



Trabajo Fin de Grado

La creación de un producto turístico a partir de un deporte: el caso del CrossFit

The creation of a touristic product from a sport:
the case of CrossFit

Autor/es

Selesa Zueco Vincelle

Director/es

María Nogueras Edo

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO DE ZARAGOZA
GRADO EN TURISMO
2023

Resumen

El presente Trabajo Fin de Grado estudia la posibilidad de crear un supuesto evento cuyo protagonista sea la joven modalidad deportiva del CrossFit desde una perspectiva turística. Se busca el objetivo de analizar, por un lado, la atractividad del fenómeno del CrossFit y, por el otro, la potencialidad turística que este podría llegar a desarrollar de forma directa e indirecta. Asimismo, se ha escogido en la ubicación de un destino turístico maduro como es la isla de Gran Canaria.

Palabras clave: turismo deportivo, CrossFit, evento, potencialidad turística, recursos turísticos, accesibilidad.

Abstract

This Final Degree Project studies the possibility of creating a supposed event whose protagonist is the young sporting modality of CrossFit from a tourist perspective. The aim is to analyse, on the one hand, the attractiveness of the CrossFit phenomenon and, on the other, the tourism potential that it could develop directly and indirectly. Likewise, it has been chosen in the location of a mature tourist destination such as the island of Gran Canaria.

Key-words: sports tourism, CrossFit, event, tourism potential, tourism resources, accessibility

Índice de contenidos

1. Introducción.....	3
2. Objetivos.....	4
3. Marco Teórico.....	5
3.1. Turismo deportivo.....	5
3.2. Qué es el CrossFit.....	8
3.2.1 Origen del CrossFit.....	9
3.3 CrossFit España.....	11
3.3.1 Competiciones a nivel español y su impacto en la comunidad.....	12
3.3.2. CrossFit Fitness Challenge League.....	13
4. Metodología.....	15
4.1. Fuentes utilizadas.....	15
4.2. Herramientas utilizadas.....	16
5. Propuesta de evento: Gran Canaria CrossFit Challenge.....	17
5.1. Objetivos del evento.....	18
5.2. Demanda.....	19
5.3. Fecha y lugar.....	19
5.4. Accesibilidad.....	24
5.5. Recursos turísticos naturales complementarios.....	25
5.6 Recursos turísticos culturales complementarios.....	27
5.7. Timing del evento.....	29
6. Conclusiones.....	33
Bibliografía.....	34

1. Introducción

El propósito de este Trabajo de Final de Grado en Turismo es estudiar en profundidad la posibilidad de unir una joven modalidad deportiva, como es el CrossFit, con la posibilidad de explotación de un destino turístico maduro, como es la isla de Gran Canaria, mediante la creación de un evento competitivo que enlace ambas modalidades. Bien es cierto que, en la actualidad, estas dos actividades han comenzado a converger de tal manera que el turismo deportivo ha adquirido cierta relevancia propia como actividad social en los momentos de tiempo libre (Blázquez, 2014).

En primer lugar, se introduce la idea del CrossFit como hilo conductor a través del cual se realiza la propuesta de evento que planearemos como parte final del presente estudio. Desarrollaremos su concepto y los orígenes para concretar los impactos sociales y económicos que este ha producido a lo largo de su historia, tanto a nivel internacional como a nivel nacional. Así mismo, Mencionaremos y analizaremos claros ejemplos de eventos mundiales para conocer los respectivos impactos que podrían surgir.

En este estudio se analizan distintos conceptos que abarcan este tema tales como: turismo deportivo, CrossFit, evento deportivo, recursos turísticos o accesibilidad a ellos. Y para ello, se define lo que sería el turismo deportivo, por ser el ámbito en donde se engloba la actividad que se va a desarrollar.

Finalmente, se plantea verdaderamente la posibilidad de explotación del recurso a través de la plasmación del proyecto de un evento mediante el estudio de la zona analizando su accesibilidad, sus estadísticas y sus recursos turísticos culturales y naturales ya que son los principales atractores del turismo.

2. Objetivos

Como hemos mencionado en la introducción, el **principal objetivo** de este informe es estudiar en profundidad la posibilidad de sacar un rendimiento económico a la joven modalidad deportiva del CrossFit, como un nuevo producto turístico en la isla de Gran Canaria.

Para ello, se ha propuesto la creación de un evento con el que llevar a cabo una competición deportiva que suponga, al mismo tiempo, establecer un timing turístico. De este modo, el destino turístico maduro¹, de Gran Canaria, opta a diversificar su oferta turística, en vez de centrarse en el ya famoso sol y playa, siendo este la tipología la predominante en la isla.

Así pues, los **objetivos específicos** que se tratan de alcanzar mediante este estudio son:

- 1) Estudiar en profundidad de la práctica deportiva CrossFit: concepto, origen, competiciones, impacto.
- 2) Estudiar en profundidad de la isla de Gran Canaria: ubicación, accesibilidad, equipamiento, recursos.
- 3) Crear una propuesta de evento deportivo-turístico: Gran Canaria CrossFit Challenge
- 4) Diversificar la oferta turística de la isla: turismo deportivo, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo de naturaleza.
- 5) Rejuvenecer el destino turístico de Gran Canaria: mejorar la imagen del destino

Para poder conseguir los objetivos propuestos anteriormente hemos optado por llevar a cabo una metodología cualitativa. Esta es una tipología de investigación caracterizada por la recopilación de datos no numéricos. En concreto se ha hecho uso de la sociología que sería el estudio de la cultura de una sociedad determinada. En este caso, de la comunidad CrossFit y a su vez de la compatibilidad con la comunidad canaria (Quintana Peña, 2006).

¹ Destino turístico maduro: destino turístico que tras haber alcanzado un importante grado de importancia (teniendo en cuenta la relación oferta y demanda) se encuentra en una fase de crecimiento menor o bien en fase de estancamiento (Quiles, 2011)

3. Marco Teórico

A continuación, el marco teórico del informe se compone por una serie de definiciones los diversos conceptos clave del estudio a modo de hilo conductor. Tales conceptos son: el turismo deportivo que guarda una relación estrecha con el CrossFit y, consecuentemente, se introduce el concepto de la nueva modalidad deportiva CrossFit, así como su historia e impacto hasta la actualidad.

3.1 Turismo deportivo

En primer lugar, para poder desarrollar el CrossFit como una nueva propuesta de potencialidad turística hemos de definir correctamente lo que ello significa. Este concepto de “potencialidad turística” de un territorio se define como la posibilidad de atracción de turistas y la satisfacción de sus necesidades a través de sus recursos naturales, culturales turísticamente hablando, así como de su accesibilidad entendida esta como transporte, gasolineras; infraestructuras tales como hoteles o establecimientos de restauración (Reyes Pérez & Sánchez Crispín, 2005).

Dado que este nuevo modelo de entrenamiento guarda relación con la existente práctica del turismo deportivo, por ello debemos introducir el presente concepto para conocer lo que conlleva realmente esta práctica.

“ El turismo y los deportes se interrelacionan y complementan. Los deportes –como actividad profesional, afición o entretenimiento– implican una cantidad considerable de viajes para jugar y competir en diferentes destinos y países. Los grandes eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos o los campeonatos de fútbol o de rugby, se han convertido en importantes atracciones turísticas en sí mismas, contribuyendo de manera muy positiva a la imagen turística del destino anfitrión” (OMT, 2023).

El turismo deportivo es uno de los sectores que crecen más rápido en el turismo. Una de las razones es que cada vez son más los turistas interesados en realizar actividades deportivas durante sus viajes, independientemente de que esto sea el principal objetivo del viaje. Además, los eventos deportivos de diversos tipos y tamaño atraen tanto a los

turistas como participantes o espectadores. Así como los diversos destinos tratan de proporcionar su identidad local para diferenciarse del resto.

El ejemplo más claro que podemos observar de los eventos deportivos de gran envergadura, son los Juegos Olímpicos, tanto los de verano como de invierno, así como, los campeonatos mundiales de los principales deportes (donde los reyes son el fútbol o el baloncesto), que atraen a una gran cantidad de espectadores. Ambos eventos pueden actuar como catalizadores del desarrollo turístico, si se aprovechan adecuadamente puede ayudar a dichos destinos en la creación de una marca turística, así como, el desarrollo de infraestructuras y otras ventajas económicas y sociales (OMT, 2023).

Según los datos consultados, el turismo deportivo habría ejercido como palanca para la recuperación económica de España durante este año 2022. Strava² en su informe anual dice lo siguiente:

El Año Deportivo 2022 tras acoger a más de 2,4 millones de turistas cuya principal actividad en el destino ha sido la práctica deportiva. Esta cifra representa el 3,5% del total de turistas que han visitado España hasta este pasado septiembre, de acuerdo con los datos obtenidos de Turespaña y el INE, y que se situaban en 55,92 millones (M.A., 2022)

Si continuamos comentando el concepto de turismo deportivo, debemos traer a colación la definición dada por González Sanz (2020) que lo explica como el desplazamiento por una duración superior a 24 horas, y cuyo objetivo es presenciar algún evento o con el objeto de practicar una disciplina deportiva. Cuanto más mediático sea un evento a nivel internacional, más probable es que haya desplazamientos masivos.

Es importante añadir que esta tipología turística es una de las consecuencias de la globalización. El abaratamiento de los transportes que aporta a la aparición del fenómeno del Low-Cost, que sumado a la aparición de los deportes como fenómeno general han sido elementos decisivos para que hoy se pueda hablar de esta tipología. La idea más usual es el disfrutar del deporte (EAE, 2020).

² Strava: plataforma mundial para deportistas dedicada al seguimiento deportivo de sus usuarios especialmente corredores y ciclistas. Esta además, redacta anualmente informes acerca de tendencias deportivas mundiales (Runedia , 2022)

El concepto de turismo relacionado con el deporte se ha generalizado en los últimos años como un producto turístico cada vez más popular; desde **carreras** de un fin de semana, a torneos de golf, hasta una escapada para correr una media maratón (EAE, 2020).

Según la EAE Business School (2020) puede hablarse de dos tipos de turismo deportivo:

- a) **Turismo deportivo activo:** Conlleva que las personas **participen** en algún tipo de deporte y esa sea la motivación del viaje. Las carreras populares tales como son las maratones serían un perfecto ejemplo. Es el caso de la famosa maratón de Berlín o la de Nueva York. No obstante, dentro del turismo deportivo activo también podemos aunar diversas tipologías de turismo como pueden llegar a ser el turismo “bikefriendly”, turismo de escalada, pesca, surf, artes marciales, entre otros (Universidad Europea , 2022).
- b) **Turismo deportivo pasivo:** Conlleva la **expectación** de algún tipo de evento deportivo específico de la zona y esa sea la motivación del viaje. Es decir, estos no participan activamente en el evento, sino que son aficionados que acuden al lugar en el que este evento se desarrolla. Un claro ejemplo de turismo deportivo pasivo sería acudir a eventos mundialmente famoso como pueden ser los Juegos Olímpicos, la Copa del Mundo de fútbol o los Grand Slams de Tenis como meros espectadores (Agencia Universidaria , 2022).

Así pues, la principal diferencia entre turismo deportivo activo y pasivo sería como hemos mencionado anteriormente, que el activo consiste puramente en la participación de alguna tipología deportiva, y esa sería precisamente la motivación del desplazamiento, frente al turismo deportivo pasivo cuya principal motivación sería la expectación de un evento de esta índole.

3.2. Qué es el CrossFit

El CrossFit es un sistema de acondicionamiento físico basado en **movimientos funcionales** muy variados, que se ejecutan a una intensidad elevada. Se entiende por “funcionales” aquellos en los cuales intervienen múltiples movimientos corporales en conjunto, es decir, varios grupos musculares se unen para llevar a cabo una acción de forma natural y efectiva (Salvatierra, 2014).

Por un lado, el principal objetivo de este entrenamiento es desarrollar lo máximo posible todas las capacidades físicas del individuo para conseguir un atleta lo más completo posible. Para ello, se realizan movimientos de gimnasia, carrera, calistenia o halterofilia, entre otras disciplinas, y se trabajan capacidades como la fuerza, la resistencia, la agilidad, la potencia o la flexibilidad (Salvatierra, 2014).

Por otro lado, la filosofía de este tipo de entrenamiento es la construcción y consolidación de una gran comunidad. Por ello, esta disciplina es adaptable fácilmente a atletas con motivación de todas las edades y condiciones físicas independientemente de su procedencia (Somoza Paz, 2017).

Los entrenamientos de esta disciplina son desafiantes por lo que incitan al atleta a conseguir una mejor versión de sí mismo. Del mismo modo, el CrossFit fomenta la responsabilidad y el coraje, ya que todos sus entrenamientos se pueden “escalar”. Esto es, ajustar dichos entrenamientos por grado para que así cada atleta descubra el desafío ajustándose a sus capacidades y/u objetivos siendo siempre bienvenido y respetado por ello (Somoza Paz, 2017).

“Sufrimos juntos y triunfamos juntos. Nos animamos unos a otros. Nos impulsamos a superar el sufrimiento y a alcanzar logros que creíamos imposibles. Tanto dentro como fuera del Box³ acabamos siendo una familia. Da igual tu trabajo, tu origen, o cualquier circunstancia vital pues al final todos compartimos el mismo terreno de juego.” (CrossFit LLC. , 2023)

³ Box: Concepto que usa la comunidad CrossFit para apelar al lugar de entrenamiento: gimnasio sería la palabra de uso común.

Al tratarse de un entrenamiento multidisciplinar existen diversos métodos de entrenamiento tales como son: tabata⁴, AMRAP⁵, EMOM⁶, RFT⁷, WOD⁸, entre otros.

3.2.1 Origen del CrossFit

Según la página oficial de CrossFit LLC. (2023) la marca fue registrada en el año 2000 por el exgimnasta Greg Glassman. Sin embargo, sus inicios se remontan a 1974 cuando el norteamericano entrenaba en la YWCA en California a gimnastas y se dio cuenta de que los entrenamientos únicamente basados en el powerlifting no eran eficientes. Además, no mejoraban la condición física de los atletas en comparación con el tiempo de dedicación que ello conllevaba. Así pues, posteriormente, fundó su propio método de entrenamiento basado en movimientos funcionales a alta intensidad. Con la consecuencia de que, en 1995, con la apertura de su primer gimnasio lo bautizó con el nombre “CrossFit”(CrossFit Kudasai, 2018).

En sus inicios, este tipo de entrenamientos estaba dedicado a la preparación física de marines, bomberos y militares norteamericanos. Sin embargo, 5 años más tarde tras su éxito decidió registrar la marca junto con su mujer.

En 2001, tomaron la decisión de darle visibilidad a la marca a través de su difusión por Internet, debido a la revolución que supuso, la marca deportiva Reebok puso interés en la marca y decidió convertirse en su principal patrocinador, dándole así la oportunidad de crecer globalmente (CrossFit Kudasai, 2018).

⁴ Tábata: entrenamiento de intervalos en el que el atleta debe completar un número de minutos específicos divididos en 20 segundos de trabajo y 10 segundos de descanso.

⁵ AMRAP: “As Many Rounds As Possible”; entrenamiento diseñado para realizar las máximas rondas posibles en un tiempo exacto. Este entrenamiento además fue diseñado para mentalizar al atleta de que dispone de un tiempo determinado para dar lo máximo de sí mismo.

⁶ EMOM: “Every Minute On a Minute”; cada minute al minute. El objetivo de este tipo de entrenamiento es completar un número de repeticiones en el intervalo de un minuto descansando lo que reste del mismo minuto.

⁷ RFT: “Rounds For Time”; rondas por tiempo. Entrenamiento diseñado para completar la tarea en el menor tiempo posible manteniendo la forma.

⁸ WOD: “Workout of the Day”; ‘entrenamiento del día’. La marca CrossFit prescribe un entrenamiento específico para sus gimnasios afiliados.

Tan solo 6 años más tarde, en 2007, se organizó la primera competición oficial de CrossFit, llamada “CrossFit Games⁹” a la que tan solo acudieron 40 hombres y 20 mujeres.

Actualmente, CrossFit cuenta con 14.000 boxes en 155 países sumando a su comunidad cinco millos de afiliados. Estos se sitúan en su mayoría en Estados Unidos. Sin embargo, su presencia es mundial puesto que 4.200 de ellos se encuentran en Europa, Latinoamérica o Australia. España por su parte, se sitúa en el ranking de los países con mayor presencia de la marca con 625 centros y 115.000 entrenadores oficiales en todo el mundo (López-Egea, Palco23, 2022).

Para la creación de un box oficial CrossFit vende su licencia para la explotación de la marca que para obtenerla exige el requisito de la certificación de un curso llamado level1. Ello implica el desembolso de 3.000 dólares anuales y 1.000 dólares añadidos por la certificación. Sin embargo, la apertura de un box de CrossFit conlleva mayores gastos dada la infraestructura y material que se debe obtener. Por lo general, ello oscila entre 75.000 y 250.000 euros (López-Egea, 2022),

⁹ Para saber más de los CrossFit Games como competición referente de la joven modalidad deportiva se amplia la información en el Anexo I.

3.3. CrossFit España

El CrossFit llega por primer vez a España en el año 2008 a la comunidad autónoma de Canarias. Más concretamente en la zona de las Alcaravaneras en las Palmas de Gran Canaria. En sus orígenes contaban con una pequeña sala, aunque con el paso de los años la familia ha aumentado y ahora se hallan en Las Torres en una nave llamada “El Bunker” (CrossFit Canarias , 2023).

Como hemos mencionado anteriormente en el epígrafe 3.2.1. actualmente la comunidad CrossFit cuenta con 14.000 boxes en 155 países con más de cinco millones de afiliados. Estos en su mayoría se sitúan en Estados Unidos seguido del mercado europeo con más de 4.200 locales. Durante el año 2022 la marca habría superado un récord tras situarse con 625 locales en España. Una cifra que aumentó en un 9,3% con respecto al año anterior. Además, con esta cifra se sitúa entre los tres países en los que más está creciendo esta disciplina por detrás de Brasil y Estados Unidos (López-Egea, 2022).

Según la página oficial de CrossFit LLC. (2023) establece que el número de locales oficiales de esta disciplina está en auge. Entre las comunidades autónomas en las que mayor presencia de establecimientos destacan Cataluña con un total de 128 boxes, seguido de Madrid con 114 y de Andalucía con 95. Aunque con menos presencia, también destaca la presencia en Comunidad Valenciana con 70, así como, la zona norte de España que cuenta con 87 establecimientos entre Navarra, País Vasco, Cantabria y Asturias

Siguiendo con la idea de que la presencia de establecimientos oficiales de CrossFit está en auge, directamente también lo está la industria dedicada a ello. Los *crossfitters*¹⁰ no podrían entrenar sin la posesión de materiales adecuados. De esta necesidad han surgido marcas nacionales especializadas en CrossFit tales como: Picsil, reconocida mundialmente, de origen navarro y Ruster Fitness de Jaén, la cual ha conseguido expandirse a México (Gudiño, 2022).

¹⁰ Crossfiter: persona que practica con frecuencia CrossFit.

3.3.1. Competiciones a nivel español y su impacto en la comunidad

Según el artículo publicado por Gudiño (2022) el pasado año 2022 supuso un cambio para la comunidad del CrossFit en España puesto que la posicionó como primera potencia mundial en el CrossFit deportivo.

Este posicionamiento como primera potencia mundial se debe a que durante el año 2022 fueron registradas un total de 17 competiciones aprobadas por la marca CrossFit. Le siguen Estados Unidos en segunda posición con un total de 11 y Reino Unido con 7 competiciones oficiales. La diferencia entre ellas es que, en España, debido a su extensión y su red de transporte hace más factible la idea de acudir a competiciones, si lo comparamos con las extensiones territoriales de California o Reino Unido.

Algunos de los claros ejemplos de competiciones desarrolladas en territorio nacional fueron: Toronja Games, Revolution Games Madrid, Wodcelona y la Madrid Championship 2022, que acogió a 2.500 atletas; en su mayoría nacionales, pero con presencia internacional.

En el caso de España el perfil de usuario de los boxes es «Master»¹¹ sin embargo en todas las competiciones existen las categorías de «Teens»¹², «Escalado»¹³ o «Adaptive»¹⁴.

Además, estas competiciones no se podrían llevar a cabo si no fuera por la gran participación de voluntarios que se involucran en ellas. Por un lado, es imprescindible el apoyo de personal para poder desarrollar las competiciones de la mejor manera posible tarea que se delega a los ya nombrados voluntarios. Entre sus funciones destacamos el ingreso de los deportistas, la movilización de los equipos, los primeros auxilios, los diferentes puntos de información, la gestión de puntos de ranking que se otorgan en cada prueba durante la competición, y los stands de avituallamiento. (Strongest , 2023).

Además, se necesitan, jueces que evalúen cada una de las pruebas, que en muchas ocasiones también son voluntarios, aunque en segín qué casos también los hay que viven de ello profesionalmente (Strongest , 2023).

¹¹ Máster: Categoría que abarca a partir de los 35 años en adelante. Esta, a su vez se divide en Master35, Master40, Master45

¹² Teens: Categoría que abarca las edades de 14-15; 16-17 años

¹³ Escalado: Categoría en la que todo atleta puede adaptar el WOD a sus capacidades

¹⁴ Adaptive: Categoría dedicada a personas con discapacidad. Esta se puede dividir además en categorías: standing, sensorial y seated. Siendo standing dedicado a personas con discapacidad en la parte superior del cuerpo, sensorial dedicado a atletas con discapacidad visual y/o con pérdida auditiva. Finalmente, el seated dedicado a personas con discapacidad en la parte inferior del cuerpo (Limited Edition Athletes , 2023).

3.3.2. CrossFit Fitness Challenge League

El Fitness Challenge League es la primera liga nacional de eventos de CrossFit enfocada a afiliados en España, que consiste en 8 competiciones que se efectúan por equipos. Estas competiciones están vinculadas a los puntos más turísticos de España: Costa Dorada, Benidorm, Andorra, Madrid, Costa Brava, Huelva, Barcelona y Alicante.

De media compiten 5.000 atletas divididos en 250 equipos de hasta 4 participantes. Además, existen diversas categorías: Élite¹⁵, RX¹⁶ y Open¹⁷ (Fitness Challenge League , 2023). Estos equipos tienen un máximo de 7 participantes. Sin embargo, deberán elegir tan solo a 4 para efectuar la competición de los cuales 3 deberán ser chicos y una chica.

Una vez informados los componentes de los equipos, la competición atraviesa una fase online y una fase presencial. Durante la fase online se realizan 3 level WODS divididos en los niveles anteriormente mencionados a modo de clasificatorio para determinar el nivel de cada grupo.

Durante la fase presencial se realizan 8 eventos durante todo el año celebrados en fin de semana. A raíz de dichos eventos cada equipo obtiene una serie de puntos por ejercicios y la clasificación final será el resultado de la acumulación de estos. Sin embargo, los equipos que quieran optar a acceder a la final no son obligados a acudir a todos los eventos de la fase presencial puesto que sólo se tendrán en cuenta hasta 4 eventos (Zona WOD , 2023).

Durante este año 2023 las fechas más importantes son del 25 de marzo al 19 de noviembre en los puntos más emblemáticos de España. Como se puede observar en la siguiente Tabla 1, estos comienzan en la Costa Dorada del 25 al 26 de marzo, continúan en Benidorm el 22 y 23 abril, en Andorra de 8 y 9 de julio, Madrid de 23 y 24 de septiembre, Costa Brava del 7 y 8 de octubre, Huelva del 21 al 22 de octubre, Costa Barcelona del 4 al 5 de noviembre y Costa Blanca del 18 al 19 de noviembre (Zona WOD , 2023).

¹⁵ Élite: atletas reconocidos a nivel nacional.

¹⁶ RX: competidores que desarrollan los entrenamientos de la competición tal y como han sido planificados.

¹⁷ Open: competidores que desarrollan los entrenamientos de la competición de manera escalada.

Tabla 1.***Calendario Torneos CrossFit 2023*****Fuente: STREETWOD (2023)**

NOMBRE	FECHA	UBICACIÓN
Hyrox Bilbao	Febrero	Bilbao Exhibition Center
Pamplona Arena Games	Febrero	Pamplona
Hyrox Barcelona	Marzo	Barcelona
Costa Dorada Fitness Challenge	Marzo	Tamarit, Tarragona
Hyrox Málaga	Abril	Feria de Málaga
Benidorm Fitness Challenge	Abril	Benidorm
Valencia Throwdown	Junio	Valencia
Revolution Games 2023	Junio	Madrid
Ablitas Teams Battle 2023	Junio	Ablitas, Navarra
El Legado del Bisonte 2023	Junio	Torrelavega, Cantabria
Andorra Fitness Challenge	Julio	Andorra
Cierzo Fitness Challenge 2023	Julio	Zaragoza
Madrid Fitness Challenge	Septiembre	Madrid
Costa Brava Fitness Challenge	Octubre	Girona
Huelva Fitness Challenge	Octubre	Huelva
Costa Barcelona Fitness Challenge	Noviembre	Barcelona
Costa Blanca Fitness Challenge	Noviembre	Crevillente, Alicante

4. Metodología

En el presente trabajo se muestra como una investigación empírica con datos cualitativos, basados en fuentes secundarias, así como, en el estudio de casos que vamos a explicar a continuación.

En primer lugar, para la realización del informe y creación del supuesto evento se han tomado de referencia casos específicos tanto a nivel nacional español como internacional. En primer lugar, se ha analizado eventos a nivel internacional de gran relevancia como son los CrossFit Games sobre todo en Estados Unidos. Por su parte, a nivel nacional se han estudiado eventos especializados en CrossFit como son Toronja Games, Revolution Games Madrid, Wodcelona o la Madrid Championship. No obstante, también se han analizado eventos de carácter deportivo para realizar el supuesto timing del evento. Este sería la cicloturista que tiene lugar en la propia isla de Gran Canaria.

4.1 Fuentes utilizadas

Para realizar esta investigación, hemos trabajado principalmente sobre fuentes secundarias. Estas son aquellas fuentes de las cuales la información proceden de instituciones gubernamentales, industriales o individuales. Es decir, los datos no directamente obtenidos para el desarrollo del informe

De hecho, la información ha sido tomada de páginas web directamente relacionadas con el Crossfit, por un lado, y por el otro, de turismo. También se ha utilizado, revistas y periódicos digitales, artículos de investigación, informes turísticos, y estadísticas. De estas últimas nombraremos que, la fuente principal de información sobre el sector turístico canario ha sido el Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Además, el canal oficial de AENA que también ha sido fuente de información estadística junto con la APP Strava que proporciona informes anuales de estadística deportiva.

4.2. Herramientas utilizadas

Además, para ampliar la oferta turística del evento, hemos realizado fichas de catalogación de los recursos (diferenciándose entre recursos naturales y culturales) en la cual se identifican, clasifican y describen el potencial turístico, la accesibilidad, el estado del firme, la ubicación, el equipamiento turístico y su señalización, el organismo que gestiona su conservación, el grado de especificidad y de utilización y la relevancia que este posee a nivel local, regional, nacional e internacional. Por último, en estas fichas se analizan otras actividades complementarias que se puedan desarrollar en dicho recurso turístico complementario.

Por otro lado, se ha hecho uso como hemos mencionado anteriormente del canal oficial de AENA del cual hemos obtenido mapas geográficos con la conectividad aérea de la isla de Gran Canaria tanto de la estación de verano como la de invierno desde los principales emisores de Europa.

5. Propuesta de evento: Gran Canaria CrossFit Challenge

La creación de un evento en una ubicación precisa es una de las estrategias que utilizan muchas administraciones para dar a conocer de otro punto de vista la diversidad turística que esta ciudad posee. En este caso, uno de los principales objetivos de la creación del evento nace de la pasión por dar a conocer una joven modalidad deportiva como es el CrossFit junto con la revitalización de lo que sería un destino maduro consolidado como es Gran Canaria.

Además, la elección de esta ubicación se debe precisamente a la vinculación de Islas Canarias con el CrossFit dado que, como hemos mencionado anteriormente en el epígrafe 3.3, esta modalidad deportiva llega por primera vez a España a esta comunidad autónoma. Además, otra de las razones de la elección se debe a que Islas Canarias es uno de los destinos más importantes turísticamente hablando para España tal y como plantea el modelo de la Fitness Challenge League que desarrolla sus competiciones en algunos de los puntos más turísticos de la península.

Para la creación de este evento no se ha tomado como ejemplo una competición de CrossFit, sino que es de elaboración propia puesto que normalmente el principal protagonista del acontecimiento sería el desarrollo de una serie de entrenamientos y, sin embargo, en ese evento están presentes de igual importancia el ámbito deportivo que el turístico. De hecho, como hemos mencionado anteriormente, este ha sido creado estratégicamente en Gran Canarias, con la intención de dar a conocer a un segmento más amplio del mercado turístico con los turistas potenciales como pueden ser los *crossfitters de forma directa* y, de forma indirecta familias de participantes, espectadores o personas que realizan turismo deportivo sin necesidad de que practiquen específicamente el CrossFit. Es decir, este evento estaría enfocado tanto a turistas activos como pasivos.

5.1. Metas del evento

La creación de un evento conlleva consigo el planteamiento de unos objetivos que queremos cumplir. En este nuestro caso, durante el desarrollo del evento se abarcan dos grandes campos de estudio: el deporte y el turismo. Dado que el objetivo principal de este acto es la unión de ambos en uno, hemos establecido diferentes objetivos en función de su campo. En primer lugar, hemos establecido a modo de tabla los objetivos puramente deportivos, es decir, los objetivos que se plantearían para el desarrollo de una competición deportivamente hablando.

Promoción de una vida saludable

- Entre los objetivos principales de cualquier tipo de competición deportiva obtenemos la promoción de una vida saludable como forma de vida complementaria a la práctica. Por ello, animamos a todo el mundo a que lo pruebe independientemente del sexo, edad, condición física...

Creación y promoción de una comunidad CrossFit

- Tal y como hemos mencionado con anterioridad uno de los principales objetivos del CrossFit es la consolidación de una comunidad. Por ello, un evento nacional de tal calibre sin duda ayudaría a la divulgación y unión de la comunidad de CrossFit española. De manera que se diera a conocer la competición y, del mismo modo la práctica deportiva ya que esta sería promocionada en diversas plataformas online y offline. Además, en una competición se crea el ambiente perfecto para conocer y compartir vivencias con nuevos atletas con los que establecer una relación cordial.

Desafío

- Las competiciones de CrossFit son una gran oportunidad para demostrarnos a nosotros mismos de lo que realmente somos capaces de realizar. Es decir, son estímulos para poner a prueba al atleta para desafiarlo y mejorar sus marcas personales ya que compiten contra otros participantes y de tal modo obtener un estímulo externo como motivación a superarse a sí mismos.

Igualdad

- Siguiendo con la filosofía de los CrossFit Games queremos patrocinar la competición como igualitaria de manera que realicen las mismas pruebas y entrenamientos tanto mujeres como hombres. Aplicable tanto en las competiciones individuales como por equipos en los que, por supuesto, habrá componentes tanto masculinos como femeninos para promulgar la igualdad en la competición.

Por otro lado, hemos redactado los objetivos turísticos del desarrollo del evento.

Aumentar las corrientes turísticas

- Aumentar nuevas corrientes turísticas tanto nacionales como internacionales. Este evento se ha enfocado tanto a turistas activos (aquellos que participan) como pasivos (espectadores, familia, acompañantes).

Generar un impacto económico

- Mediante la visita de nuevos turistas se espera un impacto económico significativo ya que se ha de tener en cuenta: transporte, alojamiento, servicios de restauración, equipamiento y servicios.

Promover el destino

- Dar a conocer toda la diversidad turística que ofrece la isla de Gran Canaria centrándonos en un tipo de turismo diverso al que predomina en la zona que sería el de sol y playa.

Fomentar la participación comunitaria local

- Interacción de las corrientes turísticas con la comunidad local de Gran Canaria mediante la contratación de excursiones con agencias minoritarias de la zona, tiendas autóctonas típicas canarias.

5.2. Demanda

Como hemos mencionado en el apartado 1., se debe distinguir entre dos tipos de turista en función de la actividad que vayan a desarrollar. Por lo que hablamos de una demanda efectiva¹⁸ y una demanda latente¹⁹. Por ello, se ha diseñado una propuesta de evento en la cual se pueda llegar a captar la atención de ambos públicos, esto será posible mediante una competición deportiva que satisfaga las necesidades de la demanda efectiva, junto con actividades meramente turísticas para captar la atención de la demanda potencial, en la que incluiríamos familiares, acompañantes y personas interesadas en el deporte, pero sin ser necesariamente *crossfitters*, o incluso personas locales de la zona canaria.

5.3. Fecha y lugar

El lugar elegido para llevar a cabo es la isla de Gran Canaria. Se ha escogido este destino puesto que, como hemos explicado en el epígrafe 3.3. CrossFit España, fue la primera Comunidad Autónoma en el que el CrossFit se inició con la apertura de su primer box oficial, concretamente en la isla de Gran Canaria. Por ello, hemos escogido esta isla dada su accesibilidad, oferta y demanda turística, así como, por su buen clima durante todo el año que causa una baja estacionalidad turística.

El **clima** en las Islas Canarias es bastante homogéneo sin grandes abismos entre picos de temperaturas. Es decir, varía siempre de 16°C a 27°C. Rara vez baja por debajo de 14°C y sube por encima de 30°C. Concretamente, durante el mes de marzo en Gran Canaria las temperaturas oscilan entre los 21°C y los 16°C. De hecho, según el Informe de perfil del turista elaborado por Promotur (2019) el clima sería el aspecto más relevante de la elección de destino Gran Canaria con entorno a un 80% de relevancia, seguido de la seguridad con un 48.2% y el mar con un 48%. A su vez, entre los aspectos relevantes ante la elección de Gran Canaria como destino también cabe destacar las playas (44%), la oferta alojativa (40,8%) y el precio (33,8%) (Promotur, 2019).

¹⁸ Demanda efectiva: Aquellas personas que acuden al evento con intención de participar activamente en el evento. Equivaldría a lo que es el turista deportivo activo.

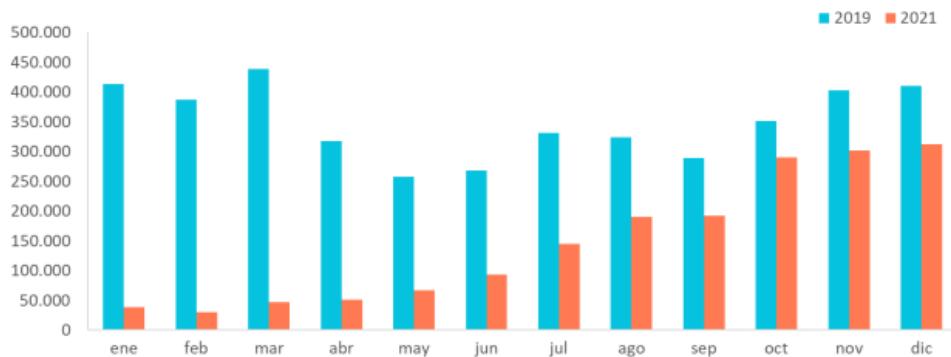
¹⁹ Demanda latente: Aquellas personas que acuden al evento con intención de expectación o por meras intenciones turísticas. En otras palabras, sería el público potencial del evento o el turista deportivo pasivo.

Este evento se plantea para ser organizado en el año 2024 y tendrá lugar durante la festividad de Semana Santa. Concretamente, la competición se llevará a cabo entre el jueves 28 de marzo y el lunes 1 de abril de 2024. Las fechas han sido preestablecidas específicamente para que la disponibilidad de tiempo libre de los participantes sea la mayor posible, puesto que es festivo nacional y son los principales demandantes turísticos.

Gráfico 1

Pernoctaciones turísticas Gran Canaria durante los años 2019 y 2021.

Fuente: ISTAC



Según el Informe del perfil de turista elaborado por Promotur (2021), las fechas de temporada alta en el año 2019²⁰ en Gran Canaria serían los meses de enero y marzo seguidos de noviembre y diciembre (Gráfico 1). Por el contrario, los de temporada baja, o bien, en los que menos afluencia turística presenta la isla son los de abril y mayo. Por ello, el desarrollo de la competición en uno de menor afluencia en comparación con el resto ayudaría a la isla a difundir el turismo deportivo, en este caso a través de CrossFit, de manera que atrajera una mayor afluencia turística.

Por otro lado, nombraremos los lugares específicos de la isla en los que la competición tendrá lugar. Para ello, hemos escogido dos lugares puramente turísticos de Gran Canaria: Las Palmas de Gran Canaria y Maspalomas. De esta manera el competidor podrá visitar ambos núcleos turísticos del norte y del sur, respectivamente.

²⁰ Hemos escogido los datos del 2019 por ser los datos más actualizados por la página oficial de estadística canaria. Además, son las cifras estipuladas prepandemia.

Para el desarrollo de una competición de CrossFit, como hemos mencionado en el apartado 3 del anexo 1, se deben instituir establecimientos específicos en los que llevar a cabo los entrenamientos, pero, dichos establecimientos deben contar con puntos de avituallamiento y de descanso, tanto para los competidores como para los acompañantes. En otras palabras, visitantes activos que comprenderían el grupo de personas que forman parte activamente de la competición y por otro lado, visitantes potenciales (demanda latente) que sería aquellos que acuden con intenciones de acompañamiento, expectación o entretenimiento.

Por ello, el primer lugar de encuentro es la ciudad de las Palmas de Gran Canaria puesto que cuenta con 114 espacios deportivos entre los que se ubican 11 parques deportivos, 12 pabellones polideportivos, 28 campos de fútbol, 48 pistas deportivas, 5 piscinas, un gimnasio, 4 pistas de petanca y 5 rocódromos (Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria, 2022).

Para llevar a cabo la competición son necesarios campos de fútbol en los que por sus dimensiones se permita el albergue de los entrenamientos. Para ello, hemos optado por el campo de fútbol 7 Casablanca III (Figura 1), para el desarrollo del primer evento. Este campo se sitúa en el centro de las Palmas de Gran Canaria. Cuenta con una superficie de espacio deportivo de 2.750 metros cuadrados. El acceso a este es público lo que facilita la gestión burocrática del evento. Además, este cuenta con focos de iluminación, vestuarios para los atletas y gradas para acoger a los espectadores y acompañantes de los competidores (Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria , 2023).

Figura 1

Campo de fútbol Casablanca III. Fuente: Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria (2023)



En segundo lugar, el segundo lugar de desarrollo de la competición es Maspalomas, ubicado en el sur de la Isla. En esta localidad también encontramos un campo de fútbol municipal: Estadio Municipal de Maspalomas o Estadio de San Fernando de Maspalomas (Figura 2). Esta ciudad deportiva cuenta con numerosos campos de fútbol equipados con iluminación, vestuarios y graderíos perfectamente adaptados para desarrollar un evento deportivo. Además, esta ciudad cuenta con una pista de atletismo (Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana , 2023).

Figura 2

Estadio Municipal de Maspalomas. Fuente: Ayuntamiento de Maspalomas (2023)



Para continuar hablando del evento, mencionaremos que el evento contará con la colaboración de la cadena hotelera Dunas Hotels & Resorts, que será el lugar de alojamiento de los competidores y de los acompañantes. En concreto, se alojarán en el complejo Maspalomas Resort, un complejo de cuatro estrellas ubicado en el sur de la isla de Gran Canaria. Este hotel está compuesto por bungalós (Figura 3) totalmente adaptados a cualquier núcleo familiar. Además, el hotel cuenta con múltiples servicios como: piscina climatizada (Figura 4), restaurante buffet con cenas temáticas (Figura 6), Wifi gratuito, zona infantil (Figura 7), animación, gimnasio, zona de masajes, ascensor y acceso para minusválidos, lo cual genera un ambiente perfecto para los participantes para los cuales el evento va dirigido, así como para sus familias y personas con movilidad reducida, puesto que existen las habitaciones con la categorías de adaptadas.

Figura 3

Bungalow Maspalomas Resort by Dunas.

Fuente: Maspalomas Resort by Dunas



Figura 5

Zona infantil Maspalomas Resort by Dunas. Fuente: Maspalomas Resort by Dunas



Figura 4

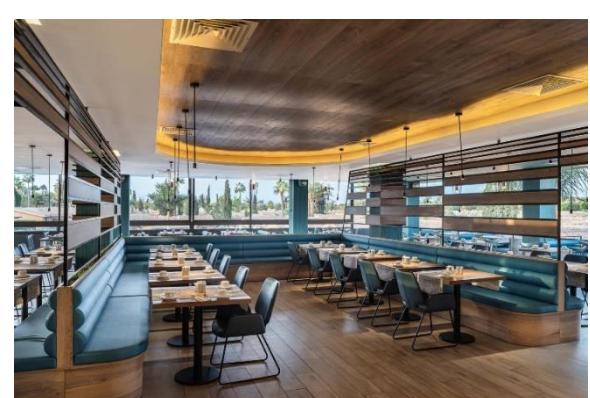
Piscina Maspalomas Resort by Dunas. Fuente: Maspalomas Resort by Dunas



Figura 6

Zona restauración Maspalomas Resort by Dunas.

Fuente: Maspalomas Resort by Dunas



Además de la colaboración con la cadena hotelera, debemos mencionar la previsión de una cooperación con una compañía de transporte, con el fin de poder organizar los traslados (autobús) hasta los puntos específicos de la competición que hemos mencionado anteriormente, para así facilitar el desarrollo de la competición.

5.4. Accesibilidad

Uno de los factores de mayor importancia de cara a la planificación de un evento en una determinada ubicación sería la valorar la accesibilidad²¹, puesto que es el conjunto de recursos que permiten valorar la potencialidad turística de un destino, tales como: conectividad aérea, acceso a recursos turísticos naturales, culturales y monumentales, servicios complementarios como pueden ser restauración, ocio, entre otros. de dicho destino. Para ello, utilizaremos el ejemplo propuesto en el Informe del perfil de turista elaborado por Promotur de los años 2019 y 2021, con ello elaboraremos un estudio de accesibilidad turística para el posible desarrollo del evento.

Por un lado, en el anexo 2. contaremos con diversos mapas para apreciar la conectividad aérea de la isla. Obtenemos un total de 24 mercados entre los cuales destacan territorio nacional, seguido de Alemania, Reino Unido y Holanda (Promotur, 2019). Sin embargo, también están presentes en menor medida Bélgica, Francia y los países nórdicos (Noruega y Suecia). Además, Gran Canaria cuenta con 112 destinos a fecha de 2021 (INSTAC , 2021) entre los cuales también destacan en mayor medida los destinos de Madrid y Barcelona. Sin embargo, hemos de mencionar también los destinos internacionales con relevancia como son Ámsterdam, Dusseldorf, Frankfurt, Mánchester y Oslo.

Las aerolíneas que llevan a cabo esta conectividad son Vueling Airlines, Ryanair, Iberia Express, Tuifly, Jet2, Binter Canarias, Air Europa, Condor o Easyjet (INSTAC , 2021).

²¹ Accesibilidad: conjunto de recursos que permiten valorar la potencialidad turística de un destino tales como conectividad aérea, acceso a recursos turísticos naturales, culturales y monumentales, servicios complementarios como pueden ser restauración, ocio, etc.

Por otro lado, además es conveniente además de la accesibilidad el estudio de la climatología de la zona dado que los eventos de CrossFit se llevan a cabo en zonas abiertas y el turismo que predomina en la isla es sol y playa, aunque también se desarrollan otras tipologías turísticas como son el cultural, deportivo, gastronómico, etc.

5.5. Recursos turísticos naturales complementarios

Los espacios naturales en las Islas Canarias son considerados sus bienes máspreciados. Estas islas cuentan con cuatro Parques Nacionales²² y siete Reservas de la Biosfera²³ entre los que encontramos bosques, dunas de arena, volcanes, piscinas naturales, etc. Estos atractivos turísticos son los principales atrayentes de turismo dada la posibilidad de realización de actividades en ellos, como; las excursiones organizadas o la práctica de algún tipo de deporte (Hola Islas Canarias , 2022)

Concretamente la isla de Gran Canaria cuenta con Parques Naturales, Parques Rurales, Reservas Naturales Integrales, Monumentos Naturales, Paisajes Protegidos los cuales se explican detalladamente en el anexo 3.

Por un lado, Hemos de mencionar que en Gran Canaria hallamos el **Parque Natural de Tamadaba**, el cual abarca las localizaciones de Agaete, Artenara y San Nicolás, todas ellas ubicadas en el norte la isla. Además, se encuentra uno de los pinares naturales mejor conservados de la isla en el que se pueden realizar diversas actividades relacionadas con el turismo de naturaleza, ecoturismo y turismo ornitológico dada su riqueza en fauna (Web Oficial de Turismo de Gran Canaria , 2022)

Por otro lado, el **Parque Rural del Nublo** ubicado en el municipio central de Tejeda, es uno de los recursos naturales turísticos que mayor afluencia recibe. Esto se debe a la existencia del llamado Roque Nublo. Una de las peñas naturales de origen volcánico más grandes del mundo dado que se eleva ochenta metros sobre su base. Asimismo, posee un valor añadido para la identidad cultural canaria, ya que se considera un antiguo lugar de culto para los aborígenes.

²² Parque Nacional del Teide en Tenerife, Parque Nacional de Timanfaya en Lanzarote, Parque Nacional de Garajonay en la Gomera y Parque Nacional de La Caldera de Taburiente en La Palma

²³Reserva de la biosfera de La Palma, Reserva de la biosfera de Lanzarote, Reserva de la biosfera de El Hierro, Reserva de la biosfera de Gran Canaria, Reserva de la biosfera de Fuerteventura, Reserva de la biosfera de la Gomera, Reserva de la biosfera del Macizo de Anaga.

Por su parte, en este Parque Rural se pueden desarrollar actividades contemplativas dada su altura que solo es superada por el Pico de las Nieves con 1.949 metros. Además, para llegar al Roque Nublo se debe realizar una caminata de entorno a 5km (Hola Islas Canarias, 2022).

Si hablamos de Monumentos Naturales obtenemos **Bandama, Tauro y Arinaga**. El primero de ellos, se sitúa a 20 minutos del centro de Las Palmas, aunque también se puede llegar mediante transporte público dada su relevancia. Bandama es una zona importante para la isla puesto que es una caldera volcánica repleta de bosquetes de árboles autóctonos. Es considerado uno de los mejores miradores de la isla. Este se sitúa en el pico de Bandama, Para llegar a la caldera hemos de recorrer una red de senderos. Además, es un punto de interés turístico en el que se pueden realizar rutas de senderismo y cuenta con puntos de restauración, lo cual facilita la vida turística (Hola Islas Canarias , 2022).

Acerca de Paisajes Protegidos hallamos el Paisaje Protegido de Fataga, un centro turístico de los más frecuentados por los turistas. Este está situado en San Bartolomé de Tirajana. Este paisaje es interesante por su singularidad belleza, su alto valor escénico y su buen estado de conservación (Hola Islas Canarias, 2022).

Finalmente, en la categoría de **Reserva Natural Especial** hemos de recalcar la importancia de uno de los recursos turísticos más recurrentes en la Isla de Gran Canaria. Este es el **Desierto y oasis de las Dunas de Maspalomas**. Este constituye 400 hectáreas en las que presenta playa, dunas de arena, un bosque de palmeras y una laguna. Turísticamente, este cuenta con un mirador ubicado en el Hotel Riu Palace, en el nordeste de Maspalomas o más conocido turísticamente como Playa del Inglés. Además, es un punto en el que se encuentran numerosos puntos de información y restauración, junto con rutas de senderismo (Hola Islas Canarias , 2022).

5.6. Recursos turísticos culturales complementarios

A pesar de que Gran Canaria sea un destino puramente dedicado al turismo de sol y playa también hemos de mencionar la diversidad turística que esta isla ofrece. Así pues, hemos de añadir al estudio el análisis de los recursos turísticos culturales. La OMT (2023) entiende por turismo cultural como:

Un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos/productos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas, con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Así pues, Gran Canaria presenta una gran variedad de recursos de los que aprender, descubrir, disfrutar y consumir acerca de su sociedad, arte, arquitectura, gastronomía, etc.

En primer lugar, la isla presenta el **Risco Caído** y las **Montañas Sagradas**, un yacimiento único declarado en 2019 Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO. Este debe su relevancia en primer lugar a la cueva número seis del **Risco Caído**. Una cueva con un valor singular puesto que es considerada un templo astronómico lunisolar. Además, esta cueva número seis presenta una ventana natural la cual fue usada por los indígenas como calendario y templo (Web Oficial de Turismo de Gran Canaria , 2023).

De manera turística, este yacimiento cuenta con un centro de interpretación en el cual el turista puede acudir para descubrir cómo era realmente la vida de los indígenas en Gran Canaria.

Las **Montañas Sagradas** por su parte son un conjunto de yacimientos ubicadas entre los municipios de Artenara, Tejeda, Agaete y Gáldar. Estos yacimientos guardan relación con los aborígenes de la isla puesto que son cuevas excavadas en la roca volcánica y que eran utilizadas como viviendas, almacenes, o graneros (Web Oficial de Turismo de Gran Canaria , 2023).

Como hemos mencionado anteriormente, el término cultura también engloba en su definición la música y las tradiciones. Así pues, el carnaval es evento cultural que más puede unificar estos dos conceptos. Este es una de las celebraciones más características de la isla junto con España puesto que es uno de los lugares en el que mayor relevancia se le otorga al carnaval. Gran Canaria atrae turistas nacionales e internacionales gracias a la variedad de eventos que se organizan para homenajear la celebración desde desfiles que atraviesan las calles de la capital. Dentro de estos desfiles encontramos mogollones²⁴ y gente disfrazada. Además, el carnaval está protagonizado por la gala de la reina, los concursos de comparsas y el evento que por excelencia mayor afluencia turística atrae: la gala Drag Queen donde se escoge la “reinona” del carnaval (Hola Islas Canarias , 2023).

²⁴ Mogollones: aglomeraciones improvisadas (no reguladas) de gente en época de festividad.

5.7. Timing del evento

A continuación, se presenta una propuesta de timing del evento, desde la apertura del mismo, hasta su clausura intercalando días plenamente deportivos con el fin de satisfacer las necesidades de la demanda efectiva y, días plenamente turísticos, para de la misma manera satisfacer las necesidades de la demanda latente.

28/03/24 – APERTURA DEL EVENTO

8:00	Reunión del equipo del evento
9:00	Inicio de recibimiento de participantes, traslado al lugar de alojamiento y entrega de dorsales y acreditaciones personalizadas. Este discurrirá toda la jornada en función de las llegadas.
11:00	Reunión informativa de la organización del evento y cocktail de bienvenida*
12:00	Tiempo libre de acomodación
18:00	Visita Desierto y Oasis de las Dunas de Maspalomas y zona turística de playa del Inglés
20:00	Ceremonia de apertura del evento

*: Reuniones programadas también a las 16:00 y 20:00 en función de las llegadas

29/03/24 – TIMING 1º DIA DE COMPETICIÓN

8:00	Desayuno temprano en el Hotel Maspalomas Resort by Dunas
9:00	Traslado de los participantes al lugar de la competición
9:30	Bienvenida de los participantes. Repaso de la jornada y explicación del método de la competición
10:00	Inicio de la competición. Inicio del primer WOD
11:30	Finalización del primer WOD.
12:00	Inicio de un taller de halterofilia
13:00	Inicio del almuerzo
15:30	Pausa hasta el inicio del segundo WOD
16:00	Inicio de segundo WOD
17:30	Finalización del segundo WOD
18:00	Traslado de los participantes al alojamiento

30/03/24 – TIMING TURÍSTICO

8:00	Desayuno temprano en el Hotel Maspalomas Resort by Dunas
9:00	Reunión informativa de la jornada
9:30	Excursión Roque Nublo y Pico de las Nieves realizando una pequeña parada en el Mirador de la Degollada y el pueblo de Fataga
12:30	Visita Tejeda y degustación de las famosas palmeras de chocolate
14:00	Visita Teror y almuerzo típico canario
16:00	Excursión Parque Natural Tamadaba y visita Agaete
20:00	Regreso al lugar de alojamiento

31/03/24 – TIMING 2º DIA DE COMPETICIÓN

8:00	Desayuno temprano en el Hotel Maspalomas Resort by Dunas
9:00	Traslado de los participantes al lugar de la competición
9:30	Bienvenida de los participantes. Repaso de la jornada y explicación del método de la competición
10:00	Inicio de la competición. Inicio del primer WOD
11:30	Finalización del primer WOD.
12:00	Inicio de un taller de gimnásticos
13:00	Inicio del almuerzo
15:30	Pausa hasta el inicio del segundo WOD
16:00	Inicio de segundo WOD
17:30	Finalización del segundo WOD
18:00	Traslado de los participantes al alojamiento

01/04/24 – TIMING TURÍSTICO

8:00	Desayuno temprano en el hotel Maspalomas Resort by Dunas
9:00	Reunión informativa de la jornada
10:30	Visita de la capital: Las Palmas de Gran Canaria (Free Tour por el casco histórico; Triana y Vegueta y visita de la zona de las Canteras)
12:00	Tiempo libre
14:00	Ruta de piscinas naturales por el norte de la isla: Roque Prieto, Punta Sardina y Punta de Gáldar
18:30	Regreso al lugar de alojamiento

01/04/24 – TIMING FIN DE EVENTO

20:30 Ceremonia de entrega de premios y clausura del evento

21:30 Cena

23:00 Fiesta de clausura del evento

Además, unido al timing del evento se ha creado una supuesta imagen de marca que se muestra a continuación en la figura 7. Junto con ello, también se ha plasmado de manera publicitaria un tríptico para dar visibilidad al evento el cual se encuentra en el anexo IV.

Figura 7

Logo Gran Canaria CrossFit Challenge.

Fuente: Elaboración propia



6. Conclusiones

Tal y como hemos demostrado a lo largo del presente estudio, durante los últimos años el turismo deportivo está adquiriendo una gran relevancia, debido a que cada vez la sociedad está más concienciada y busca más la realización de un turismo donde la principal motivación sea la práctica de un deporte. De hecho, como hemos comentado en la introducción, en el pasado año 2022 este fenómeno supuso una palanca de recuperación económica para el sector.

Además, si hablamos del caso concreto del CrossFit que, aun siendo una modalidad deportiva joven, desde sus inicios en año 2000 ha ido creciendo tanto a nivel mundial como a nivel nacional hasta el punto de que se han creado competiciones específicas.

Por ello, se considera viable la creación de un evento turístico-deportivo como nexo entre ambos conceptos (Turismo-CrossFit). Con ello, se espera ampliar el segmento del mercado turístico, es decir, continuar con los turistas tradicionales de sol y playa, pero añadir un nuevo perfil; el turista deportivo y los turistas potenciales que se sitúan en el entorno de este.

Para concluir el presente estudio, la ubicación del evento en la isla de Gran Canaria hace del destino adecuado, por distintas condiciones. Por un lado, las buenas instalaciones deportivas que son capaces de ser sedes de un evento internacional de CrossFit, por otro lado, la gran cantidad de recursos culturales, naturales, gastronómicos y actividades de ocio, que son capaces de poder satisfacer las necesidades turísticas de las demandas efectiva y latente. Además, con la supuesta creación del evento se podría ampliar esta oferta mencionada anteriormente, de manera que el turismo deportivo cobrara una mayor importancia tal y como hemos plasmado a lo largo del estudio.

Bibliografía

Agencia Universidaria . (2022). *Curso de Turismo Online* . Obtenido de
<https://cursosdeturismoonline.es/turismo/turismo-deportivo/>

Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria . (2023). *Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria* . Obtenido de Campo de Fútbol 7 Casablanca III:
<https://www.laspalmasgc.es/es/areas-tematicas/deportes/palinstalacion/Campo-de-Futbol-7-Casablanca-III/>

Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria. (2022). *Instituto Municipal de Deportes Las Palmas de Gran Canaria* . Obtenido de Nuestras instalaciones:
<https://deporteslaspalmasgc.com/nuestras-instalaciones/>

Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana . (2023). *Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana* . Obtenido de Estadios y campos de fútbol :
<https://www.maspalomas.com/index.php/dep-estadios>

CrossFit . (2021). *CrossFit*. Obtenido de Request for proposals:
<https://www.crossfit.com/wp-content/uploads/2021/11/17072349/CrossFit-Games-RFP.pdf>

CrossFit Canarias . (2023). *CrossFit Canarias* . Obtenido de Nuestra historia :
<http://crossfitcanarias.com/historia/#:~:text=CrossFit%20Canarias%20es%20el%20primer,que%20apodamos%20%C2%ABEl%20Bunker%C2%BB.>

CrossFit Kudasai. (30 de Marzo de 2018). *Historia del CrossFit*. Obtenido de CrossFit Kudasai: <https://crossfitkudasai.com/2018/03/30/historia-del-crossfit/>

CrossFit LLC. . (2023). *CrossFit* . Obtenido de <https://www.crossfit.com/what-is-crossfit/>

CrossFit LLC. . (2023). *CrossFit LLC*. Obtenido de MapBox: <https://map.crossfit.com/>
EAE. (2020). *EAE Business School*. Obtenido de eae.es:
<https://www.eae.es/actualidad/noticias/que-es-el-turismo-deportivo-y-por-que-esta-en-auge>

Falgoux, D. y. (2006). *Gestión y organización de un evento deportivo*. Inde .

Fitness Challenge League . (2023). *Fitness Challenge League* . Obtenido de
<https://fitnesschallengeleague.com/normativa>

González Sanz, P. L. (16 de Marzo de 2020). *Top 10 destinos para practicar turismo deportivo en España*. Obtenido de AXA Health Keeper:
<https://www.axahealthkeeper.com/blog/top-10-destinos-para-practicar-turismo-deportivo-en-espana/>

Gudiño, A. N. (30 de Diciembre de 2022). *Zona Wod* . Obtenido de El 2022 impulsa a España como la primera potencia mundial de CrossFit:
<https://www.zonawod.com/espana-primera-potencia-mundial-crossfit-2022/>

Hola Islas Canarias . (2022). *Hola Islas Canarias* . Obtenido de Espacios Naturales :
<https://www.holaislascanarias.com/espacios-naturales/>

Hola Islas Canarias . (2022). *Hola Islas Canarias* . Obtenido de Caldera de Bandama :
<https://www.holaislascanarias.com/espacios-naturales/gran-canaria/caldera-de-bandama/>

Hola Islas Canarias . (2022). *Hola Islas Canarias* . Obtenido de Dunas de Maspalomas :
<https://www.holaislascanarias.com/espacios-naturales/gran-canaria/dunas-de-maspalomas/>

Hola Islas Canarias . (2023). *Hola Islas Canarias* . Obtenido de El carnaval de las Islas Canarias : <https://www.holaislascanarias.com/experiencias/el-carnaval-de-las-islas-canarias/>

Hola Islas Canarias. (2022). *Hola Islas Canarias*. Obtenido de Roque Nublo:
<https://www.holaislascanarias.com/senderismo/gran-canaria/roque-nublo/>

Hola Islas Canarias. (2022). *Hola Islas Canarias* . Obtenido de Paisaje Protegido de Fataga: <https://www.holaislascanarias.com/espacios-naturales/gran-canaria/paisaje-protegido-de-fataga/>

INSTAC . (2021). *Perfil del turista que visita Gran Canaria* . Gran Canaria .

Limited Edition Athletes . (2023). *Limited Edition Athletes* . Obtenido de Y yo ¿De qué división o categoría soy?: <https://www.limitededitionathletes.com/categorias-divisiones-adaptive-crossfit/>

López-Egea, M. (8 de Junio de 2022). *Crossfit se vuelca en España y rebasa los 600 centros en el país*. Obtenido de Palco23:
<https://www.palco23.com/fitness/crossfit-se-vuelva-en-espana-y-rebasa-los-600-centros-en-el-pais>

López-Egea, M. (20 de Diciembre de 2022). *Palco23*. Obtenido de CrossFit sigue con su expansión y dispara un 17% su número de boxes en España en 2022:
<https://www.palco23.com/fitness/crossfit-sigue-con-su-expansion-y-dispara-un-17-su-numero-de-boxes-en-espana-en-2022>

M.A. (7 de diciembre de 2022). *España, destino predilecto para el turismo deportivo*. Obtenido de CDM Sport: <https://www.cmdsport.com/multideporte/actualidad-multideporte/espana-destino-predilecto-turismo-deportivo/>

Martín, B. (10 de Mayo de 2022). *CrossFit anuncia que las entradas para el Coliseo se han agotado*. Obtenido de Infowod: <https://infowod.com/entradas-coliseo-crossfit-agotadas/#:~:text=CrossFit%20indic%C3%B3nque%20una%20media,los%20CrossFit%20Games%20de%202022>

Morning Chalk Up. (2 de Abril de 2018). *Morning Chalk Up*. Obtenido de The 2018 CrossFit Open: Participation By The Numbers :
<https://morningchalkup.com/2018/04/02/the-2018-crossfit-open-participation-by-the-numbers/>

OMT. (2023). *Turismo deportivo*. Obtenido de unwto.org:
<https://www.unwto.org/es/turismo-deportivo>

Open Box Magazine. (5 de Julio de 2016). *Open Box Magazine* . Obtenido de Historia de los CrossFit Games: <https://openboxmagazine.com/2016/07/05/historia-de-los-crossfit-games-2/>

Promotur. (2019). *Perfil de turista según trimestre del viaje* . Gran Canaria .

Quiles, A. M. (2011). *Renovación de destinos turísticos maduros, expertos y grupos de interés, discurso global-local y escenarios del futuro: el caso de Benidorm. Algarve.*

Quintana Peña, A. (2006). Metodología de Investigación Científica Cualitativa. En *Psicología: Tópicos de actualidad* (pág. 47-84). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM).

Reyes Pérez , Ó., & Sánchez Crispín, Á. (15 de Diciembre de 2005). *Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México.* Murcia: Cuadernos de Turismo. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18341/17701>

Ropero, J. G. (12 de Septiembre de 2016). *El negocio detrás de la revolución del 'fitness'.* Obtenido de Cinco Días:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/09/09/sentidos/1473447423_157327.html

Runedia . (7 de Diciembre de 2022). *Mundo deportivo.* Obtenido de Strava publica su informe del año deportivo: sus datos más destacados :
<https://runedia.mundodeportivo.com/noticia/2508/strava-publica-su-informe-del-ano-deportivo-los-datos-mas-destacados/>

Salvaterra, G. (2014). *Estudio del nuevo fenómeno deportivo CrossFit.*

Somoza Paz, T. (2017). *Cuando el deporte se convierte en negocio: Los Reebok CrossFit Games.* Obtenido de badeporte.wordpress.com :
<https://mbadeporte.wordpress.com/2017/11/11/cuando-el-deporte-se-convierte-en-negocio-los-reebok-crossfit-games/#:~:text=El%20potencial%20de%20crecimiento%20que,a%20denominarse%20Reebok%20Crossfit%20Games.>

Sprecher, M. H. (9 de Mayo de 2021). *Up for Bid: The CrossFit Games.* Obtenido de Sports Destination Management :
<https://www.sportsdestinations.com/sports/multi-sport-games/bid-crossfit-games-20900>

Strongest . (2023). *Introducción a la planificación de la competencia*. Obtenido de
Manual de planificación de la competencia física:
<https://throwdowns.com/es/fitness-competition-planning-handbook/>

Universidad Europea . (2022). *Universidad Europea* . Obtenido de
<https://universidadeuropea.com/blog/que-es-turismo-deportivo/>

Web Oficial de Turismo de Gran Canaria . (2022). *Web Oficial de Turismo de Gran Canaria* . Obtenido de Naturaleza Gran Canaria :
https://www.grancanaria.com/turismo/es/naturaleza/espacios-naturales/listado/espacio-natural/?id_recurso_natural=1

Web Oficial de Turismo de Gran Canaria . (2023). *Web Oficial de Turismo de Gran Canaria* . Obtenido de Somos Patrimonio de la Humanidad :
<https://www.grancanaria.com/turismo/es/cultura/somos-patrimonio-de-la-humanidad/>

Yahr, N. (4 de Agosto de 2022). *CrossFit Games expected to pump up economic activity in Madison*. Obtenido de The Cap Times : https://captimes-com.translate.goog/news/business/crossfit-games-expected-to-pump-up-economic-activity-in-madison/article_f5579726-56fb-59bc-bfd1-05eb88af6f7b.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sc

Zona WOD . (2023). *Zona WOD* . Obtenido de Fitness Challenge League 2023 :
<https://www.zonawod.com/evento/fitness-challenge-league-2023/>

Zona Wod. (16 de Marzo de 2021). *Zona Wod*. Obtenido de Mejora la participación del CrossFit Open 2021 respecto a la temporada anterior:
<https://www.zonawod.com/mejora-participacion-crossfit-open-2021/>

Zona Wod. (15 de Julio de 2022). *Zona Wod*. Obtenido de La historia de los CrossFit Games: cronología de una competición exponencial que se supera año tras año :
<https://www.zonawod.com/historia-crossfit-games/>