

ENTORNO

2018: el año en que el turismo deportivo tocó máximos en España

El turismo deportivo movió en España 13.800 millones de euros en 2017 y, hasta abril de 2018, tres millones de extranjeros llegaron al país para hacer deporte. Pese a este alza, el sector admite que el país tiene tanto potencial como margen de mejora para convertirse en uno de los principales destinos de turismo activo del mundo.

P. López
27 dic 2018 - 05:00

2018: el año en que el turismo deportivo tocó máximos en España

Despertarse en una residencia de deportistas que poco tiene que envidiar a un hotel, desayunar como un atleta de élite y acudir a la sesión de entrenamiento de dos horas con un técnico especializado en alto rendimiento de tenistas. Este no es un servicio exclusivo para deportistas profesionales, sino para cualquier viajero que decide practicar deporte durante sus vacaciones. Y ese es el filón que quieren aprovechar instalaciones como la Rafa Nadal Academy o el complejo de golf La Manga Club, que se han convertido en uno de los mayores destinos del turismo activo de España, que ya genera 13.800 millones de euros anuales con esta actividad.

No es una cuestión poco trascendental en España, un país dependiente del turismo de sol y playa que desea diversificar su oferta y desestacionalizarla. Hay dos vías para hacerlo. La primera es solicitar la celebración de eventos deportivos de alto nivel, como la final de la Uefa Champions League, que esta temporada se disputará en el Wanda Metropolitano. Para proyectar el país como potencial sede de torneos internacionales, este año se ha creado la Spain Sports Global, una oficina de estrategia internacional del deporte español impulsada por LaLiga, la Asociación del Deporte Español (Adesp), el Comité Olímpico Español (COE) y el Consejo Superior de Deportes (CSD). El objetivo es ayudar a las federaciones a adjudicarse eventos y mejorar su influencia en los organismos internacionales, que son los que adjudican estos certámenes.

La segunda vía es fomentar la organización de citas para que el gran público participe, como hace el Maratón de Valencia. En su última edición, el 72% de los corredores procedían de fuera de la Comunidad Valenciana, lo que genera un mayor gasto en la región y la casi plena ocupación hotelera. Sólo en la edición de 2017, el evento generó

un impacto económico de 20 millones de euros. Y eso que no tiene un efecto excepcional en España; es una de tantas que atrae al público exterior. De hecho, viajar a este país para practicar deporte es una opción que año tras año seduce a más extranjeros.

El turismo deportivo, un negocio de 13.800 millones

En 2017, un total de 10.641.751 residentes en el exterior visitaron el país para practicar o ver deporte, con un gasto asociado de 12.800 millones de euros, según los datos publicados este año por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Los ciudadanos de fuera de España destinaron más dinero a este tipo de viajes que los residentes en el país, cuyo desembolso fue de 956,6 millones de euros, según la Encuesta de Turismo de Residentes. En total, la inversión asociada al turismo activo fue de 13.800 millones de euros en 2017. Son cifras sin precedentes en un país que ha animado a los operadores del sector hotelero y del deporte a estrechar lazos para incrementar este negocio. De ahí que numerosas cadenas hoteleras tengan centros de *fitness* en sus instalaciones o incluso ofrezcan la opción de facilitar un gimnasio a la carta en las habitaciones. Hasta abril de 2018, tres millones de extranjeros visitaron España con este fin, y la región más beneficiada fue Canarias, que recibió 213.091 personas del exterior.

En esta línea, las federaciones deportivas han creado el sello Sporttourney para identificar a los hoteles ubicados en entornos apropiados para la práctica de ejercicio, como estaciones de esquí o los Centros de Alto Rendimiento (CAR). De este modo, se orienta al turista que viaja para entrenar o competir, y se le indica qué hoteles cumplen con unos requisitos mínimos que favorezcan su actividad física.

Un claro ejemplo de alianzas transversales en el sector del deporte es La Manga Club, que ha firmado acuerdos con grandes marcas del sector, como FC Barcelona y Chelsea FC, para organizar campus de verano. “Por el deporte pasa el principal problema de combatir la estacionalidad, y en la combinación de turismo y deporte está el éxito turístico del futuro”, sostiene el ex director general de uno de los mayores *resorts* de golf del país. No son pocos los directivos que consideran que el turismo activo está en el siguiente nivel que el de sol y playa, porque suele atraer a un público de poder adquisitivo mayor.

Según Egatur, las actividades que más se realizan en España son la náutica y los deportes de aventura, que son las que más gasto diario generan. En 2017, el presupuesto en deportes de aventura por persona y día fue de 132 euros, mientras que la navegación en barco supuso un gasto de 123 euros por jornada. La única categoría que implicó un desembolso mayor fue la asistencia a espectáculos deportivos por el pago de la entrada, que ascendió a una media de 141 euros cada día

y un total de 1.278 euros durante toda su estancia, que de media era de nueve días.

El golf es otro filón, ya que el turista que viaja a España para practicar esta disciplina suele contratar estancias más largas y, por lo tanto, su gasto es mayor. Se estima que cada turista que jugó al golf en 2017 gastó 1.226 euros en una media de once días, lo que supuso un desembolso diario de 107 euros. Sin embargo, el país aún tiene un amplio margen de mejora para convertirse en uno de los principales destinos turísticos del mundo. De hecho, se estima que el turismo activo movió 639.400 millones de dólares a escala global, un 13,5% más que en 2015, según el Global Wellness Institute (GWI). Este organismo señala que este alza viene estimulada por el aumento de la población de clase media, que, “a diferencia de años atrás, está más motivada por adoptar un estilo de vida sano y realizar viajes experienciales”.

¿Qué posición ocupa España en este ecosistema? El país se ha consolidado como el quinto en el que más han aumentado los viajes de *wellness*, que incluyen tanto el turismo para practicar deporte como para acudir a un balneario. Sin embargo, la región ocupa la posición número 15 del ránking de naciones donde más viajes de este tipo se realizan, según Euromonitor Internacional. El país está lejos de las principales potencias, como Estados Unidos, Alemania y China. Solo en el gigante norteamericano se registraron 176,5 millones de viajes y un gasto asociado de 226.000 millones de dólares.

España, a la caza de torneos internacionales

Junto a la gran extensión y atractivo turístico de EEUU, los expertos en turismo afirman que España está a años luz de la estrategia del país, que le ha llevado a ser sede del Mundial de fútbol 2026 y de los Juegos Olímpicos de Los Ángeles 2028. Este año, Reino Unido también ha definido un plan para atraer este tipo de eventos.

Uno de los problemas es que “no se está canalizando el éxito de deportistas de élite para presentar España como un destino turístico”, afirma Antonio José García, consejero delegado de Sportoury. Es algo que otros países y ciudades sí han sabido hacer, como es el caso de Londres, que ocupa la primera posición del ránking de las ciudades más deportivas, según la agencia Burson-Marsteller. La capital británica albergó los Juegos Olímpicos de 2012, el Mundial de Atletismo de 2017 y es sede de la NFL y la NBA en Europa. Barcelona, por su parte, ocupa la posición número siete, mientras que Madrid la plaza número 29.

Escalar posiciones en el ránking pasa por organizar eventos internacionales, algo que sí hará la capital española en 2019, cuando albergue la final de la Champions League o la nueva Copa Davis. En el horizonte también está la celebración de los Juegos Olímpicos de Invierno, un certamen para que el la candidatura Pirineus-Barcelona está lista para pujar, según informó el Comité Olímpico Internacional en noviembre

Otro de los grandes eventos deportivos que el país ha organizado este año ha sido el Mundial de baloncesto femenino en Tenerife, que generó un impacto económico de 30 millones de euros con un presupuesto inferior a 7 millones. Raúl Chapado, presidente de la Federación de atletismo, afirma que en España “falta definir una hoja de ruta”, algo que han hecho otros países como Finlandia, Hungría o Estados Unidos. “Llevan años uniendo la parte deportiva, turística y de marca empresarial del país y estudiando cada evento deportivo para decidir a cuáles pujar”, asegura. Es un ejemplo de lo que el sector cree que debería hacerse en España para que el país se convierta en epicentro del deporte, un objetivo que por el momento sólo puede conseguirse por dos vías: adjudicándose la celebración de los Juegos Olímpicos o el Mundial de fútbol. ¿Conseguirá España convertirse en uno de los mayores destinos de turismo activo del mundo?