

TURISMO DEPORTIVO

Retos y tendencias



Kirolbide Pro 2026:

¿Qué es y qué propone?

La Dirección General de Deporte del Departamento de Euskera, Cultura y Deporte de la Diputación Foral de Bizkaia puso en marcha, durante el año 2025, los **Thinking Centers**: espacios de reflexión colectiva sobre temas concretos vinculados al deporte y la movilidad, con la participación de grupos de expertos en cada materia.

Durante 2025 se abordaron tres grandes temas: **la lucha contra el sedentarismo, el deporte fuera de los espacios convencionales y la relación del deporte federado con los municipios**. Los informes resultantes están disponibles en bizkaia.eus/kirolbidepro.

El ámbito del **deporte** está en constante **evolución y cambio** en todas sus vertientes. Necesitamos anticiparnos, adaptarnos e informarnos de todas las novedades y **tendencias deportivas del futuro**. Esta herramienta, además de poder personalizar todos tus contenidos y newsletter, te permitirá encontrar información relevante y específica tanto para profesionales del deporte como para personas que buscan información de las diferentes temáticas deportivas, agenda deportiva, eventos... Esperamos convertirnos en el **centro de referencia** para la búsqueda de información deportiva.

Novedades deportivas en nuestra newsletter:

→ <https://www.kirolbidepro.eus>

Últimas publicaciones de Kirolbide Pro:

→ <https://www.kirolbidepro.eus/blog>

Envía tu propuesta de contenido:

→ <https://www.kirolbidepro.eus/contacto>



Movilidad desmotorizada y sostenible

Primer Thinking Center 2026

Turismo deportivo

Segundo Thinking Center 2026

Profesionalización de la gestión deportiva

Tercer Thinking Center 2026

Segundo Thinking Center 2026

Panel de personas expertas

2º Thinking Center — El turismo deportivo | Martes, 19 de mayo de 2026 | Alda. Rekalde 30, 1º, Bilbao

Mercedes Rodríguez

Directora de Turismo y Eventos de **Bilbao Ekintza**, Ayuntamiento de Bilbao

Philippe Govaert

Director de la **Bilbao – Bilbao de Cicloturismo**

Koldo Santiago

Director general de **Enkartur**.

Juan Aldaz Arregui

EHU — coautor en investigaciones sobre *deporte, desarrollo rural y turismo* en el País Vasco

Aitziber Ansotegi Urremendi

Asociación de Desarrollo Rural **Urremendi**

Nora de Busturia

Responsable de los **eventos estratégicos de Bizkaia** 2017–2023

Estructura del informe

Análisis de las tendencias que están transformando el turismo deportivo y de las oportunidades que definirán el futuro del mismo.

➤ Punto de partida + Tendencias del sector

Definición y contexto de turismo deportivo: Radiografía del turista deportivo, tipos de turismo deportivo y tendencias del sector.

Análisis y reflexiones sobre impactos positivos y negativos del turismo deportivo en los diferentes entornos.

➤ Sostenibilidad y Gobernanza

La sostenibilidad debe convertirse en un criterio central para preservar el territorio y generar valor. La gestión coordinada entre instituciones, empresas y agentes locales será clave para garantizar un crecimiento equilibrado del turismo deportivo.

➤ Digitalización y personalización

Identificación de las principales transformaciones que están redefiniendo el sector: experiencias activas, naturaleza, digitalización, bienestar, desestacionalización y personalización. Estos indicadores marcarán las oportunidades futuras para los destinos deportivos.

➤ Eventos de referencia

Analizaremos brevemente tres casos de éxito que han logrado posicionar Bizkaia como un destino destacado de turismo deportivo: Tour de Francia, La ola de Mundaka y la Bilbao – Bilbao de cicloturismo.



El desafío no es crecer más, sino crecer mejor: de forma sostenible, colaborativa y alineada con la identidad de Bizkaia.

➤ Punto de partida:

Contexto del turismo deportivo

Los visitantes que viajan por razones relacionadas con el deporte presentan un perfil diferenciado y altamente atractivo para los destinos: **gastan más que la media**, reservan con anticipación estancias más largas y viajan acompañados. Lo hacen a lo largo de todo el año y, en muchos casos, eligen destinos menos masificados, lo que contribuye a una distribución más equilibrada del turismo.

Turismo activo

Senderismo, esquí, maratones, cicloturismo — el turista participa directamente en la práctica deportiva.

Turismo espectador

La principal motivación es asistir a una competición: un partido de fútbol, una carrera de Fórmula 1 o una gran final internacional.

Fuente: El País, 19/04/26



Fuerte Impacto Económico

El gasto del turista deportivo no se limita a la entrada al evento: se distribuye por múltiples sectores de la economía local, generando un **efecto multiplicador** que beneficia a la ciudad y su entorno durante días o semanas. Este encadenamiento de gasto es uno de los argumentos más sólidos para que las administraciones inviertan en la captación de eventos deportivos.

Alojamiento

Hoteles, apartamentos y alojamientos rurales se benefician de una ocupación máxima con precios premium.

Restauración

La hostelería local absorbe una demanda extraordinaria durante todo el período del evento.

Transporte

Aeropuertos, taxis, autobuses y servicios de movilidad registran incrementos notables de actividad.

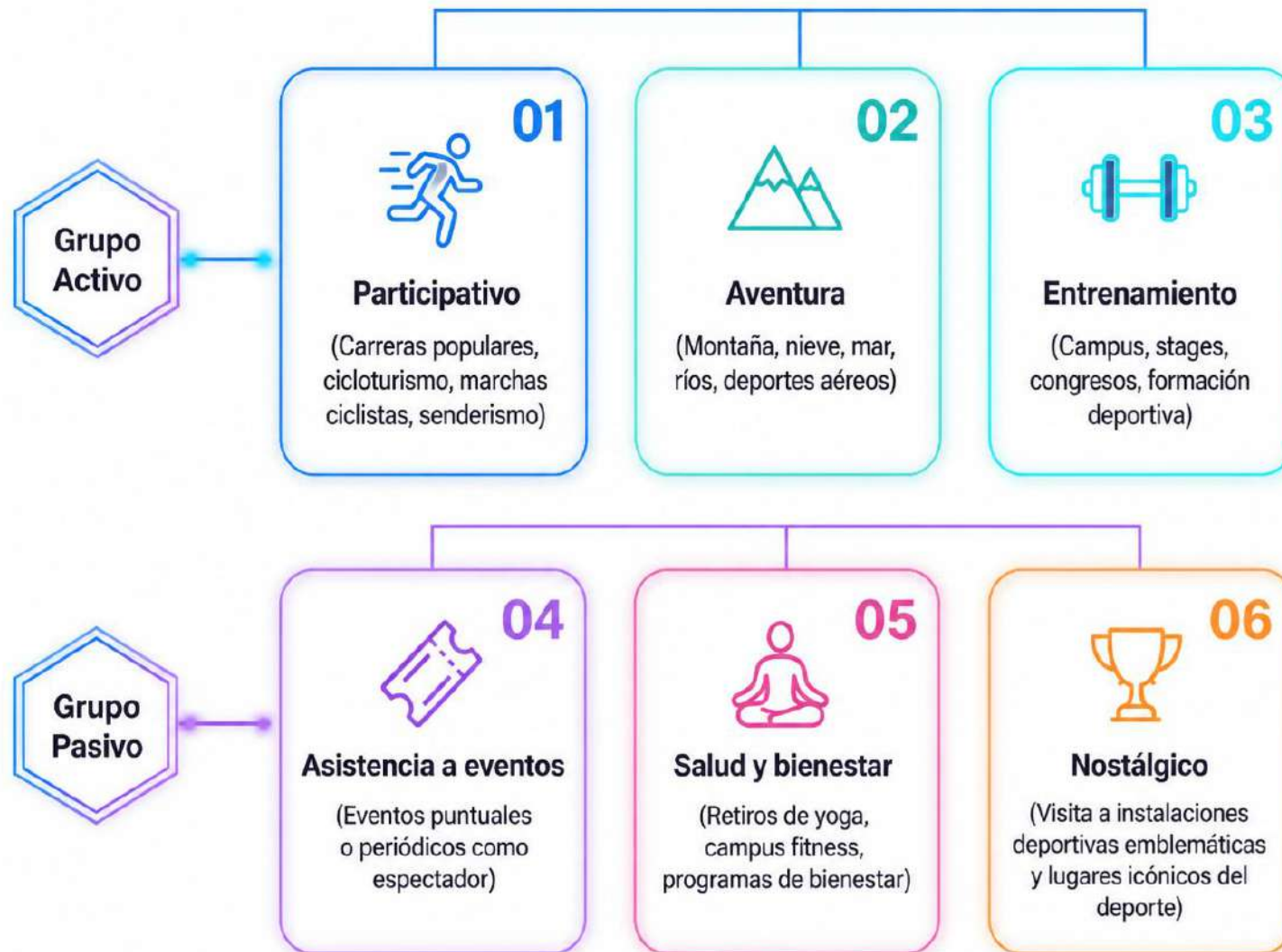
Comercio

El comercio local, el merchandising y los mercados temáticos vinculados al evento generan ingresos adicionales.

Ejemplo: El Super Bowl genera un impacto económico de entre 300 y 500 millones de dólares en la ciudad sede, con el gasto del turista distribuyéndose por toda la economía local.

Tipología de turismo Deportivo

Tendencias del sector



1. Turismo Participativo

Carreras populares, rondas ciclistas y rutas de senderismo son el motor del turismo deportivo participativo. Miles de aficionados se desplazan como corredores, ciclistas o senderistas y consumen en el destino de forma intensa: dorsal, alojamiento, restauración y recuerdos.

Impacto económico

- Ingresos directos en hoteles, restaurantes e inscripciones
- Desarrollo de empresas de organización de eventos y cronometraje
- Gasto distribuido en el territorio durante varios días

Impacto social

- Fomento del deporte amateur entre la población local
- Creación de comunidad: clubs, peñas deportivas y voluntariado
- Orgullo e identidad compartida en torno al evento

Ejemplo de referencia: Maratón de Nueva York — más de 50.000 participantes de todo el mundo que generan un impacto económico de cientos de millones de dólares en la ciudad.

2. Turismo de Aventura

Montaña, mar, ríos y aire: el turismo de aventura lleva al turismo a entornos naturales únicos para practicar deportes de alto impacto emocional. Rafting, parapente, buceo, escalada o kayak son solo algunas de las actividades que dinamizan zonas rurales o de difícil acceso turístico convencional.

Impacto económico

- Empresas locales de turismo activo que generan empleo estable
- Dinamización de zonas rurales y periféricas con escasa oferta turística tradicional

Impacto social

- Revalorización del entorno natural como recurso turístico
- Concienciación ambiental — aunque requiere gestión sostenible para evitar presión ecológica

Ejemplo de referencia: Interlaken (Suiza) — capital mundial del deporte de aventura, donde el turismo activo ha transformado completamente la economía local.



3. Turismo de Formación

Campus deportivos, stages de pretemporada, congresos y jornadas técnicas conforman un segmento de turismo deportivo con gran potencial económico y social. Los equipos que realizan su pretemporada en un destino generan un gasto sostenido durante semanas en alojamiento, instalaciones y manutención.

Impacto económico

- Ingresos prolongados por estancias de equipos y delegaciones
- Rentabilización de instalaciones deportivas locales fuera de temporada
- Organización de campus y eventos formativos como negocio estable

Impacto social

- Intercambio de conocimientos y profesionalización del deporte local
- Inspiración para jóvenes deportistas del destino
- Atracción de talento y visibilidad internacional

Ejemplo de referencia: La Masia del FC Barcelona — modelo global de formación deportiva que atrae a jóvenes talentos de todo el mundo y genera un ecosistema turístico y educativo único.

4. Asistencia a Eventos como Espectador

Los grandes eventos deportivos como finales mundiales, clásicos del ciclismo o competiciones de élite concentran en pocos días un flujo masivo de turistas espectadores. Son el segmento con mayor impacto económico inmediato: entradas, hoteles, transporte y ocio se disparan en la ciudad sede durante el evento.

Impacto económico

- Alto gasto turístico concentrado: entradas, alojamiento, restauración y transporte
- Creación de empleo temporal en seguridad, logística y hostelería
- Efecto multiplicador sobre toda la economía local

Impacto social

- Refuerzo de la identidad local y orgullo de ciudad anfitriona
- Proyección mediática internacional durante y después del evento
- Posibles problemas de masificación o alteraciones del orden público

- **Ejemplo de referencia: El Mundial de Fútbol FIFA 2022** reunió **3,4 millones de espectadores** en los estadios a lo largo de los 64 partidos disputados, con una ocupación media del 96,3% del aforo disponible. Además, más de 1 millón de visitantes internacionales viajaron al país para asistir al evento.



5. Turismo de Salud y Bienestar

Retiros de yoga, fitness camps, programas de wellness y spas de alto nivel conforman uno de los segmentos de mayor crecimiento dentro del turismo deportivo. Este perfil de turista tiene frecuentemente un alto poder adquisitivo y busca experiencias transformadoras en entornos naturales o exclusivos, con estancias más prolongadas y un gasto per cápita elevado.

Impacto económico

- Crecimiento de retiros, spas y centros wellness como oferta turística diferenciada
- Turismo de alto poder adquisitivo con mayor gasto por estancia
- Desestacionalización del turismo al repartirse durante todo el año

Impacto social

- Promoción activa de hábitos saludables entre visitantes y residentes
- Transformación del destino hacia un modelo más sostenible y tranquilo
- Posicionamiento de marca territorial como destino de bienestar

Ejemplo de referencia: Bali (Indonesia) — destino de referencia mundial del turismo wellness, que ha construido una economía turística completa alrededor del yoga, la meditación y el bienestar holístico.

6. Turismo Nostálgico

Visitar Olimpia, recorrer el estadio del Camp Nou, o contemplar el Museo Olímpico de Lausana: el turismo nostálgico moviliza a personas cuya motivación principal es la conexión emocional con un lugar, una instalación o un patrimonio deportivo. Es un segmento especialmente fiel y con gran potencial de gasto en merchandising y experiencias exclusivas.

Impacto económico

- Ingresos por entradas a museos, estadios e instalaciones históricas
- Venta de merchandising oficial y recuerdos deportivos
- Visitas repetidas de aficionados fieles al destino

Impacto social

- Conservación y puesta en valor del patrimonio deportivo
- Refuerzo de la identidad cultural ligada al deporte local
- Conexión intergeneracional a través de la historia deportiva

Ejemplo de referencia: Museo Olímpico de Lausana: uno de los museos deportivos más visitados del mundo, con millones de visitantes anuales de más de 100 países.

➤ Punto de partida:

Impactos positivos y negativos del turismo deportivo

El turismo deportivo ha ganado protagonismo en la agenda de planificación territorial, pero también ha generado un debate cada vez más intenso sobre sus **externalidades negativas**: masificación de espacios, presión ambiental y conflictos de convivencia urbana.

Este debate está fuertemente influenciado por lo que ocurre en destinos turísticos más saturados, donde la ciudadanía ya experimenta el coste real del turismo sin filtros. La reflexión que emerge es clara: **no solo el medio natural debe protegerse**. La ciudad y el territorio en su conjunto son también un "paisaje" que requiere cuidado y gestión activa.

El turismo deportivo no es un fenómeno neutral: genera impactos simultáneos en la economía, el medio ambiente y la vida cotidiana de la población local.



Impactos positivos del turismo deportivo

Impacto económico directo

El turismo deportivo impulsa el gasto en alojamiento, restauración, transporte, comercio y servicios, generando un efecto multiplicador sobre la economía local y favoreciendo la creación de empleo directo e indirecto.

Desestacionalización

La práctica deportiva permite distribuir la demanda turística a lo largo del año, reduciendo la concentración en temporadas punta y favoreciendo un aprovechamiento más eficiente de las infraestructuras y recursos del territorio.

Visibilización territorial

Los eventos y experiencias deportivas aumentan la notoriedad de los destinos, mejoran su imagen de marca y refuerzan su capacidad para atraer visitantes, inversiones y futuras iniciativas de carácter nacional e internacional.

Cohesión social y legado

El deporte genera sentido de pertenencia, participación ciudadana y orgullo local, además de dejar un legado en forma de infraestructuras, conocimiento organizativo, hábitos saludables y fortalecimiento del tejido asociativo.

Impactos positivos del turismo deportivo



Impactos negativos: el reverso del modelo

El turismo deportivo también genera costes reales que no siempre son visibles en los balances económicos, pero que afectan directamente a la calidad de vida de la población local.

Masificación puntual

Concentración de miles de personas en espacios sensibles durante cortos periodos, con capacidad de carga superada y deterioro de la experiencia para todos.

Impacto ambiental

Residuos, huella de carbono elevada y presión sobre entornos naturales frágiles. La sostenibilidad medioambiental es aún una asignatura pendiente en muchos eventos.

Presión sobre infraestructuras

Tráfico colapsado, alojamientos saturados, espacio público tomado temporalmente. La presión logística recae sobre vecinos y residentes que no participan del evento.

Distribución desigual de beneficios

Algunos agentes económicos concentran los beneficios mientras otros solo soportan los impactos. El riesgo de saturación del modelo reduce la calidad de experiencia para todos.

Impactos negativos del turismo deportivo

Atenas 2004: Espacios contruidos para una necesidad pasajera y abandonados por una realidad cambian



JJ.OO. ATENAS 2004

➤ Digitalización y personalización:

El futuro del turismo Deportivo es digital

De la experiencia física a la experiencia conectada

El turista deportivo del futuro no solo busca participar en eventos o realizar actividad física durante sus viajes. **Exige experiencias personalizadas, conectadas y accesibles** antes, durante y después de su estancia. La tecnología se convierte en el principal habilitador de esta nueva era del turismo deportivo.

Personalización

Experiencias adaptadas al perfil, intereses y nivel deportivo de cada visitante.

Planificación integral

Reserva y gestión completa del viaje desde un único ecosistema digital conectado.

Interacción enriquecida

Conexión fluida con destinos, eventos y comunidades deportivas locales y globales.

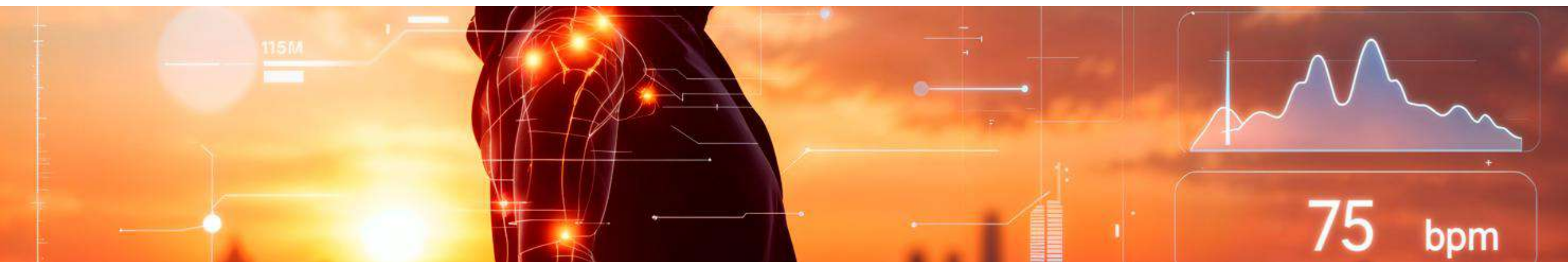
Experiencias híbridas

Relaciones duraderas con el visitante que se prolongan mucho más allá del viaje.

Los destinos que incorporen capacidades digitales avanzadas serán capaces de **atraer más visitantes, generar mayor gasto y construir relaciones duraderas** con sus usuarios.

Tecnologías que transformarán el turismo deportivo

Principales palancas de innovación



Inteligencia Artificial

- Recomendaciones personalizadas de actividades y eventos
- Asistentes virtuales para el viajero
- Predicción de demanda y optimización de recursos

Big Data y analítica

- Conocimiento de gustos y preferencias del visitante
- Medición de impacto social y económico y gestión de flujos turísticos.

Realidad Aumentada y Virtual

- Reconocimiento interactivo de rutas y espacios deportivos
- Entrenamientos inmersivos en entornos virtuales
- Visitas virtuales previas al viaje

Dispositivos conectados

- Integración con wearables y dispositivos personales
- Seguimiento de rendimiento en tiempo real durante eventos
- Información instantánea sobre instalaciones y servicios

La tecnología deja de ser un complemento para convertirse en parte esencial del producto turístico-deportivo — una ventaja competitiva que los destinos no pueden ignorar.

Caso de éxito digital: Fórmula 1: Referencia mundial en conexión digital con los aficionados

La Fórmula 1 ha transformado radicalmente su modelo de relación con los fans. De ser una competición de élite ha pasado a convertirse en una **plataforma global de entretenimiento, contenido y comunidad digital**, posicionándose hoy como uno de los eventos deportivos con mayor capacidad de engagement del mundo. KPIS 2024:

× **96M**

Seguidores en redes

En canales oficiales, crecimiento del **+36%** respecto al año anterior

× **6.500M**

Visualizaciones de vídeo

Solo en Instagram oficial de F1 a lo largo de toda la temporada 2024

× **+52%**

Crecimiento App oficial

Consolidando la app como hub digital central de la F1



× **+1.000M**

Interacciones

Generadas durante la temporada en todos los canales oficiales de la F1

× **6,5M**

Asistentes presenciales

En Grandes Premios de la temporada

× **7M**

Suscriptores en WhatsApp

Alcanzados en el canal oficial en **menos de un año** desde su lanzamiento

Fórmula 1: KPI y aprendizajes

Las 5 palancas del éxito digital de la F1

Contenido 365 días al año

Producción permanente antes, durante y después de cada carrera, sin interrupciones entre temporadas

Vídeo corto y formatos nativos

Uso intensivo de reels, shorts y clips adaptados específicamente a TikTok, Instagram y YouTube

Narrativas centradas en deportistas

Historias humanas que construyen comunidades fieles alrededor de pilotos y sus equipos

Datos, gamificación y second-screen

Integración de telemetría en tiempo real, predicciones y experiencias interactivas complementarias

Públicos jóvenes y globales

Estrategia orientada a captar nuevas generaciones y expandir la audiencia a mercados emergentes

Aprendizajes:

Los eventos líderes del futuro no competirán únicamente por espectadores presenciales, sino por su capacidad para generar comunidad, conversación e impacto digital durante los **365 días del año**.

El alcance digital se ha convertido en un **KPI tan relevante como la asistencia física o el impacto económico**. La F1 demuestra que una estrategia de contenidos sostenida, centrada en la comunidad y orientada a plataformas jóvenes puede multiplicar exponencialmente el valor de cualquier evento deportivo, independientemente de su escala.

Reto: convertir cada evento en un generador permanente de comunidad digital, no solo en un espectáculo de fin de semana.



➤ Sostenibilidad:

El crecimiento del turismo deber ser sostenible

Un nuevo paradigma para los destinos deportivos

El turismo deportivo genera importantes beneficios económicos y sociales, pero también implica desafíos relacionados con la movilidad, el consumo de recursos y la presión sobre los territorios. El reto de los próximos años será equilibrar tres dimensiones clave para garantizar un desarrollo equilibrado y duradero.

Sostenibilidad económica

- Generación de riqueza y empleo local
- Desestacionalización de la actividad turística
- Impulso a sectores complementarios: hostelería, comercio, transporte y ocio

Sostenibilidad social

- Mejora de la calidad de vida de los residentes
- Promoción de hábitos saludables y actividad física
- Inclusión y accesibilidad para todos los colectivos

Sostenibilidad medioambiental

- Reducción de emisiones asociadas a los desplazamientos
- Gestión eficiente de recursos y residuos
- Conservación del entorno natural y la biodiversidad

El éxito de un destino deportivo ya no se medirá únicamente por el número de visitantes, sino por el valor que genera para el territorio.

Sostenibilidad medioambiental: la gran prioridad

Reducir la huella ecológica del turismo deportivo

La creciente sensibilidad ambiental está transformando la forma de diseñar eventos, instalaciones y experiencias deportivas. Los destinos que lideren esta transición contarán con una ventaja competitiva decisiva en los próximos años.

Movilidad sostenible

Transporte colectivo para participantes y espectadores, fomento de la movilidad activa —bicicleta y marcha a pie— e impulso de vehículos de bajas emisiones.

Gestión responsable de eventos

Eliminación de plásticos de un solo uso, sistemas de reciclaje y economía circular, y control riguroso del consumo energético e hídrico en cada evento.



Protección de espacios naturales

Limitación de aforos en entornos sensibles, diseño de rutas sostenibles certificadas y conservación activa de ecosistemas y biodiversidad.

Instalaciones eficientes

Integración de energías renovables, sistemas inteligentes de gestión del consumo y obtención de certificaciones ambientales.



La sostenibilidad ambiental **dejará de ser un elemento diferenciador** para convertirse en un requisito imprescindible para cualquier destino deportivo competitivo.

El impacto social positivo del turismo deportivo

De visitantes a comunidades más activas y saludables

El turismo deportivo puede convertirse en una poderosa herramienta de desarrollo social cuando se planifica con una visión de legado. Más allá del impacto económico inmediato, los eventos y destinos deportivos bien gestionados transforman positivamente el tejido social del territorio.

Beneficios para el territorio

- Promoción de la práctica deportiva y estilos de vida saludables entre la población local
- Generación de orgullo de pertenencia e identidad territorial
- Voluntariado activo y participación ciudadana en la organización
- Inclusión de mujeres, jóvenes, mayores y personas con discapacidad
- Atracción y retención de talento vinculado al deporte y la gestión de eventos

Casos de impacto real

Los **maratones urbanas** movilizan a miles de voluntarios locales, dinamizan el comercio y proyectan la imagen de la ciudad a escala internacional.

Los **eventos inclusivos adaptados** para personas con discapacidad visibilizan el deporte para todos y consolidan valores de igualdad y respeto.

Los **programas deportivos vinculados a escuelas y entidades locales** garantizan que el legado del evento trascienda más allá del día de la competición.



Los grandes eventos deportivos generan un legado mucho más valioso cuando **transforman positivamente a las comunidades que los acogen.**

TRANSFORMACIÓN Y TENDENCIAS EN EVENTOS PROFESIONALES Y VISUALES: CASOS DE REFERENCIA

TENDENCIA	EVENTO	POR QUÉ ES REFERENTE	KPIs CLAVE
 SOSTENIBILIDAD	FORMULA E	LÍDER MUNDIAL EN EVENTOS DEPORTIVOS NET ZERO 	-24% CO₂ VS LÍNEA BASE; CERTIFICACIÓN NET ZERO; OBJETIVOS SBTi: -60% SCOPE 1-2 Y -27,5% SCOPE 3 PARA 2030  
 SOSTENIBILIDAD	WORLD ATHLETICS (ABW)	MAYOR SISTEMA DE EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD DEPORTIVA 	+120 EVENTOS EVALUADOS; MUNDIAL TOKIO 2025 NIVEL PLATINUM; OBJETIVO NEUTRALIDAD CLIMÁTICA 2030 
 DIGITALIZACIÓN	SINGAPORE MARATHON	ECOSISTEMA DIGITAL PARA TODA LA EXPERIENCIA DEL CORREDOR 	50.000 PARTICIPANTES CONECTADOS; APP CON TRACKING, AR, COMUNIDAD Y RETOS VIRTUALES 
 DIGITALIZACIÓN	NBA / NBA ALL-STAR	REFERENCIA GLOBAL EN ENGAGEMENT Y PERSONALIZACIÓN DIGITAL 	+200 PAÍSES; 84% SATISFACCIÓN DIGITAL; 78% ENGAGEMENT EN EXPERIENCIAS INTERACTIVAS 

➤ Gobernanza:

Diferentes actores y Nuevos modelos de gobernanza

El turismo deportivo no es un fenómeno gestionado por un único agente. Involucra una constelación de organismos con intereses, mandatos y horizontes temporales distintos. Su capacidad de actuar de forma coordinada —o de hacerlo en silos— determina en gran medida el éxito o el fracaso de cualquier estrategia de destino deportivo.

Administraciones públicas

Regulan, financian y establecen los marcos estratégicos en los que se desarrolla el turismo deportivo a escala local, regional y nacional.

Destinos turísticos

Gestionan la marca territorio, la oferta de alojamiento y la experiencia global del visitante antes, durante y después del evento.

Organizadores y federaciones

Definen los estándares técnicos del evento, los calendarios y las exigencias de infraestructura que condicionan la candidatura de los destinos.

Empresas privadas

Patrocinadores, operadores logísticos, medios de comunicación y el sector hotelero aportan capacidad financiera, operativa y de distribución.

Comunidades locales

Son el tejido vivo del destino. Su adhesión y participación activa condiciona la experiencia del visitante y la sostenibilidad del legado.

La cooperación como factor diferencial

Durante décadas, la competitividad de un destino deportivo se midió en términos de infraestructuras: estadios, pabellones, redes de transporte. Hoy, los factores determinantes son de otra naturaleza. La coordinación entre actores —pública y privada, formal e informal— se ha convertido en el verdadero motor de atracción y retención de eventos.



El modelo tradicional

Cada actor opera de forma autónoma y reactiva. Las decisiones se toman en silos institucionales. La colaboración es puntual y orientada al evento inmediato, sin visión estratégica de largo plazo. El resultado suele ser una experiencia fragmentada para el visitante y un legado difuso para el destino.

El modelo ecosistémico

Los actores comparten información, objetivos y recursos de forma continuada. Existe una estructura de gobernanza estable que trasciende cada evento individual. La toma de decisiones es participativa y orientada al impacto sostenido: económico, social y reputacional. El destino se posiciona como marca deportiva reconocible y atractiva a largo plazo.

Gobernanza del turismo deportivo: el modelo integrado

La **gobernanza eficaz** del turismo deportivo no se improvisa. Requiere una arquitectura de colaboración que integre de forma estructurada a todos los agentes del ecosistema, con roles claros, mecanismos de coordinación formalizados y objetivos compartidos que vayan más allá del evento concreto.



El mensaje clave: no gana quien más eventos tiene

Los destinos más competitivos son los que disponen de mejores mecanismos de colaboración público-privada.



Arquitecturas de gobernanza robustas que permiten atraer eventos de forma recurrente, maximizar su impacto y proyectar una imagen de destino fiable y profesional ante organizaciones deportivas internacionales.

Recurrencia

Los destinos con buena gobernanza atraen eventos de forma sistemática, no anecdótica. Se convierten en interlocutores preferentes de las organizaciones deportivas internacionales.

Impacto maximizado

La coordinación permite capturar el valor económico, social y reputacional de cada evento de manera integral, evitando la dispersión de recursos y la duplicidad de esfuerzos.

Legado sostenible

Una gobernanza sólida garantiza que los beneficios del turismo deportivo no se extingan con el pitido final, sino que se transformen en activos duraderos para el territorio.

Del evento al legado

La industria del turismo deportivo está viviendo un cambio de paradigma profundo. **El evento deportivo** ha dejado de ser el fin en sí mismo para convertirse en el catalizador de una estrategia territorial más amplia. Organizar una competición de alto nivel es, en este nuevo marco, una oportunidad para **generar infraestructura, proyección internacional, cohesión social y desarrollo económico local** de forma simultánea.

Fase 1: Candidatura

Identificación de oportunidades, evaluación de capacidad, movilización de alianzas y presentación de candidatura ante organismos deportivos internacionales.

Fase 3: Celebración

Ejecución del evento con máxima calidad experiencial para deportistas, espectadores y medios, con gestión coordinada de flujos, comunicación y seguridad.



Fase 2: Preparación

Planificación operativa, coordinación interinstitucional, desarrollo de infraestructuras y activación del ecosistema local de proveedores y servicios.

Fase 4: Legado

Evaluación de impacto, consolidación de infraestructuras, capitalización de la notoriedad ganada y activación de la siguiente oportunidad estratégica.

Los pilares de una gobernanza deportiva eficaz

No existe un modelo único de gobernanza para el turismo deportivo, pero sí existen elementos estructurales comunes en los destinos que han logrado posicionarse de forma consistente en el mapa internacional. Estos pilares pueden adaptarse a contextos muy distintos —desde grandes metrópolis hasta destinos de naturaleza— pero resultan igualmente determinantes en todos ellos.

Estructura estable

Órganos de coordinación permanentes que funcionan con independencia del ciclo político y de la agenda de eventos, con mandatos claros y recursos propios.

Estrategia compartida

Una hoja de ruta territorial en turismo deportivo aprobada y asumida por todos los actores, con indicadores de seguimiento y horizonte temporal definido.

Inteligencia de destino

Sistemas de recogida, análisis y difusión de datos sobre el impacto de los eventos deportivos, que permitan tomar decisiones informadas y comparar resultados.

Financiación diversificada

Modelos de cofinanciación público-privada que reduzcan la dependencia de los presupuestos públicos y alineen incentivos económicos entre todos los actores del ecosistema.

➤ Eventos de referencia: La ola de Mundaka

Un recurso natural convertido en destino turístico global

La ola izquierda de Mundaka está considerada una de las mejores del mundo y, con toda probabilidad, la más reconocida de Europa. Con olas que pueden alcanzar los **400 metros de recorrido**, este rincón de la ría de Urdaibai ha acogido pruebas del Circuito Mundial de Surf en **9 ocasiones**, consolidándose como un referente internacional del turismo deportivo de alto nivel. Su capacidad de atracción es continua a lo largo del año, generando visitantes internacionales de forma recurrente sin necesidad de grandes infraestructuras.



Mundaka en Cifras

× **400m**

Longitud de ola

Una de las izquierdas más largas y perfectas del mundo

× **9x**

Circuito Mundial

Sede del World Surf League en 9 ediciones

× **€120**

Gasto diario

Gasto medio por surfista y día en la zona

× **\$4.5M**

Impacto económico

Hasta 4,5 millones USD anuales generados por el turismo de surf

El impacto económico del surf en Mundaka oscila entre **1,1 y 4,5 millones de dólares anuales**, con un perfil de visitante internacionalizado y con alto poder adquisitivo. Estos datos posicionan a Mundaka como uno de los activos turísticos más rentables y singulares de Bizkaia. (*Estudio de Oregon State University y Universidad Autónoma de Madrid*).

Oportunidades y Retos de Mundaka

Impactos Positivos

- Atrae visitantes internacionales durante todo el año
- Genera negocio para escuelas, alojamientos y restauración local
- Refuerza la marca Urdaibai y Bizkaia a escala global
- Turismo deportivo altamente internacionalizado y especializado
- Potencia la economía local sin requerir grandes infraestructuras

Aspectos a Gestionar

- Fragilidad del ecosistema de la ría de Urdaibai (Reserva de la Biosfera)
- Riesgo de masificación en momentos de condiciones óptimas
- Dependencia de factores naturales y climatológicos impredecibles
- Necesidad urgente de compatibilizar conservación y uso turístico sostenible

Mundaka es un ejemplo de cómo un recurso natural único puede generar impacto turístico internacional recurrente durante décadas, siempre que se gestione con criterios de sostenibilidad.

➤ Eventos de referencia: Tour de Francia , Grand Départ

Euskadi hizo historia acogiendo la Gran Départ del Tour

La Grand Départ del Tour de Francia 2023 convirtió a Euskadi en el epicentro mundial del ciclismo durante tres días. Millones de espectadores siguieron la salida de la prueba deportiva anual más vista del planeta, situando la marca Euskadi en escaparates internacionales, generando un importante retorno económico y proyectando al territorio como un destino de referencia para el turismo, el deporte y los grandes eventos.





GRAN SALIDA DEL TOUR DE FRANCIA 2023 EN EUSKADI (BILBAO)



PRINCIPALES INDICADORES DE IMPACTO



IMPACTO ECONÓMICO TOTAL



103,9 M€

CONTRIBUCIÓN AL PIB VASCO



58,2 M€

EMPLEO GENERADO



904 EMPLEOS
(EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO)

RETORNO FISCAL



19,5 M€

RETORNO POR EURO INVERTIDO



8,5 € POR CADA EURO
PÚBLICO INVERTIDO

ESPECTADORES PRESENCIALES



988.000
PERSONAS

ASISTENTES A LA PRESENTACIÓN DE EQUIPOS EN BILBAO



45.000
PERSONAS

VISITANTES EN LA FAN ZONE DE EL ARENAL



106.000
PERSONAS

VISITANTES PROCEDENTES DE FUERA DE EUSKADI



≈30%
DEL TOTAL DE ASISTENTES

PAÍSES CON RETRANSMISIÓN TELEVISIVA



≈190
PAÍSES

APOYO CIUDADANO AL EVENTO



91%

CIUDADANOS QUE DESEAN REPETIR EVENTOS SIMILARES



85%



IMPACTO DEL GRAND DÉPART EUSKADI: BALANCE GENERAL Y RETOS



IMPACTOS POSITIVOS

ECONÓMICOS



- ✓ 103,9 M€ de retorno económico para Euskadi
- ✓ 58,2 M€ de aportación al PIB regional
- ✓ 904 empleos generados
- ✓ 19,5 M€ recuperados vía impuestos



TURÍSTICOS



- ✓ Casi 1 millón de espectadores en las tres etapas vascas
- ✓ Importante atracción de visitantes nacionales e internacionales
- ✓ Incremento de ocupación hotelera, restauración y comercio
- ✓ Refuerzo del posicionamiento de Bilbao y Euskadi como destino turístico-deportivo



REPUTACIONALES



- ✓ Cobertura mediática internacional en cerca de 190 países
- ✓ Exposición global de la marca Euskadi
- ✓ Consolidación como destino de cicloturismo



SOCIALES



- ✓ 91% de apoyo ciudadano
- ✓ Generación de orgullo de pertenencia e identidad territorial
- ✓ Promoción de la bicicleta y de los hábitos saludables



ASPECTOS NEGATIVOS Y RETOS

- ⚠ Elevada huella de carbono asociada a desplazamientos internacionales



- ⚠ Impacto turístico muy concentrado en pocos días



- ⚠ Afecciones temporales a la movilidad y tráfico local



- ⚠ Necesidad de medir y compensar las emisiones asociadas al evento



- ⚠ Dependencia de una estrategia posterior para convertir la notoriedad en turismo recurrente





➤ Eventos de referencia:

Bilbao-Bilbao

La gran fiesta popular del cicloturismo

Desde 1988, la marcha cicloturista Bilbao-Bilbao se ha consolidado como uno de los eventos populares de ciclismo más veteranos y arraigados de España. Con más de **8.000 cicloturistas** participantes por edición y **37 ediciones** celebradas, esta prueba no competitiva e intergeneracional es un referente del turismo activo y saludable en el País Vasco. Sus recorridos de 85, 115 y 125 km permiten la participación de ciclistas de todos los niveles, generando un impacto directo en la restauración, el alojamiento y el comercio local de Bilbao y Bizkaia.

Bilbao-Bilbao en Cifras



1988

37 Ediciones

Se ha convertido en una de las **marchas cicloturistas más emblemáticas a nivel nacional y europeo.**

8K

Ciclistas por edición

Se sitúa regularmente entre las **marchas cicloturistas con mayor participación** del Estado.

120K

Participantes (acumulados)

Ciclistas procedentes de Euskadi, España y numerosos países **internacionales** han participado desde su creación.

Oportunidades y Retos de Bilbao-Bilbao

Impactos Positivos

- Más de 7.000 visitantes y acompañantes movilizados en cada edición
- Refuerzo del posicionamiento de Bilbao como destino ciclista europeo
- Promoción del turismo activo, saludable y accesible para todos
- Amplia participación intergeneracional y fidelización de participantes
- Consumo directo en restauración, alojamiento y comercio local
- Evento alineado con políticas de movilidad sostenible urbana

Aspectos a Gestionar

- Impacto económico inferior al de un gran evento internacional de élite
- Concentración de actividad en una única jornada
- Dependencia de la fidelización de participantes recurrentes
- Menor proyección internacional frente a pruebas profesionales del calendario UCI

Bilbao-Bilbao demuestra que un evento popular bien gestionado puede convertirse en **herramienta de promoción turística sostenida durante más de tres décadas.**

ENTREVISTA

Koldo Santiago

Director General de Enkartur



ENTREVISTA KOLDO SANTIAGO

Koldo Santiago es el Director General de Enkartur (Asociación de Turismo de Enkarterri), la entidad encargada **de la promoción y el desarrollo turístico, empresarial y sostenible de la comarca de Las Encartaciones en Bizkaia.**

1. El turismo deportivo está dejando de ser una modalidad turística vinculada únicamente a grandes eventos para convertirse en una tendencia estructural dentro del sector. ¿Cómo definirías el momento que está viviendo actualmente el turismo deportivo?

Estamos viviendo un momento de madurez. El turismo deportivo se ha convertido en uno de los motores de nuestra estrategia turística. Ya no hablamos de organizar eventos de fin de semana y después volver a la casilla de salida. Para comarcas como las nuestras, esto es una oportunidad para ganar visibilidad. Hay una oferta tan especializada y tantas opciones que el deporte se ha convertido en una “excusa” más para descubrir un territorio.

2. Más allá del impacto económico, cada vez se habla más de la capacidad del turismo deportivo para transformar territorios, generar identidad y mejorar el posicionamiento de un destino. ¿Qué valor diferencial aporta frente a otras formas de turismo?

Creo que la diferencia principal es que es un turismo muy participativo. El que viene a correr, a pedalear o a surfear se mete de lleno en el entorno. Además, en nuestros municipios la mayoría de las pruebas deportivas están organizadas por las propias asociaciones locales, y muchas personas se implican echando una mano de forma voluntaria. Eso hace que el visitante no se sienta un extraño y que nosotros, como comarca, mostremos nuestra mejor cara.



ENTREVISTA KOLDO SANTIAGO



3. Bizkaia cuenta con una combinación singular de costa, montaña, naturaleza, gastronomía y cultura deportiva. Desde tu punto de vista, ¿cuáles son las principales fortalezas del territorio para consolidarse como destino de turismo deportivo?

Esa es la gran fortaleza: que lo tenemos todo a un paso. En muy pocos kilómetros puedes estar surfeando o viendo regatas de traineras y la Galipa Swim, jugando al golf en un campo diseñado por Seve Ballesteros (Meatzegi Golf) y, poco después, subiendo un puerto de montaña exigente. Nuestra orografía es un gimnasio natural: tenemos mar, montaña, un clima benigno y, por supuesto, una gastronomía que es el mejor premio tras el esfuerzo. A eso le sumas las infraestructuras de acceso, como el corredor del Cadagua en el caso de Enkarterri, y una red de alojamiento con casas rurales, hoteles y áreas de autocaravanas. Jugamos en primera división gracias a esa diversidad.

4. Desde la experiencia de Enkarterri, ¿hasta qué punto puede el turismo deportivo convertirse en una herramienta de desarrollo para comarcas de interior como Enkarterri, ayudando a atraer visitantes, actividad económica y nuevas oportunidades?

Es una herramienta fundamental. Lo bueno del turismo deportivo es que el beneficio cala de forma muy directa en el tejido económico de nuestros pueblos, tanto en la costa de Meatzaldea como en el interior de Enkarterri. El que viene a surfear a La Arena, a jugar al golf a Ortuella o a participar en una marcha de montaña consume aquí: desayuna o almuerza en un bar, compra en el comercio local, cena en nuestros restaurantes y se aloja en nuestros hoteles o casas rurales. Además, impulsa el empleo local con proyectos de aquí, como Surf La Arena o BeRoutes, que hacen un trabajo fantástico. Nos ayuda a generar actividad económica real y empleo, y da vida a los municipios más allá de temporada alta.

ENTREVISTA KOLDO SANTIAGO

5. Una de las tendencias que identificamos en el informe es la búsqueda de experiencias auténticas, activas y conectadas con el entorno. ¿Crees que destinos como Enkarterri tienen una oportunidad diferencial frente a otros territorios más masificados?

Sin duda. Es nuestra gran ventaja competitiva: aquí no hay masificaciones. Enkarterri y Meatzaldea ofrecen espacio para disfrutar de la naturaleza sin agobios, sin colas ni aglomeraciones. Tenemos margen para un crecimiento ordenado y sostenible, y ese "lujo del espacio" es lo que nos diferencia y permite al visitante conectar de verdad con el lugar y vivir una experiencia auténtica.

6. Cuando hablamos de turismo deportivo, muchas veces pensamos en grandes eventos. Sin embargo, disciplinas como el senderismo, el cicloturismo, el trail running o los deportes de naturaleza generan actividad durante todo el año. ¿Dónde crees que está el mayor potencial de crecimiento para Bizkaia?

El verdadero potencial está en el día a día y en la enorme variedad de recursos que tenemos repartidos por todo el territorio. Si miras al interior, la oferta de montaña es muy potente, con marchas ya consolidadas como la Apuko Igoera, la Karrantza Harana Mendi Ibilaldia, la Ubietamendi o la Enkarterri Extrem Trails. De hecho, siguen surgiendo iniciativas, como la Enkarterri Kopa Trail, donde varias asociaciones se han unido bajo una marca común para potenciar varias pruebas.

El crecimiento real viene de ahí: de apoyar ese tejido y de dar servicios permanentes a ese usuario que viene de forma regular durante todo el año. Ahí es donde entran proyectos como EnkBike o Enkarterri Bike; son los que consiguen que la actividad sea constante en el día a día.

ENTREVISTA KOLDO SANTIAGO

7. Uno de los grandes retos del sector es compatibilizar crecimiento turístico y sostenibilidad. ¿Cómo podemos atraer a más visitantes a través del deporte sin comprometer el equilibrio ambiental, social y cultural de nuestros territorios?

La clave es el orden y el sentido común. No se trata de batir récords de visitantes a cualquier precio, sino de gestionar bien los flujos. El deporte de naturaleza es, por definición, bastante respetuoso con el entorno. Si somos capaces de diversificar las actividades y distribuirlas bien por todos los municipios, evitaremos que la presión se concentre en un solo punto.

8. Bizkaia cuenta con recursos turísticos muy reconocidos en la costa y el entorno metropolitano. ¿Qué papel puede desempeñar el turismo deportivo para distribuir mejor los flujos de visitantes y generar oportunidades en otras zonas del territorio?

Un papel equilibrador importante. El deporte es el puente perfecto para conectar los grandes focos turísticos tradicionales con el resto del territorio. Un cicloturista o un senderista puede empezar el día cerca de la costa y terminarlo comiendo o alojándose en un valle del interior. Al final, el deporte estira el mapa, ayuda a demostrar que Bizkaia tiene muchísima riqueza más allá de sus iconos más conocidos y permite que los beneficios del turismo se repartan de una manera mucho más equitativa entre todos los municipios.



ENTREVISTA KOLDO SANTIAGO

9. La colaboración entre instituciones, empresas turísticas, clubes, federaciones y organizadores aparece como una condición imprescindible para competir con otros destinos. ¿Qué tipo de alianzas serán más importantes durante los próximos años?

Las que unan lo público y lo privado de forma ágil y real. En Enkartur tenemos una gran ventaja: al ser una asociación, sentamos en la misma mesa a los ayuntamientos con el tejido empresarial local, como las empresas de turismo activo, alojamientos y comercios. Esa fórmula funciona porque las empresas, que son las que están a pie de cañón en el día a día, nos guían sobre lo que el cliente demanda y necesita, mientras que las instituciones facilitamos las herramientas y la estructura. Tenemos un equipo humano de primera y esa confianza mutua es nuestra mejor aliada.

10. Si dentro de diez años analizáramos el impacto del turismo deportivo en Bizkaia, ¿qué te gustaría que hubiera cambiado y qué indicadores demostrarían que realmente hemos aprovechado esta oportunidad como territorio?

Me gustaría mirar los datos y ver que hemos logrado la no estacionalidad. El indicador del éxito no será haber organizado la prueba más grande del mundo, sino ver que un martes de octubre hay gente alquilando bicicletas, haciendo rutas, alojándose en nuestras casas rurales y consumiendo en nuestros pueblos. Si logramos que el turismo deportivo contribuya a la actividad económica y el empleo local, habremos aprovechado la oportunidad.



TURISMO DEPORTIVO

MILA ESKER

Bizkaia


kirolur

BIZKAIA
EUROPAKO
KIROL LURRALDEA
TERRITORIO EUROPEO
DEL DEPORTE

**KIROLBIDE
PRO**

OTS_P
Operational Talent in Sport

