

## Trabajo Fin de Grado

“Zaragoza posible destino del turismo runner.  
Propuesta turística”

### ANEXOS

Autor/es

MARINA RODRIGO LOZANO

Director/es

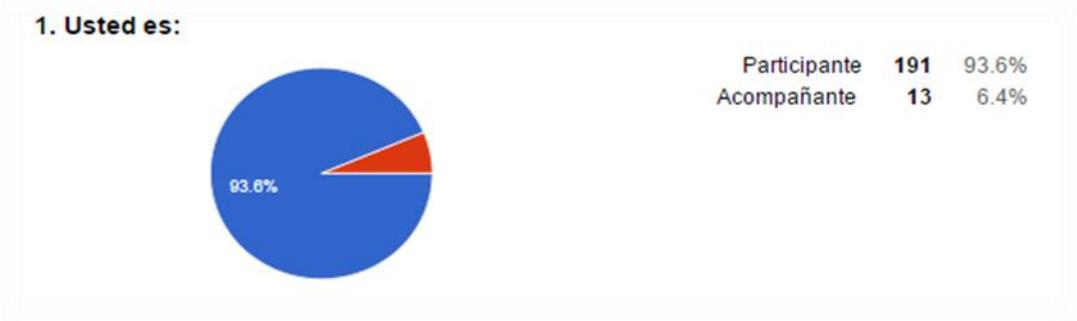
LARA ÍÑIGUEZ BERROZPE

Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza  
2015

## Anexo 1. Trabajo de campo. Encuesta “Zaragoza y las carreras populares”

El cuestionario lo han respondido un total de 204 elementos, 191 participantes que representan el 93,6% del total y 13 acompañantes en porcentaje 6,4%. Este cuestionario se ha realizado para conocer el perfil de los corredores y para saber si Zaragoza es una ciudad preparada para albergar este tipo de eventos. El siguiente cuestionario se ha puesto en marcha con la idea de conocer el perfil del turista runner en Zaragoza y así posteriormente elaborar un buen producto turístico, que sea factible<sup>1</sup>

Imagen. Distribución de la muestra.



Fuente: Elaboración Propia

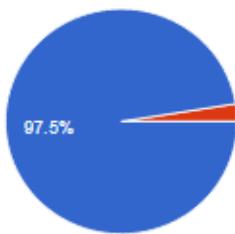
La mayoría de participantes se definen como aficionados (97,5%) tan solo un 5% se declara profesional del running, es decir, la actividad le permite obtener unos ingresos y vivir de ello.

---

<sup>1</sup> Realmente 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. Distribución de los participantes

### 2. Usted corre/participa en esta maratón como:



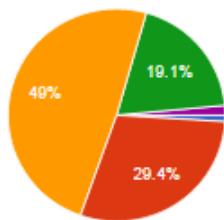
Aficionado	194	97.5%
Profesional	5	2.5%

Fuente: Elaboración Propia.

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.

### Imagen. Distribución de la población según franja de edad.

### 3. Edad:



5-15	2	1%
16-30	60	29.4%
31-45	100	49%
46-59	39	19.1%
60 o más	3	1.5%

Fuente: Elaboración Propia.

El porcentaje de hombres y mujeres es semejante 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)

#### Imagen. Distribución de la población según el sexo.

#### 4. Sexo:

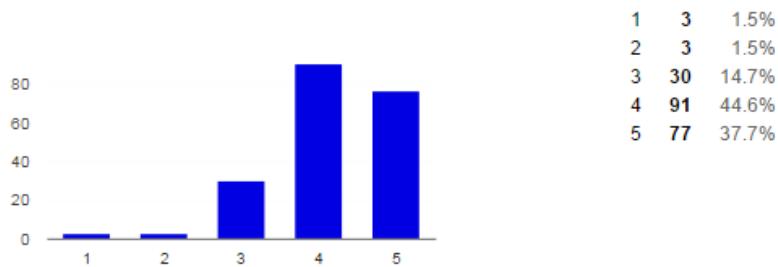


Fuente: Elaboración Propia.

La mayoría de los individuos piensa que Zaragoza está preparada para celebrar este tipo de eventos, le dan muy buena puntuación, en una escala de medición del 1-5, 1 el mínimo, 5 el máximo la mayoría de los encuestados le dan una puntuación de 4 (muy preparada) en preguntas sucesivas veremos qué variables son las mejor valoradas y cuáles las peores.

Imagen. 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, en general, aunque hay controversia entre unas respuestas y otras, por una parte están los que piensan que la promoción que se hace sobre este tipo de eventos es mala considerándola insuficiente, muchos se enteraban de la celebración de la carrera por amigos y familiares o por el club al que pertenecían (boca a boca) y no por medios de comunicación masivos como internet, prensa o televisión pero por otra parte están los que opinan que la promoción que se hace es buena/adecuada. El siguiente canal más utilizado para difundir este tipo de eventos es Internet con un 42% publicidad en redes sociales e-mails.

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

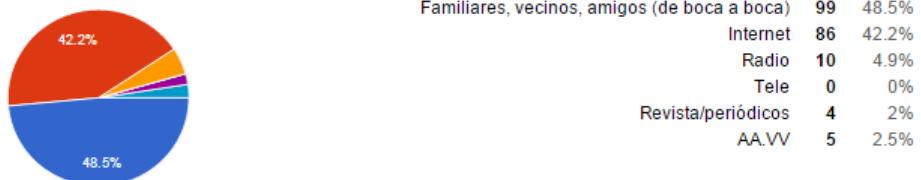
7. ¿Cree que Zaragoza (Administración Pública y organizaciones) hacen buena promoción de este tipo de eventos?



Fuente: Elaboración Propia.

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

8. ¿Cómo se enteró del evento?

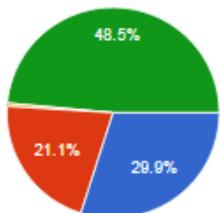


Fuente: Elaboración Propia.

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".

Imagen. Distribución de la muestra según su participación en otras carreras.

**9. ¿Ha participado en otras carreras populares celebradas en Zaragoza?**



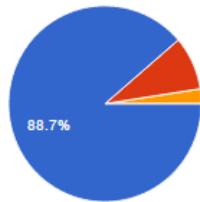
Si, indique cuál/ cuales	61	29.9%
No	43	21.1%
Ns/Nc	1	0.5%
Otro	99	48.5%

Fuente: Elaboración Propia.

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.

Imagen. 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. 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.

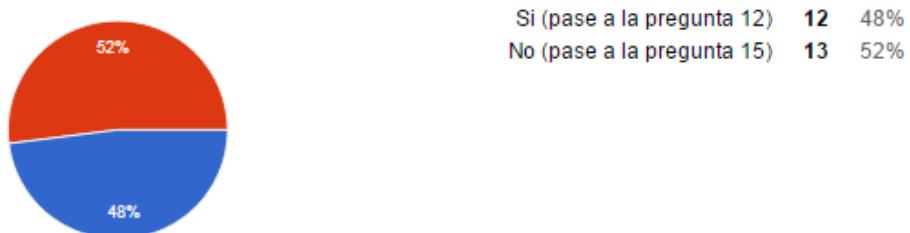
Los participantes proceden de diversas provincias, cercanas a la provincia de Zaragoza: entre ellas las de la propia Comunidad Autónoma de Aragón: Huesca y Teruel, pero también de otras provincias como Barcelona, Madrid, Burgos, A Coruña, Murcia, León, Toledo o Las Palmas de Gran Canaria.

Los participantes que proceden de otros países lo hacen de países del continente europeo como Bélgica, Francia, Polonia o Alemania. También hay corredores sudamericanos por ejemplo argentinos.

Volviendo al porcentaje del 11,3% de la muestra cuyo origen no es la propia ciudad de Zaragoza, 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.

Imagen. Distribución de los turistas según su estancia.

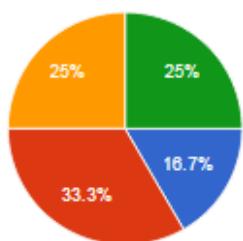
**11. Como turista, ¿Ha pasado o va a pasar noches de estancia en Zaragoza?**



Fuente: Elaboración Propia.

Imagen. Distribución tiempo de la estancia.

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



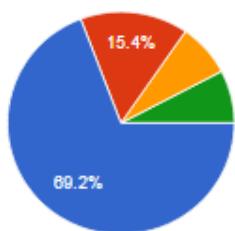
1	2	16.7%
2	4	33.3%
3	3	25%
Más de 3	3	25%

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.

Imagen 13. Distribución según tipo de alojamiento.

**13. ¿Qué tipo de alojamiento ha elegido para su estancia en Zaragoza?**

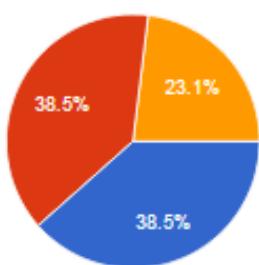


Casa de familiares, amigos..	9	69.2%
Hostal/Albergue	2	15.4%
Apartamento turístico	1	7.7%
Hotel 2-3 estrellas	1	7.7%
Hotel 4-5 estrellas	0	0%

Fuente. Elaboración Propia.

Imagen. Distribución según gasto diario por persona.

**14. Aproximadamente, ¿a cuánto asciende su gasto personal diario?**



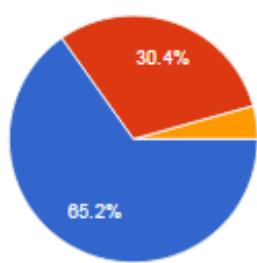
Menos de 20€	5	38.5%
De 21 a 40€	5	38.5%
De 41 a 60€	3	23.1%
De 60 a 80€	0	0%
Más de 80 €	0	0%

Fuente: Google Drive. Elaboración Propia.

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.

Imagen 15. Distribución según la pregunta: “¿Aprovecha para hacer turismo por la ciudad?”

### 15. ¿Aprovecha para hacer turismo por la ciudad?



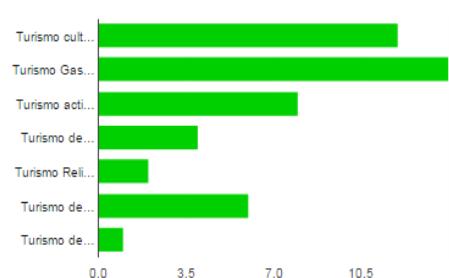
Si	15	65.2%
No	7	30.4%
Ns/Nc	1	4.3%

Fuente: Elaboración Propia.

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 cual/cuales les gustaría experimentar, los más votados fueron el turismo gastronómico con un 70%, turismo cultural 60%, Turismo activo 30% Turismo de Salud. En menor medida pero también fueron votados: El turismo religioso 10% y turismo de compras 5%. Estos datos nos servirán para confeccionar posteriormente el paquete turístico.

Imagen 16. Preferencias sobre tipos de turismo a realizar en Zaragoza.

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



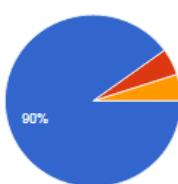
Turismo cultural: Visitar los principales atractivos turísticos de la ciudad como El Pilar y la Aljafería	12	60%
Turismo Gastronómico: degustar los platos típicos en los diferentes restaurantes de la ciudad	14	70%
Turismo activo: actividades por el Ebro, recorridos en bici	8	40%
Turismo de compras: Centro comerciales	4	20%
Turismo Religioso: visita a las catedrales, Basílicas, monasterios	2	10%
Turismo de Balnearios: Spa, centros de Talasoterapia	6	30%
Turismo de Reuniones: Charlas informativas, conferencias sobre el deporte, carreras deportivas	1	5%

Fuente: Elaboración Propia.

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.

Imagen. Respuesta a la pregunta “¿Volvería a Zaragoza para correr en una carrera popular?”

### 17. ¿Volvería a Zaragoza para correr una carrera popular?



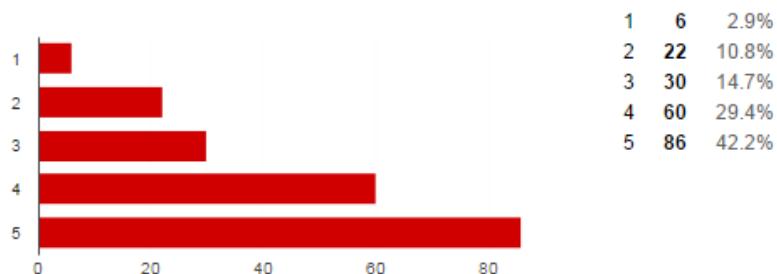
Si	18	90%
No	1	5%
Ns/Nc	1	5%

Fuente: Elaboración Propia.

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.

Imagen18. 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?]**



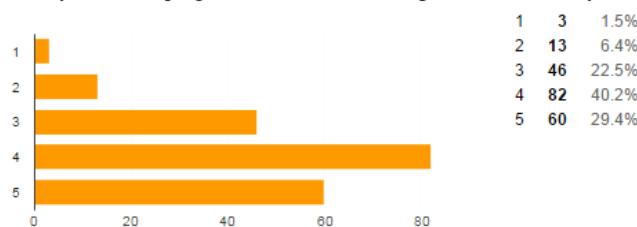
Fuente: Elaboración Propia.

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.

Otro aspecto para evaluar eran los transportes públicos para llegar hasta el lugar de la carrera, la mayoría de los sujetos señaló como buenos.

**Imagen 19. Valoración de la superficie para correr de la ciudad.**

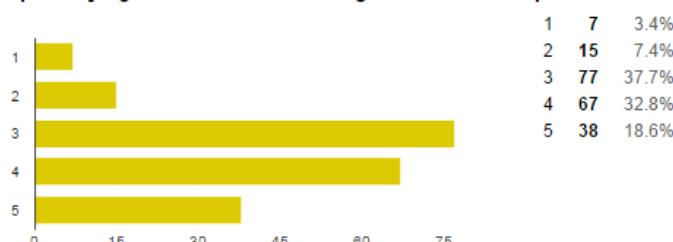
**La superficie para correr [6. ¿Qué destacaría de Zaragoza como ciudad para celebrar carreras populares?]**



Fuente: Elaboración Propia.

**Imagen 20. Valoración de los transportes de la ciudad.**

**Los transportes [6. ¿Qué destacaría de Zaragoza como ciudad para celebrar carreras populares?]**



Fuente. Elaboración Propria.

Respuestas a la pregunta ¿Por qué le gustaría volver a Zaragoza? o ¿Por qué no le gustaría?

Las respuestas a la pregunta siguiente han sido muy variadas. En primer lugar, los motivos que dieron los individuos que estaban dispuestos a volver a correr en la ciudad fueron: la buena organización de las carreras, el ambiente, la belleza de la ciudad y la riqueza cultural, también destacaron otros aspectos como la gastronomía y la cultura y los habitantes de Zaragoza de forma muy positiva.

Por el contrario los motivos que dieron los encuestados para no volver a correr en la ciudad fueron varios, habría que mejorar los siguientes puntos: el estado del suelo, muchas veces resbala; Las condiciones climáticas, el factor aire; También señalaron que se debería cambiar las fechas de las pruebas máximo hasta mayo, los

medios locales deberían implicarse más en la divulgación del evento tanto a nivel nacional como internacional, puesto que apenas supera el millar de participación. Ni punto de comparación con las dos grandes Madrid y Barcelona, y de afluencia en cuanto a participación y recaudación.

Algunos también criticaban la promoción que se había llevado a cabo, Y los medios locales deberían implicarse más en la divulgación del evento. No obstante indagando un poco más en este aspecto, uno de los organismos públicos de la ciudad encargados de la organización de las carreras Zaragozadeportes realiza campañas de promoción de las carreras que se celebran en la ciudad en ferias deportivas como Expodeporte Madrid para dar a conocer sus pruebas más conocidas como Maratón de Zaragoza, Media maratón, 10K Zaragoza promocionadas bajo el lema correr en Zaragoza.

## Anexo2. Programa de actividades

### “Dos mejor que una”



Programa Dos mejor que una- Turismo runner Zaragoza												*A elegir una actividad de cada bloque (una en amarillo, otra en azul, otra en rosa), en total 3 actividades	
Tipo de turismo	Actividad	Denominación	Horario Orientativo	Duración	Precio Adulto	Precio Grupo	Precio niños	Idiomas	Accesibilidad	Empresa	Correo	Teléfono de contacto	Página web
Turismo Gastronómico	Zaragoza Turismo Chocotour	Chocotour	Sábados 11h Calendario: 17 y 31 enero, 14 y 28 febrero, 14 marzo, 11 y 25 abril, 9 y 23 mayo, 6 y 20 junio, 5 y 12 septiembre, 3 y 24 octubre, 14 y 28 noviembre, 12 diciembre, 28 de febrero	2h	13€ general adulto 11€ mayores de 65 y desempleados		* Menores 5 gratuita (Degustación no incluida) * 5 años 7 años 11€	Castellano Ingles y francés	Acessibles para personas de movilidad reducida	Zaragoza Turismo Asociación de Pasteleros de Zaragoza	<a href="mailto:turismo@zaragoza.es">turismo@zaragoza.es</a>	T: 976 27 16 42	<a href="http://www.zaragoza.es/turismo/">http://www.zaragoza.es/turismo/</a>
	Zaragoza Turismo Saborea Zaragoza	Saborea	Sábados 11h 24 enero, 7 y 21 febrero, 7, 21 y 28 marzo, 18 abril, 2, 16, 30 mayo, 13 y 27 junio, 11 y 25 julio, 19 y 26 septiembre, 31 octubre, 7 y 21 noviembre, 5 diciembre	2h	13€ general adulto 11€ mayores de 65 y desempleados	Mínimo 10 participantes máximo 25 participantes	Menores 5 gratuita (Degustación no incluida) 5 años 7 años 11€	Castellano Ingles y francés	Acessibles para personas de movilidad reducida	Zaragoza Turismo HORCA	<a href="mailto:turismo@zaragoza.es">turismo@zaragoza.es</a>	T: 976 27 16 42	<a href="http://www.zaragoza.es/turismo/">http://www.zaragoza.es/turismo/</a>
Turismo de Salud	Centro Hidrotermal "Las Ranillas"	Círculo, sesión Spa	Viernes-Sábado-Domingo	2,5h	13 €		11,5€ (mayores de 4 años-12 años)	Castellano	Accessible para personas con movilidad reducida	Centro Hidrotermal Las Ranillas Platinum Zaragoza		T: 976 976 804	<a href="http://www.ebronautas.net/">http://www.ebronautas.net/</a>
	Platinum Wellness Club	Círculo, sesión Spa, acceso a actividades programadas salas de deporte	Viernes 07-23h Sábados y Domingos 09 15h	Toda la jornada	16-24 años=12€	mínimo 12 personas 8€ por persona	Prohibido acceso	Castellano	Accessible para personas con movilidad reducida	Platinum Zaragoza		T: 976 915 005	<a href="http://platinumzaragoza.com/">http://platinumzaragoza.com/</a>
Turismo deportivo,Turismo de naturaleza, turismo cultural	EbroNautas Piragüismo	"Los puentes de Zaragoza Redescubre la ciudad del Ebro"	Sábados	3h	25 € (descuento 5€ carnet universitario)	mínimo 8 personas 20€	15€(menores de 16) 2x1 familias	Castellano, Inglés	Embarcaciones adaptadas a personas con movilidad reducida	EbroNautas SLL. Empresa de turismo activo	<a href="mailto:info@ebronautas.com">info@ebronautas.com</a>	T: 034 654 898 400	<a href="http://www.ebronautas.net/">http://www.ebronautas.net/</a>
		"Explora los Sotos y Galachos del Ebro"	Sábados	4h	30€ (descuento 5€ carnet universitario)	mínimo 8 personas 25€	15€(menores de 16) 2x1 familias	Castellano, Inglés	Embarcaciones adaptadas a personas con movilidad reducida	EbroNautas SLL. Empresa de turismo activo	<a href="mailto:info@ebronautas.com">info@ebronautas.com</a>	T: 034 654 898 400	<a href="http://www.ebronautas.net/">http://www.ebronautas.net/</a>
	EbroNautas Pequeña embarcación	"Los puentes de Zaragoza Redescubre la ciudad del Ebro"	Sábados	2h 30 min	23 €	Máximo 10 pax mínimo 4 =230€ por balsa		Castellano, Inglés	Embarcaciones adaptadas a personas con movilidad reducida	EbroNautas SLL. Empresa de turismo activo	<a href="mailto:info@ebronautas.com">info@ebronautas.com</a>	T: 034 654 898 400	<a href="http://www.ebronautas.net/">http://www.ebronautas.net/</a>
Turismo Cultural-Familiar	IAACC Pablo Serrano	"Visita al Museo Pablo Serrano"	Viernes-Sábado 10h-14h.17h-21h Domingo y festivos 10h a 14h	libre	Gratis	Gratis	Gratis	Castellano,Inglés y Francés	Accesible para personas de movilidad reducida,ascensores	Instituto Aragones de Arte y Cultura Contemporáneos Pablo Serrano, Gobierno de Aragón	<a href="mailto:difusionpabloserrano@aragon.es">difusionpabloserrano@aragon.es</a>	T.976 280 660	<a href="http://www.iaacc.es/">http://www.iaacc.es/</a>
Turismo Cultural-familiar	EMOZ Exposición papiroflexia-taller papiroflexia	"Visita Escuela Museo del Origami Zaragoza"	Viernes-Sábado 10h-15h.Domingo y festivos 10h a 14:30h	libre	Entrada al museo:3€ tarifa general 1,5€ tarifa reducida(estudiantes, parados, mayores de 65 años Visita guiada 60€ máximo 17 personas=3'5€ por persona	Mínimo 8 personas 1'5€	1,5€ (menores de edad)	Folletos explicativos:Castellano Ingles, Francés, Alemán Códigos QR en varios idiomas	Accesible para personas de movilidad reducida (Ascensores, rampas, material didáctico para personas invidentes)	Escuela Museo Origami Zaragoza(EMOZ)	<a href="mailto:emoz@arrobaemoz.es">emoz@arrobaemoz.es</a>	T.876 03 45 69	<a href="http://emoz.es">http://emoz.es</a>

### **Anexo3. Simulación.**

#### **Caso Práctico**

A continuación, se presenta un caso práctico con dos supuestos:

#### **Supuesto Primero:**

En primer lugar, una familia procedente de Madrid formada por cuatro miembros, (dos adultos y dos niños), desea venir a Zaragoza, para correr en una de las pruebas que se celebran en la ciudad.

Fecha del evento: 27 de septiembre, domingo.

Imagen 37. Cartel Maratón de Zaragoza.



Fuente: Zaragozamaraton.com.

Evento: IX Maratón de Zaragoza Gran Premio IberCaja.

Se les ofrece la posibilidad de pasar una estancia de 2 noches, 3 días en la ciudad con un programa complementario de actividades. Se les invita a consultar el (nuevo) programa **“Dos mejor que una” “Dos noches mejor que una, más tiempo, sin prisas disfruta de la ciudad de Zaragoza a lo grande.** (Anexo 1: Programa Lista de actividades)\*. También se les sugiere que visiten la página oficial de la prueba, en este caso <http://www.zaragozamaraton.com/> la página oficial ZaragozaMaratón (2015) para que consulten todo lo relacionado con la carrera: inscripciones, lugar de celebración, distancias.. y para que se informen a cerca de los descuentos y ofertas especiales en transporte y alojamiento.

Una vez explicado el funcionamiento del programa, consultado tarifas etc. Los clientes aceptan, y desean realizar la reserva. Esto es lo que reservan (Anexo 4: Factura Proforma Familia)\*.

#### **Supuesto Segundo:**

Integrantes de un club deportivo de Holanda, decide venir a Zaragoza con el programa **“Dos mejor que una”** para los días 2,3, 4 de octubre 2015, ya que desean participar en la “Carrera Popular el Pilar” que se celebra el domingo 4 de octubre. En total son 12 personas, grupo formado por 5 participantes y 7 acompañantes.

Están son las actividades que reservan (Anexo 4.1: Factura Proforma grupo holandeses castellano e inglés)\*.

Como conclusiones señalar: Programa de actividades que vale tanto para turistas aficionados al running, como para turistas que se dedican de una forma más profesional al running, el programa se adapta a distintos perfiles de turista runner.

Precios interesantes con ofertas especiales para niños y grupos. Finalmente habría que probarlo para ver si resulta atractivo. Programa que resulta interesante por combinar los gustos del turista runner deporte y turismo, en una magnífica ciudad de una manera diferente.



#### Anexo 4.Factura proforma familia.

Cliente/Grupo			Datos fiscales											
			Nombre:							CIF:		Pais:		
	Fecha de llegada	Fecha de salida	Dirección:							CP:		Provincia:		
	25/09/2015	27/09/2015	<b>FACTURA PROFORMA</b>							08/06/2015				
Fecha	Conceptos		Pax.	Cant.	Precio Unitario		IVA	PVP unitario:		Subtotal IVA:		Nº RVA:		
25/09/2015	Entradas EMOZ		4	2	2	2,70 €	1,35 €	10%	3 €	1,50 €	9 €			
26/09/2015	Visita guiada Saborea Zaragoza		4	2	2	10,27 €	8,69 €	21%	13 €	11 €	48 €			
26/09/2015	EbroNautas piragüismo "Los puentes de Zaragoza, redescubre la ciudad del Ebro"		4*	2	1	19,75 €	11,25 €	21%	25 €	15 €	65 €			
<b>DATOS BANCARIOS</b>														
IBAN:														
Titular:														
Por favor, indique el nº de RVA que se detalla acontinuación al efectuar la transferencia bancaria:														
										Total IVA (Incluido)	122 €	*Actividad Ebronautas piragüismo 2x1 en niños		
										Depósito recibido				
										Total pendiente	122 €			

## Anexo 4.1. Factura proforma grupo (Español e inglés).

Cliente/Grupo			Datos fiscales											
			Nombre:							CIF:			Pais:	
	Fecha de llegada	Fecha de salida	Dirección:							CP:			Provincia:	
	02/10/2015	04/10/2015	FACTURA PROFORMA								09/06/2015			
Fecha	Conceptos	Pax.	Cant.		Precio Unitario		IVA	PVP unitario:		Subtotal IVA:	Nº RVA:			
			Adulto	Niño	Adulto	Niño		Adulto	Niño					
02/10/2015	Entradas EMOZ	12*	12	1,35 €		10%	1,5 €		18 €					
03/10/2015	Visita guiada Chocotour Zaragoza Círculo, Sesión Spa Centro	12	12	10,27 €		21%	13 €		156 €					
04/10/2015	Hidrotermal "Las Ranillas"	12*	8	6,32 €		21%	8 €		64 €					
														
<u>DATOS BANCARIOS</u>														
IBAN:														
Titular:														
										Total IVA (Incluido)	238 €	*Precio reducido en la actividad grupo		
Por favor, indique el nº de RVA que se detalla a continuación al efectuar la transferencia bancaria:														
										Depósito recibido				
										Total pendiente	238 €			

<u>Customer/Group</u>			<u>Company/data</u>													
			Name:								ID:			Country:		
	Arrival date	Departure date	Address:								PC:			Region:		
	02/10/2015	04/10/2015	PROFORMA INVOICE								09/06/2015					
Date	Items		Pax.	Qty.	Unit price		VAT	Unit price (VAT)		Subtotal (VAT)	Ref.no.					
				Adult	Child	Adult	Child	Adult	Child							
02/10/2015	Ticket EMOZ		12*	12		1,35 €		10%	1,5 €		18 €					
03/10/2015	Guided tour Chocotour Zaragoza Circuit Spa Hydrothermal Session		12	12		10,27 €		21%	13 €		156 €					
04/10/2015	Center "The Ranillas"		12*	8		6,32 €		21%	8 €		64 €					
<b>BANK DETAILS</b>																
BIC:																
Holder:																
Please specify the reference number listed below at the time you make the bank transfer:																
										Total (VAT included)	238 €	*Special Price for groups				
										Received prepayment						
										Total outstanding	238 €					

## Anexo 5. Impacto económico y destinos runners.

### -Carreras como recurso turístico.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define recurso turístico como:

“Todos aquellos bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta” (Calderón, 2005, p.155) Buenos ejemplos de recursos turísticos serían las carreras populares.

Las carreras populares son una actividad cultural que poco a poco se está transformando en un recurso turístico. Aquellas carreras populares cuya distancia equivale a la prueba olímpica de la maratón, son la prueba estrella<sup>2</sup>. La maratón goza de gran prestigio, muchos corredores empiezan corriendo en su propia ciudad pero luego se atreven a correr en otras ciudades con la familia de acompañante, llenando hoteles, activando el comercio, bares y restaurantes.

Pero hablemos de forma más global; de las carreras populares en su totalidad. El boom del running ha originado que sólo en España se celebren entre 3.000 y 3.500 carreras al año. “Es imposible saber la cantidad exacta de competiciones que se organizan. Lo que sí es cierto es que hay un verdadero fenómeno ya que la participación en las mismas ha crecido un 50% en sólo cinco años”, asegura P. Noguera (2015). Más de dos millones y medio de personas practican running en España. En Aragón las carreras populares oficiales han aumentado un 30% en los últimos años.

### -Impacto económico de las carreras.

El turismo deportivo en España se ha dejado notar en diversos ámbitos, especialmente en el ámbito económico. El turismo deportivo contribuye al 32% de la industria turística global. Es un mercado emergente que ha tenido un gran crecimiento en los últimos 20 años, asociados a eventos deportivos (Agencia Valenciana de turismo, 2013).

Tabla 2. Número de viajes de los españoles por actividades realizadas en destino interno.

Actividades Realizadas	Destino Aragón	Total destino interno España
1.Compras	54,0	64,8
2.Deportes	35,3	18,9
2.1. Golf	-	0,2
2.2.Deportes de Nieve	10,2	1,3
2.3.Deportes Náuticos	1,3	3,9
2.4.Caza	-	0,2

<sup>2</sup> La celebración de carreras populares que equivalen a la distancia de las maratones (42km), son las pruebas más duras pero a la vez las más reclamadas mediáticamente, no obstante se suelen celebrar aprovechando estas pruebas, carreras de menor envergadura como medias maratones (21km) y pruebas de menor distancia 10 km que suelen atraer a un mayor número o a un gran número de participantes.

2.5.Pesca	0,0	0,6
<b>2.6.Deportes al Aire Libre</b>	<b>21,0</b>	<b>11,9</b>
2.7.Deportes de Riesgo	1,90	0,2
2.8.Otros deportes	0,9	0,6
3.Gestiones administrativas	0,4	0,5
4.Visita a familias o amigos	53,8	50,6
<b>5.Espectáculos deportivos</b>	<b>0,9</b>	<b>1,3</b>

Fuente: FAMILITUR (2010).Elaboración Propia.

En los aspectos diferenciales de la oferta turística aragonesa se destaca entre otros la práctica del turismo deportivo donde debe posicionarse el turismo runner. Las actividades deportivas son la segunda causa de la realización de los viajes. El turismo a la carrera forma parte del turismo al aire libre (21%) en Aragón, un (9,1%) más que en el conjunto de España.

En el (Anexo 5. Principales destinos runner) \* podemos ver cuáles son los destinos más demandados para este tipo de turismo a nivel nacional e internacional /desde una perspectiva más amplia

#### -¿Quién se beneficia de esta actividad?

El running aporta múltiples beneficios no solo directos (por ejemplo a través de la cuota de inscripción) sino también indirectos, por ejemplo a servicios asociados al turismo como, hostelería, y transporte. Y también a otros que se asocian a esta industria de forma menos clara (bancos, farmacias, pequeños comercios, supermercados, etc.). De todas formas, hay que tener en cuenta que este tipo de turismo tiene demandas y necesidades muy concretas que la oferta/ empresa turística debe satisfacer; y también exigencias en cuanto a inversión y adaptación de hoteles.

En definitiva, el turismo a la carrera no genera solo ingresos sino que también supone gastos ya que se necesita poner a disposición de las carreras una organización, servicios de seguridad, infraestructura sanitaria. Pero si lo comparamos con los ingresos estos últimos son positivos.

Por otra parte, el turista acude a estos destinos cuando tienen lugar las carreras/ y o grandes eventos, lo que ayuda de alguna forma a romper la estacionalidad de la temporada baja.

Esta marea de corredores ha creado una industria con muchos intereses mezclados. Indagando un poco sobre el tema, descubrimos a quién beneficia realmente:

- Ayuntamientos

“Los primeros beneficiados son los ayuntamientos, que utilizan las carreras para atraer a corredores y turistas (...).Además de ingresos, promocionan la localidad”, explica Miguel Cartagena, de Eventos Sport Life (2003). Aunque se invierta una cantidad importante de dinero, según los expertos se obtiene un retorno mayor por cada euro invertido.

- Agencias de viaje y hoteles.

Para las agencias de viajes así como hoteles, touroperadores y web especializadas el turismo runner es un auténtico negocio

Tal y como se ha dicho en el marco teórico, existen hoteles con productos especializados para ofrecer al turista runner lo que demanda.

Los hoteles han visto que les reporta muchos beneficios el turismo runner pues, muchos se esfuerzan por ofrecer valor añadido a este tipo de clientes. (Hinojosa, 2014).

- Estrategia de los touroperadores: (crean productos especializados y esponsorizan las pruebas).

Los touroperadores también incorporan ofertas deportivas a sus programaciones como un servicio que complementa su producto y le añade valor.

En lo que se refiere al turismo runner existe una asociación de touroperadores centrados en él llamada Tour Operators United for runners. Se trata de una asociación de agencias de viaje mayoristas especializadas en organizar viajes para que los corredores participen en eventos que se celebren en cualquier parte del mundo. En Zaragoza estaría la agencia de viajes especializada *Doctor Vacaciones* que ofrece entre otros productos turísticos de maratones.

Tal y como hemos apuntado en el marco teórico, prueba de que les reporta muchos beneficios, es el hecho de que hayan nacido touroperadores de este tipo. Por ejemplo, TUI travel tiene incluso una división de negocio especializada en turismo activo. Specialist & Activity y también Thomas Cook, tiene un touroperador especializado con actividad en toda Europa, Thomas Cook Sports.

Otra de las estrategias que utilizan los touroperadores para posicionarse mejor en el turismo deportivo, consiste en esponsorizar las diversas competiciones deportivas. Por ejemplo, el evento TUI Marathon (2014) Palma de Mallorca 11<sup>a</sup> edición ha conseguido llevar el nombre de TUI-como socio comercial de los paquetes de viaje para participar en la maratón desde los diversos mercados de origen (Vamos a correr, 2015). La prueba reunió a 11. 294 corredores de 64 nacionalidades diferentes. Otro ejemplo Thomas Cook organiza la prueba deportiva Ironman 70.3 Barcelona, Mallorca y Lanzarote.

- Entidades financieras y otras empresas privadas (Pascual, 2013).

Lo mismo ocurre con las entidades financieras, cuando adquieren los derechos de patrocinio a cambio de cuantiosas cantidades de dinero, la entidad se publicita al contener en el nombre de la prueba el de la entidad financiera (naming rights)

Cada vez son más las instalaciones o eventos en el mundo del deporte que se da esta situación: por ejemplo en la Maratón de Londres, una de las principales maratones de todo el mundo perteneciente al grupo de las World Marathon Majors, anteriormente mencionadas, ha alcanzado un acuerdo con la compañía Virgin Group hasta este año la prueba se conocía con el nombre de Virgin London Marathon.

No muy lejos en nuestro país ocurre más de lo mismo, en Zaragoza el nombre de la maratón se conoce con el nombre “Gran Premio Ibercaja Maratón de Zaragoza” en el año 2014 se celebró la 10<sup>a</sup> edición y congregó a 1.100 participantes.

### **-Principales destinos para el turismo runner ¿Qué destinos turísticos están más demandados para este tipo de turismo?**

A nivel internacional varias son las ciudades que cuentan con famosos maratones: Nueva York, Londres, Berlín, Tokyo, Chicago y Boston.

Boston, ciudad de Estados Unidos situada en el estado de Massachusetts, se celebra maratón desde el año 1897 la más antigua. En el último año la cifra de participantes fue de 39.000 personas de todas las nacionalidades. Forma parte de la World Marathon Majors<sup>3</sup>.

Otra ciudad de tradición maratoniana Nueva York, al igual que la de Boston forma parte de la World Marathon Major, data del año 1970, la cifra de participantes está limitada a 60.000 participantes

Dicho esto, es imposible imaginar una ciudad con atractivos turísticos sin su maratón, con una marabunta corriendo entre sus monumentos. Así ciudades españolas como Barcelona, Madrid, San Sebastián tienen auténticos reclamos de primera orden en las maratones que organizan. Ejemplo de atractivos turísticos serían: la San Silvestre vallecana o la Behobia-San Sebastián son capaces de arrastrar atletas, y por ende negocio, de medio mundo. Son mecas, de miles y miles de runners que sueñan con correr en estas competiciones.. (Correr y Viajar, 2014)

En nuestro país las ciudades que desarrollan una mayor actividad en este aspecto habría que destacar Barcelona, Madrid, Valencia. La ciudad de Barcelona fue la primera ciudad española en celebrar una maratón popular la idea provenía de Nueva York (Pascual, 2015). Hasta una veintena de pruebas maratonianas tienen lugar en nuestro país a lo largo del año.

Al menos 5.000 pruebas se organizan cada año. El corredor tiene donde elegir. De las pruebas cortas a las ultramaratones de las más deportivas a las más solidarias, de las tradicionales a las exóticas festivas, variedad interminable. (El Mundo, 2014).

**Tabla. Lista de maratones “World Marathon Major” celebradas en el año 2014-2015.**

Maratón	Ciudad	Nº total de corredores	Nº total espectadores. (Estimación)
“Tokyo Marathon”	Tokyo	36,000	1,700,000
“Virgin Money London Marathon”	Londres	36,550	750,000
B.A.A “Boston Marathon”	Boston	30,000	500,000
“BMW Berlin-Marathon”	Berlin	40,000	1,000,000
“The Bank of America Chicago Marathon”	Chicago	45,659	1,700,000

<sup>3</sup> al igual que otras competiciones como las maratones de Nueva York, Londres, Berlín, Tokyo, Chicago y Boston. Las World Marathon Majors (WMM) en español “Grandes Maratones Mundiales” son un gran atractivo turístico tanto para participantes como para espectadores. En las que para participar se necesita acreditar tiempos mínimos y la edad mínima para participar.

“TCS New York City Marathon”	Nueva York	47,000	2,000,000
------------------------------	------------	--------	-----------

Fuente: World Marathon Majors [WMM]. Elaboración Propia.

Tabla. Lista de ciudades Españolas con ejemplos de sus respectivas carreras y número de participantes en las últimas ediciones.

Ciudad	Nº Total de Corredores (42 km) maratones celebradas en la ciudad*	Nº Total Corredores pruebas más participativas
Barcelona	Zurich Marató Barcelona 38ª 16.000 (2015)	81.000 37ª Cursa El Corte Ingles Trofeu Internacional Ciutat de Barcelona (2015)
Madrid	EDP Rock “n” Roll Madrid Maratón 10.000 (2015)	35.000 51ª San Silvestre vallecana 2014)
Valencia	Maratón Valencia Trinidad Alfonso 13.000 34ª (2015)	-
San Sebastián	Maratón de San Sebastian 3.400 (2014)	28.000 50ª Behobia (2014)
Zaragoza	1.100 10ª Gran Premio Ibercaja Maratón de Zaragoza (2014)	5.000 CaixaBank 10k (2014)

Fuente: Carreras populares. Elaboración Propia.

## Anexo 6. Imagen de marca

Cuando promocionemos la ruta, que mejor forma que hacerlo por medio de una imagen de marca, esta tendrá que ser atractiva, fácil de recordar, para que el turista sepa que tiene lugar el evento y que participa en la ruta, proponemos la siguiente imagen de marca turística, según el diseño gráfico del logotipo es marca narrativa: la imagen se centra en una escena representativa del lugar. Por un lado el dibujo representa uno de los símbolos por excelencia de la ciudad de Zaragoza el puente de piedra con la Basílica del Pilar, no hay duda de a qué ciudad hace referencia, Zaragoza y por el otro lado tenemos a los turistas runners practicando la actividad a la que hace referencia el programa que proponemos. La imagen está perfilada, tiene mucha luz como el sol de Zaragoza y los colores utilizados son muy vivos como los colores de los aros del mayor evento deportivo internacional multidisciplinario "Los Juegos Olímpicos". El eslogan utilizado, es el que hemos visto en el programa, y el que queremos utilizar para promocionar la propuesta turística de Zaragoza" « Dos Mejor que una » "más tiempo, sin prisas disfruta de la ciudad de Zaragoza a lo grande".

Imagen de marca turismo runner Zaragoza.



Fuente: Elaboración Propia.