



Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo:

“Zaragoza posible destino del turismo runner.
Propuesta turística”

Autor/es

MARINA RODRIGO LOZANO

Director/es

LARA ÍÑIGUEZ BERROZPE

ESCUELA DE TURISMO UNIVERSITARIA DE ZARAGOZA

2015

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Definición del turismo deportivo	5
2.2. Definición del turismo runner o turismo a la carrera.	6
2.3. ¿El turismo runner es una moda pasajera?.....	7
3. METODOLOGÍA.....	9
4. EL TURISTA RUNNER.....	12
4.1. Cambios sociológicos que han permitido el surgimiento de este tipo de turista.....	12
4.2. Características generales del turista runner.	12
5. ZARAGOZA ¿DESTINO RUNNER? ¿ESTÁ PREPARADA ZARAGOZA PARA CELEBRAR EVENTOS RUNNING?	14
5.1. ¿Qué tipo de turista runner viene a Zaragoza?.....	16
5.2. Análisis DAFO	21
6. PROPUESTA TURÍSTICA	24
6.1. ¿Qué se oferta actualmente?.....	24
6.2. Nuestra propuesta: « Zaragoza. Dos mejor que una»	26
7. CONCLUSIONES	37
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cifras del turismo deportivo en España	6
Tabla 2. Lista pruebas deportivas en la ciudad de Zaragoza a lo largo del año 2014.....	14-15
Tabla 3. Distribución de la muestra según procedencia	17
Tabla 4. Análisis DAFO	21-23
Tabla 5. Centros Spa ciudad de Zaragoza	34-35

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Página web turismo runner	7
Imagen 2. Distribución de la muestra, según su procedencia	17
Imagen 3. Distribución tiempo de la estancia	18
Imagen 4. Preferencias sobre tipos de turismo a realizar en Zaragoza	18

Imagen5.Valoración de la ciudad como lugar para celebrar eventos deportivos.....	19
Imagen 6. Valoración de la promoción que se le hace a este tipo de eventos.....	19
Imagen 7. Distribución de la muestra según el canal por el cual se enteró del evento	20
Imagen 8. Respuesta gráfica a la pregunta “¿Qué destacaría de Zaragoza como ciudad para celebrar carreras populares?”	20
Imagen 9. Página web “Rock ‘N’ Roll Marathon Series”:	24
Imagen 10. Página web “Media Maratón Ciudad de Zaragoza”	25
Imagen 11. Página web “Zurich Marato Barcelona”	26
Imagen 12. Página web “Rock ‘N’ Roll Marathon Series” alojamiento	27
Imagen 13. Exposición (EMOZ). Saucépolis (2015)	29
Imagen 14. Yuntas. Pablo Serrano	30
Imagen 15. Ruta Chocotour	31
Imagen 16. Ruta Saborea	31
Imagen 17. Práctica piragüismo	32
Imagen 18. Instalaciones Centro Hidrotermal “Las Ranillas”	34
Imagen 19. Recorrido Balneario Hotel próximo1	35
Imagen 20. Recorrido Balneario-hotel próximo2	35

ANEXOS

- Anexo 1. Trabajo de campo: “Cuestionario Zaragoza y las carreras populares”.
- Anexo 2. Programa de actividades «Zaragoza: Dos mejor que una».
- Anexo 3. Estudio de caso.
- Anexo 4. Simulación: Factura Proforma Familia.
- Anexo 4.1 Simulación: Factura Proforma Grupo (Español) (Inglés).
- Anexo 5. Impacto económico de las carreras y destinos runners.
- Anexo 6. Imagen de marca.

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto se ha llevado a cabo para el trabajo de fin de grado (TFG) de la Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza durante el curso 2014/2015.

La línea de investigación elegida es el turismo a la carrera también llamado turismo runner. Su estudio se hace especialmente interesante por la novedad que presenta ya que poco o nada se conoce de esta nueva tipología de turismo. Para ello, hemos tratado de aplicar diversos conocimientos adquiridos de las asignaturas del grado.

Lo que queremos conseguir con este TFG es tener un conocimiento objetivo y actual sobre el turismo runner- turismo a la carrera, analizar su impacto en la sociedad y más concretamente en el sector turístico en distintos ámbitos y niveles a través de un estudio de caso real, a través del cual se conocerá el perfil del turista runner en Zaragoza y se diseñará un producto turístico pensado específicamente para el mismo. También se llevará a cabo dos supuestos para hacernos una idea del producto ofrecido.

Los objetivos a conseguir:

Objetivos Profesionales

- Hablar de esta disciplina deportiva desde un punto de vista turístico.
- Tratar/intentar que aficionados y no aficionados se interesen por este tipo de turismo.
- Dinamizar la oferta turística de Aragón relacionándola con el turismo runner y posicionarla en los circuitos comerciales nacionales e internacionales (objetivo también del plan diferencial de promoción turística de Aragón 2011-2014).
- Generar una imagen favorable de Aragón como destino del turismo runner mediante la promoción de los valores diferenciales respecto a otros destinos
- Demostrar que la industria turística continúa innovando y que las modas también afectan a este sector.
- Ver qué es el turismo runner o turismo a la carrera
- Estudiar si Zaragoza está suficientemente capacitada para acoger y desarrollar este tipo de turismo. A través de este estudio se pretende corroborar nuestra afirmación inicial o descartarla por falta de argumentos.
- Diseñar un producto turístico para fidelizar al turista, y a largar su estancia.

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico se desarrolla una vez seleccionado el tema y las cuestiones a investigar. Diseñado a partir de la exploración bibliográfica y de toda la información recopilada sobre los temas relacionados con el tema de estudio y sobre los autores que han tratado nuestro objeto de trabajo.

La finalidad de este estudio es que el investigador se familiarice con el tema a investigar, la metodología pertinente y así interpretar los resultados de las conclusiones obtenidas. Por ello, a continuación nos detendremos en acercarlos al estado de la cuestión del tema que nos ocupa, para luego, en los siguientes apartados, abordar sus principales características.

2.1. Definición del turismo deportivo

El turismo a la carrera (anglicismo turismo runner) se enmarca dentro del turismo deportivo, así que antes de ver esta nueva tipología debemos definir qué es el turismo deportivo.

Según la Organización Mundial del Turismo (2001) “Entendemos por turismo deportivo aquel constituido por quienes buscan lugares donde practicar su deporte favorito. Se consideran deportes turísticos los invernales, acuáticos, alpinismo, cacería, pesca y en general todos aquellos que para ejercitarse requieran desplazamiento. También comprende los viajes turísticos para asistir como espectadores a grandes acontecimientos deportivos”.

En los últimos años, la demanda de esta modalidad turística ha aumentado notablemente en todo el mundo debido a la mayor importancia otorgada a la salud y a la condición física, así como a la creciente celebración de eventos deportivos por parte de las ciudades para atraer turistas deportivos (Herstein y Berger, 2013).

En el caso de España “más de 143,5 millones de turistas practicaron alguna modalidad deportiva y 3,3 millones asistieron a espectáculos deportivos durante su viaje en España en 2011. Para más de 2,4 millones el viaje tuvo como motivación principal el deporte. Los turistas españoles que viajan por motivación deportiva gastan 230€ por persona y viaje, sumando un total de 523 millones € en 2011. Los extranjeros que realizan actividades deportivas gastan 1.075€ por persona y viaje, 9,7 millones € en 2011”. Estos son los datos que recoge el observatorio turístico de la Comunidad Valenciana (2013).

Tabla 1. Cifras del turismo deportivo en España.

Cifras del turismo deportivo en España.	
143,5 Millones de turistas practicaron actividades deportivas	87 millones de españoles y 56,5 de extranjeros, el 16% de los que viajaron por ocio y vacaciones
2,4 Millones de turistas viajaron con motivación principal deportiva	1,9 millones de turistas son españoles y medio millón extranjeros
3,3 Millones de turistas asistieron a espectáculos deportivos	1,3 millones españoles y 1,9 extranjeros

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos. Familitur y Frontur (2011). Elaboración Propia.

El turismo deportivo atrae a turistas de todo el mundo a venir a España como alternativa al turismo de “sol y playa”. De alguna manera este tipo de turismo se encuentra alejado del turismo de masas ya que no es estacional, pasivo y/o convencional. Sin embargo, determinadas pruebas sí que atraen a las masas (por lo que, como aquel, sí que podríamos considerarlo un turismo masivo desde este punto de vista), de hecho, se podría decir que las crea y mueve a muchos fans.

El fin que busca el turismo deportivo es un logro personal, la búsqueda de un ocio basado en nuestra propia forma física, y no únicamente en el consumismo o en el sol y la playa.

Cada vez son más los touroperadores, agencias de viaje, compañías de transporte y hoteles los que se especializan en este tipo de turismo y ofertan productos “a la carta”. Todos ellos trabajan en procurar lo que demanda este tipo de turista, ofreciendo productos hechos a medida. Por ejemplo, y muy en conexión con el tema concreto que nos ocupa, el Hotel “Cala Resort” es un complejo hotelero situado en Andalucía que cuenta con circuito de running dentro de un complejo de golf e incluso ofrece la posibilidad de contratar a un entrenador individual o para clases colectivas. También, grandes touroperadores como Thomas Cook también se especializan en este segmento. “Thomas Cook Sports” está centrado sobre todo en organizar eventos deportivos como fútbol, tenis o Formula 1. También podemos citar el touroperador TUI travel que cuenta con una división de negocio “Specialist&Activity” especializada en turismo activo (Correr y Viajar, 2014).

2.2. Definición del turismo runner o turismo a la carrera.

El turismo runner, también llamado turismo a la carrera (Díez, 2013) se encuadra dentro del turismo deportivo. Esta nueva tipología no para de crecer, adquiriendo un nuevo protagonismo en el panorama turístico.

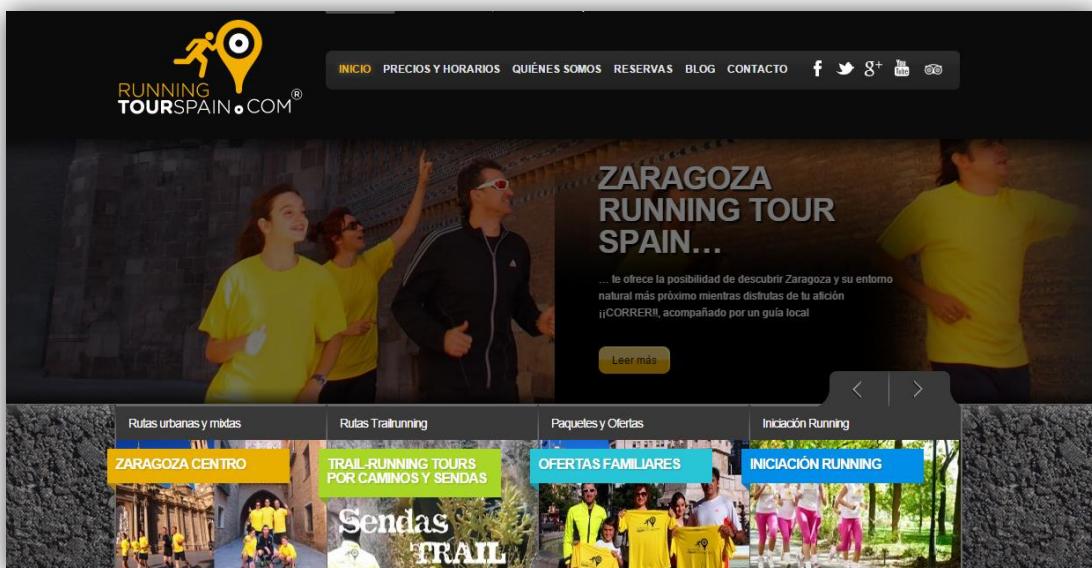
En los últimos años han surgido nuevos conceptos como «*sightrunning*», (neologismo: sightseeing+running)=Turismo y carrera a pie, un término que podría traducirse por « Running turístico » (Rutas y Mapas, 2012). Existe ya en ciudades como

Bilbao o Zaragoza en las que hacer turismo y correr es posible a través de rutas diseñadas para que el turista pueda hacer turismo mientras entrena.

Un guía muestra las atracciones turísticas de la ciudad, durante un recorrido personalizado o en grupo (Imagen 1). De esta forma, se combina el entrenamiento con una visita guiada por la ciudad. Ejemplos de empresas dedicadas a este tipo de servicios son:

- **Bilbao Open Tourism (2015)**
- **Zaragoza Running Tour Spain (2015)**

Imagen 1. Ejemplo página web de turismo runner.



Fuente: Zaragoza Running Tour Spain (2015)

Es evidente que con la proliferación de las carreras populares, debemos desde ya ampliar el concepto de turismo runner o turismo a la carrera. Creemos que no sólo se refiere a lo apuntado en el apartado anterior sino también a aquel aficionado a correr que se desplaza a varios lugares para realizar estas carreras populares. Pues bien, por nuestra parte hemos querido prestar especial atención en este trabajo a ese tipo de turista concreto (y a sus acompañantes), y ofrecerle una serie de propuestas turísticas adaptadas a sus demandas y necesidades y a su perfil pues, como veremos en próximos apartados, actualmente la oferta especializada para ellos es escasa o más bien nula, quizás por la "juventud" de este nuevo tipo de turismo.

2.3. ¿El turismo runner es una moda pasajera?

Ahora bien, antes de plantearnos crear una oferta turística especializada en este nuevo tipo de turista, es necesario plantearnos si el turismo runner (o el propio hecho de salir a correr) es una fiebre pasajera.

En el mundo de los deportes las fiebres son habituales. Que después de un mundial o unas Olimpiadas o tras el estreno de una película o una hazaña individual se dispare la afición por una disciplina, es algo común. La práctica del running tiene origen antiguo, desde la inclusión del atletismo en los juegos olímpicos, pero es ahora cuando la práctica de esta actividad ha ido creciendo vertiginosamente.

Respecto al auge que vive actualmente el running, P. R. Suanzes (2014) afirma lo siguiente: "Lo que no es normal es que de lo peor de la peor de las crisis nazca una pasión tan fuerte como la que se ha generado en España por el running. No ocurrió en 1992 tras el oro de Cacho en Barcelona, ni con las victorias de los maratones de Abel Antón y Martín Fiz. Pero ha ocurrido ahora". Además, según dice A. Calabuig (2014): "El boom no ha sido repentino, pero coincide con la crisis económica".

Empiezas corriendo porque te lo recomienda el médico, para mejorar la salud, pero es una actividad que te conquista de ahí que se denomine «fiebre del running ». "Es algo que te va enganchando. Compruebas que no te asfixias al subir una cuesta y sin pensártelo mucho te apuntas a una carrera. Y luego vienen muchas más. Una vez que empiezas ya no lo puedes dejar", comenta L. Blanco (2013) un runner que al año disputa entre ocho y diez carreras populares. "Es uno de los pocos deportes en los que puedes compartir kilómetros con tu ídolo. Eso anima a apuntarse a las competiciones", asegura A. Sánchez (2013), del club de corredores Agrupación Deportiva Maratón.

Para algunos, el running es un hábito saludable. Otros creen que se trata de una moda pasajera, incluso la denominan «fiebre moderna» pero en este caso de forma peyorativa como si fuera una especie de enfermedad, entusiasmo o exaltación que una persona o grupo de personas muestra hacia esta actividad. En nuestra opinión, la afición por el running no es una «fiebre» pasajera; existen una serie de cambios sociológicos que están incidiendo en la población y eso afecta a los hábitos, que cambian, o incluso surgen algunos nuevos (como trataremos en apartados posteriores), además constituye un negocio que mueve millones de euros (Suanzes, 2014) (Anexo5. Impacto económico y destinos runners)*. No lo consideramos una moda pasajera, es por eso por lo que vamos a diseñar una ruta turística.

3. METODOLOGÍA

En este apartado, vamos a detallar cuál ha sido la metodología de estudio:

Por un lado, se ha recurrido a la utilización de fuentes secundarias: artículos académicos obtenidos a través de las bases de datos Dialnet, Alcorze, Google Academics etc., y de revistas especializadas; noticias de periódicos, páginas de internet (sobre todo páginas oficiales de las carreras y la oficial de la Federación Aragonesa de Atletismo); folletos sobre turismo deportivo en Aragón realizados por el Gobierno de Aragón, y también diversos informes como el Plan Diferencial de Promoción del turismo de Aragón (2011-2015) y el Anuario de Estadísticas deportivas (2014)¹.

Todas estas fuentes han sido utilizadas fundamentalmente para establecer el estado en cuestión y corroborar qué es lo que se ha estudiado hasta el momento, para tener una base sobre la que empezar y así redactar el marco teórico además de contextualizar, clasificar y delimitar la información para el resto de apartados. Es interesante señalar que sobre todo a partir de las páginas web de los eventos deportivos del tipo que tratamos, hemos realizado un inventario de las carreras populares que han tenido lugar en Zaragoza, herramienta muy útil sobre todo para analizar si Zaragoza puede ser un destino para el turismo runner.

Por otro lado se ha llevado a cabo un análisis de fuentes primarias (a través de la técnica cuantitativa, el cuestionario). Pasamos a continuación a describir brevemente dicho cuestionario en el que se han tenido en cuenta variables como la edad, el sexo, lugar de procedencia del encuestado etc.

En total había 18 preguntas (Anexo1. Cuestionario Zaragoza y las carreras populares)*² a contestar. La mayoría de cuestiones son cerradas, es decir, sus respuestas ya están acotadas cuando se diseña el cuestionario. Estas fueron de diversos tipos:

- Preguntas cerradas dicotómicas (ej. “¿Cree que Zaragoza - Administración Pública y Organizaciones- hacen buena promoción de este tipo de eventos?) donde la posible respuesta era: sí, no, ns/nc.
- Preguntas filtro, como la que se preguntaba el lugar de procedencia (para finalizar es cuestionario si el que respondía era de Zaragoza).
- Matriz de preguntas (ej. Como turista, ¿Ha pasado o va a pasar noches de estancia en Zaragoza? si (pase a la pregunta 12), no pase a la pregunta 15).
- Preguntas categorizadas evaluativas, en las que se le solicitaba al encuestado que valorara variables relacionadas con las carreras como la superficie para correr, el ambiente o los transportes para acceder al lugar del evento.

¹ Para tener una visión global de las fuentes secundarias consultadas, remitimos al apartado bibliográfico de este trabajo.

² La plantilla de dicho cuestionario se puede consultar en <http://goo.gl/forms/q7aZdeE3tP>.

Al finalizar el cuestionario sí que se da la posibilidad de contestar abiertamente a una de sus preguntas: “¿Por qué le gustaría volver a Zaragoza? o ¿Por qué no le gustaría?”, ya que nos iba a permitir captar lo más llamativo para cada unidad muestral, obtener una mayor especificación sobre el tema a tratar así como tener en cuenta otros aspectos que no habían sido tratados anteriormente.

A través de estas encuestas a los participantes de las carreras ha sido posible extraer las principales características de estos eventos así como conocer (no sin cierta dificultad dado el relativo escaso número de encuestas contestadas por foráneos) el perfil del tipo concreto de turista que asiste a estos acontecimientos en la ciudad de Zaragoza. Por otro lado, los resultados obtenidos nos han servido para proponer una serie de iniciativas con las que profundizar en el uso promocional y turístico para la ciudad, siempre a partir de estos recursos turísticos.

En lo que respecta a la elección de los sujetos para la realización de las encuestas se ha intentado que fuera lo más cuidadoso posible. El muestreo es por conveniencia o intencional³, de gran utilidad en estudios exploratorios. Además gracias a las redes sociales se ha podido difundir el cuestionario colgándolo en los clubes deportivos y páginas oficiales de los eventos que tienen lugar en la ciudad de Zaragoza durante el tiempo que ha durado el estudio llegando a las 204 encuestas. Por último, también añadir que tanto para el diseño de dicho cuestionario como para el análisis de resultados se ha utilizado Google Drive.

Las fuentes secundarias y el análisis de resultados del cuestionario nos han llevado a elaborar una propuesta turística concreta, un programa para ofrecer a los turistas runners, con varios lugares para visitar y actividades para realizar. Hemos de decir que para completar la información en este sentido telefoneamos a los diferentes organismos y/o empresas turísticas para que nos proporcionaran información más específica. Por otro lado, para promocionar nuestra propuesta diseñamos una imagen de marca la cual queremos que se relacione con la misma.

Para explicar de forma más clara el funcionamiento de nuestra propuesta, llevamos a cabo dos ejercicios de simulación a modo de ejemplo diseñando diferentes proformas (Anexo 4: Simulación: factura proforma⁴ familia, Anexo 4.1: Simulación factura proforma grupo)* en la que aparecen los conceptos con sus precios y demás datos de nuestros sujetos.

Algunos de los problemas han surgido, por ejemplo, al buscar información para realizar el marco teórico: la novedad de este tipo de turismo, hace que aparezca mucha información dispersa y poco organizada; además existen escasas investigaciones de carácter académico. Por otro lado, tampoco hemos encontrado

³ Def. muestreo por conveniencia o intencional: la unidad de muestreo se auto selecciona o es seleccionada por su fácil disponibilidad. Es más fácil sacar información. De gran utilidad en estudios exploratorios.

⁴ Def. factura proforma: es un documento “factura borrador” que se envía a un comprador con los detalles que posteriormente incluirá la factura para informar de los detalles .No es una factura real-es simplemente un documento que declara el compromiso del vendedor de proporcionar los bienes y servicios especificados al comprador a un precio determinado

estadísticas específicas que se centren en este tipo de turismo, ya que siempre se suele englobar este tipo de turismo en turismo deportivo. Otro de los problemas encontrados ha sido al analizar el trabajo de campo, pues nos hemos encontrado con un número reducido de turistas presentes en las carreras de Zaragoza.

4. EL TURISTA RUNNER

Aunque nos ocuparemos del perfil que en concreto tiene el turista runner en Zaragoza a partir del trabajo de campo realizado, vamos a aportar aquí una visión global de este tipo de turista basándonos principalmente en la revisión bibliográfica efectuada.

4.1. Cambios sociológicos que han permitido el surgimiento de este tipo de turista.

Los cambios en la mentalidad de la sociedad, están propiciando un cambio de modelo turístico a nivel cultural (Latiesa y Paniza, 2006): el aumento de las parejas sin hijos, de mujeres trabajadoras, y el incremento de zonas urbanas, entre otros cambios, han hecho que surjan nuevas necesidades y nuevos recursos destinados al ocio. También se notan cambios importantes a nivel cultural como la elevación del nivel educativo como un elemento favorecedor del turismo y el deporte.

A los cambios culturales habría que sumarle cambios en la importancia que se le da a la salud. La actividad física ayuda a corregir varios factores de riesgo: el sobrepeso, la hipertensión arterial, el perfil de lípidos con la reducción de los niveles de colesterol malo y el aumento de la fracción buena; mejora el ciclo vigilia-sueño y la imagen propia y disminuye los síntomas de ansiedad y depresión (De Ambrosio y Losada, 2013).

Por otro lado, los cambios de tipo sociológico, como el disponer de una mayor cantidad de tiempo libre, la crisis económica que atravesamos, o la moda de practicar deportes individuales han propiciado que correr se ponga de moda ya que es un deporte con un gasto mínimo.

Es evidente entonces que pensemos, si tenemos en cuenta el auge del turismo deportivo por una parte, y el aumento de número de personas que corren por otra, que el turismo runner va a cobrar mucha importancia en nuestro país.

4.2. Características generales del turista runner.

El turista runner es un turista deportivo veamos cuáles son sus rasgos característicos:

El turista runner es tanto el turista activo, que participa en la actividad, como turista pasivo, que le motiva asistir como espectador a las competiciones, carreras (Herstein y Jaffe, 2008).

Se puede concebir a veces como un “turista por obligación”, ya que esta persona orienta su salida a lograr un objetivo concreto, en este caso el de superación. “Un perfil que se asemeja al de viajeros de negocios, incluye también a deportistas, peregrinos o personas que se desplazan por una razón que va más allá del simple motivo de viajar” (Amadeus, 2015). Este tipo de turismo tiene un fuerte afán de

superación, optimismo y adicción, evasión... pueden generar corrientes turísticas similares a lo que ocurre con el camino de Santiago.

Además, tiene menor sensibilidad al precio siempre y cuando encuentren un valor añadido⁵ a la actividad que les apasiona en la oferta turística (Correr para viajar, 2014).

Como conclusión al apartado visto, incidimos en que estas serían las características del turista runner, basándonos en la investigación de fuentes secundarias. Más adelante, aportaremos más datos sobre el perfil del turista runner en Zaragoza, apoyándonos en nuestro trabajo de campo.

⁵ Se entiende como valor añadido las condiciones climáticas, el paisaje, las instalaciones específicas, el hotel, la calidad de los equipamientos deportivos también los atractivos y ofertas lúdicas que ofrecen los destinos como complemento a las carreras para los corredores y acompañantes, un conjunto de elementos que hacen que la oferta turística sume.

5. ZARAGOZA ¿DESTINO RUNNER? ¿ESTÁ PREPARADA ZARAGOZA PARA CELEBRAR EVENTOS RUNNING?

En la parte final del trabajo vamos a tratar de explicar por qué pensamos que Zaragoza es un destino runner. Lo que vamos hacer en los siguientes apartados es analizar la información recopilada a través, en este caso, del cuestionario realizado sobre Zaragoza como posible destino de turismo runner. También este cuestionario nos servirá para dar algunas pinceladas sobre el turista runner que viene a estos eventos y conocer sus gustos, de los que nos ocuparemos posteriormente, pues crearemos una propuesta turística que se ajuste a los mismos.

Como podemos observar en la tabla que aparece debajo, son muchas las citas que tienen lugar a lo largo del año en Zaragoza en las que se puede participar.

Tabla 2. Lista pruebas deportivas en la ciudad de Zaragoza a lo largo del año 2014.

Carrera	Fecha	Recorrido
Milla Delicias Zaragoza	06-09-2014	1.609 m Asfalto
Gran Premio Ibercaja Maratón de Zaragoza X edición	28-09-2014	42.195 m homologada ⁶ Asfalto
Carrera Popular El Pilar Zaragoza	05-10-2014	5.000 m Asfalto homologada
Carrera Popular Pinares Puerto Venecia Zaragoza	12-10-2014	11.000 m Asfalto
Carrera Popular Ibercaja Zaragoza "Por la integración"	26-10-2014	5.000 m Asfalto
Carrera de la Mujer Zaragoza X Circuito de la Carrera de la Mujer "Central Lechera Asturiana – DKV	09-11-2014	5.300 m homologada Asfalto

⁶Carreras homologadas: La Real Federación Española de Atletismo (RFEA) garantiza que las marcas realizadas sobre un determinado circuito pueden tomarse como oficiales al ser comparables con otros circuitos homologados. Así pues, con la idea del valor de la excelencia se concibe el proyecto "carreras homologadas"

Es un proyecto que tiene como fin aumentar y homogenizar la calidad de las carreras que se disputan en Aragón. Se está trabajando colectivamente, la federación juega un papel muy importante pero también, los clubes u organizaciones deben participar en esta tarea de mejora de la calidad de las carreras.

Algunos de los mínimos exigibles que se pretenden alcanzar serían: homologación del recorrido, cronometraje con empresas certificadas por la RFEA, crono en meta, servicio de guardarropa/vestuarios, liebres de carrera (mínimo 4), servicio de ambulancia y médico, web de la prueba, inscripciones on-line, seguros RC y ACC.

Seguros Médicos"		
5k Parque del Agua Zaragoza	16-11-2014	5.000 m homologada
San Silvestre Barrio de las Fuentes Zaragoza	28-12-2014	5.400 m Asfalto
San Silvestre Popular de Zaragoza	31-12-2014	5.000 m Asfalto
Cross de Reyes Zaragoza	06-01-2015	4.400 m Cross
Carrera Popular 10k del Roscón Zaragoza	29-01-2015	10.000 m homologada Tierra
Cross Olimpo GP CUD Zaragoza	08-02-2015	5.000 m Cross
7KDía de las enfermedades raras Zaragoza	22-02-2015	7.000 m Asfalto
Carrera del Ebro 14KM Zaragoza	22-03-2015	14.000 m Cross
Run 4 Parkison Zaragoza	05-04-2015	10.000 m Asfalto
Carrera Popular El Rincón Zaragoza	26-04-2015	12.000 m Asfalto
Cross Popular Cantalobos Zaragoza	01-05-2015	10.000 m Asfalto
Carrera Solidaria La Caridad 10KM Zaragoza	03-05-2015	10.000 m Asfalto
Media Maratón Ciudad de Zaragoza	10-05-2015	21.097 m (media maratón) Asfalto homologada
III EKIDEN Zaragoza. Maratón por relevos	17-05-2015	42.195 m Asfalto
10k Zaragoza (Carrera Popular contra el Cáncer, la Caixa 10 k Zaragoza. Gran Premio El corte inglés	07-06-2015	10.000 m Asfalto homologada
Carrera sin humo Zaragoza	07-06-2015	5.000 m Asfalto
VII Carrera Popular Parque Goya Zaragoza	07-06-2015	4.000m Asfalto
15k Parque del Agua Zaragoza	14-06-2015	15.000 m Asfalto
II 5K Barrio de las Fuentes	29-08-2015	5.000 m Asfalto
4k Martin Martin, Fiesta de San José Zaragoza	30-08-2015	4.000 m Asfalto

Fuente: ZaragozaDeportes⁷, Federación Aragonesa de Atletismo (FAA). Elaboración Propia.

Vemos que hay suficientes carreras para, por lo menos, atraer a bastantes turistas interesados en estos eventos.

5.1. ¿Qué tipo de turista runner viene a Zaragoza?

A continuación, vamos a explicar de forma resumida los resultados del estudio cuantitativo que se ha realizado a través del diseño de un cuestionario⁸. Para más información consultar el Anexo 1. Trabajo de Campo. "Las Carreras Populares en la ciudad de Zaragoza".

El cuestionario lo han respondido un total de 204 elementos, 191 participantes que representan el 93,6% del total y 13 acompañantes, un 6,4%. Dicho esto, pasamos a interpretar los resultados:

La mayoría de participantes se definen como aficionados (97,5%) tan solo un 5% se declara profesional del running, es decir, la actividad le permite obtener unos ingresos y vivir de ello.

La franja de edad que mayor porcentaje representa en este tipo de carreras es la de [31-45] años con un 49%, seguido de [16-30] años con un 29,4%, es una población joven, que en general goza de una buena actividad física, es capaz de correr 5 km.

El porcentaje de hombres y mujeres es semejante, en números: 100 hombres – 104 mujeres, aunque según los estudios cada vez hay más mujeres que se incorporan al mundo de las carreras, siguen siendo carreras mayoritariamente masculinas. Es el segmento que tiene mayor porcentaje de crecimiento (González de la Rubia, 2014).

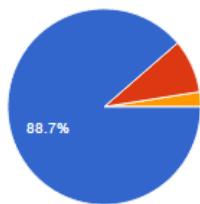
Según el lugar de procedencia, la mayoría de los participantes han seleccionado el atributo población local, estos representan un 88,7%. Por otro lado, el 11,3 % restante proceden de otro lugar. Según su origen un 8,8 % procede de otra provincia española, un movimiento interprovincial y entre Comunidades Autónomas que se puede definir como turismo interno mientras que el 2,5 % procede del extranjero, turismo exterior.

⁷ Lista de las carreras celebradas en Zaragoza a lo largo de un año completo. De pendiendo de la distancias de la prueba se clasifican en diferentes niveles maratón 42km, media maraton 21km o Carreras populares menos de 21km.

⁸ Recordamos que no ha sido posible que muchos corredores de fuera de Zaragoza respondieran a la encuesta por lo que se debería volver a realizar en un futuro con un tamaño de muestra mayor.

Imagen 2. Distribución de la muestra, según su procedencia.

10. Lugar de procedencia,



Zaragoza (fin de cuestionario)	181	88.7%
Otra provincia española, indique cuál (pase a la pregunta 11)	18	8.8%
Otro País, indique cuál (pase a la pregunta 11)	5	2.5%

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 3. Distribución de la muestra según procedencia.

Procedencia	Individuos
Burgos	1
Barcelona	2
Huesca	1
Teruel	1
Coruña	1
Murcia	1
Bélgica	2
León	1
Toledo	1
Argentina	1
Polonia	1
Canarias	2
Madrid	2

Fuente: Elaboración Propia.

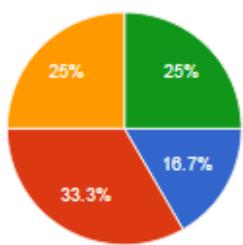
Los participantes proceden de diversas provincias y países, lo vemos en la tabla anterior.

Volviendo al porcentaje del 11,3% de la muestra cuyo origen no es la propia ciudad de Zaragoza (8,8% turista nacional, 2,5% turista extranjero), el 6,4% pasa noches fuera de casa mientras que el 5,9% restante realiza el viaje de ida y vuelta en el mismo día, estos son los denominados excursionistas.

Aquellos individuos que era clasificado como turista por sus propias características el diseño del cuestionario permitía hacer un análisis más profundo, se les preguntaba por la duración de la estancia, preferencias del tipo de turismo etc.

Imagen 3. Distribución tiempo de la estancia.

12. Si es que sí, por favor indique el número



1	2	16.7%
2	4	33.3%
3	3	25%
Más de 3	3	25%

Fuente: Elaboración Propia.

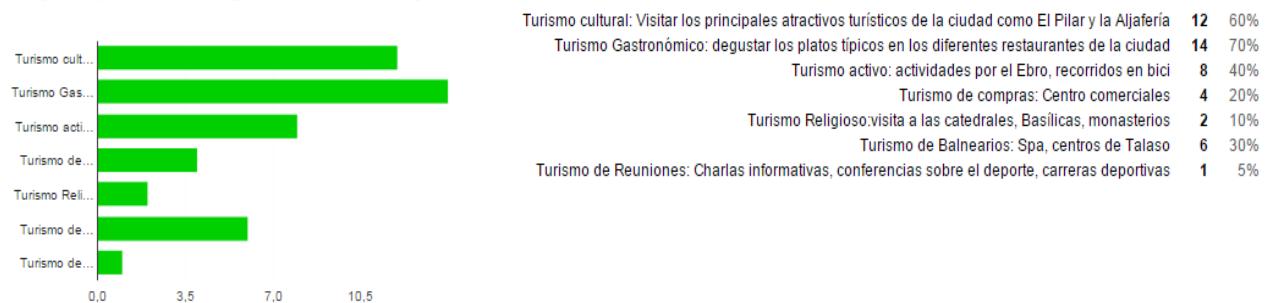
Dicho esto, los turistas que vienen a Zaragoza a participar en este tipo de eventos representan alrededor del 6,4% sobre el total, una cifra no muy relevante pero tampoco nada despreciable. A estos individuos se les preguntó por la estancia media fuera de casa, la mayoría contestó que pasaba una estancia media de 2 noches, son en general viajes de corta estancia. En otra de las cuestiones se les preguntaba por la modalidad del alojamiento que escogían, la mayoría se alojan en casa de familiares y amigos seguidos de hostales y albergues y de apartamentos turísticos. Y respecto al gasto personal diario contestaron que ascendía a unos 21-40€ por día de media.

El 65, 2% de los encuestados aprovecha para hacer turismo por la ciudad contesto que sí, frente al 30,4% que dijo no y el 4,3% no sabía/no contestaba.

A todos los individuos considerados turistas que participaron en el estudio el 6,4% se les dio la opción de elegir entre distintos tipos de turismo cuales les gustaría experimentar, en el siguiente gráfico podemos ver los resultados, en primera posición se sitúa el turismo gastronómico.

Imagen 4. Preferencias sobre tipos de turismo a realizar en Zaragoza.

16. ¿Qué tipo de turismo le gustaría hacer en Zaragoza?



Fuente: Elaboración Propia.

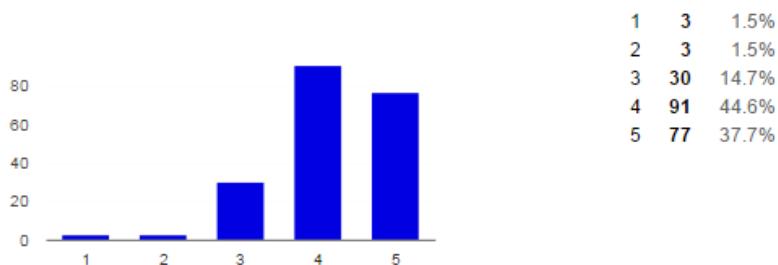
Una vez analizado el perfil del turista, pasamos a analizar factores de la ciudad de Zaragoza como lugar para celebrar eventos runner. Las variables utilizadas para

analizar la ciudad han sido: la promoción, transportes, superficie para correr, organización entre otras variables.

La mayoría de los individuos piensa que Zaragoza está preparada para celebrar este tipo de eventos, lo vemos en el gráfico que precede a continuación.

Imagen 5. Valoración de la ciudad como lugar para celebrar eventos deportivos.

5.La ciudad de Zaragoza está preparada para celebrar eventos deportivos de estas características



Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de gente se informa sobre este tipo de eventos por familiares amigos y vecinos: es decir de boca a boca, aunque las respuestas se encuentran muy repartidas.

Imagen 6. Valoración de la promoción que se le hace a este tipo de eventos desde las AA.PP y demás organismos.

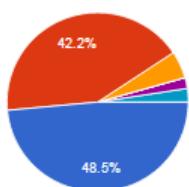
7. ¿Cree que Zaragoza (Administración Pública y organizaciones) hacen buena promoción de este tipo de eventos?



Fuente: Elaboración Propia.

Imagen 7. Distribución de la muestra según el canal por el cual se enteró del evento.

8. ¿Cómo se enteró del evento?



Familiares, vecinos, amigos (de boca a boca)	99	48.5%
Internet	86	42.2%
Radio	10	4.9%
Tele	0	0%
Revista/periódicos	4	2%
AA.VV	5	2.5%

Fuente: Elaboración Propia.

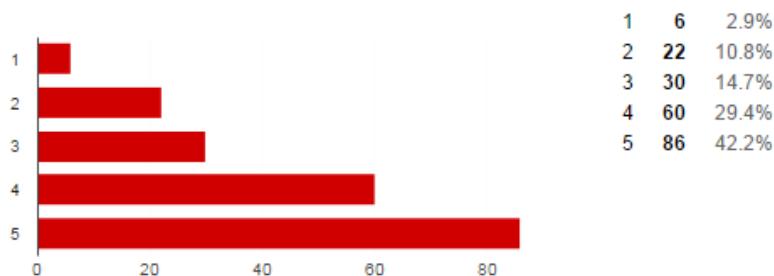
La mayor parte de participantes, es fiel a las carreras y no participa exclusivamente en una sino que es habitual y en muchas ocasiones repite la misma carrera. Las carreras más conocidas por los encuestados son: 1. "Carrera Popular contra el Cáncer-Caixa 10 k Zaragoza, Gran Premio El corte inglés" 2. "Carrera de la Mujer Zaragoza X Circuito de la Carrera de la Mujer-Central Lechera Asturiana – DKV Seguros Médicos".

Finalmente se les preguntó si volverían a Zaragoza para participar en un evento de estas características: el 90% de los turistas respondió que sí, frente un 5% que dijo que no y otro 5% que dijo Ns/Nc.

Entre los motivos por los que volverían a correr en Zaragoza se encuentran: la buena organización, por la belleza de la ciudad y destacan de una manera muy positiva el ambiente y la gente. Por otro lado las cosas que habría que mejorar serían: la fecha de las maratones porque muchas coinciden.

Imagen 8. Respuesta gráfica a la pregunta “¿Qué destacaría de Zaragoza como ciudad para celebrar carreras populares?”

El ambiente [6. ¿Qué destacaría de Zaragoza como ciudad para celebrar carreras populares?]



Fuente: Elaboración Propia.

Otro de los problemas que comentaron fue el estado de la superficie del suelo que muchas veces resbalaba, se pueden producir caídas o que la gente descontenta deje de participar, proponemos estudiar y revisar el estado del suelo que se va a utilizar como pista. Aunque si que es verdad que el 40,2% de los individuos evaluaban la superficie del suelo como muy buena.

Finalmente, se les invitó a contestar y justificar porque les gustaría volverían a Zaragoza o porque no. Las respuestas han sido muy variadas pero la mayoría dijo que no le importaría volver.

Para finalizar, traemos a colación un dato que nos ha parecido interesante: la mayor parte de participantes, es fiel a las carreras y no participa exclusivamente en una sino que es habitual y en muchas ocasiones repite la misma carrera. Las carreras más conocidas por los encuestados son: 1. “Carrera Popular contra el Cáncer-Caixa 10 k Zaragoza, Gran Premio El corte inglés” 2. “Carrera de la Mujer Zaragoza X Circuito de la Carrera de la Mujer-Central Lechera Asturiana – DKV Seguros Médicos”.

5.2. Análisis DAFO

Basándonos también en el análisis del cuestionario realizado –pero también en la consulta de fuentes secundarias- vamos realizar un análisis DAFO⁹ de Zaragoza como posible destino del tipo de turismo que estudiamos aquí.

Tabla 4. Análisis DAFO.

Debilidades	Amenazas
<p>Como debilidades al fenómeno analizado, serían: desestabilización durante unas horas de la rutina de la ciudad, congestión de determinadas calles, cortes de calles, perturbación de los transportes públicos momentos previos, durante y posteriores al evento, dificultando el desplazamiento del resto de personas. Por otro lado salvo algunas pruebas específicas la mayoría no están preparadas para las personas con discapacidad.</p> <p>Desde el punto de vista de los organismos organizadores destacar la escasa coordinación entre las Administraciones aunque comparten intereses en la actividad deportiva, por ejemplo, coinciden fechas maratones. A esto habría que sumarle que la ciudad de Zaragoza no goza del mismo reconocimiento que Valencia o Barcelona como ciudad ni como pruebas. Además</p>	<p>Una de las amenazas que vemos para la ciudad es la celebración de las carreras populares en fechas simultáneas con otras ciudades.</p> <p>Hay quién ve la práctica de esta actividad como algo pasajero, como algo que puede acabar “fiebre del running” y como consecuencia el fin de un negocio. Otra de las amenazas que vemos es el incremento de los precios de inscripción/ de los gastos, que puede producir el cese o el cambio de la actividad.</p> <p>La práctica de esta actividad aparentemente segura, no deja de estar a la sombra de enfermedades o muertes súbitas de los corredores (si se hace sin control).</p>

⁹A. Díaz e I. Matamoros (2011) definen DAFO como: “Una herramienta de gestión que facilita el proceso de planificación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones medidas correctivas, para el desarrollo de proyectos de mejora”.

<p>son competencia directa de la ciudad.</p> <p>Por otro lado, las condiciones climáticas y temperaturas de la ciudad hacen que no sea del todo buena para los corredores, las temperaturas extremas en invierno y verano dificultan la práctica, a esto habría que sumarle el factor viento.</p> <p>Otras de las debilidades que pueden darse derivadas de este tipo de actividad y que no hemos hablado sería: causar problemas de salud, muchos corredores asumen retos para los cuales no están preparados. Los estudios científicos advierten sobre las consecuencias negativas para este deporte, que se extralimitan y no se limitan y no se someten a pruebas médicas “Sin querer se pasa de la afición a la obsesión, cuando cada vez se fijan objetivos más ambiciosos. Además puede crear adicción” (Viajar para correr, 2014).</p>	
<p>Fortalezas</p> <p>Como fortalezas en lo que se refiere a la celebración de eventos runner en la ciudad habría que destacar:</p> <p>La amplia red de transporte público de la ciudad y comunicaciones para los turistas a la hora de llegar a la ciudad y al evento en concreto que facilitan su desplazamiento. (Trabajo de campo, buena puntuación).</p> <p>En general las carreras populares celebradas en Zaragoza gozan de una buena organización, eso es importante a la hora de plantearse si participar o no. (Trabajo de campo)</p>	<p>Oportunidades</p> <p>Como oportunidades vemos muchas ya que es un sector “joven” como se ha dicho anteriormente y todavía está por indagar.</p> <p>Por ejemplo la creación de nuevos y atractivos paquetes turísticos como el que hemos hecho.</p> <p>Vemos en el turismo runner una fuente de creación de empleo, a corto plazo, ya que cada vez son más las carreras populares que se celebran y un mayor número de gente acude a ellas.</p> <p>Por otro lado pensamos que es una buena ocasión para dar a conocer Zaragoza. Que se le conozca por la celebración de este tipo de eventos puede hacer que se le tenga en cuenta para la celebración de eventos deportivos</p>

	de mayor más ambiciosos como campeonatos europeos, campeonatos del mundo o eventos que nada tengan que ver como exposiciones internacionales como la que ya tuvimos ExpoZaragoza2008. En resumen, mejora la imagen corporativa de la ciudad y puede atraer a grandes masas poblacionales.
--	---

Fuente: Elaboración Propia.

En conclusión, pensamos que Zaragoza sí es un destino para el turismo runner.

6. PROPUESTA TURÍSTICA

En este apartado nos centraremos en el diseño de una oferta turística.

6.1. ¿Qué se oferta actualmente?

Es cierto que, actualmente, se ofertan ciertas propuestas turísticas tradicionales o descuentos que se promocionan en las páginas de las carreras, pero que en ningún caso son propuestas turísticas especializadas en este segmento. Veamos algunos ejemplos:

En la página web oficial de la carrera “Rock ‘N’ Roll Marathon Series” Madrid vemos que aparece información sobre qué ver en Madrid, de forma general, rutas convencionales para conocer Madrid y ofertas en transporte por ejemplo en el bus turístico pero no se oferta una propuesta compacta y específica para este segmento. Vemos la necesidad de crear una propuesta debido al gran número de participantes que concentra y a la cantidad de público que empuja dicho evento. Ante la posibilidad de una demanda potencial importante.

Imagen 9. Página web “Rock ‘N’ Roll Marathon Series”: ejemplo de lo ofertado a los corredores.



Fuente: Elaboración Propia

Veamos ahora otro ejemplo:

El segundo ejemplo hace referencia a la “Media Maratón Ciudad de Zaragoza”, curiosamente sí que hay ofertas turísticas. Aparecen ofertas 2x1 en transporte bus turístico, y en las ruta romana y casco histórico. En el caso de la ruta casco histórico le están ofreciendo ver a los participantes monumentos que ya han visto durante el recorrido de la prueba. No está mal, pero pensamos que se debería crear un paquete

turístico más compacto y especializado en este segmento y no solo ofertar 2x1, si no más promociones.

Imagen 10. Página web “Media Maratón Ciudad de Zaragoza”.

The screenshot shows the homepage of the XVIII Media Maratón de Zaragoza website. At the top, there are logos for Zaragoza Deporte, Trofeo iberCaja Ciudad de Zaragoza, and a photo of a runner. Below this is a banner for the XVIII Media Maratón de Zaragoza on May 10, 2015. A navigation menu includes links for PORTADA, INFORMACIÓN, RESULTADOS, PARA EL CORREDOR, AGRADECIMIENTOS, PROMOCIONES, and social media links for Facebook and Twitter. The main content area features several promotional boxes: one for Zaragoza Turismo offering bus tours, guided walks, and street tourism; another for Meliá Zaragoza providing accommodation packages; a third for Fontecabras giving away two race registrations; and a fourth for Saucony inviting participants to the race.

Fuente: Elaboración Propia.

En conclusión, son ejemplos con fallos. Por un lado Madrid ofrece más información sobre lo que se puede ver pero no descuentos, y por otro Zaragoza hace una oferta bastante simple.

Consultando además otras carreras, en este caso en Barcelona, la página oficial de la “Zurich Marató Barcelona”, encontramos más de lo mismo: te muestran las opciones turísticas de la ciudad, pero sin descuentos en la mayoría de los casos y tampoco ofertan un paquete turístico especializado para corredores.

Imagen 11. Página web “Zurich Marato Barcelona”.



Fuente: Elaboración Propia.

Lo que se pretende crear es un programa complementario a la oferta que ya existe en el mercado. Este programa pretende combinar actividades de distinta naturaleza, es decir, diferentes tipos de turismo. El turista puede elegir dentro de un programa de actividades propuestas; vamos a proponer la ruta «ideal» para cada turista.

6.2. Nuestra propuesta: « Zaragoza. Dos mejor que una»

Hemos de apuntar que en la propuesta turística que vamos a ofrecer no incluye alojamientos ni transportes porque ya se ofrecen con descuentos en la mayor parte de las páginas oficiales de las carreras. A modo de ejemplo, en la página de la prueba “Maratón de Zaragoza, Gran Premio Ibercaja” como se puede ver (Imagen 12) aparecen descuentos así como ofertas especiales en transporte “35% de descuento en el billete de tren AVE” o “oferta en alojamiento Hotel Meliá de Zaragoza” (sin embargo, no aparece oferta complementaria de actividades para hacer turismo por la ciudad).

Imagen 12. Página web “Maratón de Zaragoza, Gran Premio Ibercaja”
alojamiento, transporte.

The screenshot shows a dark-themed website for the "Maratón Zaragoza GRAN PREMIO IBERCAJA". At the top, there's a navigation bar with tabs for MARATÓN, 10K, INSCRÍBETE, INSCRITOS 2015, ALOJAMIENTO OFICIAL (which is highlighted in purple), ZONA DEL CORREDOR, NOTICIAS, and a search icon. Social media links for Facebook and Twitter are also at the top right. Below the header, a section titled "35% DESCUENTO AVE" is displayed. It includes a sub-section "Reserva tu Alojamiento" with a link to "35% descuento AVE" and "El Hotel Meliá Zaragoza". Below this, there's a detailed paragraph about the discount offer, mentioning the Meliá Zaragoza hotel and how to contact them for the discount code. At the bottom of the page, there are links for "mas noticias" and "Contacta".

Fuente: Elaboración Propia.

La siguiente propuesta pretende ser algo innovador y a la vez complementario. Por tanto, vamos a ofertar un paquete turístico nuevo y original, orientado a este tipo de turistas.

Pensamos que Zaragoza es una ciudad sobradamente preparada y capacitada para soportar la demanda turística deportiva en la modalidad de turismo deportivo, ya lo demostró en grandes eventos del pasado como la Exposición Internacional del Agua 2008 que atrajo a más de 5.650.000 turistas en un año (ExpoZaragoza2008, 2008). Para tal afirmación también nos basamos en el apartado de si Zaragoza es posible un destino running.

Dicho esto, vamos a presentar un producto turístico (Anexo 2. Lista de actividades: Programa « Dos mejor que una »)* orientado hacia el desarrollo del turismo deportivo en la ciudad, en dicho anexo aparece detallada toda la información sobre las actividades: duración, precios, accesibilidad, contacto etc.)

El nombre con el que se pretende dar a conocer la ruta es **«Dos mejor que una»**, es decir, **“Dos noches mejor que una más tiempo, sin prisas disfruta de la ciudad de Zaragoza a lo grande”**.

La propuesta queda limitada a Zaragoza ciudad, territorio que vamos a promocionar e impulsar turísticamente, se centra en los eventos deportivos relacionados con las carreras como atracción principal de la ruta y esta actividad se va a complementar con otras actividades todas ellas orientadas al bienestar, la salud, el aprendizaje. Todas ellas guardan relación con el perfil del turista deportivo.

Está orientada a un tipo de público en concreto, personas que muestren interés y que estén motivadas por este tipo de eventos. Indicar también que esta ruta está pensada para turistas participantes en las pruebas deportivas tanto profesionales como aficionados y además está dirigida a los acompañantes, espectadores del evento. También decir que la propuesta está pensada tanto para el turista nacional como para el turista internacional. Aunque en la actualidad visto los resultados de la investigación sea mayor el número de turistas nacionales, dicho esto la propuesta turística que se va a crear está pensada para este perfil de turista, pero no se descarta que en el futuro el turista extranjero disfrute de este paquete.

El turista nacional puede que conozca Zaragoza, sus principales atractivos turísticos, por eso se pretende crear un producto turístico diferente, atípico, especial, pensado en este segmento y acorde con los resultados del trabajo de investigación. También se pretende que vengan grupos por eso se van a ofrecer actividades con ofertas a grupos (12 personas en adelante). Por último indicar que las actividades van dirigidas a un público adulto pero también infantil.

« Dos mejor una » ha sido diseñada con la idea de incrementar el turismo en la ciudad, en beneficio de la actividad privada y pública. Se busca animar el sector turístico y que salgan beneficiados las dos partes de la moneda, tanto los participantes del evento como los alojamientos¹⁰, los restaurantes, los transportes, etc., al ampliar el tiempo de estancia de los participantes, y también para que otras empresas que ofrecen actividades se les conozca y/o aumenten su actividad.

Como se ha dicho la ruta tiene como objetivo alargar la estancia de los turistas/pasar 2 noches en cuenta de 1 (2 mejor que 1) en la ciudad y que el turista conozca Zaragoza de una forma diferente.

Basándonos en la premisa que siguen muchos corredores « Mens sana in corpore sano » Mente sana en un cuerpo sano, hemos pensado las siguientes actividades en combinación con hacer turismo por la ciudad y que el turista conozca Zaragoza de otra manera: spa, circuitos termales (turismo de salud), circuitos gastronómicos, degustaciones (turismo gastronómico), paseos en canoa, recorridos en pequeñas embarcaciones (turismo activo en la naturaleza), exposiciones y talleres (turismo cultural).

A modo de sugerencia, la ruta seguiría un orden lógico que explicamos a continuación¹¹ ;

¹⁰ Hasta ahora las empresas del sector turístico ya se venían beneficiando económicamente de la celebración de dichos eventos, (empresas de alojamiento y restauración etc.) pero ahora se pretende que el beneficio llegue a un mayor número de empresas y que los beneficios de las ya mencionadas aumente.

¹¹ Estas actividades pueden variar de orden o combinarse como se prefieran, sujetas a disponibilidad y horarios, programa pensado para elegir un total de tres actividades, pudiendo variar la cantidad así pues nos encontramos ante una propuesta flexible, con sugerencias.

1^{er} día de estancia.

- **Escuela Museo del Oregami Zaragoza, (EMOZ) o Museo Pablo Serrano (IACC).**

En primer lugar se propone una actividad cultural, el deporte y la cultura siempre han estado estrechamente vinculados cuando se celebran grandes eventos deportivos como los juegos olímpicos se ofrece la posibilidad de establecer nexos de unión entre la educación olímpica y la sociedad de la información (Yans, 2007).

Proponemos la visita a uno de los museos de la ciudad, Escuela Museo del Oregami Zaragoza, (EMOZ), una forma original de comenzar la estancia en la ciudad con esta actividad cultural, actividad para realizar el primer día, viernes tarde. El turista descubrirá que relación guarda Zaragoza con la papiroflexia. Considerado como el primer museo europeo de origami. La colección alojada en la Escuela-Museo cuenta con una historia de más de sesenta años. Contiene obras de gran calidad, considerado el mejor conjunto de obras de origami del mundo (EMOZ, 2015).

El turista podrá visitar la exposición además tendrá la posibilidad de participar en los talleres y cursos programados.

Imagen 13. Exposición (EMOZ). Saucépolis (2015).



Fuente: Escuela Museo de Origami Zaragoza.

Como alternativa proponemos la visita al museo Pablo Serrano. Situado en el centro de la ciudad. El turista podrá visitar las originales obras del escultor aragonés de arte contemporáneo, así como exposiciones temporales. Además podrá disfrutar de unas maravillosas vistas panorámicas de la ciudad. Ideal para niños y mayores con actividades y talleres para todos los públicos. Además la entrada al museo es gratuita.

Imagen 14. Yuntas.



Fuente: Museo Pablo Serrano.

2ºdía de estancia.

• **Ruta Chocotour o Saborea Zaragoza.**

Al día siguiente proponemos realizar una de las dos rutas gastronómicas que sugerimos a continuación. El turista runner cuida su alimentación antes del evento piensa en qué comer ya que le puede ayudar a tener suficiente energía para competir a mayor rendimiento (Topham, s.f), los turistas cargarán energía a la vez que toman un mayor contacto con la ciudad. Estas actividades se ofertan el segundo día de la estancia por la mañana, así si son comidas poco ligeras no les ocasiona molestias, se aconseja no realizar estas actividades por la noche.

Dos sugerentes propuestas, que el turista runner no se puede perder.

Chocotour: disfruta de la Zaragoza más dulce. A través de una ruta por las chocolaterías de la ciudad, el turista podrá conocer la historia del chocolate y degustarlo en sus diferentes texturas: sólido, líquido, frío, caliente (Zaragozaturismo, 2014).

Imagen 15. Ruta Chocotour.



Fuente: Zaragozaturismo.

La segunda opción que le proponemos es:

Saborea Zaragoza: Conoce Zaragoza a través de sus productos gastronómicos, sabores y olores únicos. Degustaciones, exposiciones, visitas... Todo ello para conocer todos los detalles de la rica gastronomía aragonesa acompañada de ricos caldos de la tierra. Actividades pensadas para niños y mayores.

Imagen 16. Ruta Saborea.



Fuente: Zaragoza.es.

- **Ebronautas Piragüismo o pequeña embarcación.**

El día previo a la carrera recomendamos realizar una de las actividades de turismo activo propuestas, los turistas estarán en contacto con la naturaleza y seguirán conociendo la ciudad. Estas actividades son recomendables antes de una carrera

servirán para « activar los músculos » así pues sería una manera emblemática para hacerlo.

Imagen 17. Práctica piragüismo.



Fuente: EbroNautas.

El turista podrá disfrutar de una actividad refrescante, divertida, divulgativa y dinámica con monitores especializados en piragüismo, geología y arte. Actividad en un entorno natural único en la que el turista descubrirá la fauna y flora del río. Actividad de equilibrio entre tranquilidad y aventura, recomendable para hacer con familia y niños.

Actividad saludable y ambientalmente respetuosa por el río Ebro, el alma de Zaragoza.

Indicaciones: No hace falta tener experiencia previa, ideal para iniciarse y engancharse al piragüismo recreativo, requisito saber nadar, recomendado para niños y niñas mayores de 5 años, la empresa proporciona todo el material.

Propuestas:

« Los puentes de Zaragoza: redescubre la ciudad desde el Ebro »

Disfruta de las mejores vistas de la ciudad. El turista podrá conocer los atractivos turísticos desde el río, la Basílica del Pilar y el Puente de Piedra entre otros.

La antigüedad y la modernidad se juntan en este paseo por medio de materiales y edificios emblemáticos de la ciudad: Por ejemplo el turista descubrirá: El Puente del Tercer Milenio, la vanguardia y polémica arquitectónica del Pabellón Puente o la combinación de ambos aspectos en la Pasarela de Manterola, hasta los monumentos más clásicos Puente de Hierro o Puente de Piedra (Ebronautas, 2015). Durante la ruta también se realizará un taller de observación de aves y de inmersión en la naturaleza.

ó

« En el Ebro, explora los Sotos y Galachos del Ebro »

Para los amantes de la naturaleza y el deporte, la actividad que le proponemos le encantará. El paseo en piragüa les llevará por zonas de exuberante vegetación, paisajes de una gran biodiversidad animal y vegetal.

Descubre la Reserva Natural Dirigida Sotos y Galachos del Ebro con sus zonas humedas llenas de frondosos sotos e importantes colonias de garzas (Aragon.es, 2015).

Paseo en pequeñas embarcaciones de recreo.

Ideal para 8-10 personas. Vistas únicas a la ciudad, explicaciones detalladas. Disfrute y relájese en un entorno único. Los profesionales en la materia, guías turísticos le enseñarán los principales atractivos turísticos de la ciudad.

3er día de estancia.

- Spa circuito termal, centros wellness Zaragoza.**

En el día de la prueba y último día: la mañana estará ocupada por la carrera los participantes disputaran la carrera y los familiares asistirán al evento como espectadores, seguidamente para que se vayan con un buen sabor de boca, se recomienda realizar actividad con agua, en spa por ejemplo. Le proponemos esta actividad para que el turista runner realice después de la carrera.

El sueño es el arma más eficaz para recuperarse totalmente. Pero una de las formas más atractivas para relajar el cuerpo fatigado tras el ejercicio son los spa o balnearios. Estos lugares pueden ayudar a los turistas runner a agilizar su recuperación, mejorar su salud o evitar lesiones (Lopez, 2010).

Le recomendamos visitar uno de los dos spa, centros wellness seleccionados¹². Ideal para los momentos previos o posteriores al evento ideal para eliminar el estrés, tonificar el cuerpo, vivir unos momentos de bienestar y desconexión.

Centro Hidrotermal « Las Ranillas ».

Accede al Spa y al gimnasio del centro, espectaculares vistas al Parque del Agua de la Expo de Zaragoza. Arquitectura, decoración y ambiente muy pensados para crear un ambiente único y relajante (Las ranillas.com, 2014).

¹² Hay más en la ciudad, pero se han elegido teniendo en cuenta dos criterios en primer lugar: la proximidad a los hoteles que colaboran con las carreras y que ofrecen precios y descuentos especiales para los corredores y familias (estos aparecen en las páginas oficiales de las carreras) y en segundo lugar se ha tenido en cuenta centros spa que se sitúen cerca de otros hoteles de la ciudad. Regla utilizada con la finalidad de facilitar el acceso/desplazamiento a las instalaciones.

Platinum Wellness Club

Calidad y profesionalidad para el cliente, variedad de circuitos para relajarse y recuperarse tras el ejercicio. Vasos de hidromasajes, con cascadas y chorros verticales. El cliente disfruta también de baño turco, sauna, fuente de hielo y tumbonas y muchas cosas más.

Imagen 18. Instalaciones Centro Hidrotermal « Las Ranillas ».

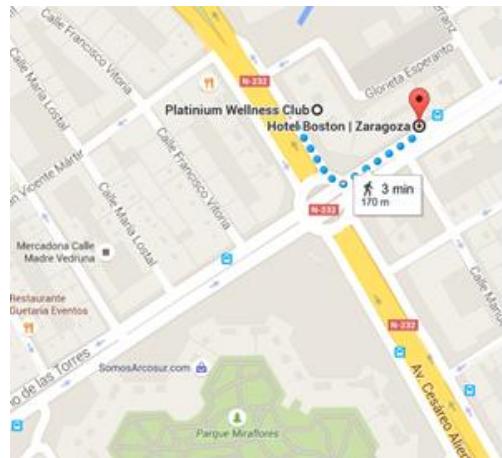


Fuente: Las ranillas.com

Tabla 5: Centros Spa ciudad de Zaragoza.

Centros Spa Ciudad de Zaragoza (a elegir uno)	Situación
Centro Hidrotermal “Las Ranillas”	<p>Imagen 19. Recorrido Balneario hotel próximo.</p> <p>Fuente: Google Maps.</p>
Platinum Wellness Club	Imagen 20. Recorrido Balneario-hotel

próximo.



Fuente: Google Maps.

Fuente: Elaboración Propia.

Así pues sugerimos este programa a este segmento en concreto porque pensamos que es una ruta diseñada a medida, se adapta a las características de los corredores.

De gran ayuda nos sirve el inventario que hemos realizado de carreras celebradas en Zaragoza. Aproximadamente una treintena de carreras se celebran en la ciudad, y la mayoría en fin de semana, por eso proponemos realizar la propuesta en fin de semana a lo largo de todo el año.

Visto el programa, con las respectivas actividades, esta sería la dinámica.

El turismo es un buen instrumento para dar a conocer estos productos dinamiza el territorio y ayuda a la difusión de estos eventos. Pensamos que para impulsar este tipo de eventos deportivos en la ciudad, falta un programa complementario, con actividades alternativas, que al turista le genere una experiencia emocional, que combine actividades de ocio creativo, ameno y enriquecedor. Que le permita disponer de alternativas. Por eso en colaboración con distintos organismos empresas y Administraciones Públicas se pretende llegar a acuerdos y que se produzca una sinergia, así trabajando todos en equipo el resultado será más satisfactorio.

Lo que se pretende una vez diseñada la propuesta es dar a conocer el programa de actividades. Esta se hará por medio de una imagen de marca que se puede ver en el anexo 6. Imagen de marca*

Se hará promoción a nivel nacional e internacional, a través de distintos canales de comunicación; La información aparecerá catálogos especializados en este tipo de turismo, también se podrá acceder a dicha información en las páginas oficiales de las diferentes pruebas que tengan lugar en la ciudad, y en ferias de turismo. También se organizarán fam-trips para que los agentes intermediarios conozcan la propuesta.

Finalmente, llevaremos a cabo una simulación de nuestra propuesta turística, el objetivo de dicho ejercicio no es otro que hacernos una idea del funcionamiento, así como de los servicios y precio total aproximado que nos costaría “Dos mejor que una”. Para ello proponemos dos situaciones distintas (anexo 3. Simulación)* en primer lugar el caso de una familia de cuatro miembros, y en segundo lugar un grupo de turistas procedentes de otro país. (Anexos 4. Simulación factura proforma familia 4.1 Simulación factura proforma grupo)*

7. CONCLUSIONES

Una vez llevada a cabo la realización completa del Trabajo de Fin de Grado nos gustaría presentar una serie de conclusiones que se ocupen tanto de recopilar el contenido como de dar a conocer nuestras reflexiones a raíz de su elaboración.

En nuestra opinión es importante ir conociendo las novedades y cambios que se dan en el sector del turismo pero el decantarse por este tema ha sido en gran medida arriesgado, ya que es un sector bastante nuevo, en el que no hay demasiadas investigaciones o estudios realizados.

Es interesante observar cómo el correr se ha convertido en uno de los deportes más practicados a nivel particular, ya sea por su poca inversión o por el individualismo del mismo, y cómo, poco a poco, la competitividad y el afán de superación han ido inundando a los corredores llevándoles a presentarse a competiciones, transformándolas, muchas veces, en un recurso turístico. Lo que para muchos fue una moda, es ahora una realidad.

Las carreras populares contribuyen a cambiar la imagen del destino. En el caso de Zaragoza además de ser una ciudad de turismo religioso, cultural y gastronómico, también puede ser un destino para el turismo deportivo. Además esta ciudad se puede beneficiar de un dato determinante dada la coyuntura actual: esta nueva categoría de turismo es que es el que menos ha notado la crisis económica.

Tras estudiar todo este ámbito se puede concluir que las carreras populares pueden ser utilizadas como recurso turístico en Zaragoza, pues es manifiesta su capacidad de adaptarse y complementarse con un sinfín de tipos de turismo o de diferentes actividades. Esto es de suma importancia ya que esa complementariedad podría dar lugar a nuevas propuestas turísticas comercializables que ampliaría de nuevo el umbral de motivaciones turísticas existentes.

Otras soluciones que proponemos a los problemas detectados al analizar el trabajo de campo son: primera solución las administraciones deberían ponerse de acuerdo para elaborar calendarios y hacer que las pruebas no coincidieran ya que muchas de las carreras coinciden en fechas con otras pruebas celebradas en ciudades más conocidas para la práctica de esta actividad como Madrid, Barcelona o San Sebastián. Segunda solución estos eventos deberían celebrarse como fecha límite hasta principios de junio y retomarse en mitad de septiembre ya por ejemplo el viento dificulta la práctica de esta actividad o las temperaturas extremas de verano e invierno de la ciudad. Tercera solución. Tercera solución las agencias de viajes, medios de comunicación deberían promocionar más este tipo de eventos, las empresas organizadoras deberían invertir más en publicidad sobre todo de cara al exterior.

Como última conclusión destacar un aspecto negativo que, en este caso, no sólo afecta a Zaragoza. Desde el punto de vista de los organismos organizadores existe escasa coordinación entre las distintas organizaciones, por ejemplo, haciendo coincidir (o con poco tiempo de diferencia) las fechas de los maratones o medias maratones. Esto además perjudica a Zaragoza ya no goza del mismo reconocimiento que Valencia,

Barcelona o San Sebastián en el mundo del running, por lo que puede ver mermada la afluencia de turistas en este sentido.

Como futuras líneas de investigación proponemos aumentar el tamaño muestral para realizar las encuestas, también proponemos dar a conocer la propuesta diseñada « Dos mejor que una » haciendo campañas de promoción, mailing. y testarla (ver si a la gente le gusta). Finalmente proponemos investigar y si es posible lanzar el programa « Essencia Zaragoza » que consiste en que el turista se fidelice con los eventos deportivos de la ciudad, y repita la experiencia venga y visite durante tres veces al año Zaragoza de manera que la próxima vez tendrá ofertas especiales para pasar estancias y que conozca Aragón.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia EFE. "Valencia ciudad del running, nace para aunar carreras populares de Valencia" (2014). *El Mundo deportivo*. Disponible en: http://www.mundodeportivo.com/20140129/atletismo/valencia-ciudad-del-running-nace-para-aunar-carreras-populares-de-valencia_54399686221.html
- Anuario de Estadística deportiva (2014). *Ministerio de Educación, cultura y deporte* Disponible en: http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2014.pdf
- Aragón Turismo (2015). *Gobierno de Aragón*. Disponible en: <http://www.turismodearagon.com/es/>
- Bilbao Open Tourism*. Disponible en: <http://www.runningtoursbilbao.com/p/home.html>
- Calendario y resultados de la FFA (2015). *Federación Aragonesa de Atletismo*. Disponible en: <http://www.federacionaragonesadeatletismo.com/competiciones/calendario-y-resultados-faa/calendario-y-resultados-faa-2015/>
- Corre en Aragón. *Gobierno de Aragón*. Disponible en: <http://correrenaragon.com/>
- Díaz Olivera, P. y Matamoros, B (2011) El análisis DAFO y los objetivos estratégicos. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2011a/domh.htm>
- Donostia/San Sebastián turismo (2015). *San Sebastián Turismo-Donostia Turismoa, S.A.* Disponible en: <http://www.sansebastianturismo.com/es/hacer/sport-city/running>
- El running actividad de moda (2015). *Heraldo de Aragón*. Disponible en: http://www.heraldo.es/noticias/suplementos/2015/05/25/el_running_actividad_moda_362721_314.html
- El turismo deportivo en la Comunidad Valenciana (2013). *Observatorio turístico de la Comunitat Valenciana*. Disponible en: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/Turismo_deportivo_diciembre2013.pdf
- Fernández Allez, T. (2014). El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso. *Cuadernos de Turismo* nº33, pp. 59-76. Disponible en: http://www.researchgate.net/profile/Maria_Teresa_Alles/publication/261171502_El_impacto_turstico_de_los_eventos_deportivos_un_estudio_de_caso/links/00b49538357e268ad900000.pdf
- Fernández Montiel. R. (2014) *Turismo de Maratones TFG*. Disponible en : <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5998/1/TFG-N.92.pdf>
- Figols, R. (2014). La moda running viaja por el mundo. *Heraldo de Aragón*. Disponible en: http://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2014/03/10/la_moda_del_running_viaja_por_mundo_274857_310.html

González Molina, A. (2008). Rargos caracterizadores del turismo activo y deportivo e importancia económica, social y estructura de las nuevas formas emergentes. *Accion Motriz, Revista científica digital*, nº1, pp. 79-98. Disponible en:<http://mdc.ulpgc.es/cdm/ref/collection/amotriz/id/59>

González Pacheco J.M. (2014). Estadísticas de la participación en Maratones en España 2008-2013. *La república del running wordpress*. Disponible en: <https://runningdv.wordpress.com/2014/03/30/estadisticas-de-la-participacion-en-maratones-en-espana-2008-2013/>

Horarios y precios. (2014).EMOZ. Escuela Museo Origami Zaragoza. Disponible en: <http://www.emoz.es/index.php?mn=5&lg=ES>

Informe Amadeus (2015). Estudio Future Traveller Tribes 2030: Los viajeros del mañana. Hosteltur. Disponible en: <http://static.hosteltur.com/web/uploads/2015/04/Amadeus - Future Traveller Tribes 2030 - 21041522.pdf>

López E. El descanso del deportista (2010) Correr.es Disponible en: <http://www.correr.es/el-descanso-del-deportista/>

Los españoles realizan 26 millones de viajes vinculados al turismo deportivo (2014). Hosteltur. Disponible en: http://www.hosteltur.com/156680_espanoles-realizan-26-millones-viajes-vinculados-al-deporte.html

Merino A. (2014). Una fiebre que es una oleada. *El Mundo*. Disponible en: <http://www.elmundo.es/tendencias/2014/12/01/54535aec22601d41028b4575.html>

Ofertas turísticas en Madrid. (2015) Competitor.com. Disponible en:<http://es.competitor.com/2015/02/20/ofertas-turisticas-en-madrid/>

Ofertas.Precios DoctorVacaciones. Disponible en: <http://doctorvacaciones.com/>

Pascual, R. “El millonario negocio del running” Capital. Disponible en: <http://www.capital.es/2013/11/12/el-millonario-negocio-del-running/>

Plan diferencial de promoción turística de Aragón 2012-2015. (2012).Gobierno de Aragón Disponible en: <http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Departamentos/EconomiaEmpleo/Noticias/plan%20turismo.pdf>

Pucurull. Miquel Zurich Marato Barcelona. Disponible en: <http://www.zurichmaratobarcelona.es/files/historia.pdf>

Rutas y precios (2012). EbroNautas. Disponible en: <http://www.ebronautas.net/index.php/2012/06/explora-los-sotos-y-galachos-del-ebro/>

Salguero Pérez, A. y Martos Fernández, P. (2009). Diferencias de género entre la participación española y extranjera en competiciones populares de fondo. EF deportes .Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd133/diferencias-de-genero-competiciones-populares-de-fondo.htm>

Suanzes, P.R. (2014) Running una fiebre multitudinaria. *El Mundo*. Disponible en: <http://www.elmundo.es/economia/2014/01/19/52daf5db22601d436e8b4574.html>

Topham Wood H. (2014) Benefits of Secondary Health Insurance. *Livestrong*. Disponible en: <http://www.livestrong.com/article/58083-benefits-secondary-health-insurance/>

Tour Operators United for Runners. Disponible en: <http://www.runningtours.com/>

Turisme Barcelona sports/ Turismo Barcelona sports (2015). *Consorci de turismo de Barcelona*. Disponible en: <http://bcnsports.barcelonaturisme.com/ES/>

Vamos a correr (2015).Turismo a la carrera, el running como opción para descubrir una ciudad. *El Correo*. Disponible en: <http://www.vamosacorrer.com/noticias/turismo-a-la-carrera-20130905.html>

Vargas, A. (2013). El negocio de las carreras populares: los runners españoles indignados con los precios. *Zoom News*. Disponible en: <http://www.zoomnews.es/40108/deportes/running-y-fitness/negocio-las-carreras-populares-runners-espanoles-indignados-precios>

Video (2014) Chocotour- tour de chocolate por Zaragoza. Spain.info Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=rAgrpEsQTxc&feature=plcp&context=C41116e8VDvjVQa1PpcFM-BGXbUuBGmuj1wKbxDlVZ2fjUy7FvLaM%3D>

Zaragoza Deportes (2015) Ayuntamiento de Zaragoza. Disponible en: <http://www.zaragozadeporte.com>

Zaragoza RunningTour Spain. Disponible en: <http://zaragoza.runningtoursSpain.com/rutas-urbanas/>

Zaragoza Turismo (2015). Ayuntamiento de Zaragoza. Disponible en: <http://www.zaragoza.es/ciudad/turismo/es/servicios/visitas-guiadas/gastronomicas/chocotour.htm>