

# EL PERFIL DEL TURISTA DEPORTIVO EN EL CAMPEONATO EUROPEO DE REMO 2013

**Jerónimo García Fernández**

Departamento de Educación Física y Deporte  
Universidad de Sevilla  
[jeronimo@us.es](mailto:jeronimo@us.es)

**Mario Castellanos Verdugo**

Departamento de Organización de Empresas y Marketing  
Universidad de Sevilla  
[mario@us.es](mailto:mario@us.es)

**M<sup>a</sup> Ángeles Oviedo García**

Departamento de Organización de Empresas y Marketing  
Universidad de Sevilla  
[maoviedo@us.es](mailto:maoviedo@us.es)

## Resumen

La investigación ha abordado el análisis del perfil del turista deportivo del Campeonato Europeo de Remo 2013. Para ello, se examinaron las características de 118 asistentes (43 mujeres y 75 hombres), siendo 69 extranjeros y 49 españoles. Los principales hallazgos muestran que el perfil del turista deportivo es hombre soltero menor de 35 años que asiste con un acompañante en el caso de los españoles y hasta cuatro personas en los extranjeros. Igualmente, los asistentes extranjeros revelan una mayor asistencia a eventos deportivos al año y, un mayor número de pernoctaciones con mayor gasto en hotel y por día.

## Palabras clave

Turismo, deporte, perfil, turista deportivo, evento deportivo.

---

## Abstract

The study has addressed the analysis of the profile of the European Rowing Championships 2013's sport tourist. 118 attendees' characteristics (43 women and 75 men) were examined, being 69 foreign and 49 Spanish. The main findings show that the profile of the sport tourist is an unmarried man of 35 who attend with a companion in the case of Spaniards and up to four people the foreigners. Also, foreign attendees reveal a greater attendance at sporting events yearly and a greater number of overnight stays together with an increased spending both per day and in accommodation.

## Keywords

Tourism, sport, profile, sport tourist, sport event.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo se define como "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al del entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (Instituto de Estudios Turísticos, 2004: 3). En la actualidad, el sector turístico ha experimentado un crecimiento debido al interés de la población por conocer y disfrutar de nuevos lugares, apoyado por una mejor red de transporte que conecta con los destinos turísticos. Por otro lado, el deporte también ha sufrido numerosos cambios en la era actual, convirtiéndose en uno de los fenómenos sociales que más han incrementado durante el pasado siglo, repercutiendo en más practicantes y en un mayor consumo de servicios y productos deportivos.

En este sentido, según afirma la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), Europa es una de las mayores potencias en practicantes deportivos, inculcando por lo tanto hábitos deportivos que repercute en que exista una mayor apuesta por llevar a cabo eventos deportivos. Por otro lado, el impacto del deporte está aumentando, profesionalizando y comercializando el producto deportivo generando, según Lera (2010) entre el 2 y el 3% del PIB mundial. Concretamente en España, cerca de 15 millones de españoles mayores de 14 años realizan actividad física lo que supone el 2,1% del empleo total, según García Ferrando y Llopis (2011).

Tanto el sector turístico como el deportivo están en crecimiento, por lo que es interesante conocer más profundamente esta relación y, en particular, conocer cuál es el tipo de turista que asiste a eventos deportivos. Así pues, analizar a los turistas deportivos en contextos de eventos deportivos, se reclama como una necesidad para a partir de su evaluación, poder planificar y examinar la actividad turístico-deportiva.

## 2. TURISMO Y DEPORTE

Poder viajar se ha convertido en las sociedades desarrolladas en una de las actividades más comunes entre en la población, lo que le confiere importancia social, cultural, económica y, recientemente, interés científico. La actividad ocio-turística es un fenómeno complejo con múltiples dimensiones cuya repercusión puede ser económica y social (Armadans, 2002). Por otro lado, el creciente interés por el deporte y la práctica deportiva se hace patente hoy en día (García Ferrando y Llopis, 2011) también dentro del ámbito turístico.

Según Rebollo (2002), el concepto deporte en su naturaleza significa desplazamiento, movimiento, y es en este punto cuando el deporte y el turismo se unen para definir un nuevo concepto. Así, turismo y deporte hace poco tiempo que comienzan a desarrollarse conjuntamente (Dilma, Rebollo y Cabrera, 2008), pero parece que a pasos agigantados. Justamente este vínculo está creciendo debido a la transformación producida en el disfrute del tiempo libre, donde el turista cada vez más quiere experimentar diferentes vivencias participando de ellas. Según García Montes y Ruiz Juan (2004), se está produciendo un aumento del turismo relacionado con el deporte que está consolidando al deporte como principal actividad físico-deportiva de ocio. Así pues, turismo y deporte se han convertido en dos grandes aspectos sociales del siglo XXI, que pueden llegar a convertirse en los fenómenos más importantes de la era actual, a nivel político, social y por ende, a nivel económico.

Macaya (2004) establece que la asociación entre el deporte y las actividades turísticas se enmarca como elemento de desarrollo positivo y de control. En este sentido, el interés de la relación deporte y turismo puede beneficiar por encima de todo a la sociedad, creando nuevos hábitos de práctica de actividad física en personas que hasta ese momento no hacían ejercicio y, por qué no, su práctica deportiva turística o mientras se realiza turismo (Sallent, 1991). Por ejemplo, en el año 1999 el Comité Olímpico Internacional y la Organización Mundial del Turismo firmaron un acuerdo de colaboración haciendo patente la relación entre ambos ámbitos, por el que se comprometían a aumentar los lazos entre deporte y turismo y desarrollar las posibles repercusiones (Latiesa y Paniza, 2006). Igualmente Latiesa, Simoes-Brasileiro y Rebollo (2001) afirman que las tendencias que han fomentado la unión del sector deportivo con el sector turístico han sido la popularización de los eventos deportivos, el aumento de los beneficios que soporta la práctica de actividad física, la diversificación de la demanda o la búsqueda de nuevas experiencias turísticas en los destinos turísticos. Por estos motivos, la oferta del turismo deportivo es un conjunto de atractivos naturales y culturales que, en su esencia, constituyen la base del desarrollo de dichas actividades (Dilma et al., 2008).

En este contexto aparece un nuevo cliente, denominado turista deportivo. Pereira y Félix (2002: 3) establecen que "el turista moderno desea formar parte de la acción, probar, vivenciar situaciones y momentos únicos. Sólo así podrá sentir esa aproximación a su naturaleza, que tanto busca, y vivir en pleno los valores emergentes de la sociedad de la cual se siente parte". Estas palabras no hacen sino corroborar lo que Olivera y Olivera (1995: 18) afirmaron en su momento: "con los nuevos cambios culturales ideológicos y tecno-económicos de la era posmoderna, que dan paso a la sociedad postindustrial, surgen las actividades físicas de aventura en la naturaleza, que representan los nuevos valores sociales acordes con la ideología de esta época: consumismo, acercamiento a la naturaleza, individualismo, hedonismo o cuerpo informacional".

No obstante, aunque el turista deportivo es un turista en crecimiento, todavía es una incógnita debido a los pocos estudios que analizan su tipología. Precisamente Latiesa y Paniza (2006) afirman que son preferentemente hombres de 25 a 45 años, de clase media o alta y residentes de grandes ciudades. Igualmente, según el estudio de la Conferencia Mundial sobre Turismo y Deporte (2001), este perfil está ligado con la visión que tienen de la vida y con los rasgos psicográficos y de comportamiento, de forma que la cuantía y el tipo de experiencias asociadas están delimitadas por aspectos culturales y de comportamiento, donde la edad, el clima y el destino son factores que modifican dichas experiencias. Por otro lado, en el trabajo de Shonk (2006) se puso de manifiesto que el 60% fueron hombres. En este sentido el 71,6% afirmaron estar solteros y el 38,9% tenían edades comprendidas entre los 40 y 49 años. Destaca en este aspecto que el 22,3% de la muestra tenía más de 50 años. Referente a los ingresos económicos de la muestra, el 31,2% señaló la opción de más de 100.000 dólares, frente al 8% que afirmó ingresar menos de 20.000 dólares. En las franjas medias se situaron el 38,2% que dijeron ingresar económicamente entre 40.000 y 79.000 dólares.

En España, según Latiesa y Paniza (2006) en un estudio sobre hoteles, se encontró que el 56,42% ofrecían actividades deportivas: náutica (36,84%), caminata (31,5%), baile (14,03%) y otros deportes como el golf y el tenis (Miranda y Andueza, 1997), de forma que el turista practica este tipo de deportes durante su estancia en el hotel, adoptando un perfil diferente dependiendo de la práctica deportiva. Por otro lado, Valls y Sureda (2001) identificaron nueve dimensiones relacionadas con el ocio y el tiempo libre, donde dos de ellas hacían referencia al perfil del turista deportivo (deportiva y aire libre). El perfil se describía como personas con elevado grado de formación, alto nivel de ingresos y con una edad de entre 25 y 45 años. Por último, Méndez, Sánchez y Barajas (2012) identificaron el perfil del turista deportivo en un Campeonato de España de Natación siendo el 59% hombres. Referente a la edad no hubo grandes diferencias entre los grupos ya que en principio muchos de los turistas deportivos fueron también participantes lo que explica que existiera una equiparación en los grupos de edad. No obstante, sí se encontraron diferencias en la profesión, ya que el 12% afirmaron ser estudiantes, un 10% profesores, un 7% jubilados y el 6% funcionarios, lo que hizo muy variopinto el perfil con esta variable. Igualmente, en relación a su impacto en la ciudad del evento, se destaca que el 79% afirmaron que comerían en restaurantes de la ciudad donde un 59% irían de compras, siendo las pernoctaciones medias de 3 días. Concretamente, el gasto medio de cada turista fue de 319,27 euros.

No obstante, estos estudios no determinan un perfil general del turista deportivo y, además, no se centran en determinar el perfil de las personas que asisten a eventos deportivos internacionales. Para contribuir a generar

un cuerpo de conocimiento sobre este último aspecto, este trabajo analiza el perfil del turista deportivo en el campeonato Europeo de Remo 2013.

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1 Participantes

Se optó por un muestreo no probabilístico. La población objeto de estudio la componen los turistas deportivos asistentes al Campeonato Europeo de Remo 2013 celebrado en Sevilla durante los días 31 de mayo al 2 de junio. La muestra se compuso de 118 sujetos (43 mujeres y 75 hombres), observándose como el 58,5% fueron extranjeros frente al 41,5% que eran españoles. También se destaca que el 66,9 % tenían menos de 45 años. En este sentido, el 33% tenía menos de 25 años, el 17,4% entre 26 y 34 años y entre 35 y 44 años respectivamente. El 32,2% correspondió a aquellos con más de 44 años.

#### 3.2 Instrumentos

Para recoger la información deseada se elaboró un cuestionario. Para ello se tuvo en cuenta la opinión de diferentes expertos en turismo y deporte, acerca de la adecuación de las cuestiones, redacción y presentación del cuestionario. Durante la última fase de diseño del cuestionario, se realizó una reunión con un grupo de estudiantes universitarios del Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la Universidad de Sevilla, para valorar si entendían perfectamente la redacción de los ítems. Como consecuencia, se realizaron algunas modificaciones de carácter semántico con el objetivo de facilitar su entendimiento.

Por otro lado, como el evento deportivo que se iba a analizar era de carácter internacional, se optó por traducir el cuestionario al inglés. En este sentido, el proceso de traducción corresponde a lo que habitualmente se realiza en este tipo de casos. Así, una vez diseñado en castellano, se procedió a la traducción en inglés y posteriormente se volvió a traducir al español por nativos que hablaban y escribían perfectamente castellano e inglés.

El cuestionario pretendía obtener información sociodemográfica de los participantes. En este caso se solicitó información de sexo (hombre o mujer); estado civil (casado o soltero); edad (menos de 25 años, de 26 a 34 años, de 35 a 44 años, de 45 a 54 años, de 55 a 64 años e igual o mayor a 65 años); cuántos acompañantes iban con el participante en el estudio; actividad (estudiante, trabajador por cuenta propia, trabajador por cuenta ajena, desempleado, jubilado, o ama de casa); veces al año que viajaba para asistir a un evento deportivo (1 o 2 veces, de 3 a 5 veces, de 6 a 12 veces y más de 12 veces); distancia recorrida para llegar a Sevilla (menos de 50 kms, entre 51 y 100 kms, entre 101 y 150 kms y más de 150 kms); nacionalidad; número de noches pernoctando en Sevilla; gasto medio por día (menos de 50 euros, de 51 a 100 euros, de 101 a 150 euros y más de 150 euros); y precio de la noche de hotel (menos de 50 euros, de 51 a 100 euros, de 101 a 150 euros y más de 150 euros).

#### 3.3 Procedimiento y análisis de datos

Se optó por encuestar a los participantes del estudio a la salida de las instalaciones deportivas durante los tres días que se extendió la celebración del campeonato en horario de mañana y de tarde. El equipo de encuestadores se componía de 8 personas formadas específicamente para recabar la información del trabajo de investigación. En concreto, estas personas recibieron instrucciones precisas sobre los objetivos del estudio, los detalles del cuestionario, el proceso de obtención de datos y la selección de encuestados. Así, los encuestadores solicitaron a los espectadores que cumplimentaran el cuestionario tras explicarles el motivo del estudio y sus objetivos, comunicándoles que si les surgía alguna duda les consultasen. El tiempo invertido por los espectadores en rellenar el cuestionario fue aproximadamente de 15 minutos.

La técnica de análisis utilizada para dar respuesta a los objetivos de la investigación fue el análisis descriptivo mediante el paquete estadístico SPSS 20.0 (software, Chicago, IL, US). La justificación de tal elección radica en que los objetivos planteados en el estudio pretenden examinar el perfil del turista deportivo de manera exploratoria.

### 4. RESULTADOS

En primer lugar se procedió a analizar los descriptivos según la nacionalidad, y las características de sexo, estado civil, edad, acompañantes y actividad. En la tabla 1 se puede observar que el 63,5% fueron hombres, siendo el 60,3% y el 65,2% en relación a extranjeros y españoles. Referente al estado civil, el 57,1% del total estaban solteros, existiendo datos muy parecidos en españoles y extranjeros (56,5% de españoles y 57,6% de extranjeros). Con respecto a la edad, el 28,6% tenían entre 26 y 54 años, destacando que el 39,1% de los españoles y el 28,6% de los extranjeros tenían menos de 25 años. De igual modo destaca que no asistiera ningún español mayor de 64 años, frente al 4,8% de extranjeros que sí fue al evento deportivo. En relación a las personas con las que asistió el participante del estudio, el 54,7% del total afirmó asistir bien con otra persona o bien solo, donde el 24,4% de los españoles y el 34,9% de los extranjeros fueron con un acompañante. Destaca también que el 33,3% de los extranjeros asistieron con 5 o más personas frente al 15,6% de los españoles que lo hicieron con el mismo número de amigos o familiares. Finalmente del total, el 36,2% fueron estudiantes y el

31,4% trabajaban por cuenta ajena. En este sentido los datos son muy similares en cuanto a españoles y extranjeros ya que el 38,6% de los españoles y el 34,4% de los extranjeros eran estudiantes, aunque sí aparecen diferencias por cuenta propia (27,3% en el caso de los españoles, y 19,7% en extranjeros) y en jubilados (ningún caso en españoles y el 6,6% en extranjeros).

**Tabla 1: Perfil del turista deportivo según características sociodemográfica y nacionalidad**

		Español	Extranjero	Total
<b>Sexo</b>				
	Hombre	65,20%	60,30%	63,50%
	Mujer	34,80%	39,70%	36,40%
	Total	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Estado civil</b>				
	Casado	43,50%	42,40%	42,90%
	Soltero	56,50%	57,60%	57,10%
	Total	100%	100,00%	100,00%
<b>Edad</b>				
	Hasta 25 años	39,10%	28,60%	33,00%
	De 26 a 34 años	10,90%	22,20%	17,40%
	De 35 a 44 años	21,70%	14,30%	17,40%
	De 45 a 54 años	13,00%	14,30%	13,80%
	De 55 a 64 años	15,20%	15,90%	15,60%
	Más de 64 años	0,00%	4,80%	2,80%
	Total	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Acompañantes</b>				
	1 persona	26,70%	22,20%	24,10%
	2 personas	24,40%	34,90%	30,60%
	3 personas	17,80%	4,80%	10,20%
	4 personas	15,60%	4,80%	9,30%
	5 o más personas	15,60%	33,30%	25,90%
	Total	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Actividad</b>				
	Estudiante	38,60%	34,40%	36,20%
	Trabajador por cuenta propia	27,30%	19,70%	22,90%
	Trabajador por cuenta ajena	27,30%	34,40%	31,40%
	Desempleado	4,50%	4,90%	4,80%
	Jubilado	0,00%	6,60%	3,80%
	Ama de casa	2,30%	0,00%	1,00%
	Total	100,00%	100,00%	100,00%

En la tabla 2 se pueden observar los resultados en cuanto a la nacionalidad y a las veces que viaja al año con motivos de eventos deportivos, distancia recorrida para llegar a Sevilla, número de noches pernoctando, gasto medio por día, y gasto de la noche del hotel. En este sentido, el 40,4% del total de los encuestados afirmó asistir de 3 a 5 veces al año, siendo destacable que el 49,2% de los extranjeros y el 27,9% de los españoles lo hicieron en ese caso. Igualmente, el 48,8% de los españoles y el 23,0% de los extranjeros viajaban al año de 1 a 2 veces al año. Referente a la distancia para llegar a Sevilla, el 58,2% del total recorrieron más de 150 kms. Justamente, el 36,8% de los españoles recorrieron menos de 50 kms para ir al evento, frente al 58,3% de los extranjeros que recorrieron más de 150 kms. Referente al número de noches pernoctando, resulta interesante que el 43,2% del total duermen 4 o 5 noches. Así, el 50% de los españoles durmieron 2 noches frente al 51,7% de los extranjeros que lo hicieron 4 o 5 noches. En el caso del gasto medio por día, el 44,3% del total gastó menos de 50 euros por día. Así, el 51,7% de los españoles gastó dicha cantidad frente al 53,7% de los extranjeros que gastaron de 51 a 150 euros por día. En relación al precio de la noche de hotel, el 41,0% del total se gastó menos de 50 euros por noche. En este sentido, el 65% de los españoles se gastó esa cantidad frente al 58,5% de los extranjeros que se gastaron entre 51 y 150 euros por noche.

**Tabla 2: Perfil del turista deportivo según conducta turística**

	Español	Extranjero	Total
<b>Veces que viaja al año</b>			
1-2 veces al año	48,80%	23,00%	33,70%
3-5 veces al año	27,90%	49,20%	40,40%
6-12 veces al año	7,00%	18,00%	13,50%
Más de 12 veces al año	16,30%	9,80%	12,50%
Total	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Distancia recorrida para llegar a Sevilla</b>			
Menos de 50 kms	36,80%	13,30%	22,40%
Entre 50 y 100 kms	2,60%	0,00%	1,00%
Entre 101 y 150 kms	2,60%	28,30%	18,40%
Más de 150 kms	57,90%	58,30%	58,20%
Total	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Número de noches pernoctando</b>			
1 noche	11,10%	10,70%	10,80%
2 noches	50,00%	3,60%	14,90%
3 noches	22,20%	10,70%	13,50%
4 noches	11,10%	32,10%	27,00%
5 noches	5,60%	19,60%	16,20%
6 noches	0,00%	8,90%	6,80%
7 o más noches	0,00%	14,30%	10,80%
Total	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Gasto medio por día</b>			
Hasta 50 euros	51,70%	39,00%	44,30%
De 51 a 100 euros	20,70%	31,70%	27,10%
De 101 a 150 euros	13,80%	22,00%	18,60%
Más de 150 euros	13,80%	7,30%	10,00%
Total	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Precio noche hotel</b>			
Hasta 50 euros	65,00%	29,30%	41,00%
De 51 a 100 euros	30,00%	43,90%	39,30%
De 101 a 150 euros	5,00%	14,60%	11,50%
Más de 150 euros	0,00%	12,20%	8,20%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

## 5. DISCUSIÓN

Son pocos los estudios que buscan una clasificación y una delimitación de cuáles son las características del turista deportivo. Por este motivo, el trabajo presentado es pionero en el análisis del perfil de turistas deportivos, abarcando un evento deportivo de carácter europeo, y muy específico, como es el Campeonato Europeo de Remo.

Concretamente, la población objeto de estudio estaba compuesta por una mayoría de hombres al igual que mostraban los estudios previos de la OMT y el COI (2001), Shonk (2006) y Méndez et al. (2012). Así, los resultados apoyan que los turistas deportivos son hombres, lo que puede ser debido a que posiblemente esté relacionado a que los hombres son los que más practican actividad física y les gusta más el deporte (García Ferrando y Llopis, 2011). Así, se podría decir que hay una mayor proporción de hombres tanto practicantes como turistas deportivos. Referente a la edad, los datos de la OMT y COI (2001) apostaban a que los turistas deportivos alemanes y franceses tenían entre 35 y 44 años frente a los holandeses que tenían entre 25 y 34 años. En el caso del presente estudio, un porcentaje muy elevado se encontraba en los menores de 34 años, hallazgos parecidos a los ofrecidos por Latiesa y Paniza (2006) pero contrarios a los de Shonk (2006), el cual estableció que los turistas deportivos en su estudio tenían edades comprendidas entre los 40 y 49 años, lo que señala un segmento de población más maduro, probablemente, con otras inquietudes diferentes a las demandadas por los turistas deportivos del Campeonato Europeo de Remo.

Nuestro estudio también diferenció entre turistas de España y de otros países, identificando que más del 50% fueron extranjeros lo que viene a decir que este tipo de campeonato, aun realizándose en el Estado español, tiene una mayor repercusión internacional, lo que parece indicar que despierta más interés entre un público extranjero.

Por otro lado, la mayoría fueron solteros, coincidiendo con los resultados de Shonk (2006), lo que hace pensar que los eventos deportivos son acontecimientos en los que se aglutinan personas sin compromisos familiares que podría darles la oportunidad de disfrutar de eventos paralelos en los que se promuevan las relaciones sociales. En este caso, son ya numerosas las empresas que apuestan por este tipo de iniciativas con el fin de mejorar las relaciones entre los clientes, lo que podría incidir en un mayor nivel de fidelización a la organización. También resulta interesante que muchos de los turistas asistan solos o con un solo acompañante, recalando la necesidad de realizar eventos que fomenten las relaciones y por lo tanto el aumento de las amistades entre los propios turistas.

En relación a la actividad desarrollada, Méndez et al. (2012) ya afirmaron que un gran porcentaje de turistas deportivos del Campeonato de España de Natación fueron estudiantes, lo que también se puede observar en esta investigación. Asimismo, nuestros resultados mostraron como la mayoría de los turistas deportivos realizan turismo de este tipo de una a cinco veces por año, lo que parece indicar que hay mucha movilidad en la asistencia de grandes eventos deportivos. También es destacable resaltar que al igual que la mayoría eran extranjeros, son también una mayoría que recorrieron más de 150 kilómetros. Es por ello que se hace necesario un plan correcto de comunicación ya que estos turistas necesitan información de cómo llegar y cuáles son las opciones más cómodas y a un mejor precio de llegar al destino. Asimismo, puesto que muchos de los turistas afirmaron que se quedarían menos de cinco noches señala que el impacto en el sector hotelero es superior al número de días que duraba el campeonato. El estudio de la OMT y COI (2001) estableció que los alemanes pernoctaban entre cuatro y siete noches, los holandeses siete noches o más, y los franceses cuatro o más noches, resultados similares a los obtenidos en esta investigación.

Referente al gasto medio realizado por el turista deportivo, en nuestro caso un gran porcentaje afirmó que se gastaría hasta 100 euros, muy inferior a los datos ofrecidos por Méndez et al. (2012) que fue de 319,27 euros. Esta diferencia podría deberse a que en el caso de Méndez et al. (2012) se sumó al gasto diario, el precio de la pernoctación y otros gastos como la entrada al evento. Así, en nuestros resultados se pudo comprobar que más del 75% de los que respondieron a la pregunta del precio por noche del hotel, afirmó ser de hasta 100 euros. Sin embargo, y aun sumando ambas cantidades (gasto por día y gasto por pernoctación), nuestros resultados fueron menores.

Si nos adentramos en las diferencias entre turistas deportivos españoles y extranjeros, tal y como se ha indicado anteriormente, fueron los extranjeros los que en mayor medida acudieron a este evento deportivo. Los datos indican que no se aprecian diferencias en cuanto al género, independientemente de la procedencia del asistente, en cuanto a la asistencia al evento. Los porcentajes en cuanto al estado civil son también similares en cuanto a españoles y extranjeros aún siendo mayoritarios los solteros españoles o extranjeros. No obstante, si nos fijamos en las edades sí parece que existen algunas diferencias. En este caso, los turistas que tienen menos de 25 años españoles asisten en mayor proporción al evento que el mismo grupo de edad extranjeros.

Destaca que casi un 5% de los asistentes extranjeros tuviera más de 64 años frente a ningún español de ese mismo intervalo de edad, lo que podría indicar una diferencia en las necesidades de este tipo de turista. Asimismo, también existen algunas diferencias en los españoles de entre 26 a 34 años y en los de 35 a 44 años frente a los extranjeros, aunque se confirma que ambos grupos son los mayoritarios en ambos grupos de turistas deportivos. También los españoles y extranjeros afirmaron en la mayoría de los casos la asistencia al evento junto a otro acompañante o dos, existiendo una diferencia notable en relación a que los extranjeros dijeron que asistieron en un porcentaje elevado con cinco o más personas, frente a un porcentaje menor de españoles. Igualmente, los porcentajes de españoles y extranjeros referentes a la actividad desarrollada son muy parecidos, declinándose por estudiantes o trabajadores por cuenta ajena.

En los resultados referidos al número de veces que viaja al año por motivos de eventos deportivos, casi el 48,8% de los españoles afirmó que lo hacía entre una y dos veces al año. En este caso sí parece que existen diferencias con los extranjeros ya que el 49,2% afirmaron que lo hacían de tres a cinco veces, tal y como afirma también Shonk (2006). No obstante, también se destaca que el 16,3% de los españoles frente al 9,8% de los extranjeros afirmaron realizar viajes más de doce veces al año. Estos hallazgos muestran que un gran porcentaje de turistas deportivos extranjeros se mueven por destinos turísticos de eventos deportivos durante más días que los españoles, pero un menor número de veces al año. Así, los resultados mostraron también que los españoles recorrieron menos kilómetros para llegar a Sevilla, aunque también resultaron porcentajes parecidos en cuanto a que la distancia fue superior a 150 kilómetros siendo español o extranjero. Una explicación a este resultado podría ser explicado por la asistencia de un número alto de españoles que fueran de la localidad. Así, los hallazgos también mostraron que porcentajes más elevados de turistas extranjeros permanecían durante más tiempo en la ciudad destino del evento deportivo, teniendo también gastos más elevados por día. Los resultados mostraron que los extranjeros también gastaron más en el precio por noche de hotel resultando interesante para futuros planes de optimización de los hoteles, ya que se podría plantear un precio diferente dependiendo de dónde provenga la reserva del hotel.

## 6. CONCLUSIONES

Esta Investigación ha abordado el análisis del perfil del asistente al Campeonato Europeo de Remo 2013, celebrado en la ciudad de Sevilla. Los asistentes permanecen en la ciudad por un periodo superior a la duración del evento deportivo, por lo que se podría hablar de asistentes que se describirían como turista deportivo. En este sentido, se analizaron dos tipos de turistas deportivos. Por un lado los de nacionalidad española que tenían las características de hombre soltero menor de 35 años que asiste solo o acompañado por una persona. Y por otro lado los extranjeros que cumplía el perfil de hombre soltero menor de 35 años que asiste con otra persona o con más de 4 personas. Concretamente en el primer caso asistía una o dos veces al año a un evento deportivo a diferencia de las tres a cinco en el caso del extranjero. En relación a las noches de pernoctación, el turista deportivo español pernoctó dos noches frente a las más de tres de los extranjeros. Para concluir con el perfil del turista deportivo, tanto españoles como extranjeros afirmaron gastarse hasta 100 euros por día, declinándose los españoles por un gasto por una noche de hotel de hasta 50 euros a diferencia de los 50 a 150 euros por los extranjeros.

Esta investigación es una de las primeras de sus características, por lo que es sólo un paso inicial para llegar a conocer el perfil del turista deportivo. En un futuro, otras investigaciones en otros contextos y espacios geográficos, han de complementar el perfil del turista aquí descrito. Lógicamente, como consecuencia, este trabajo no es definitivo y se ha limitado, exclusivamente al evento deportivo citado. El perfil del turista deportivo podría variar en función del tipo de deporte, el lugar de celebración o las fechas de los eventos. Estos aspectos tendrán que ser abordados en posteriores investigaciones.

## 7. REFERENCIAS

- Armada, I. (2002): Actividad de ocio-turístico y personas mayores: análisis de diferencias psicosociales entre "viajeros" y "no viajeros". *Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, Barcelona.*
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001): Propuesta de Decisión del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece el Año europeo de la educación por el deporte 2004. *Comisión Comunidad Europea: Bruselas.*
- Comité Olímpico Internacional (COI) (2012): "Factsheet legacies of the games, update – July 2012". Disponible en [http://www.olympic.org/Documents/Reference\\_documents/Factsheets/Legacy.pdf](http://www.olympic.org/Documents/Reference_documents/Factsheets/Legacy.pdf). Consultado el 10/09/13.
- Conferencia Mundial sobre Turismo y Deporte (2001). *Organización Mundial del Turismo, Barcelona, España.*
- Dilma, M., Rebollo, S. y Cabrera, J. (2008). "Turismo deportivo de litoral: un análisis desde la oferta". *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 29(3): 75-89.
- García Ferrando, M. (2006): Posmodernidad y Deporte: Entre la individualización y la masificación. *Madrid: CSD - CIS.*
- García Ferrando, M. y Llopis, R. (2011): Ideal democrático y bienestar personal. Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010. *Madrid: Consejo Superior de Deportes.*
- García Montes, M. E. y Ruiz Juan, F. (2004): El ocio y la recreación físicodeportiva en la sociedad española actual. *Trabajo presentado en el IV Congreso Internacional de Educación Física e Interculturalidad. El Deporte unión de culturas, Cancún.*
- Instituto de Estudios Turísticos (IET) (2004): Turismo en cifras 2004. *Madrid: IET.*
- Instituto de Estudios Turísticos (IET) (2011): FRONTUR encuesta de movimientos turísticos en fronteras. Nota de coyuntura diciembre 2010. *Madrid: IET.*
- Latesa, M. y Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos. *Revista Internacional de Sociología*, 44: 133-149.
- Latesa, M.; Simoes-Brasileiro, M. y Rebollo, S. (2001): Del deporte en el singular al deporte plural. *Trabajo presentado en el Congreso Español de Sociología, Salamanca.*
- Lera, F. (2010): Una aproximación al Deporte desde la Economía. El papel de la Fundación Observatorio Económico del Deporte (FOED). *Trabajo presentado en el Encuentro Nacional de Observatorios del Deporte, Sevilla.*
- Macaya, G. (2004). "La contribución del turismo y el deporte al desarrollo sostenible". *Apunts, Educación Física y Deportes*, 78(4): 51-55.
- Méndez, B.; Sánchez, P. y Barajas, A. (2012). "Impacto de eventos deportivos: el caso del campeonato de España de natación Pontevedra 2011". *Revista Internacional de Derecho y Gestión del Deporte*, 18: 72-91.
- Olivera, J. y Olivera, A. (1995). "La crisis de la modernidad y el advenimiento de la posmodernidad: el deporte y las prácticas físicas alternativas en el tiempo de ocio activo". *Apunts, Educación Física y Deportes*, 41: 10-29.
- Pereira, A. L. y Félix, M. J. (2002). "Siglo XXI: nuevos valores, nuevas profesiones. Una perspectiva del ocio deportivo en la naturaleza integrado en el turismo". *Lecturas Educación Física y Deportes, Revista Digital*, 50.
- Rebollo, S. (2002): "Perfil del demandante de actividad deportiva en el medio natural". En: S. Rebollo y M. Simoes-Brasileiro (Coord.), *Nuevas tendencias de práctica físico-deportiva en el medio natural*. Granada: Rep. Digital.
- Sallent, O. (1991). "El deporte y el turismo: un campo fascinante". *Apunts, Educación Física y Deportes*, 26: 53-60.
- Shonk, D. (2006): Perceptions of service quality, satisfaction and the intent to return among tourists attending a sporting event. *Tesis doctoral. Ohio State University, Columbus.*

- Shonk, D. y Chelladurai, P. (2008). "Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism". *Journal of Sport Management*, 22: 587-602.
- Valls J. y Suredea, J. (2001): La percepción del ocio por parte de los europeos. *Trabajo presentado en el X Simposio Internacional de Turismo y Ocio, ESADE-Centro de Dirección Turística.*