestión 3. ¿Cuál es el impacto de la celebración de un IRONMAN en la ciudad de Vitoria- Gasteiz?

Exceptuando la edición de este año que por motivos de la pandemia se ha celebrado en septiembre, las fechas de celebración para el IM de Vitoria- Gasteiz siempre han sido en verano y con buena temperatura, lo que propicia que los triatletas que necesitan alojamiento en la ciudad combinen sus vacaciones y la prueba. Así, son muchos los triatletas que reservan la segunda semana de julio en su calendario para no perderse la cita. Además, el tiempo estival lleva a los participantes y sus acompañantes a pasear por los paisajes naturales que rodean la ciudad, pasear por la parte vieja y saborear la gastronomía vasca, ya sea degustando algún "pintxo" en los bares del centro o cenando en los restaurantes de la zona. Sin olvidar, eso sí, las exigencias de nutrición que requiere la competición. Y por último participantes y sus acompañantes pueden disfrutar del ambiente cultural que ofrece la ciudad de Vitoria- Gasteiz. De esta manera, la capital del País Vasco, y su entorno, se convierten en el epicentro internacional del triatlón IM de larga distancia.

Otro atractivo que ofrece la edición IM de Vitoria- Gasteiz para los participantes locales, nacionales e internacionales que viajen en familia, es la prueba IronKids, el triatlón para niños. En el Parque de la Florida, en pleno centro de la ciudad el día anterior a la prueba de los adultos, se celebra la prueba con diferentes distancias en función de la edad de los participantes. En la edición del 2019, 1.000 niños y niñas nacidos entre los años 2003 y 2010 tuvieron la oportunidad de emular a los triatletas adultos, de los cuales muchos eran sus padres, madres o familiares.

Este evento fomenta que los triatletas extranjeros que vienen a competir, viajen con la familia y aprovechen para visitar las zonas más turísticas de la ciudad y sus alrededores. En la primera edición del año 2019, la ocupación hotelera durante la semana de la prueba fue prácticamente del 100% en los alojamientos de la ciudad, con una media estimada de cinco pernoctaciones por triatleta y acompañantes. Estas cifras sitúan al IM de Vitoria- Gasteiz como el evento deportivo que más pernoctaciones genera en el territorio vasco, además de ser el que más visitantes atrae con procedencia de múltiples países.

En la segunda edición celebrada este año 2021, con un número inferior de participantes y probablemente de acompañantes debido a las restricciones de movilidad, la ocupación hotelera y de apartamentos turísticos en la ciudad ha rozado el completo para el fin de semana de la celebración. Los más de 1.000 atletas procedentes de 51 países han disparado no sólo la necesidad de alojamiento sino también el precio de los mismos, que en algunos casos duplican y hasta triplican sus precios en comparación con las mismas fechas un mes antes o después.

En la celebración de las competiciones, IM se financia principalmente con las inscripciones de los triatletas y con sus propios patrocinadores y anunciantes, pero también recibe financiación institucional. Así, en el año 2019 la partida aprobada por la Junta de Gobierno del Ayuntamiento fue de 95.000 €, y para 2021 asciende a 100.000 €. Sumando las aportaciones aproximadas de la Diputación Alavesa y del Gobierno Vasco, 35.000 € y 40.000 € respectivamente, la aportación de las instituciones públicas ronda los 190.000 € para la celebración de este evento. Dicha cantidad representa el 10% del presupuesto total estimado del

evento ya que el coste total, que supone la producción de este evento deportivo de un día, ascendería a unos 2 millones de euros.

La llegada de IM a Vitoria- Gasteiz ha supuesto un incremento en el coste de la realización de la competición, al llevar asociada montajes de línea de meta más espectaculares, mejor logística y seguridad, así como un mayor despliegue de recursos humanos durante todo el recorrido que ayudan en áreas de transición y avituallamientos, controladores de cruces, masajistas, médicos, conductores de autobuses, policías locales, jueces deportivos y prensa, entre otros, garantizando que la prueba sea no sólo una competición deportiva sino también un espectáculo exitoso.

El impacto económico que este evento deportivo dejaba en la ciudad en su primera edición fue de unos siete millones de euros, y si bien según Eduardo Martínez, director del IM Vitoria- Gasteiz, la segunda edición tendrá un impacto inferior debido a que las restricciones de movilidad provocarán una menor afluencia de participantes y acompañantes, sin duda alguna tendrá un impacto muy positivo en todo el sector turístico (hospedaje, gastronomía, visitas, etc..). Todo ello, hace que el retorno económico generado por cada euro público invertido se vea recompensado.

Pero el impulso que da IM al triatlón y a la ciudad, no es únicamente económico, meses antes de la celebración de la primera edición, la organización IM se encargan de llevar a cabo una campaña promocional que colocaba a la ciudad de Vitoria- Gasteiz en el mapa del triatlón mundial de más alto nivel, consiguiendo una cobertura mediática muy importante, donde destacaban la cultura, la gastronomía, la sostenibilidad de la ciudad, los paisajes naturales de la provincia y los principales puntos de interés turísticos de la propia ciudad y de sus alrededores. Además, como reclamo para los participantes y acompañantes extranjeros se facilitaba información sobre servicios de viaje y traslados desde el aeropuerto a la ciudad. Hay que recordar que la base de triatletas que tiene IM en todo el mundo es de 400.000.

Por otro lado, las carreras, tanto la masculina como la femenina, se pueden ver íntegramente a través de Facebook Watch de forma gratuita. La edición de 2019 ganada por el triatleta gasteiztarra Eneko Llanos y la estadounidense Heather Jackson, en categoría femenina, tuvo más de 2,2 millones de visualizaciones en la plataforma y fue vista en más de 100 países. La edición del 2021, ganada por el francés Yannick Matejicek y la turca Sera Sayar, en categoría femenina, ha sido complicada de retransmitir debido a la ausencia de triatletas profesionales, la suspensión de la natación y el posterior cambio en el formato de la prueba, donde los triatletas salían por parejas y cada 15 segundos. Aun así, mediante la aplicación IM Tracker, los espectadores han podido rastrear en vivo a los atletas y ver los resultados actualizados de la carrera.

Esta mayor visibilidad de la ciudad de Vitoria-Gasteiz coincide con el reconocimiento de la prestigiosa revista "National Geographic" que considera la ciudad uno de los 25 destinos más recomendables del mundo para viajar en 2021. Eligen a la capital vasca por tener una historia apasionante, por su ADN cultural que se extiende por toda la ciudad, así como la apuesta hecha por "lo eco y lo verde" que se traduce en un esfuerzo por la sostenibilidad urbana. Prueba de ello es el anillo verde que rodea la ciudad, un sistema de parques que hace que cada habitante tenga cerca un extenso espacio natural donde pasear y practicar deporte. Cabe señalar que ha sido el único destino destacado a nivel nacional en esta edición.

Cuestión 4. ¿Cuál es el perfil del participante del IRONMAN Vitoria- Gasteiz?

Una característica que destaca en las pruebas IM, es que reúne un perfil de triatletas muy diferente, no solo en relación a su procedencia, sino también por edad, cualidades físicas e incluso objetivos a alcanzar. En estas pruebas participan no sólo profesionales sino también un gran número de amateurs.

En el año 2019, hubo 2.100 participantes, entorno a algo más del 50% fueron extranjeros y procedentes de 53 países diferentes. Los dorsales extranjeros han tenido un incremento muy elevado, puesto que, en el 2018, cuando el triatlón no lo organizaba IM, la participación extranjera era del 15%. Aun así, el IM Vitoria-Gasteiz 2019 fue la prueba IM con más participación de atletas nacionales de todas la celebradas desde que se creó IM. Esto pone en valor el sentido de pertenencia que tienen los atletas locales y nacionales a su triatlón. De hecho, es una prueba que antes de que llegará IM ya se consideraba parte de la identidad de la propia ciudad.

En la edición de 2021, las inscripciones se agotaron ocho meses antes de su celebración. Es más, nada más salir a la venta, en cuestión de horas, se agotaron completamente. Esta situación indica que la primera edición de IM Vitoria- Gasteiz 2019 fue un éxito total, y que ha llevado a los participantes a realizar las inscripciones con mayor velocidad que en 2019. Esta última edición celebrada el 12 de septiembre ha contado con más de 1000 deportistas de 51 nacionalidades diferentes. El 45% de estos triatletas han sido nacionales y el 55% restantes de diferentes nacionalidades entre las que destacan Bélgica con 100 triatletas, Reino Unido con 90, Francia con 80 e Israel con 40. Pero también ha habido participantes de países más alejados de la península como Egipto, Rusia, Serbia, Finlandia, Noruega, Perú, Marruecos, Túnez, Brasil, Barbados, Indonesia, Irán, Malasia, Estados Unidos, Filipinas o Uruguay.

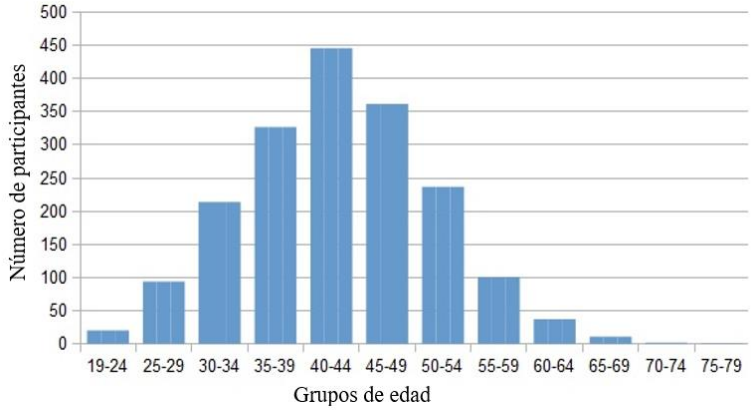
En cuanto a la diferencia de género, el porcentaje se inclina hacia el género masculino. La participación femenina en la prueba no llegó al 10% en 2019, donde la mayoría de las deportistas eran profesionales. La edición celebrada en el 2021 ha seguido esta tendencia, así del total de participantes el 88% han sido hombres frente al 12% de participación femenina.

Con respecto a los grupos de edad (así es como se llaman las diferentes clasificaciones por edades), como sucede en la mayoría de carreras de triatlón y carreras de ultra resistencia, se forma una "Campana de Gauss" muy marcada tanto en hombres como en mujeres, que puede apreciarse en el gráfico 5. El mismo, recoge el número de participantes por cada grupo de edad, uniendo los masculinos y los femeninos que finalizaron la carrera del 2019. Claramente, el rango de edad que predomina en la prueba es de entre 40 y 44 años. Hasta llegar a esa edad, el número de participantes tiene un crecimiento muy pronunciado según avanza la edad hasta llegar a los 40-44 años, y ocurre exactamente lo contrario una vez superada esa franja de edad, la disminución también es muy pronunciada.

Otro dato interesante, y que demuestra el auge de este deporte es que el 40% de los inscritos para el 2021, van a realizar por primera vez un IM, y han elegido en esta ocasión la ciudad de Vitoria- Gasteiz para ello. Estos participantes tienen como objetivo principal poder lucir con orgullo la medalla de "finisher IM", un preciado tesoro para todos ellos. Otros triatletas más experimentados se mancan como meta la consecución de ser el mejor del grupo por edad o conseguir el preciado "slot" (dorsal o plaza) que le clasifique para poder participar en el Campeonato del Mundo IM de Hawaii, el cual se celebra en la isla de Kona.

Por último, la media de acompañantes por triatleta se sitúa en torno a 3 personas. Además de 1.050 personas entre organización y voluntarios que trabajan para que el IM se desarrolle tal y como está previsto.

Gráfico 5. Grupos de edad del IM Vitoria-Gasteiz 2019.



Fuente: Elaboración propia en base a https://www.coachcox.co.uk/imstats/race/484/results/.

Cuestión 5. ¿Cuál es la situación post COVID-19? ¿Está asegurada la continuidad del IM Vitoria- Gasteiz?

La situación de la COVID-19 ha provocado la suspensión de la edición del 2020 y su aplazamiento del mes de julio a septiembre del año 2021. Son muchos los triatletas que están disgustados con las cancelaciones y cambios de fechas de julio a septiembre. Sienten que desde la dirección de IM no les está teniendo en cuenta y temen reservar días libres o vacaciones en sus trabajos por temor a nuevas cancelaciones. La queja se ha extendido ante la negativa de la organización de IM a devolver a los inscritos el abono correspondiente a la edición IM Vitoria- Gasteiz 2020. La organización planteó a los triatletas la reserva de dorsales para el

evento del año 2021. Por ello, si bien es cierto que, inicialmente se esperaba un número muy superior a los 1.000 inscritos, finalmente los que no hayan venido a esta edición puede mantener su inscripción para la edición 2022. Esto supone que se abre la inscripción del IM Vitoria- Gasteiz 2022 con aproximadamente 2.000 dorsales ya reservados.

Respecto a la continuidad del IM en Vitoria- Gasteiz tras la pandemia COVID, en diciembre de 2020 se anunciaba la continuidad de este evento deportivo en la ciudad como mínimo hasta el año 2023. IM se ha hecho con los derechos para celebrar el Triatlón de Vitoria-Gasteiz durante dos años más, que son ampliables a otros dos en función del cumplimiento de objetivos. Así, su continuidad y permanencia en la ciudad está ligada a que las instituciones públicas (Ayuntamiento, Diputación y Gobierno Vasco) sigan apoyando esta competición. En principio, teniendo en cuenta el retorno obtenido de la inversión pública realizada en las dos ediciones celebradas, parece que este apoyo público está garantizado. Ahora bien, a la organización IM se le pide como mínimo mantener, incluso mejorar, el nivel de calidad desarrollado en ediciones anteriores. Nivel de calidad que garanticen el número de inscritos, así como la satisfacción de los triatletas y sus acompañantes, patrocinadores públicos (instituciones) y privados, así como de la propia ciudadanía de Vitoria- Gasteiz, y cualquier grupo de interés implicado en este evento deportivo.

4. Conclusiones

El IM de Vitoria-Gasteiz es un evento deportivo tipo B (Wilson, 2006), que se celebra anualmente (sin tener en cuenta la suspensión de la edición del 2020 por el COVID-19), que tiene un impacto económico y mediático significativo y que se celebra a nivel nacional. Los espectadores de dicho evento son considerados en su mayoría espectadores conocedores que viajan hasta la ciudad porque entienden la disciplina, conocen las reglas, conocen a los participantes y en ocasiones también practican el deporte.

El IM de Vitoria-Gasteiz es un evento deportivo en el que participan no sólo profesionales sino también un gran número de amateurs. Su procedencia es muy diversa y de ámbito global, de hecho, la llegada de la organización IM a la ciudad ha supuesto un incremento muy importante en el número de triatletas extranjeros que participan en el mismo. Otra característica del perfil de los participantes es que es el género masculino el que predomina en esta prueba con un porcentaje de participación superior al 85%. En cuanto a la franja de edad, el grueso de la prueba la componen triatletas entre los 35 y los 50 años.

A pesar de que la llegada de IM a Vitoria- Gasteiz ha tenido algún inconveniente, principalmente relacionado con el coste de inscripción frente a ediciones anteriores, es más importante el valor añadido y el impacto económico y no económico que ha traído a la ciudad. Durante su celebración, la capital del País Vasco y su entorno se convierten en el epicentro internacional del triatlón IM de larga distancia, la ocupación hotelera durante la semana de la prueba es prácticamente del 100% en alojamientos de la ciudad y alrededores. Y, el impacto económico que este evento deportivo deja a la ciudad es muy superior al coste de su realización.

Pero el impacto no es únicamente económico, este evento sitúa a la ciudad de Vitoria- Gasteiz en el mapa del triatlón mundial de más alto nivel, consiguiendo una cobertura mediática muy importante, donde destaca la cultura, la gastronomía, la sostenibilidad de la ciudad, los paisajes naturales de la provincia y los principales puntos de interés turísticos de la propia ciudad y de sus alrededores. Todo ello, tiene un impacto directo y positivo sobre imagen de Vitoria Gasteiz y refuerza su marca al relacionar a la ciudad con los valores del deporte. Pero más allá de una gestión impecable de la organización, retorno económico para la ciudad, despliegue de medios, audiencia, posicionamiento dentro del mapa del triatlón mundial, etc., existe un componente intangible que es la alegría unida al agotamiento físico de los "Finisher IM", que contagian las ganas de vivir la experiencia desde el otro lado de la barrera, pasando de ser un mero espectador a ser protagonista de un reto personal.

Desde el punto de vista del marketing, es imprescindible entender este comportamiento y motivación del turista deportivo, puesto que es el factor que lo diferencia del turista general. Por ello, como posible futura línea de investigación se plantea un análisis más en profundidad del turismo deportivo como producto, así como de las estrategias para su comercialización.

Bibliografía

Antón, M. (2018). *Los eventos de deportes electrónicos (esports) como herramienta de promoción turística.* In Actas XII Congreso Virtual Internacional sobre Turismo y Desarrollo (pp. 77-89).

Crónica Vasca (2021). Ironman revienta la ocupación hotelera en Vitoria. Recuperado de: https://www.cronicavasca.com/economia/ironman-revienta-ocupacion-hotelera-en-vitoria_533484_102.html

Derry, M., Jago L. y Fredline, L. (2004). "Sport tourism or event tourism: are they one and the same". *Journal of Sport Tourism*, 9, 3.

Esteve, R. (1991). *"Análisis teórico de las relaciones entre el turismo y el deporte, referencia especial a Andalucía"*, en I Jornadas sobre Turismo y Deporte, Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Deporte.

Gammon, S. y Robinson, T. (2004). A question oJ primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. Journal of Sport Tourism Routledge. 9, 221-233, Routledge.

Gratton, C., Dobson, N., y Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: a case-study of six events. *Managing leisure*, 5, 17-28.

Hinch, T. y Higham, J. (2011). Sport tourism development. Channel View Books.

Jimenez Gutierrez, A., Mayo, X., Manca, P., Gutierrez, A., y Esteve, J. (2020). *Thermometer of the Sport Ecosystem in Spain* (Termómetro del ecosistema del deporte en España).

Kurtzman, J. y Zauhar, J. (2005). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism*, Routledge.10, 21–31,

La Vanguardia (2019). El Ironman de Vitoria tendrá un impacto económico de 6 o 7 millones de euros. Recuperado de: https://www.lavanguardia.com/deportes/20190626/463126585216/el-ironman-de-vitoria-tendra-un-impacto-economico-de-6-o-7-millones-de-euros.html

Latiesa, M. y Paniza, J. L. (2006), Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis, *Revista Internacional de Sociología* 44, 133-149

Mazza, B. (2019). Turismo deportivo activo de destino: tendencias, oportunidades y modalidades de gestión. En: *Tendencias de la Comunicación para el Turismo*, 225-256.

Neirotti, L. D. (2003). An Introduction to Sport and Adventure Tourism, en Hudson, S. (Ed), Sport and Adventure Tourism, *The Haworth Hospitaliy Press*, Binghamton

Noticias de Álava (2018). "Vamos a hacer el mejor Ironman del mundo". Recuperado de: https://www.noticiasdealava.eus/deportes/otros-deportes/2018/10/14/mejor-ironman-mundo/428513.html

Noticias de Álava (2021). "Que el Ironman de Vitoria-Gasteiz se vaya a poder celebrar este año es un gran éxito", Recuperado de: "Que el Ironman de Vitoria-Gasteiz se vaya a poder celebrar este año es un gran éxito" - Diario de Noticias de Alava

Noticias de Álava (2021). El Ironman contará con 1.000 participantes de 51 nacionalidades. Recuperado de: https://www.noticiasdealava.eus/deportes/2021/09/06/ironman-vitoria-gasteiz-contara-1000/1124058.html

Reverté, F. G., y Pérez, S. M. (2009). Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos (Vol. 4). Editorial UOC.

Sánchez, P., Barajas, Á., y Alén, M. E. (2013). Los eventos deportivos como herramienta de promoción turística: propuestas para el rally de Ourense y su entorno. *Revista de Análisis Turístico*, 16, 59-69.

Standeven, J. y De Knop, P. (1999). Sport Tourism, Human Kinetics

The Guardian (2021). Revealed: 6,500 migrant workers have died in Qatar since World Cup awarded. Recuperado de: https://www.theguardian.com/global-development/2021/feb/23/revealed-migrant-worker-deaths-qatar-fifa-world-cup-2022

Trew, J., y Cockerell, N. (2002). The European market for UK city breaks. Insights, 14(58), 85-111.

UNWTO (2021a). Glosario de términos de turismo. Recuperado de: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

UNWTO (2021b). Los viajes internacionales en suspenso en gran parte a pesar del repunte de mayo. Recuperado de: https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347

Vico, R. P. (2018). Turismo de eventos, mega-eventos y gobernanza territorial. *Revista Geográfica Valparaíso*, 1-20. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/336741856_Turismo_de_eventos_mega-eventos_y_gobernanza_territorial

Weed, M. y Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*, Oxford, Elsevier.

Weed, M., y Bull, C. (2012). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*. Second Edition. Routledge.

Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: Significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Managing leisure*, 11, 57-70.