

TURISMO Y EVENTOS DEPORTIVOS EN SANTANDER: UN ANÁLISIS ECONÓMICO Y SOCIAL

Ignacio Sariego López* y Pedro Solana-González**

Entregado: 2/11/2024 Modificado: 29/11/2023 Aceptado: 29/11/2023

DOI: 10.61520/et.2262023.1218

Resumen: Los eventos deportivos aumentan el atractivo de la ciudad sede donde se celebran y tienen la capacidad de atraer un gran número de turistas, incrementando el gasto de los visitantes; de ahí el interés de los agentes públicos en atraerlos, tanto por su contribución actual como potencial, para el desarrollo turístico. Esta investigación da a conocer las consecuencias económicas y sociales que tienen las principales competiciones deportivas de carácter nacional e internacional para la ciudad de Santander, situando el año 2022 como marco temporal de análisis. En el estudio se utilizó una metodología participativa mediante entrevistas personales a los responsables de los eventos deportivos celebrados en la ciudad, tanto a los promotores como a los organismos públicos implicados. Los resultados del análisis DAFO realizado proporcionan un detallado conocimiento de los puntos fuertes y débiles que ofrece la celebración de eventos deportivos. Asimismo, los resultados del análisis coste-beneficio evidencian el impacto económico positivo que han supuesto las competiciones deportivas para la ciudad de Santander. La investigación ofrece una visión clara de la relevancia y el impacto que tienen los eventos deportivos para la ciudad y brinda a las administraciones públicas y promotores deportivos recomendaciones valiosas a futuro.

Palabras clave: turismo, competiciones deportivas, desarrollo turístico, Santander.

TOURISM AND SPORTS EVENTS IN SANTANDER: AN ECONOMIC AND SOCIAL ANALYSIS

Abstract: Sports events increase the attractiveness of the host city where they are held and have the capacity to attract a large number of tourists, increasing visitor spending; hence the interest of public agents in attracting them, both for their current and potential contribution to tourism development. This research study provides information on the economic and social consequences of the main national and international sporting competitions for the city of Santander, with the year 2022 as the timeframe for analysis. The study used a participatory methodology by means of personal interviews with those responsible for the sporting events held in the city, both the promoters and the public bodies involved. The results of the SWOT analysis provided a detailed knowledge of the strengths and weaknesses of holding sporting events. Likewise, the results of the cost-benefit analysis show the positive economic impact that sporting competitions have had on the city of Santander. The research provides a clear view of the relevance and impact of sporting events for the city and provides public administrations and sport promoters valuable recommendations for the future.

Keywords: tourism, sports competitions, tourism development, Santander.

1. INTRODUCCIÓN

El deporte es una actividad cuya popularidad se está incrementando entre la población debido a la mayor relevancia que se le otorga a la salud y al estado físico en la

vida diaria (Alles, 2014). En este contexto, Dong, et al. (2022) recomiendan a los gobiernos locales y profesionales de turismo, potenciar el turismo deportivo orientado a eventos, identificar los mercados del turismo deportivo, priorizar la motivación deportiva

* Escuela Universitaria de Turismo Altamira, centro adscrito a la Universidad de Cantabria (UC). Observatorio Turístico de Cantabria (OTCan). E-mail: isariego@euturismoaltamira.com. ORCID: 0000-0002-3618-0205

** Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cantabria (UC). Grupo I+D+i de Aplicación de las Tecnologías de la Información para la Competitividad e Innovación. E-mail: pedro.solana@unican.es. ORCID: 0000-0001-5606-1476

y fomentar la cultura deportiva. En los países del primer mundo, algunas de las actividades destacadas que se llevan a cabo en el tiempo de ocio son el deporte y el turismo. Por ello, la combinación de turismo y deporte se está posicionando como uno de los reclamos turísticos más relevantes en la nueva oferta turística (Blanco, 2015). En España en concreto, como destino turístico, diversas organizaciones públicas y privadas intentan coordinar esfuerzos para reforzar la línea de actuación y mejorar el vínculo entre ambos sectores (Fernández y Alonso, 2012).

El primer autor en definir *Sport Tourism* fue Hall (1992), quien describió el turismo deportivo como los desplazamientos con fines recreativos (no comerciales) para participar o contemplar eventos deportivos fuera del lugar de residencia.

La celebración de competiciones deportivas genera beneficios variados para los destinos, como son la promoción del lugar, la obtención de beneficios económicos y la mejora de la situación socioeconómica de la localidad. Esto lleva a las administraciones públicas a apostar por este tipo de eventos y a contribuir a su celebración ofreciendo facilidades administrativas, cediendo infraestructuras o mediante subvenciones y patrocinios (Hurtado, et al., 2007).

Una de las definiciones comúnmente aceptada es la de Standeven y De Knop (1999), quienes definen el *Sport Tourism* como todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar

habitual de residencia o trabajo. Además, estos mismos autores vinculan turismo y deporte según la finalidad y el tiempo dedicado a estas actividades durante las vacaciones. De esta manera surgen dos enfoques: deporte en vacaciones y vacaciones deportivas.

En cuanto a la noción de turista deportivo, Gammon y Robinson (1997, p. 12) lo definen como “*aquel individuo o grupo de individuos que se desplaza a un lugar distinto al de su residencia habitual para participar (activa o pasivamente) en un deporte competitivo o recreacional. El deporte es la principal motivación del viaje*”. Por otro lado, Deery et al. (2004) consideran turistas deportivos a aquellos que participan de forma activa o pasiva en eventos deportivos competitivos.

Las diferentes definiciones dadas para los conceptos de turismo y turista deportivo se clasifican de acuerdo con los modelos de perspectiva de Latiesa y Paniza (2006) de la siguiente manera: la definición dada por Standeven y De Knop (1999) forma parte del modelo amplio – en el que las actividades deportivas se llevan a cabo por razones competitivas y/o recreativas, sin necesidad de ser la motivación principal del desplazamiento fuera del lugar de residencia –, mientras que el enfoque de Gammon y Robinson (1997) se asocia al modelo intermedio – en el que el objetivo primordial del viaje es una actividad o evento deportivo recreacional o competitivo – y el significado otorgado por Deery et al. (2004) se vincula al modelo restrictivo – donde el motivo del desplazamiento fuera de la residencia habitual es la participación, activa o pasiva, en eventos

deportivos competitivos –. El modelo intermedio es considerado habitualmente el más adecuado a la hora de definir el turismo deportivo.

Una de las características del turismo deportivo es que el deporte o la actividad física influirán en la elección de destino turístico, lugar que debe contar con las infraestructuras necesarias para llevar a cabo eventos deportivos y desarrollar el turismo. Este tipo de eventos, independientemente de su magnitud, suponen una ocasión para el desarrollo de los destinos, ya que fomentan el desarrollo socioeconómico, favoreciendo la creación de puestos de trabajo y la modernización de infraestructuras. Las consecuencias del turismo deportivo pueden beneficiar tanto a los turistas como a la población local, además de contribuir a la desestacionalización de la demanda, el gran talón de Aquiles del sector turístico (Taks et al., 2015; Alles, 2014).

Por otro lado, celebrar acontecimientos deportivos importantes supone para los países impulsar la mejora de su situación turística y deportiva, y una significativa fuente de ingresos, permitiendo dar a conocer la oferta turística del destino (Chalip, 2014).

Según Blanco (2015), algunos de los eventos deportivos más destacados son los Juegos Olímpicos, la Copa del Mundo y los Campeonatos Continentales de Fútbol, los Campeonatos del Mundo y Campeonatos Continentales de Baloncesto, Balonmano, Vóleybol, Natación y Atletismo, el ATP World Tennis Tour, la Copa Davis y la Copa Federación de Tenis, el Grand Prix de Fórmula 1, el Mundial de Motociclismo y las

grandes Vueltas Ciclistas (como Le Tour de France o La Vuelta a España).

En este contexto, el objetivo de esta investigación es estudiar el impacto turístico que tienen los eventos deportivos en la ciudad de Santander, tanto desde la perspectiva económica como social.

El estudio se estructura en siete secciones, en la primera, se contextualiza la investigación introduciendo los diversos conceptos en torno al turismo deportivo, en la segunda sección, se aborda la revisión de la literatura con relación al impacto que tienen las competiciones deportivas en el turismo, en la tercera sección, se presenta la metodología de investigación utilizada para, posteriormente, exponer los resultados del análisis realizado y su discusión. El trabajo finaliza con las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

2. IMPACTO EN EL TURISMO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS

El sector turístico tiene un impacto económico significativo. El año 2022 supone la recuperación de la actividad turística en España, el PIB turístico alcanza los 159 mil millones de euros nominales, un 1,4% superior a la actividad de 2019, explicando el turismo el 61% del crecimiento de la economía española en 2022. Las proyecciones para el 2023 son halagüeñas: se estima que la actividad turística podría alcanzar los 168 mil millones de euros, un +7,1% sobre los niveles en precios corrientes de 2019, consolidando la recuperación constatada de

2022 (Exceltur, 2023; Instituto Nacional de Estadística, 2023).

En los últimos años ha aumentado la importancia que ha adquirido el deporte entre la población, debido fundamentalmente a la mayor relevancia de la salud y el estado físico en la vida diaria, así como a un mayor número de eventos deportivos realizados por las ciudades para atraer turistas deportivos.

Los turistas deportivos son aquellos que participan en actividades deportivas durante sus festivos, y se pueden clasificar en tres categorías:

- a. Participantes del evento: aquellas personas que viajan para participar en evento deportivo organizado.
- b. Asistencia al evento: están asistiendo a un evento deportivo organizado.
- c. Los amantes del deporte que viajan para participar en deportes “autoorganizados”.

La importancia creciente del turismo deportivo para los destinos de turismo hace que los responsables políticos y los organismos rectores del deporte, recurran cada vez más a los grandes acontecimientos deportivos para estimular el desarrollo económico y aumentar el PIB de sus regiones (Clark, 2008; Dwyer y Jago, 2020; Li et al., 2013). En este sentido, Moradi et al. (2022) han planteado un modelo integrado de competitividad para los destinos de turismo, dirigido a los responsables políticos que les permita comprender mejor los requisitos, estrategias y consecuencias de la promoción de los destinos de turismo deportivo.

El impacto generado en el sector turístico por la celebración de eventos deportivos ha propiciado la creación de un verdadero objeto de estudio dentro del denominado turismo de eventos, que se refiere a “*aquellas actividades o eventos deportivos capaces de atraer a un número significativo de visitantes para participar o asistir como espectadores*” (Delphy, 2003, p. 3).

Todos estos eventos, de mayor o menor importancia, son una gran oportunidad para el desarrollo de ciudades, regiones o países en la medida en que favorecen el desarrollo socioeconómico local, contribuyendo a la creación de empleo y a la construcción y mejora de infraestructura y servicios, beneficiando no sólo a los turistas, sino también a los locales (Gratton et al., 2000; Kurtzman y Zauhar, 2003; Tyrrell y Johnston, 2001). De acuerdo con Pedauga et al. (2022), los eventos de turismo deportivo representan el 3,1% del PIB de la comunidad autónoma de Castilla y León, lo que pone de manifiesto la importancia de este sector para su economía. Asimismo, Williams, et al. (2021) ponen de manifiesto en la investigación realizada en Tailandia, que el impacto económico para los destinos de turismo de eventos deportivos es significativo. Además, en ocasiones, celebrarlos en épocas de menor afluencia turística puede contribuir a desestacionalizar la demanda turística, una de las grandes debilidades de la industria turística, generando, como ha ocurrido en numerosas ocasiones, un impacto económico directo e indirecto en la imagen y visibilidad de las ciudades que los acogen (Xu y Sun, 2015).

El turismo deportivo es un nicho creciente en las actividades turísticas y ocupa un lugar destacado como facilitador de experien-

cias turísticas (Tisdell, 2017). El deporte es un elemento tractor capaz de proporcionar riquezas a muchos destinos, debido a que las actividades locales pueden desempeñar un papel importante en la calidad de la experiencia de ocio, tanto para los foráneos como para la población local.

Esto ha llevado a una relación cada vez más estrecha entre el deporte y el turismo que no debe ser considerada desdeñable entre los actores clave de la hotelería y el turismo (Jiménez-Naranjo, 2016). Además, la fusión actual de turistas de ocio, en general, y turistas (de deporte) con el propósito de viajar por experiencias deportivas es un obstáculo importante para una comprensión más completa y refinada de lo que realmente motiva a las personas a convertirse en turistas de deporte o visitantes de atractivos y recursos turísticos relacionados, por lo que se requiere realizar estudios específicos para cada caso.

Finalmente, los efectos en el turismo de este tipo de competiciones deben orientar el conjunto de actividades de la cadena de valor global, estableciendo estrategias adecuadas para su desarrollo. Para ello, es necesario que al organizar las competiciones se rediseñe el concepto inicial de sus impactos, basándolo en las tendencias-necesidades de los mercado-demanda y su implicación en toda la “cadena de valor”. Partiendo de la experiencia acumulada, según la potencialidad de los recursos existentes, es posible corregir las debilidades y desviaciones actuales.

3. METODOLOGÍA

Esta investigación emplea una metodología que combina diferentes enfoques

metodológicos para conocer el impacto de las actividades deportivas celebradas en Santander, revisando a la vez información relevante e integrando sistemáticamente los aportes de las federaciones, clubes y empresas participantes.

En esta sección se presenta una síntesis de las etapas que desde un punto de vista metodológico se han seguido en la investigación.

A. Análisis de referencias científicas

La revisión exhaustiva de publicaciones científicas de diversos autores en el campo específico es fundamental tanto en la etapa diagnóstica como en la formulación de resultados concretos. En este sentido, esta investigación provee información crucial para evaluar el estado actual, identificar puntos de referencia y comparación con otras investigaciones relevantes, y establecer recomendaciones sólidas. La estrategia de investigación se fundamenta en estudios previos y el análisis detallado de documentos orientadores en gestión turística, así como en informes estadísticos relevantes.

B. Realización de entrevistas y reuniones de trabajo

Se realizaron entrevistas entre los meses de marzo y junio de 2023 con representantes de los principales eventos deportivos celebrados en Santander. Cada entrevista realizada se desarrolló en base a un análisis cualitativo con los diferentes responsables de los campeonatos seleccionados, recogiendo sus respuestas de acuerdo con los siguientes

cinco grandes bloques, a saber: descripción del campeonato, retos e impactos sociales y económicos, relación institucional, comunicación y captación de participantes y aficionados, y otras consideraciones destacables.

Las entrevistas realizadas permitieron generar información primaria para los diferentes elementos de la investigación, así como para la discusión de los resultados. Las entrevistas fueron realizadas de forma presencial (13) y telemática (2). Además, se completaron con la entrevista al Instituto Municipal de Deportes (IMD), junto con los representantes de las federaciones, clubes y empresas implicados en los eventos seleccionados. De esta manera, a lo largo de la investigación se han realizado 16 reuniones con representantes de los sectores público y privados vinculados a los eventos deportivos celebrados en la ciudad de Santander.

Para contactar con los organizadores de cada evento, el IMD proporcionó el nombre de cada responsable y su número de teléfono. A partir de ahí, la primera toma de contacto se efectuó mediante una breve llamada de presentación para informarles de que su evento había sido seleccionado como objeto de estudio por el IMD y para recopilar datos como el nombre completo del responsable y su email. Después, se envió a cada responsable, a través del correo electrónico, una carta de presentación formal de la investigación, continuando la comunicación a través de reuniones personales, correo electrónico y contactos telefónicos. Además, los entrevistados remitieron diferentes informes o memorias relativas a la celebración de cada evento, aportando así datos más concretos. La documentación aportada forma parte de las fuentes secundarias de la investigación realizada.

C. Análisis DAFO

A partir del análisis cualitativo de las entrevistas realizadas, la investigación plantea una estructura de análisis DAFO para sintetizar la información recogida. El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), se ha utilizado metodológicamente para evaluar y comprender la situación interna y externa del contexto de estudio de la investigación. El análisis realizado ha proporcionado una visión global y sistemática de la situación actual, y permite tomar decisiones estratégicas informadas, identificar fortalezas y debilidades internas, así como oportunidades y amenazas externas. De este modo, el DAFO realizado contribuye a formular estrategias que capitalicen los aspectos positivos y minimicen los riesgos potenciales.

D. Análisis coste-beneficio

El Análisis Coste-Beneficio (ACB), también conocido como Coste-Beneficio (C-B), es una metodología ampliamente utilizada en la toma de decisiones de gobernanza empresarial y de inversión, permitiendo asimismo definir si un proyecto es conveniente desde una perspectiva social y, en caso afirmativo, hasta qué punto. Su principal objetivo es la maximización del bienestar social (Aguaza, 2012). La metodología técnica realiza una valoración económica de los eventos deportivos, siguiendo unos estándares determinados. De acuerdo con Getz (2008), un evento reportará, sin lugar a duda, una importante fuente de beneficios para el lugar que lo acoga. Estos beneficios se centran en términos económicos (ingre-

tos directos) y sociales, en cuanto a la mejora de la imagen del destino y el entorno, y la dinamización y desarrollo del entramado social de la zona (Edwards et al., 2008). Teniendo en cuenta esta circunstancia, es lógico pensar que las autoridades de un destino que acoja un evento de estas características deban volcarse en su planificación, promoción, programación y desarrollo. Esta implicación se podrá dar en términos administrativos, de cesión de infraestructuras, mediante la concesión de subvenciones, etc.

En general, la metodología seguida trata cuestiones principales como la descripción del evento, número de participantes y espectadores que acuden a presenciarla, procedencia de éstos, infraestructuras, equipamientos y servicios que consumen. Se realiza un procedimiento a partir de fuentes de datos primarias o propias (entrevistas). Para ello, es fundamental establecer o seleccionar el método de aplicación que se utilizará.

Normalmente será la cifra global de la ratio de beneficios sobre costes la más buscada, señalando que, teóricamente, estos costes y beneficios pueden estimarse de forma directa o indirecta (Gibson et al., 2012). A la hora de extrapolar datos, se hace una estimación directa con aquella información facilitada por los conteos y encuestados. Para ello, el análisis de costes y beneficios se fijará en variables como: costes de organización, ingresos directos obtenidos del evento en cuestión y estimación de los beneficios indirectos generados por el retorno de la imagen de marca. En este sentido, cabe destacar el estudio realizado por Dubinsky (2021) que desarrolla un modelo para crear estratégicamente la marca de ciudad deportiva.

4. RESULTADOS

4.1. Diagnóstico global

Los resultados de la investigación sintetizan las principales aspectos positivos y negativos con los que se enfrenta la organización de competiciones deportivas en Santander. El origen de la información corresponde a un trabajo participativo que se ha plasmado en la celebración de reuniones con los representantes de los diferentes eventos seleccionados, así como con otros agentes relevantes dentro del turismo local.

Esta dinámica participativa se ha mantenido para el proceso de reflexión sobre el modelo de desarrollo turístico. Si bien la visión parece ser compartida por buena parte de los entrevistados, se estimó conveniente refrendar estas propuestas con el propio IMD.

Por tanto, en el estudio confluyen las visiones de los promotores de los eventos deportivos, en la elección de su modelo de desarrollo. Se espera un futuro en el cual el desarrollo de estas actividades tenga una mayor repercusión dentro de las políticas de la ciudad de Santander, con un reconocimiento social y un beneficio tangible e intangible para todos.

En la Tabla 1 recoge el análisis DAFO realizado, el cual representa una adecuada herramienta de diagnóstico, planificación estratégica y toma de decisiones para los distintos actores que intervienen en la gestión y desarrollo de las competiciones deportivas en Santander.

Tabla 1. Debilidades para la celebración de eventos deportivos

D1	Insuficientes avances en la facilitación de los procedimientos administrativos. Se deben agilizar los trámites en la planificación, en su desarrollo y en la posterior justificación.
D2	Limitaciones presupuestarias que dificultan los procedimientos administrativos locales.
D3	Equipo limitado en el IMD para gestionar y preparar las instalaciones, así como en la facilitación de licencias y permisos para la celebración de eventos deportivos de índole nacional e internacional.
D4	Insuficiente control técnico en las memorias de las competiciones deportivas de carácter nacional o internacional. La composición de las memorias técnicas es heterogénea y sus valoraciones de impactos no están reguladas metodológicamente.
D5	Limitada capacidad de algunos equipamientos deportivos, como gradas en el Complejo Deportivo Ruth Beitia o áreas de entrenamiento, sala de prensa, almacenaje y VIP en el Palacio de Deportes.
D6	Débil asociatividad entre los promotores de los eventos y las empresas prestadoras de servicios turísticos de la ciudad, tanto hoteleras como hosteleras.
D7	Insuficiente comunicación con la población local sobre el desarrollo de las actividades deportivas de carácter nacional e internacional.
D8	Necesidad de mejorar del modelo de aprovechamiento turístico del notable flujo de visitantes de compras en los centros comerciales de la ciudad, que favorezca el crecimiento del sector.
D9	Limitado apoyo de equipos de voluntarios en la ciudad como ayuda en el desarrollo de las pruebas.
D10	Escasas sinergias con otros organizadores para compartir experiencias / casos de éxito y solucionar problemas comunes. Habitualmente los promotores trabajan de manera atomizada, apenas sin relacionarse entre ellos.
D11	Por las características de gran parte de los eventos deportivos, muchos organizadores no pueden optar a concursar en la convocatoria de subvenciones para la promoción y fomento del deporte del IMD o reciben sus ayudas meses después de su celebración.
D12	Ausencia de un sistema de información integral para articular la colaboración de los patrocinadores locales.
D13	Insuficiente desarrollo en la comunicación de las propuestas turísticas paralelas y/o complementarias que permitan que el deportista y/o sus acompañantes puedan generar más gasto en la región o en la ciudad.

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 2. Amenazas para la celebración de eventos deportivos

A1	Inestabilidad financiera nacional; el Banco de España ve probable que la crisis financiera empeore la incipiente recuperación, afectando negativamente a la organización de determinados eventos deportivos.
A2	Insuficiente conectividad terrestre de la ciudad de Santander frente a otros destinos próximos más accesibles.
A3	Alta rivalidad con destinos competidores próximos en la organización de eventos deportivos. Existe una fuerte competencia en el mercado nacional por la existencia de destinos próximos con una mayor capacidad de sus infraestructuras deportivas.
A4	Limitado desarrollo de proveedores locales asociados a la cadena de abastecimiento de productos necesarios en la organización de eventos.
A5	Limitada capacidad en la inversión pública frente a otras regiones competidoras.
A6	Proximidad a un gran núcleo poblacional, Bilbao, con mayores capacidades financieras para acoger eventos deportivos internacionales.

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 3. Fortalezas para la celebración de eventos deportivos

F1	La ciudad de Santander posee gran variedad de recursos turísticos (paisajísticos, culturales y gastronómicos), lo cual representa un potencial atractivo para los promotores a la hora de organizar eventos deportivos de índole nacional e internacional.
F2	Santander tiene alta capacidad y calidad variable de la planta turística (hoteles, restaurantes, agencias de viajes y operadores turísticos) y de los servicios ofrecidos por las empresas prestadoras de servicios turísticos.
F3	Santander posee infraestructuras y equipamientos deportivos adecuados para el desarrollo de una gran variedad de actividades deportivas.
F4	Reconocimiento e implicación de las instituciones públicas sobre el interés y la importancia del desarrollo en la ciudad de actividades deportivas de carácter nacional e internacional.
F5	Elevada capacidad del sector público para captar, formular, canalizar, y dar sostenibilidad en la celebración de eventos deportivos de carácter nacional e internacional.
F6	Positivo grado de satisfacción por parte de los promotores de los eventos realizados.
F7	Reconocimiento del sector turístico local sobre la importancia de esta actividad para sus negocios.
F8	Gran experiencia de todos los agentes implicados y participantes en el desarrollo de actividades deportivas en la ciudad.
F9	Creciente presencia de iniciativas privadas y actores para el desarrollo de nuevas actividades deportivas en la ciudad.
F10	Elevada capacidad profesional del IMD y buen manejo de las relaciones sociales para facilitar la asistencia técnica a los promotores y a otros actores públicos y privados que intervienen en el desarrollo de eventos deportivos.
F11	Avances importantes en el desarrollo de herramientas e instrumentos para orientar los procesos de planificación y gestión de la promoción y desarrollo de las actividades deportivas y medir el impacto del sector en la economía de la ciudad.
F12	Apenas existen conflictos sociales y/o inseguridad ciudadana que deteriore la imagen de Santander como un destino seguro para el desarrollo de eventos deportivos.
F13	Adecuada propuesta gastronómica diferenciada.

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 4. Oportunidades para la celebración de eventos deportivos

O1	Tendencias mundiales del comportamiento del consumidor orientadas hacia segmentos interesados en participar en pruebas deportivas y en el turismo.
O2	Alto grado de sinergias entre la práctica deportiva, el turismo y la gastronomía que impactan positivamente en el posicionamiento de la ciudad de Santander.
O3	Importante efecto multiplicador de los eventos deportivos, ya que afectan a otros muchos sectores económicos como la hostelería, la restauración, el comercio y los transportes.
O4	Importancia de los calendarios de las pruebas para favorecer la desestacionalización de visitantes en la ciudad en temporadas no estivales.
O5	Efecto positivo de la “marca Santander” en el turismo nacional e internacional para captar pruebas deportivas.
O6	Incremento en el uso de TIC que permite acceder a un mercado potencial mayor de deportistas para captar su atención en la participación de eventos deportivos.
O7	Interés de las entidades locales en la conservación y puesta en valor de su patrimonio paisajístico como destino de interés.
O8	Creciente profesionalización y experiencia de los organizadores y promotores de eventos deportivos locales.
O9	Reconocimiento local y regional de la importancia de la celebración de eventos deportivos en Santander como actividad generadora de economía y empleo.
O10	Incremento de las ayudas estatales e internacionales para la inversión pública y privada, local y regional en el reacondicionamiento de instalaciones deportivas y en el turismo.

FUENTE: Elaboración propia.

4.2. ANÁLISIS COSTE-BENEFICIO

Se presentan a continuación los resultados obtenidos del análisis coste-beneficio sobre los campeonatos deportivos seleccionados en la investigación, ofreciendo una aproximación realista del impacto económico generado.

Siguiendo esta metodología, el efecto económico directo que originan las principales competiciones deportivas en la ciudad de Santander es consecuencia de los gastos que realizan todos los usuarios en alojamiento, alimentación, compra de productos y contratación de la actividad turística. Eliminando la subjetividad de los impactos de retorno en imagen para la ciudad de Santan-

der y realizando una estimación conservadora, contemplando tan sólo el impacto por visitantes de otras regiones a la ciudad, la suma de todos estos consumos en la ciudad alcanza la cifra de 6.796.533,55 euros.

Paralelamente se valora la aportación económica del IMD mediante su inversión directa, sin llegar a evaluar el esfuerzo administrativo y organizativo de su personal, así como otros gastos de mantenimiento municipales. La cifra asciende a 502.300,00 euros. De esta manera, la celebración de los campeonatos deportivos es favorable para Santander, ya que aportó un beneficio de 6.294.233,55 euros, casi 13 veces más de la inversión realizada.

Adicionalmente, deben contabilizarse otras aportaciones del Gobierno de Cantabria, federaciones y patrocinadores privados, en la prestación de ayudas para de-

terminar su impacto global; el resultado económico final para la ciudad de Santander generó un beneficio de 4.925.060,98 euros.

Tabla 5. Impactos directos e indirectos cuantificados

Campeonato deportivo 2022	Impactos directos en la ciudad por foráneos	Aportación económica directa IMD	Otros gastos de organización y patrocinios	Indirectos en medios de comunicación
Vaca Gigante	371.250,59	20.000,00	80.000,00	1.690.000,00
Campeonato de España de Tenis de Mesa	200.000,00	35.000,00	92.803,32	No determinado
Partido Selección Femenina “Guerreras” Balonmano	120.000,00	30.000,00	110.053,25	No determinado
OA2 FuSSSion	352.000,56	15.000,00	25.000,00	602.000,00
Campeonato de España de Gimnasia Rítmica	2.332.003,69	20.300,00	54.700,00	No determinado
Torneo Nacional de Ajedrez Robin Chess	169.400,27	12.000,00	3.000,00	No determinado
Torneo Máster Internacional Baloncesto SMBT	297.000,47	0	6.000,00	No determinado
Semana Internacional de Vela	242.000,38	32.000,00	50.500,00	337.000,00
Campeonato de España de Badminton de Selecciones Autonómicas en Edad Escolar e Inclusivo	280.500,44	0	32.000,00	No determinado
Campeonato de España de Atletismo Sub-23	125.426,00	20.000,00	15.000,00	No determinado
Torneo Nacional Fútbol 7	154.000,24	10.000,00	13.000,00	180.000,00
Triatlón Ciudad de Santander	132.000,21	20.000,00	22.260,00	No determinado
Vuelta a Hispania Ciclismo Sub-23	121.000,19	18.000,00	92.000,00	No determinado
World Padel Tour	315.948,00	70.000,00	504.856,00	454.962,00
Mundial de Bádminton Junior	1.584.002,51	200.000,00	300.000,00	No determinado
TOTAL	6.796.533,55	502.300,00	1.369.172,57	3.263.962,00

FUENTE: Elaboración propia.

5. DISCUSIÓN

5.1. Desarrollo territorial del turismo por las competiciones deportivas

El impulso de las actividades deportivas de carácter nacional e internacional debe estar adecuadamente integrado con los procesos de desarrollo territorial de la ciudad, es decir, debe considerar las diferentes sensibilidades de la población. La actividad deportiva genera indudables beneficios económicos para la ciudad, pero debe estar armonizada con otras actividades, para ello es fundamental integrar el desarrollo turístico en los procesos de planificación estratégica y, sobre esta base, las áreas de impacto deben ser gestionadas con la participación de los distintos actores.

El territorio se percibe como un elemento indispensable para la organización y el desarrollo de competiciones deportivas. La superposición de una capa temática turística en torno a los eventos resulta fundamental para el desarrollo territorial.

5.2. Posición competitiva de Santander y crecimiento de las actividades deportivas

La ciudad de Santander se ubica en un conjunto de territorios con fuertes ventajas competitivas para el crecimiento de las actividades deportivas de carácter nacional e internacional. Sus características geográficas como un destino turístico de “moda” y el conjunto de equipamientos deportivos que tiene, hace que Santander se sitúe en una po-

sición destacada como un espacio atractivo para las distintas federaciones, clubes y empresas privadas para la realización de pruebas deportivas, por la complementariedad de sus actividades turísticas. Para afianzar su posición necesita apoyarse en sus ventajas competitivas turísticas y trabajar en todo lo referente a información y comunicación.

El éxito del desarrollo de una competición deportiva se basa en el impacto que puede generar en la ciudad. Santander se enfrenta al reto de diseñar estrategias y acciones para seguir creando espacios de dinamismo económico, así como productos y experiencias diferenciales para los visitantes.

5.3. Gestión estratégica y gobernanza

El término gobernanza proviene del griego “*kubernáo*” y llega al castellano antiguo y al portugués del latín “*gubernantia*” que, designando el arte o manera de gobernar, posteriormente, pasa al vocablo inglés “*governance*”. Tiene varias acepciones, de las cuales cabe destacar aquella que se refiere a la gestión de los “asuntos públicos” a través de la interacción de las administraciones públicas con el sector privado (empresas, organizaciones, entidades y otros grupos de interés). La gobernanza, además de promover la eficacia y la eficiencia, busca imprimir legitimidad y sostenibilidad a las acciones propuestas por las administraciones y entidades públicas, a través de la participación, la transparencia, la rendición de cuentas y el fomento de la participación y compromiso del sector privado.

La alta competencia que se observa en la actualidad entre los destinos para albergar

eventos deportivos de trascendencia nacional e internacional exige que se afine y fortalezca la articulación entre todos los actores locales y regionales. El alineamiento entre los actores públicos y privados mejorará el desempeño y el trabajo coordinado para el desarrollo de propuestas competitivas, en sintonía con las federaciones de los diferentes deportes. La creación de un portafolio especializado de actividades deportivas incrementará los impactos positivos de los eventos deportivos para la ciudad. Para poder alcanzar las metas propuestas, tanto de flujo de aficionados como de gasto promedio por visitante, se requiere de un trabajo concertado para adecuar dinámicamente la oferta turística de la ciudad a las tendencias de los segmentos de demanda identificados y priorizados.

El IMD como organismo rector debe aportar por la gestión estratégica de las actividades deportivas, integrando la planificación, la implementación, el monitoreo y la evaluación final, de manera efectiva para acrecentar el cumplimiento de los mandatos y la creación sostenida de valor público. Además, debe ejercer de líder y tractor de las competiciones deportivas en Santander, con el fin de incrementar el impacto económico y social de estas actividades, enfocándose en mejorar el atractivo y la diversidad de propuestas de los promotores deportivos, elevando el nivel de calidad de la planificación, gestión y evaluación de cada evento, bajo los fundamentos del desarrollo turístico.

6. CONCLUSIONES

En esta investigación se ha estudiado el impacto de los eventos deportivos en la ciu-

dad de Santander. En las siguientes líneas se extraen las principales conclusiones como resultado del análisis realizado.

En primer lugar, cabe señalar que la facilitación de los procedimientos y trámites administrativos, resultan de gran importancia para mejorar la eficiencia en la planificación y ejecución de eventos deportivos. Asimismo, es necesario contar con presupuestos y recursos de personal adecuados que permitan una gestión eficaz de los eventos deportivos, lo que tendrá a su vez un impacto positivo en la promoción del deporte en la ciudad.

La adecuada coordinación y comunicación entre los distintos agentes que intervienen en la planificación y desarrollo de los eventos deportivos (promotores de eventos, administraciones públicas, empresas turísticas y población local), resulta fundamental para el aprovechamiento de sinergias entre organizadores, la promoción de actividades deportivas y el turismo.

Se ha de tener en cuenta que la incertidumbre económica a nivel nacional representa una amenaza para la organización de eventos deportivos en la ciudad de Santander, ya que podría dificultar la financiación y la inversión necesaria.

Asimismo, la competencia con destinos cercanos que cuentan con mejores infraestructuras deportivas y recursos financieros puede suponer una dificultad para atraer eventos deportivos a la ciudad y debilitar su posición en el mercado.

La ciudad de Santander cuenta con importantes y variados recursos turísticos, lo que brinda un potencial atractivo para los promotores de eventos deportivos. Además, Santander destaca por su capacidad hotelera y una amplia oferta de servicios turísticos de calidad. La ciudad dispone de infraestructuras deportivas adecuadas para albergar una diversidad de competiciones deportivas y cuenta con un sólido apoyo institucional que se distingue por la destacada implicación de las instituciones públicas en la promoción de actividades deportivas a nivel nacional e internacional.

La tendencia mundial hacia la participación en competiciones deportivas y el turismo deportivo ofrecen una oportunidad para atraer visitantes. Las sinergias entre la práctica deportiva, el turismo y la gastronomía pueden contribuir a mejorar el posicionamiento de Santander como destino.

Se debe subrayar también que la adecuada planificación de los eventos deportivos puede contribuir a atraer visitantes en temporadas no estivales, desestacionalizando el turismo en la ciudad.

Los eventos deportivos tienen un efecto multiplicador en la economía local de la ciudad de Santander. La investigación evidencia que la celebración de campeonatos deportivos en la ciudad de Santander genera un impacto económico positivo y significativo, impulsando la economía local. El beneficio económico para la ciudad de Santander alcanza los 4.925.060,98 euros, lo que redundará principalmente en la industria hotelera, la restauración, el comercio y la generación de empleo.

7. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

En la investigación realizada los datos obtenidos para el cálculo del impacto económico se han basado en estimaciones de los propios organizadores de cada evento, por lo que tienen un carácter orientativo, aunque se han tomado medidas de cálculo conservadoras.

Los datos calculados solo valoran los impactos directos y no miden la repercusión en la imagen de marca de la ciudad para los visitantes potenciales.

Asimismo, cabe señalar que en el impacto económico directo sólo se toma en cuenta el gasto de los visitantes foráneos, por lo que la estimación no contabiliza los posibles rendimientos de la actividad por parte de ciudadanos santanderinos.

En futuras investigaciones se podrían abordar aspectos más completos y precisos del impacto económico de los eventos deportivos en una ciudad como Santander. En este sentido, se podrían validar y mejorar las estimaciones proporcionadas por los organizadores de eventos, recopilando datos reales, como el gasto de los visitantes para una muestra representativa de eventos.

Asimismo, para obtener una imagen más completa del impacto económico, los futuros estudios podrían considerar la inclusión de impactos económicos indirectos, como el aumento del empleo en la ciudad, el efecto sobre la industria de servicios, las oportunidades comerciales y la inversión a largo plazo.

También puede proporcionar una perspectiva valiosa, analizar las diferencias y similitudes en el impacto económico de las competiciones deportivas en diferentes contextos urbanos, mediante estudios que comparen los resultados de esta investigación con otras ciudades que hayan realizado estudios similares.

Por último, estudiar cómo el turismo deportivo impacta en la imagen de marca de la ciudad podría ser un enfoque interesante. Esto podría involucrar encuestas y análisis de datos sobre cómo la percepción de la ciudad cambia entre los visitantes potenciales antes y después de los eventos.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen al Ayuntamiento de Santander la financiación y el soporte para la realización de esta investigación.

REFERENCIAS

- Aguaza, B. O. (2012). Análisis Coste-Beneficio. *eXtoikos*, 5, 147-149.
- Alles, M. T. (2014). El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso. *Cuadernos de Turismo*, 33, 59-76.
- Blanco, F. (2015). El turismo deportivo como objeto de conocimiento. *TURYDES: Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 8(18), 1-7.
- Chalip, L. (2014). From legacy to leverage. In J. Grix (Ed.), *Leveraging legacies from sports mega-events: Concepts and cases* (pp. 1-12). Palgrave MacMillan.
- Clark, G. (2008). *Local development benefits from staging global events*. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD).
- Deery, M., Jago, L. y Fredline, L. (2004). Sport tourism or event tourism: Are they one and the same? *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 235-245. <https://doi.org/10.1080/1477508042000320250>
- Delphy, L. (2003). An Introduction to sport and adventure tourism. In Hudson, S. (ed.). *Sport and adventure tourism*. The Haworth Hospitality Press.
- Dong, E., Fu, B., Li, Y., Jin, J., Hu, H., Ma, Y., Zhang, Z., Xu, Q. y Cheng, Z. (2022). Hainan Sport Tourism Development - A SWOT Analysis. *Sustainability*, 14 (19), 12653. <https://doi.org/10.3390/su141912653>
- Dubinsky, Y. (2021). Branding a City as a Sports Town: A Conceptual Model Based on 'Track Town USA'. *Journal of Global Sport Management*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/24704067.2021.2001354>
- Dwyer, L. y Jago, L. (2020). The economic contribution of special events. In Page, S. J., Connell, J. (ed.). *The Routledge Handbook of Events*. Routledge.
- Edwards, D., Griffin, T., y Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: Developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>
- Exceltur (2023). *PIB turístico español*. <https://shorturl.at/HV129>
- Fernández, P. y Alonso, Á. (2012). Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores clave y medición. *Webs. Uvigo. Es*, 111-124.
- Gammon, S. y Robinson, T. (1997). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*, 4(3), 11-18. <https://doi.org/10.1080/10295399708718632>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management*,

- 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K. y Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
- Gratton, C., Dobson, N. y Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: A case-study of six events. *Managing Leisure*, 5(1), 17-28. <https://doi.org/10.1080/136067100375713>
- Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism, in *Special interest tourism* (edited by B. Weiler and C. M. Hall). Bellhaven Press.
- Hurtado, J. M., Sanz, J. A. y Cantuche, J. M. (2007). Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso del campeonato de tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 3, 20-39. <https://doi.org/10.46661/rev-metodoscuanteconempresa.2063>
- Instituto Nacional de Estadística (2023). Estadística de movimientos turísticos en frontera. INE. <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23988>
- Jiménez-Naranjo, H. (2016). Cost-benefit analysis of sport events: The case of World Paddle Tour. *European Research on Management and Business Economics*, 22(3), 131-138. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.04.001>
- Kurtzman, J. y Zauhar, J. (2003). A wave in time - The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 35-47. <https://doi.org/10.1080/14775080306239>
- Latiesa, M. y Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología*, 64(44), 133-149. <https://doi.org/10.3989/ris.2006.i44.31>
- Li, S., Blake, A. y Thomas, R. (2013). Modelling the economic impact of sports events: The case of the Beijing olympics. *Economic Modelling*, 30, 235-244. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.09.013>
- Moradi, E., Ehsani, M., Saffari, M. y Norouzi Seyed Hosseini, R. (2022). Developing an integrated model for the competitiveness of sports tourism destinations. *Journal of Destination Marketing and Management*, 26, art. no. 100743. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100743>
- Pedauga, L. E., Pardo-Fanjul A., Redondo J.C. e Izquierdo J.M. (2022). Assessing the economic contribution of sports tourism events: A regional social accounting matrix analysis approach. *Tourism Economics*, 28 (3), 599 – 620. <https://doi.org/10.1177/1354816620975656>
- Standeven, J. y De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Human Kinetics.
- Taks, M., Chalip, L. y Green, B. C. (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 1-6. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.995116>
- Tisdell, C. A. (2017). Financial implications of seasonal variability in demand for tourism services. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 20, Special Issue, 1-12.
- Tyrrell, T. J. y Johnston, R. J. (2001). A framework for assessing direct economic impacts of tourist event: Distinguishing origins, destinations and causes of expenditures. *Journal of Travel Research*, 40(1), 94-100. <https://doi.org/10.1177/004728750104000112>
- Williams, G. B., Kim, Y. H. y Nauright, J. (2021). Destination development by sport event tourism (SET): a case study of Thailand. *Sport in Society*, 24 (10), 1827 – 1837. <https://doi.org/10.1080/17430437.2021.1916234>
- Xu, J. y Sun, M. (2015). Research on the tourist demands and evaluation for public tourism services. En: Zeng G. (eds) *Tourism and hospitality development between China and EU*. Springer.