

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

INFORME CONGRESO MUNDIAL DE TURISMO DEPORTIVO 2021

INAUGURACIÓN DEL WSTC2021

A cargo de:

- *Zurab Pololikashvili*. Secretario general de la Organización Mundial de Turismo (UNWTO)
- *Roger Torrent i Ramió*. Conseller d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya.

Destacados:

Roger Torrent i Ramió.

“El turismo y el deporte son dos conceptos muy presentes en nuestro país ya que han contribuido en el desarrollo de Cataluña. Este Congreso es una gran propuesta de futuro y un elemento fundamental para que Cataluña consiga las 4D: Desestacionalización, Descentralización, Desestandarización y Distribución.”

“Los grandes acontecimientos deportivos de importancia global así como los clubes e instituciones deportivas, han hecho de sus éxitos una oportunidad para presentarnos al mundo. La Generalitat de Catalunya siempre ha apostado por el turismo.”

“Estamos en un momento en el que este sector debe afrontar retos, como por ejemplo cómo ligar el sector del turismo deportivo con los principios y valores que queremos para nuestra sociedad.”

Zurab Pololikashvili.

“El Congreso Mundial de Turismo Deportivo tiene que ser un espacio de intercambio de ideas y debate en relación con el turismo deportivo, algo que desde la OMT le damos mucha importancia”

“Los eventos deportivos son imprescindibles para la recuperación del turismo, sobretodo después de la pandemia. El sector turístico vuelve a estar preparado.”

“Conozco la tradición deportiva de Cataluña y la pasión de sus personas, por eso la OMT estaba convencida desde un primer momento en participar en este Congreso.”

Conclusiones:

El turismo deportivo es un sector con mucha fuerza y que está en auge, pero tal y como se verá en las distintas sesiones de este Congreso, hay muchos aspectos a tener en cuenta para potenciar aún más este sector.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

SESIÓN 1: RETOS DEL TURISMO DEPORTIVO ANTE LA NUEVA NORMALIDAD Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOSTENIBLE

Participantes:

Moderador

- *Damià Serrano*. Director de Marketing y e Investigación de la ACT.

Ponentes

- *Kilian Jornet*. Deportista profesional.
- *Lisa Delpy Neirotti*. Profesora en la George Washington University.
- *Sara Bellshaw*. Managing Director de Slow Adventure.
- *Timothy O'Donoghue*. Fundador y Director Ejecutivo de Riverwind Foundation.

Descriptivo:

El objetivo de esta primera sesión es identificar retos, oportunidades y obstáculos para el turismo deportivo. Debido a la COVID-19, el sector turístico ha tenido que adaptarse y reinventarse. Sin embargo, esta crisis es también una oportunidad única para repensar las estrategias y ofertas alrededor del turismo deportivo para fomentar su enfoque sostenible tanto en lo social como medioambiental y económico.

Destacados:

Kilian Jornet.

“Como deportista he visto con mis propios ojos los impactos del ser humano en la naturaleza. El turismo, y sobretodo el turismo deportivo, puede tener un papel primordial en este sentido. Como comunidad de deportistas hemos de ponernos de acuerdo para ver qué podemos hacer con este aspecto.”

“Tenemos una oportunidad brillante para pensar en el futuro del turismo deportivo y encontrar acuerdos transversales y horizontales que hagan que el turismo y el deporte sean un modelo a seguir para otros sectores.”

“Es importante la consciencia a nivel individual con la sostenibilidad. Como individuos tenemos que presionar a los gobiernos y a las empresas para que realicen los cambios pertinentes. Debemos combinar las acciones individuales con el activismo.”

“Los deportistas no deberían tan solo tener un certificado deportivo sino demostrar que tienen una certificación de que han trabajado y se comprometen en la conservación del espacio en el que van a practicar deporte. Se tiene que educar a los deportistas en este sentido”.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Lisa Delpy Neirotti.

“Cada vez más los centros deportivos hacen que las personas que acogen tengan mas conciencia a la hora de reducir el impacto en el evento.”

“Todos los centros deportivos deberían hablar de sostenibilidad, sobretodo si son anfitriones, para dar ejemplo. Los eventos deportivos se pueden encajar en el turismo regenerativo con la colaboración de la gente local y los voluntarios.”

Sara Bellshaw.

“En Slow Adventure apostamos por actividades al aire libre que ralenticen el ritmo para poder captar todas las cosas y conectar realmente con el lugar, su cultura y su gente.”

“El turismo regenerativo no se trata tan solo de una sustitución del turismo sostenible, no se habla de hacer algo sostenible sino de además regenerar lo que ya está dañado. Pensar en un lugar no solo como un destino sino con la conexión de todo su ecosistema”

Timothy O'Donoghue.

“Estamos trabajando para integrar estrategias para restringir espacios sensibles a nivel medioambiental y también para reconectar el turismo con las comunidades locales: las interacciones personales son muy importantes tanto para los residentes como para los visitantes, por ello es importante crear un programa de embajadores.”

“Los alojamientos deberían incluir una tasa simbólica en las tarifas diarias que fueran dedicadas a poder financiar iniciativas que preserven la calidad de vida de los residentes y los visitantes así como los proyectos de regeneración y preservación del espacio.”

Conclusiones:

El turismo deportivo puede contribuir a que los turistas sean más conscientes y fomentar un compromiso individual a nivel de sostenibilidad.

Es importante conectar con el lugar y todo lo que comprende, dejar de verlo como un sitio de paso, así se pensará en el impacto medioambiental que puede tener el turismo. Hay que vender experiencias a largo plazo como algo que contribuye en el crecimiento personal y en la conservación del lugar.

SESIÓN 2: EL TURISMO DEPORTIVO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA. VOLUMEN DE MERCADO Y POTENCIAL

Participantes:

Moderador

- *Fabián Quesada.* Director Gerente de ADESP y Attitude Praxis.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Ponentes

- *Jennifer Stoll*. Directora de Investigación y Educación en Sports Events and Tourism Association.
- *Lavonne Wittmann*. Director de Global Membership en SKAL International.
- *Leslie Vella*. Malta Tourist Board.
- *Profesor Dr. Terry Stevens*. Fundador de Stevens & Associates.

Descriptivo:

La segunda sesión trata sobre las tendencias en el deporte y la actividad física. El objetivo de esta sesión es valorar la situación actual del turismo deportivo a nivel local, regional e internacional y como ha ido evolucionando en los últimos años para adaptarse a los nuevos retos, tratando desde el deporte profesional de élite hasta el deporte recreacional y amateur. Evaluación de cómo está ahora el turismo deportivo, su potencial y cómo ha evolucionado.

Destacados:

Jennifer Stoll.

“Después de la pandemia, el turismo deportivo ha desarrollado un papel como catalizador del ecosistema turístico. El deporte ha sido la puerta para que lleguen más turistas.”

“El turismo deportivo se está integrando como algo clave en los visitantes ya que ha habido un resurgimiento. Es por ello que se tiene que ver el turismo deportivo como una inversión, no como un gasto.”

Lavonne Wittmann.

“El turismo deportivo forma parte de un todo, es el gigante que acecha en el mercado del turismo. Este gigante ha despertado y estas pisadas se están escuchando en todo el planeta. Esta parte es la que lidera al todo ahora mismo.”

“El turismo deportivo puede compararse con un plan de negocio con un éxito total, ya que ha crecido de forma exponencial y lo más importante, de forma constante. Es una industria de crecimiento natural del que todo el mundo quiere formar parte.”

“La pandemia ha introducido un nuevo tipo de viajero, como el viajero solitario, viaje de familias multigeneracionales o viajeros que buscan experiencias inmersivas. Esto aporta más oportunidades y participación en el turismo deportivo. Tenemos que fijarnos en qué buscan estos nuevos “viajeros”, experiencias auténticas, diversas, reales y sostenibles. Tenemos que dar la respuesta que quieren para introducirlos en el nuevo mercado y darles apoyo.”

Leslie Vella.

“El turismo deportivo complementa el mix de emociones que se dan para visitar un destino.”

“Queremos seguir haciendo crecer este turismo ya que podemos atraer acontecimientos grandes así como participar en ellos.”

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Dr. Terry Stevens.

"El covid ha cambiado las reglas del juego y eso ha creado nuevas demandas en el turismo deportivo. Pensemos en el futuro del turismo deportivo como Immanuel Kant, lanzándonos en paracaídas."

"Es importante pensar en los lugares dónde se crean los deportes. Va mas allá de los estadios, se dirige directamente a nuestras comunidades y sus lugares especiales. Por eso es importante cuidar a los turistas del futuro y los destinos que se visitaran."

"Ha habido 10 cambios de paradigma que afectan al turismo deportivo: hibridez, difusión, 'outliers', co-creación, co-dependencia, transformación, flexibilidad, re-propósito, talento y valor."

Conclusiones:

El turismo deportivo está en auge y tiene muchas oportunidades de mercado que, además, se han visto incrementadas después de la pandemia. Este cambio de paradigma ha abierto nuevas puertas que se tienen que saber aprovechar, sobretodo a partir de la reinención y la consciencia de lo que demanda el público.

SESIÓN 3: INNOVACIÓN EN EL DESARROLLO DEL TURISMO DEPORTIVO: ESTADIOS, JUEGOS OLÍMPICOS Y PARTICIPACIÓN EN MASA EN ACONTECIMIENTOS DEPORTIVOS

Participantes:

Moderador

- *Profesor Dr. Terry Stevens.* Fundador de Stevens & Associates.

Ponentes

- *Josep Escoda.* Responsable de Relaciones Internacionales y Desarrollo de Innovación en CAR Sant, Secretario general de ASPC, Mentor de Solidaridad Olímpica del CIPC, Asesor Académico del COI.
- *Juanjo Rovira.* Director de MIC Sports y MIC Football.
- *Peter McKeena.* Director Comercial y de Estadio del Croke Park (Dublín).

Descriptivo:

El impacto de la COVID-19 en la organización de eventos deportivos ha perjudicado la afluencia en masas en las sedes deportivas. Esta sesión analiza la viabilidad y legado después de acontecimientos masivos, teniendo en cuenta los nuevos objetivos de sostenibilidad que deben asumir también de las sedes de los acontecimientos deportivos y un punto muy relevante a tener en cuenta: la innovación.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Destacados:

Josep Escoda.

“Durante la pandemia el deporte se ha protegido pero ha sido un gran reto adaptarnos a ella ya que nos hemos tenido que reinventar. Todos los centros de alto rendimiento están dispuestos a reinventar-se.”

Juanjo Rovira.

“El mundo del turismo deportivo no va por separado de la innovación de la sociedad, el progreso de la sociedad y del mundo es continuo y el turismo deportivo tiene que seguir este ritmo, a poder ser anticipándose.”

“En los eventos deportivos se tiene que buscar esa palabra, que siempre se busca pero nunca llega, que es la excelencia”

Peter McKeena.

“En Croke Park hemos respondido de forma creativa al confinamiento, sobretodo en cuanto al turismo. Una de las ideas ha sido utilizar el estadio para visualizar el skyline de Dublin como punto turístico. En nuestro estadio no solo se trata de deporte y eso tranquiliza a la comunidad ya que ven que les damos respuestas en muchos ámbitos.”

“La innovación no es jerarquía, hay que crear una cultura que permita que se generen ideas por parte de todos los miembros de la organización.”

Conclusiones:

La innovación es un punto clave en este nuevo paradigma dentro del turismo deportivo. Reinventarse es clave, y tal y cómo comentan los ponentes, para poder llevar a cabo este trabajo de innovar, es imprescindible la colaboración. No hay jerarquía cuando se trata de tener nuevas ideas.

SESIÓN 4.1: DIVERSIDAD E INCLUSIÓN EN EL TURISMO DEPORTIVO. (MUJERES, LGTB Y DEPORTE ADAPTADO)

Participantes:

Moderador

- *Patrick Torrent.* Director de la Agencia Catalana de Turismo.

Ponentes

- *Maite Laporta.* Responsable de Diversidad e Inclusión del Futbol Club Barcelona.
- *Harry Connolly.* CEO de Visit West Belfast (Sports Tourism for Peace).
- *Sylvana Mestre.* CEO/Fundadora de Play and Train Company.
- *Karl Ainscough Gates.* Presidente de la International Gay Rugby Association (IGR).

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Descriptivo:

Esta sesión trata los temas de género, religión, diversidad cultural, y accesibilidad, cada día más relevantes que afectan el deporte y el turismo. A partir de esto, se analizan las distintas experiencias prácticas inclusivas del deporte como herramienta de integración social.

Destacados:

Maite Laporta.

“No solo se tiene que luchar por la diversidad en los días indicados, sino que cada día se tiene que apostar por ella a través de distintas acciones y actividades. Es nuestro deber.”

“Nuestro valor añadido es que la gente se sienta orgullosa de formar parte del Futbol Club Barcelona, es por ello que tenemos que transmitir estos valores que todo el mundo seguirá.”

“El mercado siempre compensará nuestros objetivos si están ligados a estas buenas causas a las que todos debemos estar comprometidos.”

Harry Connolly.

“Belfast es conocido como un sitio de progreso social. El progreso empieza con la aceptación de la diversidad de nuestra comunidad, y eso crea una gran confianza que atrae el interés de actores, escritores, políticos y un creciente número de turistas de todos los continentes.”

“El turismo atrae paz y la paz atrae turismo, y está totalmente demostrado el turismo deportivo puede tener un papel como catalizador de la paz y la reconciliación.”

Sylvana Mestre.

“Queremos acabar con las barreras. Nuestro éxito se define por la capacidad de dar un paso adelante frente a los obstáculos dando soluciones originales y sencillas en las que se tiene en cuenta a todo el mundo.”

“Desarrollamos programas para fomentar el empleo y la inclusión social de las personas con discapacidad, trabajando para un mayor acceso a los servicios de salud, educación y empleo.”

Karl Ainscough Gates.

“Casi el 8-10% de cualquier población pertenece a la comunidad LGBT+. Es por ello que debemos crear una unidad cohesiva en la que todo el mundo disfrute. Eso nos hará estar más inclinado a producir el éxito.”

Conclusiones:

En el deporte y en el turismo todo el mundo debe tener cabida. El turismo une distintas comunidades y culturas, y su relación con el deporte, también una práctica que une a muchas personas con una misma afición, puede ser clave para la aceptación y promoción

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

de la diversidad.

La prosperidad en el turismo deportivo por tanto no es tan solo económica, sino que está muy relacionada con la diversidad, la cantidad, y la satisfacción de sus participantes y asistentes. El objetivo de una accesibilidad universal no sólo nos hace ser más justos, sino también más competitivos.

SESIÓN 4.2: LAS NECESIDADES DEL VISITANTE DEPORTIVO. LA PERSPECTIVA DEL ATLETA Y DEL ENTRENADOR

Participantes:

Moderador

- *Pere Vilà Collmalivern*. Director de la Unión de Federaciones Deportivas de Cataluña (UFEC).

Ponentes

- *Miki Delàs*. Capitán de hockey del Barça y capitán de la Selección Española de Hockey senior masculino.
- *Ernest Aguilar*. Responsable de Eventos Sociales, Innovación y Nuevos Mercados del Club Natació Sabadell.
- *Trystan Bevan*. Coordinador de alto rendimiento de Cardiff Rugby.
- *Paraskevi Patoulidou*. Presidente de la Organización de Turismo de Thessaloniki y medallista de oro en los Juegos Olímpicos de Barcelona.

Descriptivo:

Sin atletas, equipos y espectadores no habría turismo deportivo. La cuarta sesión de la jornada expone las premisas indispensables para una organización exitosa de un acontecimiento, partiendo primero por las necesidades que tienen los protagonistas: los deportistas. ¿Cuáles son las necesidades prácticas y las condiciones idóneas que necesitan?

Destacados:

Miki Delàs.

”Lo que queremos es sentirnos como en casa. Para nosotros eso significa tener buena alimentación, comodidad, buenas instalaciones, una buena área para la fisioterapia, momentos de relajación para recargar la energía y zonas verdes. Esto nos facilita la vida y nos ayuda a brillar y ganar.”

“Lo que queremos es centrarnos en nuestros objetivos y para eso necesitamos salas de reuniones con tecnología para hacer estudios tácticos de nuestros contrincantes.”

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Ernest Aguilar.

“Cuando los deportistas toman la decisión sobre donde entrenar piensan en: cómo llegar y si hay buenas conexiones, seguridad, facilidades deportivas (tanto a nivel de calidad como de servicio), alojamiento cercano a las instalaciones y atracciones turísticas y ocio.”

“En las instalaciones deportivas es importante no tan solo la calidad sino que se ofrezca confort y cercanía a los deportistas con atención y seguimiento personalizado. Además es indispensable encontrar soluciones alternativas a todos los problemas que puedan surgir o demandas que no podamos cubrir.”

Trystan Bevan.

“Viajar es una parte importante en el deporte. Al viajar hay un claro desequilibrio ya que, que todo el mundo esté contento. es muy complicado. Pero hay 3 aspectos clave: el tiempo de entrenamiento, el tiempo de relajación y la calidad de la comida. Los equipos suelen volver a donde le es familiar, y eso se consigue con estos tres aspectos.”

“Hay tres personas clave en las organizaciones deportivas: el entrenador, el administrador y el dueño del club. También hay que focalizarse en su bienestar ya que son los que toman decisiones y deben tener una experiencia satisfactoria.”

Paraskevi Patoulidou.

“Comprender la satisfacción del visitante es un componente clave para poder asegurar su retorno. Es por eso que los centros deportivos tienen que estar completamente familiarizados con las necesidades de los deportistas.”

“Cada ciudad tiene que trabajar duro para atraer acontecimientos, equipos y deportistas.”

Conclusiones:

Para complacer las necesidades de los deportistas, y así conseguir que en un futuro vuelvan a ese destino de nuevo, es imprescindible combinar el ámbito social con el ámbito deportivo. Lo más importante es que dispongan de todos los elementos para poder ejercer entrenamientos de calidad (buenas instalaciones, servicios médicos...) pero que a la vez se sientan como en casa, es decir, buen alojamiento, buena comida y tiempo para estar relajados.

El plus a esto es ofrecerles una atención completamente personalizada, estar atentos a sus necesidades y demandas y saber solucionar cualquier problema que puedan tener. Si los deportistas están satisfechos, el éxito en un evento deportivo ya está un paso más cerca.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

SESIÓN 5: GOBERNANZA CON ÉXITO DE UN DESTINO Y ESTRATEGIAS PÚBLICO-PRIVADAS DE TURISMO DEPORTIVO

Participantes:

Moderador

- *Professor Dr. Terry Stevens*. Fundador de Stevens & Associates.

Ponentes

- *Lars H Olsen*. Asesor Senior en Destination Vadehavskysten.
- *Manuela Di Centa*. Consejera del Ministerio de Turismo de Italia.
- *Geert Bruynseels*. Experto en eventos de Sport Event Flanders.
- *Misa Novak*. Responsable de Soluciones Sostenibles de Turismo en ALOHAS.
- *Ms.Sonto Mayise*. Directora de la Oficina de Convenciones - Turismo Kwazulu-Natal.

Descriptivo:

La quinta sesión trata sobre las estrategias de gobernanza locales, regionales y nacionales en turismo deportivo en el contexto de la nueva normalidad y sobre cómo tienen que actuar las instituciones. Para lograr a medio y largo plazo convertirse en un destino de turismo deportivo, es necesario la implicación de todos los sectores de la sociedad (AAPP, sector privado, clubes o asociaciones deportivas, tejido cultural etc.).

Destacados:

Lars H. Olsen.

“El equilibrio con la naturaleza es indispensable para el turismo deportivo. Sostenibilidad cultural, social y ambiental. Para obtener el efecto combinado de estos elementos tenemos que desarrollar y coordinar los actores necesarios tanto privados como públicos.”

“Es indispensable la pro actividad por parte de las organizaciones que se ocupan de los destinos de turismo deportivo.”

Manuela Di Centa.

“Hay tres tipos de turistas: los turistas deportivos, aquellos turistas activos que viajan para practicar deporte; el turismo conectado con la participación de los deportistas en competiciones, y por último los espectadores. En los tres casos las entidades públicas y privadas están implicadas como socios. Estas sinergias son indispensables para el éxito del evento y para poder estar coordinados con todos los organismos distintos.”

“Es de vital importancia crear un departamento para turismo y deporte para poder dar apoyo a los países y desarrollar este campo trabajando en su difusión internacional.”

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Geert Bruynseels.

“Las organizaciones (tanto públicas como privadas) encargadas de la organización de los acontecimientos deportivos, deben conseguir que su ciudad se convierta en una *‘flourishing destination’*. Es decir, se tiene que crear valor añadido a la ciudad, al evento, a las empresas locales y a los habitantes, y eso se consigue a través de las organizaciones uniéndose en este propósito común.”

Misa Novak.

“No podemos hablar de un turismo deportivo sin hablar de infraestructuras deportivas de nivel.”

“Se tienen que escoger los acontecimientos ideales en los sitios ideales. Es indispensable que encajen.”

“La nueva estrategia de turismo que estamos preparando se basa en la mejora de nuestras infraestructuras con los modelos de sostenibilidad. Nuestra propuesta de valor es la naturaleza, el aire libre y una selección muy diversa de deportes.”

Sonto Mayise.

“En el contexto sudafricano los acontecimientos deportivos son realmente importantes. Tal y como dijo nuestro expresidente: El deporte tiene el poder de cambiar el mundo.”

“Cuando celebramos los acontecimientos deportivos lo que obtenemos es la creación de un legado. Por eso es de vital importancia de la contribución del Gobierno para crear infraestructuras así como también de la vinculación y compromiso de la comunidad. Si forman parte del proceso se harán suyos el acontecimiento y la infraestructura permanecerá para su beneficio.”

“Una buena coordinación de la gestión de estos acontecimientos acaba siendo un retorno en el futuro para el país, su imagen y sus habitantes.”

Conclusiones:

Para conseguir el éxito en los acontecimientos deportivos hay muchos factores que son de vital relevancia. En primer lugar el compromiso de las instituciones y una buena gestión es indispensable la creación de infraestructuras deportivas que sean un buen aliciente para los eventos deportivos.

Además, para sumar valor a unas buenas infraestructuras es necesaria una colaboración con la comunidad del destino. Se tienen que crear sinergias y encontrar un equilibrio de lo que es bueno para los ciudadanos y para el turismo.

Los destinos también los forman los ciudadanos, y la comunidad puede ser la que haga atractiva una ciudad. Si se consigue proactividad por ambas partes (instituciones y ciudadanos) se estará mucho más cerca de triunfar como destino turístico deportivo.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

SESIÓN 6: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS DEPORTES: NUEVAS TECNOLOGÍAS, E-SPORTS Y COMUNICACIÓN EN EL TURISMO DEPORTIVO

Participantes:

Moderador

- *Livia Toth*. Directora de Inversiones en Plug and Play Tech Centre.

Ponentes

- *Nalain Naidoo*. Jefa de Desarrollo Comercial de la International Academy of Sport Science and Technology (AISTS).
- *Martí Niubó*. Director de Planificación Estratégica e Innovación en el Institut Barcelona Esports (Ajuntament de Barcelona).
- *Pere Vilà Collmalivern*. Director de la Unión de Federaciones Deportivas de Cataluña (UFEC).

Descriptivo:

En la sexta sesión se trata el impacto de las nuevas tecnologías en el deporte y la industria del turismo. A través de la distintas ponencias se presentan las nuevas tendencias e iniciativas más innovadoras antes y se analizan las nuevas soluciones tecnológicas para crear una experiencia única para los consumidores y participantes deportivos.

Destacados:

Nalain Naidoo.

“Una de las grandes ideas tecnológicas tiene que ver con el auge de las aplicaciones dedicadas a ámbito, como por ejemplo ‘*Running The Citys*’, en la que se pueden subir rutas para correr en distintas ciudades.”

“La tecnologías de distrito utilizan realidad aumentada y gamificación concentrándose en ofrecer una alta experiencia de usuario. Las apps permiten monetizar los resultados atrayendo a más personas.”

“En los e-sports encontramos gente realmente volcada e implicada. Este tipo de deporte es muy distinto al tradicional ya que hay distintos actores: gamers, influencers, seguidores... Son eventos muy singulares pero que a la vez atraen a mucho público.”

Martí Niubó.

“La innovación y tecnología en el deporte es clave. La ciudad de Barcelona está impulsando un proyecto relacionado con esto: *Barcelona Sports Hub*, una iniciativa con el objetivo de intercambiar talento y recursos del mundo digital, mejorar la competitividad y contribuir en la promoción de la ciudad como referente internacional.”

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

“Tenemos que hacer que todo el sistema deportivo de una ciudad reciba acompañamiento de hubs como el nuestro para impulsarles y que se conviertan en un ‘laboratorio de pruebas’ para desarrollar su parte *tech*.”

Pere Vilà Collmalivern.

“*Sport + TV* nace con el objetivo de digitalizar el mundo del deporte con inteligencia artificial. Además de conseguir una proyección internacional, se quiere democratizar el deporte (que todos los deportes tengan en el mismo trato) y la creación de un sistema de financiación autónomo.”

“En el sistema encontramos tres frases evolutivas: la construcción de edificios e instalaciones deportivas en el 92, la extensión al máximo de la práctica deportiva. En 2020 empezó la tercera fase, la digitalización. Nace de la necesidad de proyectar el deporte, tanto profesional como amateur, a nivel mundial a través de la tecnología.”

Conclusiones:

La tecnología se puede aplicar al deporte y al turismo de muchas maneras, y todas con el objetivo de conseguir mejorar la experiencia del deportista (turista y espectador). Además, también puede ayudar a preparar la organización y la participación de manera muy satisfactoria.

Lo importante en este sentido es el cambio de mentalidad, la digitalización ya es una necesidad. Vamos a experimentar mucho más de lo que estamos viviendo, la tecnología no tiene límites y algo que ahora vemos imposible en unos años lo veremos como algo cotidiano. La tecnología debe ayudar a la cultura deportiva creando un ecosistema digital que aporte beneficios y soluciones.

SESIÓN 7: DEPORTES AL AIRE LIBRE. MARCO MEDIOAMBIENTAL DEL TURISMO DEPORTIVO

Participantes:

Moderador

- *Harry John*. Fundador de Pure Solution.

Ponentes

- *Céline Fortin*. Responsable de Europa y Oceanía en AdventureTravel Trade Association (ATTA).
- *Kattia Juarez Dubón*. Directora de la Comisión Internacional de Sostenibilidad de la Federación Internacional de Motociclismo.
- *Nathalie Saint-Marcel*. Directora Adjunta de Cluster Montagne.
- *Lluís Breiffuss*. Responsable de eventos y actividades de FGC Turismo.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Descriptivo:

En la séptima sesión del Congreso se analiza cómo los espacios naturales y los entornos urbanos se pueden aprovechar para organizar nuevos tipos de acontecimientos deportivos y proyectos de turismo deportivo, garantizando la minimización de los efectos e impacto del cambio climático a la hora de planificarlos.

Destacados:

Céline Fortin.

“El deporte y el turismo deben centrarse en prácticas sostenibles sobretodo el los grandes eventos. Estas prácticas no tienen porqué suprimir su esencia pero sí potenciar su papel como actores del medio ambiente.”

Kattia Juarez.

“Cualquier tipo de deporte es clave para el desarrollo sostenible de nuestro planeta ya que puede contribuir en la mayoría de objetivos sostenibles de la actualidad así como en la Agenda 2030.”

“No tan solo se tiene que minimizar el impacto en el medio ambiente sino que también se tiene que eliminar y realzar los impactos positivos.”

Nathalie Saint-Marcel.

“No hemos dado cuenta que es muy complicado hacer que las autoridades se comprometan con los retos medioambientales. Es por ello que desde otros ámbitos, como el deporte y el turismo, debemos volcarnos con el problema.”

“Uno de los principales desafíos, incluso en materia de sostenibilidad, es la forma de lograr que todas las partes interesadas se involucren y se comprometan con el turismo sostenible.”

Lluís Breiffuss.

“Si hablamos de sostenibilidad es imprescindible hablar de la palabra educación. Eso es lo que permitirá que la consciencia en relación al medio ambiente pase de generación a generación.”

Conclusiones:

Desde el sector turístico deportivo se debería intentar minimizar el impacto medioambiental y crear nuevas oportunidades económicas y mejoras sociales. Se ha reflexionado sobre la integración de los grandes eventos en las estrategias de desarrollo sostenible de los destinos, en los hábitos de consumo turístico, en la regeneración de nuestros territorios a la hora de desarrollar un turismo deportivo más consciente y las oportunidades que deporte genera en la mitigación del cambio climático.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

SESIÓN 8.1: NUEVAS INVESTIGACIONES DE TURISMO DEPORTIVO Y PERSPECTIVA GENERAL

Participantes:

Moderador

- *Dra. Kamilla Swart-Arries*. Profesora asociada del Máster en Gestión Deportiva y Entretenimiento en la Universidad Hamad Bin Khalifa.

Ponentes

- *Alessia Mariotti*. Directora de Second Cycle en Culture of Wellbeing: Sport, Health and Tourism.
- *Marko Peric*. Profesor y Doctor en la Facultad de Turismo y Gestión Hotelera de la Universidad de Rijeka.

Descriptivo:

Esta sesión presenta estudios, investigaciones y resultados recientes sobre el turismo deportivo a nivel local, regional e internacional. También se comparten estudios sobre el impacto y retorno a nivel social, medioambiental y económico del turismo deportivo.

Destacados:

Alessia Mariotti.

“Nos hemos dado cuenta que los desafíos clave que se derivan del turismo deportivo en el contexto de innovación para el desarrollo sostenible son la resiliencia del sector y el creciente mercado.”

“En Rimini hemos establecido un observatorio de turismo deportivo que mide diferentes dimensiones de los impactos de los eventos deportivos a nivel económico, social y medioambiental. A partir de 2022 empezará a medir también la conexión entre el deporte y la gestión sistemática del destino, la experiencia, la economía y la salud.”

Marko Peric.

“El tema base más común en la investigación del turismo deportivo son los eventos deportivos. A partir de esto también se investiga sobre su sostenibilidad, el cambio climático, sus impactos y el legado, la recreación al aire libre y el deporte comunitario, entre otros.”

Presentaciones de otras investigaciones seleccionadas:

1. *Tokyo University* (El turismo deportivo y su relación con el ODS13 “Acción por el clima”)
2. *Mohamed Ilaiwi - Universidad de Valencia* (Sobre el Education City Stadium de Qatar)
3. *Michael Mahony - FC Sports Experiences* (Sobre los eventos experienciales y su atractivo)
4. *Michael Auger - University of French Polynesia* (Sobre la capacidad de carga sostenible de los espacios para un paradigma de turismo deportivo resiliente e inclusivo en la era

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

post-covid-19)

5. *Hamad Bin Khalifa University* (Sobre el Qatar Olympic and Sports Museum)

Conclusiones:

La investigación en el campo del turismo deportivo ha mostrado ser muy rica ya que en esta sesión se han presentado hasta 11 investigaciones desde universidades de países como Japón, USA, Irlanda, Portugal, España, Croacia, Brasil, Qatar y la Polinesia Francesa.

Los ejes con mayor interés de gran parte de las investigaciones presentadas han sido la sostenibilidad de los eventos deportivos, la tecnología y los nuevos sistemas de gobernanza.

SESIÓN 8.2: COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING DEL TURISMO DEPORTIVO

Participantes:

Moderador

- *Maurici Carbó*. Director de Consultoría Deportiva y Turística en el Comité Científico Carbó.

Ponentes

- *Marco Mazzi*. Vicepresidente de la Asociación Internacional de Agencias de Viajes Deportivos.
- *Luís Valente*. Colaborador y responsable de la gestión de la información en el Museu Futebol Clube do Porto.
- *Steven Leeke*. CEO de The Vale Resort (Gales).
- *Cristina Tallardà*. Director de Sport No Limit.

Descriptivo:

En la última sesión del Congreso se tratan las tendencias en la distribución del turismo deportivo, los acontecimientos y su mercado. Se identifica como es la comercialización de este sector y las claves más importantes de marketing.

Destacados:

Marco Mazzi.

“El negocio del turismo deportivo cuenta con unos actores: el destino, el comité organizador de los eventos, los sponsors, los atletas y los operadores turísticos. El networking entre estos actores es imprescindible.”

Luís Valente.

“Los museos deportivos son importantes para una ciudad ya que atraen a muchos visitantes,

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

ya sean fans o no, y tienen la oportunidad de conocer nuestro patrimonio así cómo dar valor a nuestra localidad y nuestro deporte.”

“En el ámbito del marketing es imprescindible la activación de marca y publicidad, el uso de canales online, la creación de asociaciones estratégicas y campañas especiales, crear una ruta cultural con el museo y participar en eventos turísticos.”

Steven Leeke.

“Tenemos que vender una buena experiencia a los atletas y equipos que vienen a nuestra ciudad. En The Vale Resort nos aseguramos que ofrecemos un entorno sin excusas. Todo tiene que ser perfecto y así lo tenemos que transmitir, por eso la importancia del marketing.”

Cristina Tallardà.

“En la cadena de valor del negocio del sector, como agencia income intentamos dar un toque personal, con la colaboración con los diferentes proveedores involucrados, al evento de turismo deportivo.”

“Nos tenemos que adaptar al cliente identificando cuales son sus necesidades para detectar qué pack les podemos vender que esté en armonía con lo que hacen. Tenemos que analizar y diseñar.”

Conclusiones:

La comercialización en el turismo deportivo es un modelo complejo y variado debido a la diversidad de canales de distribución, de tipología de empresas y según su orientación a cliente final y la intermediación. Tal y como se ha podido observar en esta sesión, se confía en que el rol de la tecnología y de la digitalización marcarán el cambio en las estrategias de marketing y distribución del sector del turismo deportivo en los próximos años.

SESIÓN DE CLAUSURA

A cargo de:

- *Narcís Ferrer i Ferrer.* Director de la Agencia Catalana de Turismo.
- *Jaume Dulsat.* Alcalde de Lloret de Mar.
- *Ino Vilcu.* Director del Departamento de Afiliados de la Organización Mundial de Turismo (UNWTO)
- *Anna Caula.* Secretaria general del Departamento de Deporte de la Generalitat de Catalunya.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

Destacados:

Nacís Ferrer i Ferrer.

“El Congreso ha identificado la innovación como el factor de competitividad más importante para nuestros destinos y experiencias deportivas.”

“La sostenibilidad ha sido el eje transversal durante todo el Congreso y es un gran reto a tener en cuenta en este sector.”

Jaume Dulsat.

“Para Lloret de Mar el turismo deportivo es una de las claves de nuestro éxito y desarrollo como localidad, es por ello que ofrecemos recursos, servicios e instalaciones de alta calidad tanto a los deportistas de élite y profesionales como a los turistas aficionados y amantes del deporte.”

Ino Vilcu.

“El objetivo de este Congreso era analizar las oportunidades y los retos de futuro para fortalecer el turismo deportivo, y desde la Organización Mundial de Turismo estamos convencidos que así se ha cumplido.”

“Desde la Organización Mundial de Turismo apostamos ciegamente por el turismo deportivo y nos comprometemos a seguir organizando este tipo de congresos y conferencias que tan útiles pueden ser.”

“Los ODS tienen que ser un pilar fundamental en todos los ámbitos de nuestra sociedad y no debemos perder el foco en ellos.”

Anna Caula.

“El turismo es una gran herramienta para abrir nuestro territorio al mundo, y el deporte también debe estar en el centro para crear este ecosistema.”

“Debemos poner el foco en el deporte ya que mueve a millones de personas a distintos niveles, tanto de manera nacional como internacional.”

CONCLUSIONES FINALES:

El turismo deportivo es un sector con mucha fuerza y que está en auge, pero entrando en el contenido del congreso hemos visto que el turismo deportivo tiene muchas aristas y que con su éxito también lleva asociado diferentes aspectos a tener en cuenta si se quiere potenciar aún más. Precisamente por esto, el Congreso Mundial de Turismo Deportivo se ha celebrado con este mismo propósito, para identificar las debilidades así como las oportunidades para el sector del turismo deportivo.

En las distintas sesiones se ha podido llegar distintas conclusiones detectando dos aspectos como imprescindibles para el progreso del sector turístico deportivo: la innovación y la sostenibilidad. En todas las sesiones hemos podido comprobar que estos dos términos han

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

sido muy utilizados, la innovación como el factor de competitividad más importante para mejorar los destinos y las experiencias deportivas; y la sostenibilidad como reto a integrar en las estrategias de desarrollo sostenible de los destinos, los hábitos de consumo turístico, y otras oportunidades que generen la mitigación del cambio climático.

Además, también se ha detectado la demanda del público del turismo deportivo centrada en aspectos como la necesidad de una buena gestión de las instituciones públicas para potenciar el sector, la inclusión y la diversidad o el papel de las comunidades de los distintos destinos.

Se ha comprobado, sobretodo en esta época en la que se ha podido observar que el turismo deportivo ha participado en la reactivación del turismo mundial post pandemia, que el potencial de este sector puede beneficiar a muchos actores. Se tienen que saber aprovechar todas las oportunidades tratadas en las distintas sesiones del Congreso para impulsar aún más el sector.

DECÁLOGO DE CONCLUSIONES - Agència Catalana de Turisme

1. Importancia del turismo deportivo en la reactivación del turismo mundial puesto pandemia.

El turismo deportivo ha demostrado una gran capacidad de adaptación en esta nueva normalidad. Además, se ha comprobado durante el Congreso la importancia de los espacios *outdoor* y la necesidad que tienen las personas de cuidar su salud física y emocional.

2. Importancia de generar mayor sinergia en el binomio turístico y deportivo

Se ha identificado que el compromiso entre instituciones y una buena gestión es indispensable para conseguir una gobernanza exitosa. Esto incluye gobiernos, entidades (tanto públicas como privadas) e instituciones de diferentes rangos.

3. Relevancia en los valores de inclusión y diversidad en estos dos sectores

La diversidad y la inclusión como eje de desarrollo. Los valores que el deporte representa son los que se proyectan también en la práctica de un turismo para todo el mundo. El objetivo de una accesibilidad universal no solo nos hace ser más justos sino también más competitivos.

4. El rol de las comunidades locales

Una de las claves de éxito del turismo deportivo del futuro es la necesidad de acercar al turista con la comunidad local. Los destinos están formados por los ciudadanos, por lo tanto todo lo que se hace por el turismo deportivo acaba siendo un retorno en el futuro del país y sus habitantes.

WORLD SPORTS TOURISM CONGRESS 2021

5. Un turismo deportivo más consciente

Durante el Congreso se ha reflexionado sobre que el turismo deportivo puede contribuir al hecho que los turistas sean más conscientes a partir del compromiso individual. Motivar el cambio en la cultura del viaje y conseguir llegar a un turismo consciente y regenerativo es un gran reto.

6. Tendencias de la demanda del turismo deportivo

En algunas sesiones del Congreso se ha enfatizado en el peso del turista deportivo amateur. Las nuevas demandas reclaman propuestas turísticas adaptadas a su experiencia como turista deportivo. Se han identificado nuevos targets como: el *solo traveler*, los viajes de familias, los multigeneracionales y los viajeros que buscan experiencias inmersivas.

7. Innovación

El Congreso ha identificado la innovación como el factor de competitividad más importante para nuestros destinos y experiencias deportivas. Se han podido presentar propuestas en el ámbito tecnológico que amplifican la experiencia del atleta y de sus acompañantes, aportaciones sobre inteligencia artificial y nuevas entidades que aceleran los cambios como, por ejemplo los *hubs* de innovación.

8. Sostenibilidad

La sostenibilidad como reto. Ha sido el eje transversal durante todo el Congreso. Se ha reflexionado sobre la integración de los grandes acontecimientos en las estrategias de desarrollo sostenible de los destinos, en los hábitos de consumo turístico, en la regeneración de nuestros territorios a la hora de desarrollar un turismo deportivo más consciente y las oportunidades que el deporte genera en la mitigación del cambio climático.

9. Tendencias en la comercialización del turismo deportivo

La comercialización en el turismo deportivo es un modelo complejo y variado debido a la diversidad de canales de distribución, de tipología de empresas y según la orientación del cliente final o la intermediación. El rol de la tecnología y la digitalización marcarán el cambio en las estrategias de marketing y distribución en los próximos años.

10. Investigación

La investigación en el campo del turismo deportivo ha mostrado que es muy rica. En el Congreso se han presentado 11 investigaciones desde universidades de países tan diversos como Japón, USA, Irlanda, Portugal, España, Croacia, Brasil y la Polinesia. Los ejes con mayor interés han sido la sostenibilidad de los acontecimientos deportivos, la tecnología y los nuevos sistemas de gobernanza.