

El turismo deportivo en el contexto internacional

Juan Rodríguez Mejías¹

Resumen

El turismo deportivo es un sector de la industria que se ha desarrollado durante las últimas décadas. Los cambios en patrones de conducta del consumidor y a la necesidad de productos diferentes y diversificados ofrecen al campo del turismo deportivo una oportunidad de desarrollo único en la economía de un país. El Comité Olímpico Internacional (COI), y la Organización Mundial del Turismo establecieron vínculos de colaboración a finales del siglo XX y desde entonces la relación entre el turismo y el deporte se ha convertido en un binomio inseparable.

Palabras claves: Turismo deportivo, internacional

Abstract

Sports tourism is a sector of the industry that has developed during the last decades. Changes in consumer behavior patterns and the need for different and diversified products offer to the field of sport tourism a unique opportunity to the economy of a country. Sports and tourism have become forces for the promotion and sustainable economic development of tourist destinations (UNWTO, 2002). The International Olympic Committee (IOC) and the World Tourism Organization established collaborative links at the end of the 20th century and since then the relationship between tourism and sports have become an inseparable binomial.

Key words: Tourism, sport tourism, international

¹ El autor es profesor universitario adjunto en la Fundación Ana Méndez. Posee un doctorado en el área de gerencia y es consultor en gerencia deportiva. Su correo electrónico es: drjuanrodriguez@gmail.com

Introducción

El turismo deportivo es un sector de la industria que se ha desarrollado durante las últimas décadas (Weed, M.,2009). En Estados Unidos los gastos asociados a los eventos deportivos por visitantes se calculan en \$10.47 billones, un 10 % de crecimiento desde 2015 ((NASC, 2017).

Durante los pasados años ha habido un incremento en los ingresos de eventos deportivos. En el año 2005 se estimó en 46.5 billones USD y para el año 2017 hubo un incremento de 90.9 billones en USD. En los últimos cinco años la asistencia a eventos deportivos ha aumentado de forma significativa en 75.3 billones (Witmann, 2017; The Yale Tribune, 2017). Este incremento valida que la industria del turismo deportivo es un sector sólido y de crecimiento sostenible. Su impacto económico, social, ambiental y político, entre otros lo constituye en objeto de estudio (World Economic Forum, 2017). En la actualidad las actividades turísticas y deportivas han cobrado una dimensión que se manifiesta por los hábitos de vida practicados por los individuos. La inversión y los esfuerzos que realizan los países para atraer este sector de la industria es mucha y diversa.

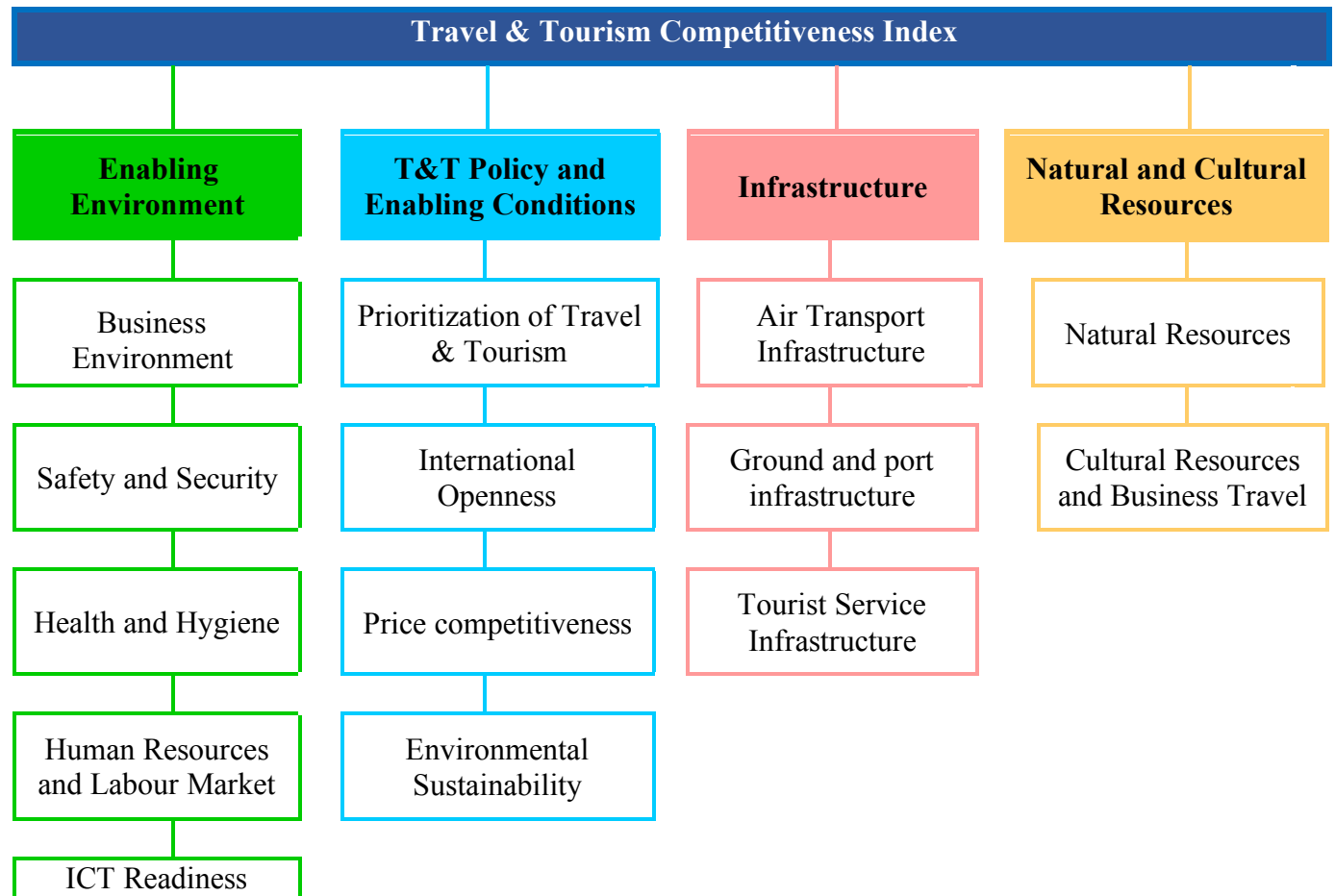
El turismo se considera una de las industrias con mayor potencial en la generación de ingreso y empleos dentro de la economía de los países. El turismo como actividad económica, contribuye a mejorarse el bienestar de los países. En cuanto a las tendencias mundiales se observa que el segmento que ha ido en aumento está relacionado con los viajes asociados a eventos deportivos. Se estima que el turismo deportivo generó en el 2008- \$600 billones o el equivalente al 10% del mercado de turismo internacional (Roche, S., Spake, D., Mathew,

J.,2013). La industria del turismo ha ido transformándose a través del proceso de globalización acrecentándose la competencia entre las diferentes empresas y destinos. Se espera que esto redunde en un impacto económico para los países.

Son variadas las razones por las cuales unos países están más adelantados respecto a otros. El informe del Foro Mundial Económico de viaje y turismo del año 2017 (World Economic Forum, 2017, p.9) establece el índice de competitividad turística (Travel and Tourism Competitiveness Index), donde se analiza la competitividad y el posicionamiento estratégico de 136 países a través de todo el mundo. El informe brinda un panorama de factores y políticas que permiten que el proceso de competitividad entre 136 países que conforman el informe puedan mejorar la economía nacional (Ver Apéndice A). La finalidad es proveer una visión de las fortalezas y áreas por desarrollarse de cada uno de los países evaluados y mejorar la competitividad de la industria turística.

El informe establece a través de cuatro factores el índice de competitividad. Los factores identificados son: el ambiental, la política sobre viaje y turismo, la infraestructura; y por último, los recursos naturales y culturales que a su vez se subdividen en 14 indicadores. De la Figura 1 se desprende que indicadores como el entorno institucional y el clima de negocios, la seguridad, el transporte y la salud, la tecnología de información, los precios y los recursos naturales y culturales disponibles, entre otros hacen posible el desarrollo sostenible del sector turístico.

Figura 1 The T&T Competitiveness index 2017 framework



Fuente: Foro Mundial Económico, 2017, p. 9

El informe señala que este índice de competitividad permite establecer comparaciones entre los diferentes países. De manera que se incorporen los mejores planes y estrategias de promoción y comercialización turística dentro de un marco legal que contribuya a tomar decisiones respecto a potenciales inversiones relacionadas con negocios y desarrollo de la industria. En el Apéndice se puede observar que España es el líder mundial en competitividad de viajes y turismo, seguido por Francia y Alemania. De esta manera se rompe con las formas tradicionales de las concepciones que tenemos del turismo.

Las tendencias del turismo deportivo

La actividad deportiva se ha convertido en un atractivo complementario a la oferta tradicional del turismo. Debido a los cambios en patrones de conducta del consumidor y a la necesidad de productos diferentes y diversificados hacen que este segmento del turismo deportivo sea un generador de desarrollo económico (Roche, S. Spake, D. Mathew, J., 2013). Esto es, la segmentación de mercados y la aparición de grupos de consumidores con características y necesidades muy diferenciadas, están obligando a los destinos turísticos a emprender nuevos retos para adaptarse a este cambio de la demanda turística. Una de las cualidades del segmento de turismo deportivo es que impulsa el desarrollo económico, social y cultural contribuyendo a mejorar el bienestar de los países. De esta forma se enfocan hacia este segmento como un sector de sostenibilidad económica.

Actualmente se observa una tendencia de celebrar eventos deportivos en diferentes destinos con la finalidad de aumentar el ingreso económico por un deporte en particular, estimular las franquicias deportivas y a aumentar la asistencia de los viajeros que planifican sus vacaciones alrededor de eventos deportivos. Todo ello estimula el turismo de los países que se convierten en sede a nivel internacional. Cabe destacarse como ejemplo que para el año 2019 se celebrará el próximo juego de béisbol de Grandes Ligas en el Estadio Olímpico de Londres jugando equipos como los Yankees de Nueva York y los Red Sox de Boston. Este ejemplo ofrece la oportunidad de observar como las organizaciones deportivas se expanden y se benefician económicamente lo cual implica nuevos modos de hacer mercadeo y negocio.

En efecto, la organización del turismo mundial desarrollado dentro de la sede de las Naciones Unidas establece que el deporte y el turismo se han convertido en fuerzas para la promoción y el desarrollo económico sostenible de los destinos turísticos (UNWTO, 2002).

Asimismo, se ofrece a las empresas como a los destinos, oportunidades para desarrollar eventos y actividades de gran rentabilidad económica. De esta manera se han creado estrategias y metodologías que permiten que la industria del turismo deportivo se desarrolle y cobre un sitio en la economía de los países.

En lo referente al concepto de turismo deportivo este se desarrolla durante las últimas dos décadas del siglo XX. Al revisar la literatura aparecen varias definiciones respecto al turismo deportivo. Según el Global Sports Tourism Market (2017) se define al turismo deportivo como un movimiento de viajeros de un país o región a otro para participar activa o pasivamente de un evento deportivo. En otra definición se establece que es un viaje para participar en una actividad deportiva, o para observar un deporte o para visitar atracciones relacionadas con un deporte (Roche, S. Spake, D., Mathew, J.,2013). Finalmente, nos parece conveniente citar una definición de Latiesa y Paniza (2006) quienes a su vez citan a Standeven y De Knop, estos últimos reconocidos por su contribución al campo de estudios del turismo deportivo. Estos definen el concepto como “todas las formas activas o 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” (p.135).

A finales de este siglo dos organizaciones juntaron voluntades y sus respectivos recursos con la finalidad de promover lo que hoy conocemos como turismo deportivo. Es a finales del siglo XX que organizaciones como el Comité Olímpico Internacional (COI), y la Organización Mundial del Turismo (OMT) tuvieron el interés de establecer vínculos de colaboración y se comenzó la relación entre el turismo y el deporte (Latiesa y Paniza,2006; Hosteltur,2018). En cuanto a estos dos organismos es importante destacar que el Comité Olímpico Internacional (COI) es una entidad internacional conocida a nivel mundial que une deportistas, entrenadores,

dirigentes entre otros para fomentar el deporte aficionado; mientras que la Organización Mundial del Turismo , es una agencia de las Naciones Unidas dedicada a promover el turismo de manera responsable y sostenible dirigida a avanzar el conocimiento, la capacitación y las políticas del turismo mundialmente.

En años recientes el tema del turismo deportivo aumentó en la producción de artículos e investigaciones. Durante este periodo han surgido una serie de libros, investigaciones y revistas dirigidas a la descripción del turismo deportivo y su importancia para la economía de un país (Weed, 2009). En el ámbito educativo de la producción investigativa y académica comienza a surgir a fines del siglo XX y es el libro Sports Tourism de Standeven y De Knop (1998) publicado en inglés, que ofrece una exposición e interpretación de la relación entre ambos conceptos, y ofrece un análisis de la planificación, de la administración y el impacto que deriva de la interconexión entre turismo y deporte. Estos autores desarrollaron el primer Manual existente entre la relación de turismo y el deporte (Melo & Sobry, 2017). Por otro lado, los indicadores de competitividad que ofrece el informe del Foro de Economía Mundial permite examinar aquellos países que tienen potencial para desarrollar el turismo y refleja una oportunidad para insertar el deporte como parte del binomio turismo deportivo.

Referencias

- Comité Olímpico Internacional recuperado de <http://www.encyclonet.com/articulo/comite-olimpico-internacional/>
- Gammon,S., Ramshaw,G., & Wright,R. (2017). Theory in Sport Tourism: some critical reflections. *Journal of Sport & Tourism* Vol.21, No.2
- Global Sports Tourism Market 2017-2021 (2017). Recuperado en <https://www.technavio.com/report/global-sports-tourism-market>
- Hosteltur (2018). [La Organización Mundial del Turismo y el Comité Olímpico Internacional reanudan su colaboración](https://www.hosteltur.com/21669_organizacion-mundial-turismo-) https://www.hosteltur.com/21669_organizacion-mundial-turismo-
- Latiesa,m y Paniza ,l. (2006). Turistas deportivos: una perspectiva de análisis . Revista Internacional de Sociología (RIS) VOL. LXIV, Nº 44, 133-149.
- Melo, R. y Sobry, C. (2017). Sport tourism : New Challengesin a Globalized World. Recuperado de <http://www.cambridgescholars.com/download/sample/63743>
- National Association of Sports Commission (NASC, 2017) SPORT TOURISM A State of the Industry Report. Recuperado en https://www.sportscommissions.org/Portals/sportscommissions/Documents/Reports/ST_report_4_9_17.pdf
- Roche,S.,Spake, D.,Mathew, J (2013). A model of sporting event tourism as economic development. *Sport, Business and Management: An International Journal* Vol. 3 No. 2, 2013 pp.147-157 Emerald Group Publishing Limited. Recuperado en <https://www.researchgate.net/publication/263541152/download>
- Standeven,J. y De Knop, P.(1998). Sport Tourism, Champaign Human Kinetics publisher.
- The Yale Tribune (2017). Sport is taking tourism to a new global level Recuperado en <https://campuspress.yale.edu/tribune/sport-is-taking-tourism-to-a-new-global-level/>
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) Recuperado de <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>
- UNWTO Basic Documents (2016). Statutes - Rules of Procedure - Agreements Vol I
- Weed,M. (2009). Global Trends and Sport Tourism. *Journal od Sport & Tourism* 14 (1), 1-4. Recuperado <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14775080902875562>

Wittmann, L., (2017). Sport tourism: sleeping giant of the tourism Market. Recuperado de
Recuperado [https://www.skal.org/sites/default/files/media/Public/
Web/PDFs/sporttourism.pdf](https://www.skal.org/sites/default/files/media/Public/Web/PDFs/sporttourism.pdf)

World Economic Forum (2017). Travel and tourism competitiveness report 2017. Recuperado
de <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

APENDICE

The Travel & Tourism Competitiveness Index 2017 Ranking

| Country/Economy | Rank | Score | Change since 2015 |
|----------------------|------|-------|-------------------|
| Spain | 1 | 5.43 | 0 |
| France | 2 | 5.32 | 0 |
| Germany | 3 | 5.28 | 0 |
| Japan | 4 | 5.26 | 5 |
| United Kingdom | 5 | 5.20 | 0 |
| United States | 6 | 5.12 | -2 |
| Australia | 7 | 5.10 | 0 |
| Italy | 8 | 4.99 | 0 |
| Canada | 9 | 4.97 | 1 |
| Switzerland | 10 | 4.94 | -4 |
| Hong Kong SAR | 11 | 4.86 | 2 |
| Austria | 12 | 4.86 | 0 |
| Singapore | 13 | 4.85 | -2 |
| Portugal | 14 | 4.74 | 1 |
| China | 15 | 4.72 | 2 |
| New Zealand | 16 | 4.68 | 0 |
| Netherlands | 17 | 4.64 | -3 |
| Norway | 18 | 4.64 | 2 |
| Korea, Rep. | 19 | 4.57 | 10 |
| Sweden | 20 | 4.55 | 3 |
| Belgium | 21 | 4.54 | 0 |
| Mexico | 22 | 4.54 | 8 |
| Ireland | 23 | 4.53 | -4 |
| Greece | 24 | 4.51 | 7 |
| Iceland | 25 | 4.50 | -7 |
| Malaysia | 26 | 4.50 | -1 |
| Brazil | 27 | 4.49 | 1 |
| Luxembourg | 28 | 4.49 | -2 |
| United Arab Emirates | 29 | 4.49 | -5 |
| Taiwan, China | 30 | 4.47 | 2 |
| Denmark | 31 | 4.43 | -4 |
| Croatia | 32 | 4.42 | 1 |
| Finland | 33 | 4.40 | -11 |
| Thailand | 34 | 4.38 | 1 |
| Panama | 35 | 4.37 | -1 |
| Malta | 36 | 4.25 | 4 |
| Estonia | 37 | 4.23 | 1 |
| Costa Rica | 38 | 4.22 | 4 |
| Czech Republic | 39 | 4.22 | -2 |
| India | 40 | 4.18 | 12 |
| Slovenia | 41 | 4.18 | -2 |
| Indonesia | 42 | 4.16 | 8 |
| Russian Federation | 43 | 4.15 | 2 |
| Turkey | 44 | 4.14 | 0 |
| Bulgaria | 45 | 4.14 | 4 |
| Poland | 46 | 4.11 | 1 |
| Qatar | 47 | 4.08 | -4 |
| Chile | 48 | 4.06 | 3 |
| Hungary | 49 | 4.06 | -8 |
| Argentina | 50 | 4.05 | 7 |

| | | | |
|---------------------|------|-------|-------------------|
| Peru | 51 | 4.04 | 7 |
| Cyprus | 52 | 4.02 | -16 |
| South Africa | 53 | 4.01 | -5 |
| Latvia | 54 | 3.97 | -1 |
| Mauritius | 55 | 3.92 | 1 |
| Lithuania | 56 | 3.91 | 3 |
| Ecuador | 57 | 3.91 | n/a |
| Barbados | 58 | 3.91 | -12 |
| Slovak Republic | 59 | 3.90 | 2 |
| Bahrain | 60 | 3.89 | 0 |
| Israel | 61 | 3.84 | 11 |
| Colombia | 62 | 3.83 | 6 |
| Saudi Arabia | 63 | 3.82 | 1 |
| Sri Lanka | 64 | 3.81 | -1 |
| Morocco | 65 | 3.81 | -3 |
| Oman | 66 | 3.78 | -1 |
| Vietnam | 67 | 3.78 | 8 |
| Romania | 68 | 3.78 | -2 |
| Country/Economy | Rank | Score | Change since 2015 |
| Jamaica | 69 | 3.71 | 7 |
| Georgia | 70 | 3.70 | 1 |
| Azerbaijan | 71 | 3.70 | 13 |
| Montenegro | 72 | 3.68 | -5 |
| Trinidad and Tobago | 73 | 3.67 | -4 |
| Egypt | 74 | 3.64 | 9 |
| Jordan | 75 | 3.63 | 2 |
| Dominican Republic | 76 | 3.62 | 5 |
| Uruguay | 77 | 3.61 | -4 |
| Bhutan | 78 | 3.61 | 9 |
| Philippines | 79 | 3.60 | -5 |
| Kenya | 80 | 3.59 | -2 |
| Kazakhstan | 81 | 3.59 | 4 |
| Namibia | 82 | 3.59 | -12 |
| Cape Verde | 83 | 3.55 | 3 |
| Armenia | 84 | 3.53 | 5 |
| Botswana | 85 | 3.52 | 3 |
| Guatemala | 86 | 3.51 | -6 |
| Tunisia | 87 | 3.50 | -8 |
| Ukraine | 88 | 3.50 | n/a |
| Macedonia, FYR | 89 | 3.49 | -7 |
| Honduras | 90 | 3.49 | 0 |
| Tanzania | 91 | 3.45 | 2 |
| Nicaragua | 92 | 3.44 | 0 |
| Iran, Islamic Rep. | 93 | 3.43 | 4 |
| Lao PDR | 94 | 3.40 | 2 |
| Serbia | 95 | 3.38 | 0 |
| Lebanon | 96 | 3.37 | -2 |
| Rwanda | 97 | 3.36 | 1 |
| Albania | 98 | 3.35 | 8 |
| Bolivia | 99 | 3.34 | 1 |
| Kuwait | 100 | 3.33 | 3 |
| Cambodia | 101 | 3.32 | 4 |
| Mongolia | 102 | 3.31 | -3 |

| Country/Economy | Rank | Score | Change since 2015 |
|------------------------|-------------|--------------|--------------------------|
| Nepal | 103 | 3.28 | -1 |
| Venezuela | 104 | 3.28 | 6 |
| El Salvador | 105 | 3.28 | -14 |
| Uganda | 106 | 3.20 | 8 |
| Tajikistan | 107 | 3.18 | 12 |
| Zambia | 108 | 3.18 | -1 |
| Côte d'Ivoire | 109 | 3.16 | 8 |
| Paraguay | 110 | 3.15 | 3 |
| Senegal | 111 | 3.14 | 1 |
| Gambia, The | 112 | 3.12 | -3 |
| Bosnia and Herzegovina | 113 | 3.12 | n/a |
| Zimbabwe | 114 | 3.11 | 1 |
| Kyrgyz Republic | 115 | 3.10 | 1 |
| Ethiopia | 116 | 3.10 | 2 |
| Moldova | 117 | 3.09 | -6 |
| Algeria | 118 | 3.07 | 5 |
| Gabon | 119 | 3.06 | 5 |
| Ghana | 120 | 3.04 | 0 |
| Madagascar | 121 | 2.99 | 0 |
| Mozambique | 122 | 2.91 | 8 |
| Malawi | 123 | 2.91 | 3 |
| Country/Economy | Rank | Score | Change since 2015 |
| Pakistan | 124 | 2.89 | 1 |
| Bangladesh | 125 | 2.89 | 2 |
| Cameroon | 126 | 2.88 | -4 |
| Benin | 127 | 2.84 | n/a |
| Lesotho | 128 | 2.84 | 1 |
| Nigeria | 129 | 2.82 | 2 |
| Mali | 130 | 2.78 | -2 |
| Sierra Leone | 131 | 2.69 | 1 |
| Mauritania | 132 | 2.64 | 5 |
| Congo, Democratic Rep. | 133 | 2.64 | n/a |
| Burundi | 134 | 2.57 | 1 |
| Chad | 135 | 2.52 | 6 |
| Yemen | 136 | 2.44 | 2 |

Fuente: World Economic Forum, 2017