

Un estudio de los efectos de la promoción turística y el impacto mediático de la Vuelta Ciclista a España en el contexto de la región de Extremadura

Rocío Blanco-Gregory
Universidad de Extremadura
rblanco@unex.es

María Porro Nieto
Universidad de Extremadura
mariaporronieto@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.6093/2611-6693/9628>

Abstract

This article focuses on sports tourism in the context of a cycling event such as the Vuelta Ciclista a España, an event that has been growing gradually over time, becoming part of the professional calendar. This cycling competition takes place over a period of twenty-one days, in which selected and invited teams take part.

It is usually held at the end of August or the beginning of September, thus closing the three major cycling tours that lead the men's World Tour category, which usually begin in May with the Giro d'Italia and continue in July with the Tour de France.

This research analyzes some of the stages of the 2013 route that make up this great Vuelta in order to find out the social and tourist impact that they caused to the different localities through which they travelled and stayed overnight. It also aims to examine the profile of the tourist who travels in the form of sports tourism in order to enjoy the cycling races in situ and, in turn, to be close to their idols, as this sport is one of the few in which there is such proximity between the athletes and the public attending the event.

Keywords: Cycling Tour of Spain, Stages, cyclists, social and tourist impact, spend the night, trips, sports tourism.

1. Introducción

El ciclismo es un deporte que siempre ha estado presente en nuestras vidas y que se ha ido expandiendo con el paso del tiempo. En España, cuenta con un gran prestigio siendo cada vez más personas las que lo practican.

Centraremos nuestra atención en la Vuelta Ciclista a España, evento conocido por gran cantidad de personas, ya sea a través de la campaña de marketing que realiza la organización de

la carrera, por el boca a boca entre amigos o familiares, a través de los medios de comunicación, etc. Se trata de llegar a conocer, entre otros aspectos, la importancia de esta competición ciclista como método de promoción turística del país.

Este artículo se ha elaborado queriendo ahondar en un tema que a día de hoy no se ha investigado lo suficiente, como es el turismo deportivo que actualmente se considera una tipología turística en auge, siendo cada vez más los destinos involucrados que tratan de satisfacer las necesidades actuales de los turistas deportivos activos y pasivos. En concreto se ha profundizado en la modalidad deportiva del ciclismo de competición como evento turístico centrando la atención en los participantes activos, los ciclistas y, fundamentalmente en los participantes pasivos, los turistas que acuden a presenciar el evento.

El trazado de la Vuelta Ciclista a España no siempre ha sido el mismo en sus diferentes ediciones. El objetivo es investigar algunas de las etapas de la Vuelta Ciclista a España 2013 porque en esa edición existieron varios pasos por ciudades de la Comunidad Autónoma de Extremadura, región de las autoras del trabajo, y se pretende observar el impacto social y turístico que se generó en el sector hotelero, en particular, y en el sector turístico, en general, de estas localidades. Es relevante saber todo lo que mueven estos tipos de eventos deportivos, que se siguen manteniendo con el paso de los años, para poder mejorar ciertos aspectos como la promoción turística de las localidades implicadas, el desarrollo y mejora de los servicios turísticos y la adecuada generación de una oferta turística, consiguiendo así atraer a más personas en futuras ediciones y elevar su prestigio como evento turístico y deportivo de alto nivel, pues este tipo de competiciones engrandece el potencial turístico de muchas zonas bastante desconocidas del territorio español.

Además, se tratará de averiguar el perfil del turista que se desplaza a disfrutar de la Vuelta y también su grado de conformidad respecto a diferentes cuestiones, como la promoción turística o el impacto mediático con el que cuenta esta prueba deportiva como evento turístico. Analizaremos el beneficio que aporta en las localidades por las que se rueda, como, por ejemplo, si los turistas quedaron satisfechos para volver o comentarlo con su entorno. Se pretende saber si se usan con frecuencia las redes sociales que difunden información sobre la prueba o simplemente si este tipo de turista que se está analizando publica fotografías relacionadas con la carrera.

Se tratará de conocer, a través de una encuesta a los turistas deportivos que acuden al evento, si la estrategia de promoción turística, utilizada por los comentaristas de *RTVE* con sus aportaciones sobre la historia, mostrando el patrimonio de los municipios o la vista de parajes naturales por donde discurre la Vuelta, es suficiente para captar la atención de los futuros turistas que podrían acudir a las localidades por la que discurre la carrera. Para finalizar, hay que añadir un último argumento, que creemos que es importante, y es que Extremadura ha acogido un total de 30 salidas y 27 llegadas en esta prueba ciclista.

2. Una aproximación al turismo deportivo en España

La práctica deportiva ha cogido un gran impulso con el paso de los años, convirtiéndose, así, en algo habitual dentro de la sociedad española actual. Debido al decrecimiento que estaba sufriendo el modelo turístico de sol y playa en la segunda mitad de los años 80, se plantearon alternativas diferentes para dar respuesta a las demandas que comenzaban a surgir. La idea era conseguir satisfacer las expectativas de aquellos turistas que mostraban desinterés por este modelo que llevaba tantos años dando sus frutos. Para ello, se creó una oferta turística complementaria en la que la actividad físico-deportiva estuviera presente, pues se ha ido observando que el turismo deportivo comenzó a experimentar un gran auge como principal motivo por el que viajar. Pero este crecimiento exponencial ha venido de la mano de un crecimiento en el turismo de bienestar y la importancia que en la actualidad le vamos dando al turismo de salud (Rodríguez Muñoz, 2020).

Dicha oferta turística contaba con una serie de requisitos según Merino Mandly (1998), por lo que tendría que ser integrada, pues se encontraría dentro de otras ofertas y, a su vez, podría ser un aliciente para la oferta principal. Además, sería atractiva con el fin de que los turistas se sintieran motivados por su elección. Podría caracterizarse también por ser recreativa, es decir, relacionada con la desconexión y el disfrute. Por último, y no menos relevante, tendría que estar promocionada para que llegara a más personas a través de diferentes medios, ya fuese en formato digital o en papel y, así, conseguir una mayor cantidad de clientes. Para lograr lo expuesto, este proyecto necesitaba un sustento, es decir, ayudas económicas tanto del sector público como del privado.

Una gran cantidad de autores encuadran el turismo deportivo dentro del turismo activo, que la Secretaría General de Turismo (2004) definiría como:

aquel que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos de forma específica, sin degradarlos o agotarlos (p. 14).

Según la clasificación de González Molina (2008), podría decirse que dentro del turismo activo se coloca el *turismo de aventura*. Una nueva tipología turística que, a su vez, está dentro del turismo de naturaleza y que consiste en realizar actividades físicas con un elevado riesgo. Siguiendo a González Molina (2008), el turismo deportivo sería:

una rama del turismo de aventura, donde se llevan a cabo modalidades deportivas muy específicas y con unas características muy definidas por su reglamentación, institucionalización, así como por el tipo de instalaciones y materiales que se necesitan para su práctica (p. 86).

En definitiva, el turismo activo se clasifica de distintas formas, pero antes de llevar a cabo dicho proceso hay que saber diferenciar cuál es el segmento al que pertenece; en este caso se refiere al turismo de naturaleza que es el que engloba a todos los demás.

Una vez ubicado el concepto de turismo deportivo dentro de la clasificación expuesta, desarrollaremos algunas de las formas en las que se ha desarrollado este término. La primera de ellas fue elaborada por Hall (1992) que considera que el *Sport Tourism* son “aquellos desplazamientos realizados por actividades recreativas (no comerciales) para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual” (citado en Latiesa y Paniza, 2006, p. 135). Hubo otra definición que fue mejor acogida, obteniendo una mayor difusión:

todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente impliquen un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo (Standeven y De Knop, 1999, citado en Latiesa y Paniza, 2006, p. 135).

Siguiendo la línea de esta última conceptualización, hay que sumarle una clasificación doble para entender mejor el propio concepto:

- “Deporte en vacaciones”, que puede tener, a su vez, dos variantes. La primera resalta que el turista realiza alguna actividad física en el tiempo que duran sus vacaciones y la segunda hace referencia a que el turista, a la hora de elegir su destino, no tiene preferencia por aquellos que ofertan algo relacionado con el deporte.
- “Vacaciones deportivas”, propone diferentes opciones como:
 - o Vacaciones deportivas puras activas, donde el principal motivo del desplazamiento del turista es la práctica deportiva.
 - o Vacaciones deportivas puras pasivas, en las que el turista asiste a eventos deportivos con el único fin de observar.

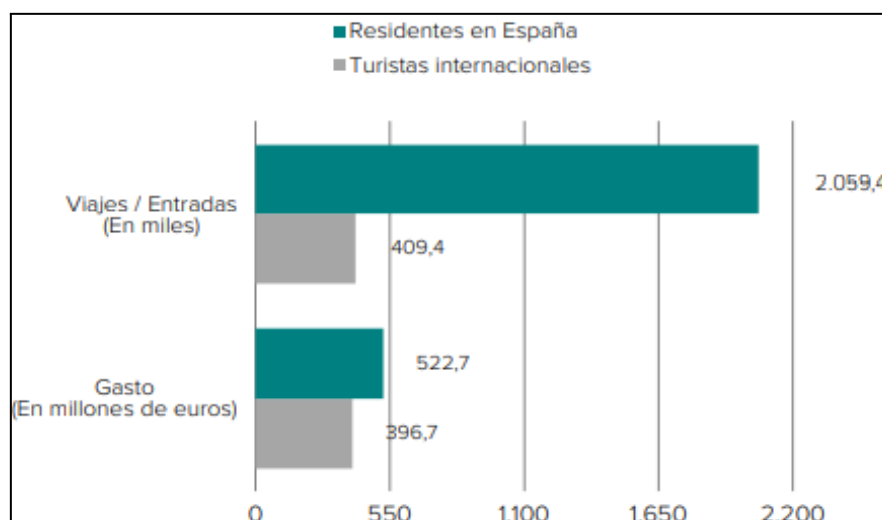
Actualmente, siguiendo a Latiesa y Paniza (2006), se utiliza con mayor frecuencia el término *Tourism Sport* que se definiría como “aquellas personas que viajan fuera de su lugar de residencia habitual y participan activa o pasivamente en deportes competitivos o recreacionales como una actividad secundaria” (p. 136).

En algunos países la actividad física moderada se considera deporte, mientras que otros países conciben el deporte como una actividad física relacionada únicamente con la competición.

Analizando el estado del turismo deportivo en España, los datos más recientes son del año 2020. Los resultados obtenidos en la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR) y la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) muestran que el 4.3% de los viajes realizados en 2020 fueron por motivos deportivos. Además, hay que sumarle las llegadas de turistas internacionales cuya intención era la misma que la de los nacionales, llevar a cabo la práctica de algún deporte. Estos representan 0,4 millones, lo que equivale a un 2.6% del total de viajes

realizados por dichos turistas. A continuación, podremos observar el Gráfico 1, donde se representan los resultados de las encuestas realizadas por la División de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura y Deporte.

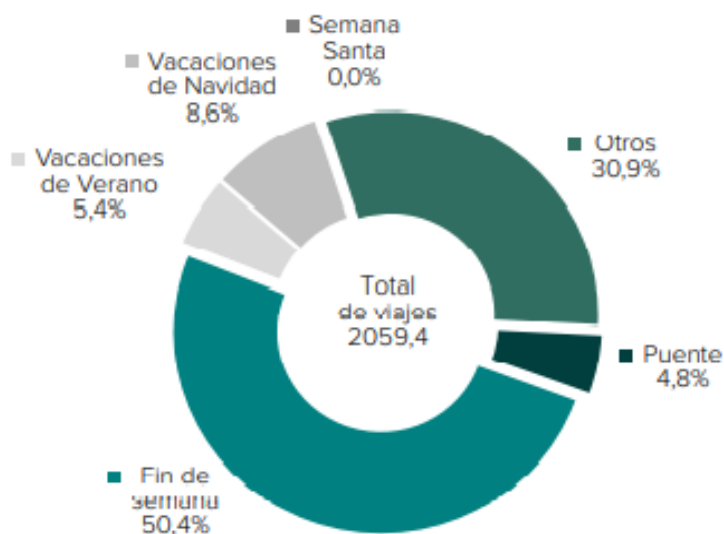
Gráfico1. Viajes de residentes en España y llegadas de turistas internacionales realizados por motivos deportivos y gasto total asociado.



Fuente: Anuario de Estadísticas Deportivas (2021).

Otro dato significativo es la temporada de realización del viaje. Si observamos el Gráfico 2, se aprecia que la mayoría de los turistas se suele desplazar con más frecuencia durante los fines de semana.

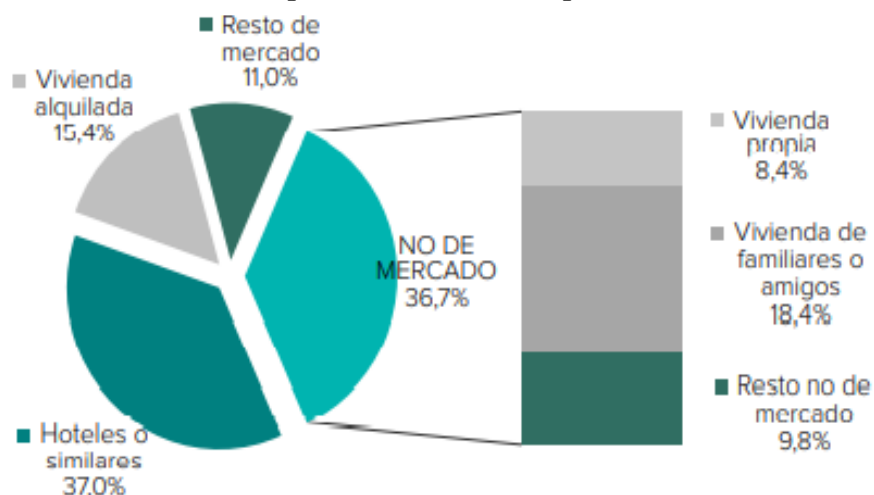
Gráfico 2. Época de realización del viaje por motivos deportivos.



Fuente: Anuario de Estadísticas Deportivas (2021).

Por último, el tipo de alojamiento donde suelen pernoctar una gran parte de los turistas deportivos son los hoteles (37%). En el siguiente gráfico (Gráfico 3) observamos los porcentajes de ocupación de los distintos establecimientos.

Gráfico 3. Tipos de establecimientos donde pernoctan los turistas deportivos.



Fuente: Anuario de Estadísticas Deportivas (2021).

3. El cicloturismo como tipología de turismo deportivo

El cicloturismo se refiere a la práctica del ciclismo, que aúna dentro del propio concepto deporte y cultura, ejercicio físico y formación (Oliva Melgar, 1986). No existe una definición exacta como tal, ya que el cicloturismo acoge todas las formas de ciclismo recreativo, sin tener en cuenta el ciclismo de competición.

Normalmente, los cicloturistas forman parte de un club o una agrupación donde se juntan con otras personas con las que salen a rodar los fines de semana, programan viajes con el fin de realizar otras rutas diferentes a las ya frecuentadas, participan en marchas cicloturistas, etc. Incluso, pueden llegar a planear acudir como espectadores a alguna carrera profesional, como el Tour de Francia o la Vuelta a España.

Como se ha mencionado, existe una clasificación en la que destacan las “vacaciones deportivas”, considerando dentro de ellas una división que distingue las “vacaciones deportivas puras activas” y las “vacaciones deportivas puras pasivas”. Nos centraremos en aquellos turistas que optan por estas dos modalidades, analizando las competiciones más relevantes realizadas tanto dentro del territorio nacional como del regional.

Comenzaremos con las “vacaciones deportivas puras activas” en las que el turista se desplaza concretamente para realizar algún deporte, en este caso, para participar en algunas competiciones de ciclismo o marchas cicloturistas. Recalcaremos que las pruebas citadas serán, únicamente, de carretera y de BTT.

3.1. Algunos datos de interés sobre el cicloturismo

Al realizar el análisis de la Vuelta a España contemplamos que todos los corredores cuentan con una licencia federativa. La creación de esta tarjeta, que aúna toda la información personal del corredor, tenía como fin principal que los ciclistas pudieran optar a diversas competiciones (únicamente las celebradas dentro del territorio nacional, pues competir fuera de España conlleva invitaciones de federaciones, del propio organizador del evento o, simplemente, pertenecer a un equipo profesional).

En 2017 surgió una agencia de viajes de cicloturismo, *Bikefriendly*, ubicada en Huesca. Esta empresa aporta su propio sello de calidad ayudando y trabajando conjuntamente, con todos los establecimientos turísticos que quieran renovarse, adaptando a la demanda actual y ofreciendo facilidades a los ciclistas que compren sus respectivos servicios (guardabiciquetas individuales, herramientas, zona de lavado, etc.) Además, la propia agencia crea rutas de varios días y organiza viajes en bicicleta por toda España y por otros países como Andorra, Francia y Portugal. En su página oficial encontramos un apartado donde aparece toda su oferta (entre otros, alojamientos extremeños situados en la provincia de Cáceres), aunque también cuentan con una guía de los mejores establecimientos recomendados para cicloturistas.

Centrando nuestro objetivo en el ciclismo, es necesario saber que en Extremadura existen ocho centros BTT, seis de ellos ubicados en la provincia de Cáceres y dos en la provincia de Badajoz. Se trata de espacios destinados principalmente a la práctica del ciclismo de montaña, aunque pueden realizarse otras actividades como el senderismo.

Como novedad reciente, el hotel Cap Negret situado en la localidad alicantina de Altea, lograba a principios de 2022 el sello *Bike Territory Turismo*, siendo el primer hotel en conseguirlo. Dicho sello fue elaborado por la Real Federación Española de Ciclismo y tiene como objetivo “reconocer a los territorios, ciudades o empresas que afrontan las demandas de la sociedad en los nuevos retos y apuestan por el fomento del turismo en bicicleta, la movilidad sostenible y la práctica del ciclismo deportivo y de competición”, así lo cuenta la propia federación en su página.

3.2. Principales pruebas de cicloturismo y ciclismo de competición en España

A continuación, describiremos algunas de las carreras más importantes donde compiten ciclistas profesionales y otras donde participan ciclistas aficionados.

La primera carrera expuesta es reconocida como *Non Stop Madrid - Tajo Internacional – Lisboa*. Su primera edición fue en 2013, donde los ciclistas llevaron a cabo relevos entre aquellos que pertenecieran al mismo equipo y los tiempos se fueron sumando conforme las etapas finalizaban. Esta carrera, de más de 770 Km, discurre por senderos y caminos rurales incluyendo también algunos tramos de carretera, por lo tanto, se usa la bicicleta de montaña.

Por otro lado, mencionar una de las marchas cicloturistas más significativas de España, la *Quebrantahuesos*, con 30 años de historia. Conocida como la gran fiesta del ciclismo de carretera en España. Todas sus ediciones se han celebrado en el Pirineo Aragonés y el Pirineo Francés, cuya sede central se encuentra en Sabiñánigo (Huesca). Existen dos recorridos: el *Gran Fondo* compuesto por casi 200 km, donde se suben cuatro puertos importantes: Somport, Marie Blanque, Portalet y Hoz de Jaca; y el *Treparriscos Medio Fondo*, con 85 km donde se suben dos puertos de montaña: el puerto de Coteñabalo y el Alto de Petralba.

Aparte, mencionamos algunas marchas sobresalientes dentro del ámbito nacional, de ciclismo en carretera:

- *La Perico*. En reconocimiento a Pedro Delgado, comentarista en la televisión pública española desde 1995. En 1994 dejó el ciclismo y empezó a celebrarse esta ruta de carácter internacional.
- *La Induráin*. En homenaje al ex ciclista profesional Miguel Induráin, que cuenta con 30 años de antigüedad.
- *Larra Larrau*. Su nombre se debe a uno de los puertos que se asciende durante la ruta, Larrau, perteneciente al Pirineo. El punto de salida de esta marcha es Isaba, localidad navarra del Valle del Roncal.

Respecto al turismo deportivo pasivo, destacaremos las competiciones más relevantes que mueven a mucha gente para disfrutar del espectáculo, ya sean residentes del lugar o apasionados del ciclismo.

La *Vuelta a Burgos* es una carrera por etapas a la que acuden muchos equipos, cuales WorldTour, Protour y, en menor medida, continentales. La primera edición fue en 1946, donde únicamente pudieron competir los hombres. Tras la edición de 1947, hubo un receso y no se reanudó su celebración hasta 1981, gracias al apoyo de la Diputación de Burgos. En 2015 crearon una

edición femenina, obteniendo en 2019 un reconocimiento internacional en el calendario de la UCI (Unión Ciclista Internacional), y ascendiendo en 2021 a la máxima categoría del profesionalismo. Esta vuelta es una gran promoción turística para la propia ciudad de Burgos, aunque, sobretodo, se quiere realzar la imagen de la provincia. En agosto de 2021, Burgos se convirtió nuevamente en “capital mundial del ciclismo”, así informaron en la página oficial de La Vuelta Ciclista a España, con el fin de celebrar el octavo centenario de la construcción de la Catedral de Santa María, considerada Patrimonio de la Humanidad.

Otra prueba es la *Vuelta Ciclista a Andalucía*, con 68 años de antigüedad. La primera edición fue celebrada en 1925, y a pesar de no celebrarse durante treinta años, fue rescatada en 1955 por un grupo de amigos de la Agrupación Ciclista Malagueña. La UCI en los años 1999 y 2000 la evaluó como la mejor organización dentro de las 479 pruebas élite celebradas en los cinco calendarios internacionales. Actualmente continúa siendo parte del calendario de la UCI y en 2022 acogerá la primera edición femenina. Enfatizamos que este evento es sostenible con el medio ambiente y es la primera vuelta ciclista en España incluida en la carta verde del deporte español.

3.3. Principales pruebas de cicloturismo y ciclismo de competición en Extremadura

En la región de Extremadura existe un nutrido elenco de pruebas de conocido reclamo turístico referidas al ciclismo. Referenciaremos algunas de ellas contempladas en el calendario nacional de la RFEC.

La primera de las 11 que forman este calendario de copas y que abre la temporada en el mes de febrero es la *Copa de España Masculina Circuito Guadiana*. Salió a la luz oficialmente en 1968 y durante un largo período de tiempo se celebraron dos ediciones anuales de la misma: una en febrero y otra en septiembre. La carrera tuvo un pequeño receso, pero volvió a celebrarse en 1986 y pasó a formar parte de la Copa de España de Ciclismo Aficionado en 2007. La Peña Ciclista El Pedal (actual Club Ciclista Guadiana) fue la promotora de esta carrera que, a pesar de no tener la documentación al día, con la ayuda de Jesús Díaz (ciclista emeritense perteneciente al Club Ciclista Imperio de Mérida) pudieron celebrar la primera edición de 1968. Esta colaboración supuso que en los documentos oficiales apareciese el nombre del club de Mérida como organizador (De la Cruz & Carbonero, 2017). Esta carrera mueve a ciclistas de todas partes de España e incluso equipos extranjeros.

Por otra parte, destacamos una de las marchas ciclodeportivas más importantes de Extremadura, la *Nor3xtrem*, nacida en 2014 gracias a un club ciclista de Cáceres y reconocida nacionalmente por la RFEC en 2016. El nombre de la prueba hace referencia al paso por la que discurre, pues aúna tres valles del norte extremeño: Valle del Jerte, Valle del Ambroz y La Vera. Para finalizar, la *Vuelta Ciclista a Extremadura* (1985) fue impulsada y consolidada durante 25 años por José Guillén Gallardo, figura muy relevante dentro del ciclismo extremeño. En 2005 la UCI la consideró una prueba de categoría 2.2., generando una mayor participación de equipos profesionales.

El trienio desde 2007 hasta 2009 fueron “los años bonitos de la Vuelta”, así lo afirmaba el propio José Guillén, pues supuso un empuje económico y turístico para la región. La población local también se volcaba y muchos medios comenzaron a realzar su imagen.

4. La Vuelta Ciclista a España: Historia, funcionamiento y mención especial a la 68ª edición

Este evento nació en el año 1935 de la mano de Clemente López Doriga que obtuvo la ayuda de Juan Pujol, director del diario *Informaciones*, donde participaron 50 ciclistas que tuvieron que atenderse ellos mismos si tenían algún imprevisto durante la carrera, pues por aquel entonces no existían los coches de apoyo de los diferentes equipos participantes.

En 1936 se pudo celebrar la segunda edición a pesar de la mala situación política que asolaba a España. Estuvo suspendida, volviéndose a retomar en 1941 donde predominaba la participación española, ya que otros países se encontraban en conflicto debido a la II Guerra Mundial. Tras celebrarse la edición de 1942, hubo una segunda suspensión de la Vuelta debido a los escasos ingresos del país, celebrándose nuevamente en 1945 gracias al diario *Informaciones*, que se desentendería de la organización de la prueba en 1950. En este último año, el evento estuvo nuevamente parado por falta de patrocinadores que lo impulsaran, aunque en 1955 volvió a ver la luz gracias al periódico *El Correo Español-El Pueblo Vasco*. Cabe destacar que fue realmente en la década de los 60 cuando obtuvo el máximo reconocimiento.

En 1979 la empresa Unipublic, tomó las riendas y comenzó a encargarse del funcionamiento de La Vuelta a España, siendo Javier Guillén su director. Esta empresa también organiza la conocida “CERATIZIT Challenge by La Vuelta” nacida en 2015, y que en 2018 pasó a ser una carrera por etapas para el pelotón femenino, siendo la primera prueba española que entró en la categoría Women’s WorldTour.

Respecto a la carrera masculina, hoy día, cuenta con cuatro maillots (*maillot rojo* o maillot de líder, *maillot verde*, conocido como maillot por puntos, *maillot de lunares* o maillot de la montaña y *maillot blanco* o maillot de joven que premia al mejor ciclista menor de 25 años). Además, desde 2012, se premia al ciclista que más ha peleado por la etapa, con el premio a la combatividad.

Existe otra presentación oficial que es la de los equipos, y se suele celebrar uno o dos días antes del comienzo del evento, donde también se realiza la actuación en vivo de la sintonía oficial que acompañará a los corredores en cada una de las etapas.

En 2013 se llevó a cabo la 68ª Edición de la Vuelta, empezando el 24 de agosto y finalizando el 15 de septiembre, vio un total de 198 corredores (38 españoles) de 22 equipos diferentes. Únicamente consiguieron completar todas las jornadas 144 ciclistas, entre los que destacamos los nombres de Alejandro Valverde y Joaquín Rodríguez, logrando un tercer y cuarto puesto respectivamente en la clasificación general, y Daniel Moreno dos victorias de etapa.

El recorrido estuvo compuesto por 21 etapas que sumaron 3.358,9 kilómetros en su conjunto, incluyendo gran parte de las diferentes comunidades autónomas españolas. Entre las etapas, encontramos una CRE (Contrarreloj por equipos) y una CRI (Contrarreloj individual), además de las clásicas etapas de media montaña, llanas y de montaña.

Las dos etapas que se han analizado en este trabajo son la 6ª: Guijuelo – Cáceres, y la 7ª: Almendralejo – Mairena de Aljarafe, siendo ambas bastante llanas. En la primera de ellas, las localidades extremeñas de Baños de Montemayor, Aldeanueva del Camino, Plasencia, Grimaldo, Cañaveral y Cáceres pudieron disfrutar del paso de la carrera; mientras que en la segunda etapa lo hicieron municipios como: Almendralejo, Villafranca de los Barros, Los Santos de Maimona, Zafra, Calzadilla de los Barros, Fuente de Cantos y Monesterio.

5. Metodología

Para analizar las dos etapas mencionadas de la *Vuelta a España 2013*, que son las etapas que transcurren por territorio extremeño, recurrimos a dos métodos de recogida de datos.

En primer lugar, aplicamos una metodología cuantitativa basada en una breve encuesta telefónica a los establecimientos hoteleros de algunas de las localidades por donde discurrió la Vuelta en las dos etapas objeto de estudio, con el objeto de conocer si la ocupación de los establecimientos acaparaba sólo a los turistas deportivos activos o también al público o turistas deportivos pasivos.

Y, en segundo lugar, se recurrió de nuevo al método cuantitativo, donde aplicamos una encuesta más profunda a la población turista asistente a esas dos etapas de la prueba, seleccionando una muestra aleatoria por conveniencia de 222 personas provenientes de toda España y lanzando la encuesta a través de plataformas digitales. La encuesta se dividió en cinco apartados amplios: a) Perfil sociodemográfico y vinculación como turista deportivo a la Vuelta a España; b) La Vuelta ciclista como reclamo turístico; c) Impacto mediático del evento; d) Impacto social y económico del evento; y e) Impacto medioambiental del evento.

Las cuestiones que se plantearon en la encuesta fueron en forma de opciones múltiples de respuesta para el primer apartado y utilizando la escala de satisfacción de Likert para el conjunto de las preguntas que formaron los cuatro apartados restantes.

La herramienta elegida para la recopilación de datos ha sido el cuestionario en línea, es decir una encuesta exploratoria por Internet. A diferencia de otras herramientas de detección, esto permite una reducción significativa de costes y tiempos de detección y permite llegar a una gran población. Dado que se trata de una población con una amplia socialización en Internet, esta herramienta parece aún más apropiada.

Entre las muchas plataformas en línea que apoyan la construcción y difusión de encuestas web, *Google Forms* fue nuestra elección. Utilizando esta herramienta, se le pide al investigador que elija entre las muchas opciones disponibles, que tienen efectos significativos en los resultados generales de la encuesta (resultados de investigación, tasas de respuesta, errores de medición, etc.).

El camino de la investigación incluye, por lo tanto, una primera fase en la que se procede a una revisión sistemática de la literatura sobre el fenómeno investigado que permitirá la construcción del cuestionario en línea. La segunda fase ha estado centrada en la construcción de las aplicaciones. En esta fase, sin embargo, antes de proceder a la redacción final del cuestionario, se realizó una simple exploración cualitativa previa con breves entrevistas cualitativas realizadas

a un pequeño número de personas que han formado parte del público a las etapas analizadas de la Vuelta. Los resultados de esta prueba previa permitieron una construcción más válida y fiable de los elementos propuestos en la encuesta web. Una vez definido el cuestionario, se implementó en línea en la plataforma *Google Forms*. La tercera fase, se dedicó a la difusión, entre los turistas deportivos pasivos, de la encuesta y de las formas de participación y, posteriormente, a la recogida de opiniones y actitudes sobre el fenómeno estudiado. Por cuestiones de espacio no se anexa el cuestionario en este artículo, pero se le provee al lector el enlace <https://docs.google.com/forms/d/17urbW2xbYeHPXiTVTkWU2SwIFW3YTarZsa045Nk0Ei8/prefill> donde se puede visualizar.

6. Resultados

6.1. Resultados de la encuesta a los establecimientos hoteleros

A continuación, observaremos la influencia que tuvo La Vuelta Ciclista a España 2013 en el sector hotelero extremeño. En la Tabla 1 se muestra la distribución de los equipos y personal de la Vuelta alojados entre los distintos establecimientos.

Tabla 1. Distribución de equipos y personal de la Vuelta alojados en establecimientos de Extremadura en la Vuelta 2013

Nombre alojamiento turístico	Localidad	Equipos alojados
<i>Aqualange</i>	Alange	Bmc Racing Team FDJ.fr
<i>Acosta centro</i>	Almendralejo	Garmin - Sharp Lampre – Mérida
<i>Acosta Vetonía</i>	Almendralejo	AG2R La Mondiale Lotto Belisol Team Argos – Shimano
<i>Nueva Dulcinea</i>	Almendralejo	Caja Rural
<i>AHC</i>	Cáceres	Team Saxo - Tinkoff Vacansoleil – Dcm
<i>Fontecruz Cáceres</i>	Cáceres	Euskaltel - Euskadi Katusha Team Movistar Team
<i>Sercotel Extremadura</i>	Cáceres	Belkin Pro Cycling Team Orica Greenedge Jurado
<i>Las Lomas</i>	Mérida	Radioshack Leopard

<i>Tryp Medea</i>	Mérida	Cannondale Pro Cycling Omega Pharma – Quickstep
<i>Romero</i>	Mérida	Cofidis, Solutions Credits Team Netapp Endura
<i>Velada Mérida</i>	Mérida	Astana Pro Team Sky Procycling
<i>Parador de Mérida</i>	Mérida	Dirección de carrera Servicio médico

Fuente: Elaboración propia a partir de Unipublic (2013).

Con la encuesta realizada a los hoteles extremeños donde se quedaron a pernoctar tanto los equipos participantes en La Vuelta 2013 como el personal que hizo posible su funcionamiento, se pretendió averiguar si, aparte de los equipos, alojaron a otro tipo de clientes durante las mismas fechas. La respuesta de los establecimientos encuestados fue, en un 40%, afirmativa y algunos coincidieron en que gran parte del porcentaje de su hotel lo abarcaba el personal de La Vuelta. Por otra parte, preguntamos si contrataron personal adicional, a lo que nos contestaron que sí, en algunos casos, concretándonos que contrataron más personal de limpieza y camareros. También confirmaron que la edición de 2021, en la que la Vuelta tuvo tres etapas que atraviesan Extremadura, alojaría a personas relacionadas con el funcionamiento de La Vuelta y equipos. Por otra parte, se decidió medir, a través del método Likert, una serie de planteamientos. En primer lugar, se quiso saber si el paso de la Vuelta incrementó las reservas. Esto se pudo afirmar en sólo dos establecimientos. En segundo lugar, preguntamos si tuvieron que llevar a cabo algún cambio en la carta o menú del comedor, a lo que un 40% lo afirmó, frente a un 60% que lo negaba. Normalmente, los equipos ciclistas con un rango más alto van preparados con sus cocineros y, por eso, gran parte de los alojamientos no tienen que hacer ningún cambio para adaptarse a la dieta de los ciclistas. En tercer lugar, nos interesamos por el prestigio del hotel, preguntando si La Vuelta 2013 les había ayudado a mejorarlo: un 60% indicó de manera afirmativa que la celebración del evento fue un impulso para su negocio, en cambio, el 40% restante señaló que no estaba de acuerdo. Por último, la mayoría de los alojamientos encuestados (80%) manifestaron que no querían que la Vuelta volviera a celebrarse cerca del municipio donde se encuentra su establecimiento.

6.2 Resultados obtenidos a través de la encuesta a la población turista

Los resultados obtenidos de la encuesta a la población turista serán analizados en diferentes secciones, siguiendo la estructura del modelo de cuestionario aplicado.

6.2.1 Perfil sociodemográfico y vinculación como turista deportivo a la Vuelta a España

Participaron un total de 222 personas de todo el territorio nacional, entre ellas 183 hombres y 39 mujeres. Como se aprecia en la Tabla 2, los grupos de edad fueron muy variados: un 27.5% pertenecían al grupo de 18 a 24 años, seguido del grupo de 25 a 34 años con un 23.9%; el tercer lugar fue para el grupo de 35 a 44 años representados con un 21.2% y tras este continuaba el grupo de 45 a 54 años con un 14.4%; en penúltimo lugar se situaba el grupo de 55 a 64 años con un 8.6% y, por último, un 4.5% de mayores de 64 años.

Tabla 2. Edad de los turistas deportivos encuestados

Grupos de edad	%
18-24 años	27.5
25-34 años	23.9
35-44 años	21.2
45-54 años	14.4
55-64 años	8.6
> 64 años	4.5

En cuanto al lugar de residencia (Tabla 3), la mayoría procedían de Extremadura (36.8%), seguidos de Galicia (13.1%), el País Vasco (9%), Castilla y León y Madrid (6.3%), Andalucía (5.9%), Castilla La Mancha (4.5%), Comunidad Valenciana (4.1%), etc. Contestaron de todas las comunidades exceptuando Ceuta y Melilla.

Tabla 3. Comunidad Autónoma de procedencia de los turistas deportivos encuestados

C.A. de procedencia	%
Extremadura	36.8
Galicia	13.1
País Vasco	9
Castilla y León	6.3
Madrid	6.3
Andalucía	5.9
Castilla La Mancha	4.5
Comunidad Valenciana	4.1

Respecto al nivel de estudios, en la Tabla 4 nos encontramos a un 32.4% con estudios universitarios, con formación profesional un 25.7%; un 15.3% representaba por igual a personas con máster o doctorado y a aquellos que tenían Bachillerato; los que llegaron hasta la Enseñanza Secundaria representaron un 5.9%, y con Educación Primaria un 5.4%.

Tabla 4. Nivel de estudios de los turistas deportivos encuestados

Educación	%
<i>Educación Primaria</i>	5,4
<i>Educación Secundaria</i>	5,9
<i>Bachillerato</i>	15,3
<i>Formación Profesional</i>	25,7
<i>Estudios Universitarios</i>	32,4
<i>E. Postuniversitarios (Máster, Doctorado)</i>	15,3

En referencia al estado civil (Tabla 5), predominaban los solteros con un 52.7% frente a un 35.1% de casados; un 8.6% aquellos que tenían pareja de hecho, y el resto se repartía entre los que eran separados (1.4%), divorciados (1.8%) y viudos (0.5%).

Tabla 5. Estado civil de los turistas deportivos encuestados

Estado Civil	%
<i>Soltero</i>	52.7
<i>Casado</i>	35.1
<i>Pareja de hecho</i>	8.6
<i>Divorciado</i>	1.8
<i>Separado</i>	1.4
<i>Viuvo</i>	0.5

Nos interesamos en saber si las personas que se desplazan para ver estos eventos realizaban algún tipo de actividad física; una inmensa mayoría de las respuestas fueron positivas (95.9%) y únicamente un 4.1% no llevaban a cabo ningún tipo de actividad física habitualmente. También una gran cantidad de personas, entre las que respondieron de manera afirmativa, practicaba ciclismo habitualmente (77.3%). El porcentaje restante practicaba otros deportes muy variados. Más de la mitad de las personas encuestadas practican turismo deportivo, tanto de forma pasiva como activa (54.5%), aunque también hay algunas que solo lo practican de forma activa (30.6%) o únicamente de forma pasiva (14.9%) y, en consecuencia, han asistido en alguna ocasión como espectador a pruebas de ciclismo (97.7%). Entre los encuestados, un 50% se desplazó para ver la Vuelta Ciclista a España del año 2013.

La sexta etapa (Guijuelo - Cáceres) obtuvo un porcentaje de personas desplazadas del 32.5%, seguida de la séptima etapa (Almendralejo –Mairena de Aljarafe) con un 29.1%. Fueron estas las etapas más señaladas por nuestros encuestados, debido a que gran parte de los que participaron eran extremeños. En menor medida asistieron a la última etapa con final en Madrid (12.8%). Entre las etapas de montaña, destacamos la 20ª con final en el Angrilú, a la que acudió un 12%.

Por otra parte, al observar la Tabla 6, descubrimos que los encuestados habían estado en otras ediciones de la Vuelta Ciclista a España a partir del año 2013. En la edición del 2018 estuvieron el 52.2% de los encuestados y en la del 2019 un 47.8%, por lo que se obtuvieron porcentajes muy igualados, en cambio, a la edición del 2020 solo acudió un 21.5%, principalmente debido a la situación sanitaria de nuestro país a causa de la pandemia mundial.

Tabla 6. Afluencia de los turistas encuestados en las ediciones de la Vuelta 2018, 2019 y 2020

Ediciones	%
2018	52.2
2019	47.8
2020	21.5

Destacamos que cuando las personas encuestadas se han desplazado como turistas deportivos pasivos han pernoctado en la zona un 45.5%. Mayoritariamente, este tipo de turistas pernocta

en hoteles (45.8%), aunque también en casas rurales (20.8%), apartamentos turísticos y campings (10%), albergues (5%). También señalaron otros lugares para pernoctar como: hostales, la casa de algún familiar y autocaravanas (ver Tabla 7). Aquellos que solo van a ver la carrera y vuelven a su lugar de residencia se posicionan en similar porcentaje a los que hemos analizado anteriormente (45.5%). Suelen hacer gastos en el sector de la hostelería: restaurantes, bares, cafeterías, etc. (95.2%). En cambio, hay algunas personas que no se desplazan, si la etapa pasa por su ciudad.

Tabla 7. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas deportivos que pernoctan

Tipo de Alojamiento	%
<i>Hotel</i>	45.8
<i>Casa Rural</i>	20.8
<i>Apartamento Turístico</i>	10
<i>Camping</i>	10
<i>Albergue</i>	5
<i>Resto de alojamientos</i>	8,4

En la Tabla 8, se puede observar que, para desplazarse, los turistas deportivos pasivos, casi en su totalidad, utilizan coche particular (88.3%). También se desplazan para ir al evento, en bicicleta (4.5%), transporte público (1.8%), caravana (1.8%) y a pie (1.8%). Gran parte de ellos, estos viajes los realizan con amigos (43.7%), aunque también con la familia (34,7%), siendo una minoría aquellos que los llevan a cabo con la pareja (13.1%) o solos (7.2%).

Tabla 8. Medio de transporte usado por los turistas deportivos encuestados para acudir al evento

Medio de transporte	%
<i>Coche propio</i>	88.3
<i>Bicicleta</i>	4.5
<i>Transporte público</i>	1.8
<i>Caravana</i>	1.8
<i>A pie</i>	1.8

En cuanto al tiempo máximo que las personas invierten en sus desplazamientos, predominan aquellos que su trayecto dura más de una hora (88.3%) y en la distancia máxima de desplazamiento nos indicaron un 77.9% que realizaba más de 100 kilómetros.

A la hora de elegir una etapa (ver Tabla 9), las preferencias son las etapas de montaña (84.7%), quedándose al margen las etapas de media montaña (7.7%), las de contrarreloj (4.1%) y las llanas (3.6%). En relación con estos resultados, suelen desplazarse con más frecuencia a los puertos de montaña (70.7%), seguido, con porcentajes igualados (12.6%), aquellos que viajan a

la llegada al municipio y a las localidades que hay entre el municipio de salida y el de llegada; y en último lugar, a la salida del municipio (4.1%).

Tabla 9. Etapas de la Vuelta preferidas por los turistas encuestados

Tipo de etapa	%
<i>De montaña</i>	84.7
<i>De media montaña</i>	7.7
<i>Contrarreloj</i>	4.1
<i>Llanas</i>	3.6

El motivo principal por el que las personas se desplazan a ver las etapas de la Vuelta a España es porque les gusta el ciclismo (87.4%), y en menor proporción, porque quieren estar cerca de los ciclistas profesionales (5.9%), o incluso para acompañar a alguien del entorno que se sienta atraído por este deporte (4.1%).

El 76.4% de estos turistas deportivos pasivos tenía pensado acercarse a disfrutar de la edición de 2021, entre los que un 46.6% de ellos iría a alguna de las etapas que pasaron por Extremadura. De las tres etapas que atravesaron Extremadura, la que contaba con el final en el Pico Villuercas (etapa de montaña) fue la más seleccionada (76.3%) frente a un 17.2% que indicó la etapa de Navalmoral de la Mata – El Barraco, y, 6.5% la etapa de Bélmez – Villanueva de la Serena. El 74.2% de las personas que se desplazarían para ver alguna etapa no se quedaría a pernoctar cerca de la zona de estas tres etapas, frente al 25.8% restante sí lo haría.

6.2.2. Evento deportivo como reclamo turístico

Para analizar la Vuelta como reclamo turístico, se utilizó la escala de Likert. Los encuestados coincidieron en que sí es suficiente la imagen proyectada de las localidades durante la Vuelta en los medios de comunicación, siendo las descripciones de los puntos de interés de dichas localidades una ayuda para el fomento del turismo en la región. También concuerdan en que los paisajes mostrados por el helicóptero les parecen bonitos, pero opinan que deberían aparecer más. Afirmaron que durante la retransmisión de la Vuelta conocen lugares nuevos, aprenden sobre su patrimonio y, a raíz de ello, si se sienten atraídos por algún lugar en concreto, organizan un viaje para poder visitar la zona en un futuro.

A estos turistas deportivos, cuando viajan para ver alguna etapa, les gusta visitar la ciudad para conocerla mejor y, a su vez, la recomiendan a amigos y familiares. Cuando planifican este desplazamiento, estudian el libro de ruta para asegurarse de los horarios del paso de la carrera establecidos por la organización y llegar al lugar sin problemas.

6.2.3. *Impacto mediático del evento*

Ahora se trata de analizar el impacto mediático que puede alcanzar este evento durante su retransmisión. Respecto a publicar fotos de la Vuelta en las redes con la ubicación exacta, fue una cuestión disputada, aunque hubo más gente que sí estaba de acuerdo. Las personas no suelen publicar *tweets* usando el *hashtag* oficial, pero parte de ellas siguen a la cuenta oficial de la Vuelta para estar al día.

La aplicación creada para la Vuelta no suele usarse, pero sí leen las noticias que aparecen en prensa y navegan por Internet buscando los resultados y noticias de la Vuelta.

El canal por donde más personas se conectan para ver la Vuelta es RTVE, aunque *Eurosport* también tuvo una buena acogida, pero bastante inferior. Esto puede deberse a que este último es una canal de pago. Además, estos telespectadores suelen tener el hábito de sumarse a la retransmisión desde el principio para no perder detalle de la etapa, pero si no pueden verla en directo se conectan en diferido. Además, gran parte de las personas encuestadas han llegado a usar la radio para seguir el evento.

En alusión al vídeo promocional de la Vuelta, muchas personas coinciden que transmite sentimientos y llega al público que lo observa. Añaden que, con el paso de los años y de las ediciones, se ha observado mejora en los vídeos actuales, pero prefieren que vuelvan los *spots* publicitarios de antes porque transmitían más emoción. Por último, la sintonía oficial, según los encuestados, debería componerse para la ocasión, en vez usar canciones ya elaboradas.

6.2.4. *Impacto social y económico del evento*

Respecto al impacto social y económico que ocasiona el paso de la Vuelta, descubrimos que supone un impulso para los comercios de los diferentes municipios, aunque piensan que es excesiva la inversión realizada.

Por otra parte, observamos que la celebración de la Vuelta Ciclista a España es un aliciente para la práctica de este deporte, principalmente para los más jóvenes, ya que los ciclistas profesionales constituyen referentes para ellos. Otra motivación de la Vuelta es que incita a la práctica de turismo deportivo de forma activa.

Nuestros encuestados manifestaron la existencia de problemas a la hora de encontrar aparcamiento durante la celebración del evento y que las carreteras cortadas durante el paso de la carrera congestionan el tráfico. A pesar de estas dificultades, se mostraron de acuerdo en que el dispositivo de seguridad de la Vuelta es efectivo y trata de que todo esté en orden durante el paso de la carrera por los municipios, sintiéndose bastante afortunados si alguna etapa pasa por su localidad de residencia.

El evento aporta una nueva experiencia y ventajas socioeconómicas a los residentes del lugar. Dicha experiencia contribuye a un mejor comportamiento y acogida a los turistas por parte de los vecinos.

El paso de la Vuelta también supone el arreglo de carreteras y setos de las diferentes localidades participantes, proyectando una mejor imagen a las personas que sigan la carrera por la televisión o se desplacen para disfrutarla *in situ*.

6.2.5. *Impacto medioambiental del evento*

La última sección de la encuesta se centró en el impacto medioambiental que puede ocasionar el evento. Los encuestados no estuvieron de acuerdo en que la contaminación acústica durante esta gran vuelta por etapas repercutiera de manera negativa en las localidades donde se celebra. También negaron que las carreteras por donde circula la Vuelta se llenen de residuos lanzados por los ciclistas, y en cuanto a los regalos que reparte la caravana, confirmaron que no son excesivos, por lo que no repercute de manera negativa. Y para finalizar, manifestaron que realmente los municipios que acogen salidas y llegadas de la Vuelta terminan en buen estado.

7. Principales conclusiones y futuras líneas de investigación

Cada vez son más las comunidades que apuestan por este modelo de turismo tratando de satisfacer una demanda turística existente. Cualquier gran vuelta ciclista por etapas que se retransmita y llegue a un gran número de países, se convierte en un escaparate turístico para poder atraer a más viajeros.

Se ha podido observar que, a pesar de que con el paso de los años son más mujeres las que se sienten atraídas por el ciclismo como evento deportivo y turístico, el número de hombres las sigue superando con creces.

Las personas que más asisten a este tipo de eventos como la Vuelta Ciclista a España, se encuentran entre los 18 y los 44 años, solteros, principalmente, que cuentan con un nivel de estudios bastante alto (universitarios). Estas personas hacen deporte habitualmente, siendo su preferencia el ciclismo. A su vez, practican turismo deportivo tanto de manera activa como pasiva, y cuando lo realizan de esta última forma, invierten una gran cantidad de horas y kilómetros en sus desplazamientos, efectuados, en la mayoría de las ocasiones, con un coche particular y acompañados de familiares y/o amigos.

Algo que sorprende es que entre todos los que participaron como sujetos de la muestra investigada, muchos de ellos se quedan a pernoctar en la zona por donde pasará la etapa, estando este porcentaje igualado con el de los que van y vuelven en el mismo día.

Casi todo aquel que se desplaza termina haciendo un gasto turístico, ya sea en el sector hotelero o en la hostelería, lo que representa un empuje económico para la localidad donde se celebra la Vuelta.

Estos turistas deportivos prefieren acercarse a los puertos de montaña para disfrutar de la carrera y sentir la cercanía de los ciclistas durante la ascensión, ya que en una etapa llana el paso de los corredores es más fugaz.

En cuanto a la planificación de la ruta, resultó bastante curioso que un porcentaje elevado de personas hiciera uso del libro de ruta elaborado por la organización. Este libro no siempre ha estado a disposición del público.

Un elemento a favor de la retransmisión por televisión de la Vuelta es que, cada vez, más personas se unen para seguirla en sus respectivas casas desde muchas partes del mundo. A los

telespectadores les parecen suficientes las descripciones de los puntos de interés aportadas por los comentaristas, aunque demandan más imágenes de los paisajes mostrados por el helicóptero. A pesar de ello, cuando se sienten atraídos por alguna localidad, programan un viaje para poder visitarla.

En el aspecto social, todos concuerdan que la celebración de la Vuelta a España es una nueva experiencia para los residentes del lugar y por lo tanto ayuda a generar un mejor comportamiento de los habitantes para acoger a los turistas que visiten la localidad. Representa un buen dato, ya que existen lugares en los que la demanda turística es elevada y, en cambio, los vecinos no se encuentran conformes debido a que ese exceso de visitantes repercute negativamente en su tranquilidad.

Los resultados evidenciaron que las personas estaban en desacuerdo en cuanto a la contaminación que puede llegar a ocasionar un evento de semejantes dimensiones, como la Vuelta Ciclista a España. Esta manifestación generalizada nos indica que, a pesar de mover a una gran cantidad de personas, los lugares por los que circula la carrera están bien cuidados y trata de no dañar los espacios naturales y urbanos.

En referencia a la encuesta distribuida a los establecimientos turísticos, realmente fue sorprendente. No les gustaría que en las futuras ediciones de la Vuelta se celebre alguna etapa cerca de su alojamiento turístico. Y resulta extraño, ya que un 60% de los mismos argumentó que el paso de la Vuelta 2013 había incrementado el prestigio de su establecimiento, añadiendo, además, que en 2021 alojarían de nuevo a equipos ciclistas o personal relacionado con el funcionamiento de la Vuelta. En todo caso los eventos deportivos siempre están ligados al turismo y su constante innovación, haciendo que se conviertan en generadores económicos, pues como argumenta Blanco-Gregory (2018, p.13), en la actualidad, gracias a los medios de comunicación de masas, este tipo de innovaciones deportivas llegan de manera directa al espectador, causando un gran impacto social y económico en el sector.

Respecto a las oficinas de turismo, creemos que deberían promocionar, ya sea a través de redes sociales o elaborando folletos, la celebración de la Vuelta España en Extremadura. El fin de esta promoción es que atraiga a más turistas para que visiten el municipio. Otra idea añadida a lo anterior sería colocar un stand, tanto en la salida como en la llegada de la etapa, donde se repartieran folletos turísticos de la localidad y de la zona.

Realmente, la investigación no se puede cerrar porque siempre va a haber aspectos que vayan cambiando o elementos que se puedan mejorar. Sería deseable investigar la edición del 2021 e indagar sobre los pensamientos previos de la muestra acerca de la edición de 2022 que volverá a tener etapas en la región extremeña. En este caso, se podría tener en cuenta en la investigación a la población local junto con el sector de la hostelería, como partes muy importantes en el desarrollo turístico en cuestión del evento.

Referencias

- Blanco-Gregory, R. (2018). La influencia de los eventos deportivos como motivación en la elección de un destino turístico y como motor de desarrollo del mismo. *Eracle. Journal of Sport and Social Science*, 1(1), 55-67.
- De la Cruz, J., & Carbonero, R. (2017). *¿Dónde viene Induráin? Antecedentes, génesis y evolución de la Vuelta Ciclista a Extremadura*. Badajoz: Servicio de publicaciones de la Diputación de Badajoz.
- División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica. Ministerio de Cultura y Deporte (2021). *Anuario de estadísticas deportivas 2021*. Recuperado de: <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:b24c68ad-75ff-48d0-aa1f-d57075f22e64/anuario-de-estadisticas-deportivas-2021.pdf>.
- García Ferrando, M., & Martínez Morales, J.R. (1996). *Ocio y deporte en España. Ensayos sociológicos sobre el cambio*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- González Molina, A. (2008). Rasgos caracterizadores del turismo activo y deportivo e importancia económico social y estructural de nuevas formas emergentes. *Acción Motriz*, 1, 102-121.
- Hall, C.M. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning*. London: Belhaven Press.
- Latiesa, M. y Paniza, J.L. (2006). Turistas deportivos: Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología*, LXIV(44), 133-149.
- Merino Mandly, A. (1998). *Planteamiento y orientación del Encuentro de estudio sobre el Turismo en Andalucía, 1998*. Primer Encuentro de Estudios sobre Turismo deportivo en Andalucía. Málaga: Instituto Andaluz del Deporte.
- Oliva Melgar, J.M. (1986). El cicloturismo. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 2(4), 16-18.
- Rodríguez Muñoz, J.M. (2020). *El tour de Francia y su relación con el turismo*. Tesis de fin de carrera. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Secretaría General de Turismo (2004). *El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Champaign: Human Kinetics.
- Unipublic (2013). *Libro de ruta de la Vuelta a España 2013*. <https://www.ciclo21.com/libro-de-ruta-de-la-vuelta-a-espana/>.