# Tema 14. Ocio, deporte y turismo.

El ocio, el deporte y el turismo conforman un triángulo estratégico en la Comunitat Valenciana, donde la riqueza natural, cultural y deportiva se convierte en un atractivo para residentes y visitantes. La gestión eficiente de estos ámbitos no solo mejora la calidad de vida de la población, sino que también impulsa la economía local y proyecta una imagen positiva del territorio.

# 1. Marco normativo en la Comunitat Valenciana.

La Comunitat Valenciana ha desarrollado un **marco legal específico y actualizado** que regula la interrelación entre **ocio, deporte y turismo**, estableciendo bases sólidas para la creación de servicios de calidad, sostenibles y orientados al desarrollo local. Este conjunto normativo regula tanto la **actividad económica del turismo activo y deportivo**, como la **promoción del deporte como elemento vertebrador del ocio saludable y del posicionamiento turístico del territorio**.

## 1.1. Ley 15/2018, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana.

Esta es la **norma marco en materia turística**. Tiene un carácter transversal e integrador, y sustituye a normativas anteriores (como la Ley 3/1998). Entre sus principales objetivos están:

- Fomentar un modelo turístico sostenible, responsable e inclusivo.

- Integrar el turismo en los valores culturales, sociales y medioambientales del territorio.

- Impulsar la hospitalidad como rasgo identitario valenciano.

- Promover la diversificación de la oferta turística, incluyendo el turismo activo, el ecoturismo y el turismo deportivo.

**Artículos clave:**

**- Artículo 2.3**: Reconoce expresamente el **turismo deportivo y de ocio activo** como tipologías turísticas de interés para la diversificación y la desestacionalización.

**- Artículo 24**: Establece como principio básico del modelo turístico valenciano el impulso a “la práctica de actividades recreativas y deportivas en entornos naturales de manera sostenible”.

**- Artículo 40**: Promueve el **apoyo institucional a eventos deportivos** con impacto turístico.

**- Artículo 71**: Se crea la figura de los “Planes Estratégicos de Turismo” que pueden incluir líneas específicas sobre deporte y ocio como activos turísticos.

Esta ley es pionera al **vincular directamente el deporte y el ocio como productos turísticos estructurales**, no accesorios.

## 1.2. Ley 2/2011, de la Generalitat, del Deporte y la Actividad Física de la Comunitat Valenciana.

Es la norma que regula el **sistema deportivo valenciano** desde una perspectiva global: educativa, federativa, profesional, recreativa y de salud. Considera el **deporte como un derecho social**, y reconoce su papel en:

- La mejora de la calidad de vida.

- La cohesión territorial y social.

- La proyección turística del territorio.

**Aspectos normativos relevantes:**

**- Artículo 1 y 2**: Definen el deporte como una actividad de interés general, que debe ser promovida en todos los sectores de la sociedad.

**- Artículo 5.4**: Recoge el deber de las administraciones de fomentar el deporte recreativo, el de ocio y el de turismo activo.

**- Artículo 34**: Establece que los entes públicos deben facilitar el acceso de los ciudadanos a las actividades físicas y deportivas con fines de salud, ocio o turismo.

**- Artículo 51.1**: Las federaciones deportivas pueden colaborar con entidades turísticas para la organización de eventos y estancias deportivas.

Esta ley se alinea con la normativa turística para **favorecer sinergias entre ambos sectores** y potenciar proyectos deportivos con impacto turístico (campus, estancias, training camps, etc.).

## 1.3. Decreto 4/2024, de regulación del Turismo Activo y Ecoturismo en la Comunitat Valenciana.

Este Decreto regula de forma específica las **actividades económicas vinculadas al turismo activo, ecoturismo y turismo deportivo**, como excursiones guiadas, actividades de aventura, rutas organizadas, etc.

**Objetivos del decreto:**

**- Ordenar y profesionalizar el sector**, garantizando la seguridad de las actividades.

- Fomentar un desarrollo turístico **respetuoso con el medio ambiente**.

- Mejorar la **experiencia del usuario** y su percepción de calidad.

**Puntos clave:**

**- Registro obligatorio** de las empresas de turismo activo en el Registro de Turismo de la CV.

**- Requisitos técnicos y de seguridad** para la realización de actividades (personal cualificado, seguros, protocolos de emergencia).

**- Autorizaciones específicas** para actividades en espacios naturales protegidos.

**- Establecimiento de estándares de sostenibilidad y calidad ambiental** en la ejecución de las actividades.

Este decreto **diferencia entre “empresa turística” y “club deportivo”**, estableciendo que si se cobra por un servicio, debe ajustarse a esta normativa turística aunque tenga forma jurídica deportiva.

## 1.4. Normas relacionadas de ámbito autonómico y municipal.

**Planes de dinamización turística (municipales y comarcales).**

Muchos municipios valencianos, con apoyo de **Turisme Comunitat Valenciana**, han desarrollado planes locales o comarcales en los que el deporte ocupa un papel protagonista, como:

- Ruta del agua en la Vega Baja.

- Plan de Cicloturismo en Castellón.

- Plan de senderos señalizados en La Marina Alta.

**Orden 3/2018, de ayudas al fomento del deporte con impacto turístico.**

Establece subvenciones destinadas a:

- Organización de eventos deportivos de interés turístico.

- Campañas de promoción del turismo activo y saludable.

- Digitalización de rutas y actividades deportivas para visitantes.

Estas herramientas complementan el marco legislativo, impulsando la acción directa de entidades locales y comarcales.

## 1.5. Conexión entre normativas: hacia una política transversal.

Las leyes analizadas responden a una **estrategia común de cohesión territorial y desarrollo sostenible**, donde el ocio y el deporte son **recursos turísticos de primer nivel**, que:

- Desestacionalizan la demanda.

- Generan economía circular.

- Revalorizan el entorno natural y patrimonial.

- Mejoran la salud y la convivencia ciudadana.

El enfoque normativo valenciano es **transversal, inclusivo y participativo**, como refleja la colaboración entre **Turisme CV**, la **Conselleria d’Educació, Cultura i Esport**, y las administraciones locales.

# 2. Interrelación entre ocio, deporte y turismo.

## 2.1. Introducción al triángulo ocio–deporte–turismo.

El ocio, el deporte y el turismo forman un **sistema interconectado** que responde a las nuevas demandas sociales, económicas y culturales del siglo XXI. La evolución de los hábitos de consumo y del uso del tiempo libre ha generado una **sinergia natural entre estos sectores**, particularmente en territorios como la Comunitat Valenciana, donde confluyen:

- Una rica infraestructura turística y deportiva.

- Un entorno natural y climático privilegiado.

- Un fuerte tejido asociativo y empresarial vinculado al ocio activo.

Según **Gómez Trelis (2020)**, la relación entre deporte y turismo “no es accidental, sino estratégica, y debe planificarse con criterios de sostenibilidad y gobernanza compartida”.

## 2.2. El ocio como experiencia y motivación turística.

El ocio contemporáneo ha dejado de ser solo una actividad pasiva o de descanso para convertirse en una **experiencia vivencial, activa, saludable y social**, muy relacionada con el deporte y el contacto con el entorno.

**Características del ocio actual:**

- Enfocado en **la experiencia personal** y el bienestar.

- Relacionado con la **salud, el aprendizaje y la emoción**.

- Asociado a **valores como la sostenibilidad, el reto físico, la aventura o la convivencia**.

- En constante evolución hacia formas más “activas” de disfrute (fitness, outdoor, deportes de deslizamiento, etc.).

En este contexto, el **deporte y el turismo activo** emergen como **formas estructuradas de ocio**, gestionadas de forma profesional por entidades públicas o privadas, y orientadas a distintos segmentos de población.

## 2.3. El deporte como producto turístico y recurso territorial.

El deporte no solo es una **actividad física**, sino también un **producto turístico experiencial** y un **activo estratégico del territorio**. Su valor reside en su capacidad para:

- Atraer visitantes (deportistas, acompañantes, espectadores).

- Fomentar la ocupación hotelera y la economía local.

- Dinamizar el espacio público (playas, montañas, paseos, senderos…).

- Generar empleo en sectores complementarios (hostelería, transporte, guías, monitores…).

- Promover la imagen de marca del destino turístico.

Como indica **Pérez Campos (2015)**, “el deporte deja de ser una actividad local para convertirse en un **recurso turístico exportable**, si se planifica como producto de valor”.

## 2.4. El turismo como contexto para el ocio deportivo.

El turismo proporciona **un marco ideal para la práctica de ocio deportivo**, al ofrecer al visitante:

- Tiempo libre suficiente.

- Motivación para probar nuevas experiencias.

- Servicios integrados (alojamiento + actividades).

- Clima y entornos atractivos.

Ejemplos de esta integración:

| **Modalidad turística** | **Actividad deportiva asociada** |
| --- | --- |
| Turismo rural | Senderismo, rutas BTT, orientación, marcha nórdica |
| Turismo costero | Paddle surf, kayak, voley playa, natación en aguas abiertas |
| Turismo de salud y relax | Yoga, pilates, fitness suave |
| Turismo urbano | Running tours, gimnasios, eventos populares |
| Turismo de eventos | Asistencia a competiciones, turismo ligado al espectáculo |

**Turisme Comunitat Valenciana** ha incluido estas líneas en su estrategia para 2023–2026, integrando la práctica deportiva en las experiencias turísticas comercializadas.

## 2.5. Sinergias en la práctica: cómo se retroalimentan.

La conexión entre estos tres pilares genera **beneficios cruzados** tanto para el sector turístico como para el deportivo y el de ocio:

| **Efecto sinérgico** | **Ejemplo práctico en la Comunitat Valenciana** |
| --- | --- |
| Aumento del gasto turístico | Visitante que se aloja para participar en un trail de montaña |
| Desestacionalización del destino | Programas de senderismo en primavera y otoño |
| Fomento de hábitos saludables | Promoción de rutas activas para mayores en municipios rurales |
| Dinamización de espacios infrautilizados | Uso de instalaciones deportivas fuera de temporada alta |
| Imagen de destino activo y sostenible | Marca “Mediterráneo en Vivo” de Turisme CV |

## 2.6. Modelos de gestión integradora.

Para que la interrelación entre ocio, deporte y turismo sea realmente operativa, es necesario adoptar **modelos de gestión integradora**, que conecten:

**- Administraciones locales y autonómicas**: colaborando en planificación turística y deportiva.

**- Empresas turísticas**: agencias, hoteles, guías, monitores.

**- Clubes deportivos y asociaciones**: como oferentes de experiencias y servicios.

**- Usuarios y turistas**: como protagonistas de su propia experiencia.

El **Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020–2026** ya plantea la necesidad de “crear experiencias completas que integren recursos naturales, culturales, deportivos y gastronómicos”.

## 2.7. Casos de éxito en la Comunitat Valenciana.

**Mediterráneo en Vivo.**

Iniciativa de Turisme CV para agrupar productos turísticos como cicloturismo, turismo activo o turismo náutico bajo una **marca común reconocible y sostenible**.

**Costa Blanca Bike Race (Benidorm–Calpe).**

Evento deportivo internacional de BTT que combina deporte, ocio y turismo con participación de más de 40 nacionalidades.

**Alicante Running Tours.**

Oferta urbana de rutas guiadas para corredores, integrando cultura, salud y turismo activo en el casco histórico.

**Viaja+65.**

Programa público de turismo social que incorpora propuestas activas (excursiones a parques naturales, yoga en la playa, etc.) en destinos fuera de temporada.

# 3. Turismo deportivo: definición y tipologías.

## 3.1. Definición de turismo deportivo.

El **turismo deportivo** se define como aquella forma de turismo en la que la **motivación principal del viajero** está relacionada con **la práctica de una actividad física o deportiva**, o bien con la **asistencia a eventos deportivos**. Puede implicar tanto una participación activa (practicante) como pasiva (espectador).

Según el **Consejo Mundial del Turismo y Deporte (WTTC)**:  
“Turismo deportivo es toda forma de viaje motivada total o parcialmente por actividades físicas, ya sea como participante o como espectador.”

En la **Ley 15/2018, de Turismo, Ocio y Hospitalidad** de la Comunitat Valenciana, el **turismo deportivo** es identificado como una de las **tipologías turísticas emergentes y estratégicas**, fomentadas para **diversificar la oferta y desestacionalizar la demanda**.

## 3.2. Características del turismo deportivo.

* Combina la actividad física con el desplazamiento a otro lugar.
* Puede implicar **pernoctación o consumo de servicios complementarios**.
* Contribuye a la **economía local**, el uso de infraestructuras y el posicionamiento de marca del destino.
* Aporta valor experiencial al turista.
* Se desarrolla tanto en espacios naturales (turismo activo) como en urbanos o deportivos.

## 3.3. Clasificación de tipologías de turismo deportivo.

El turismo deportivo puede clasificarse en **varias tipologías**, dependiendo de la **motivación, el tipo de práctica, el entorno o el perfil del visitante**. A continuación, se detallan las principales:

**A) Según el grado de participación del turista.**

| **Tipo** | **Características principales** | **Ejemplo en la Comunitat Valenciana** |
| --- | --- | --- |
| **Turismo deportivo activo** | El visitante realiza una práctica física o deportiva directamente. | Surf en Jávea, senderismo en Sierra de Mariola |
| **Turismo deportivo pasivo** | El visitante asiste como espectador a un evento deportivo. | Maratón de Valencia, Mundial de gimnasia rítmica |

**B) Según el tipo de actividad deportiva.**

| **Modalidad** | **Descripción** | **Ejemplos en la CV** |
| --- | --- | --- |
| **Turismo de aventura** | Actividades en la naturaleza con dosis de adrenalina | Escalada en Chulilla, barranquismo en Anna |
| **Turismo náutico** | Deportes acuáticos en mar o lagos | Windsurf en Oliva, paddle surf en Altea |
| **Cicloturismo** | Viajes orientados al uso de la bicicleta | Vías verdes en Castellón, etapas de la Vuelta |
| **Turismo de senderismo** | Rutas de baja-media intensidad, autoguiadas o dirigidas | Ruta del agua en Chelva, PR-CV señalizados |
| **Turismo deportivo urbano** | Actividades en entornos urbanos | Running tours en Valencia o Alicante |
| **Deportes de invierno** | Prácticas en alta montaña (cuando climatológicamente posible) | Nordic walking en zonas de interior |

**C) Según el objetivo del viaje.**

| **Modalidad** | **Finalidad** | **Ejemplo** |
| --- | --- | --- |
| **Turismo de formación deportiva** | Mejora del rendimiento, aprendizaje o tecnificación | Campus de fútbol en verano en la Marina Alta |
| **Turismo de recuperación o salud** | Enfocado al bienestar y recuperación física | Estancias en balnearios con programas deportivos |
| **Turismo de competición** | Participación directa en pruebas o ligas | Travesía a nado Tabarca-Santa Pola, carreras populares |
| **Turismo de ocio activo** | Actividad física recreativa en entorno vacacional | Rutas BTT para familias en Castellón |

## 3.4. Perfil del turista deportivo.

Según datos de **Turisme Comunitat Valenciana (2022)**, el perfil del turista deportivo suele caracterizarse por:

- Edad entre 25 y 50 años.

- Nivel socioeconómico medio-alto.

- Alta conciencia medioambiental.

- Comportamiento de “multiactividad” (practica varios deportes).

- Alta propensión al gasto: más de 90 €/día (un 20% superior al turista medio).

- Busca destinos seguros, sostenibles y con buena infraestructura.

## 3.5. Beneficios del turismo deportivo para el territorio.

| **Beneficio** | **Impacto directo** |
| --- | --- |
| **Económico** | Mayor ocupación hotelera, dinamización del comercio local. |
| **Social** | Interacción cultural, orgullo de pertenencia, cohesión social. |
| **Ambiental (si bien gestionado)** | Valorización del patrimonio natural, impulso al ecoturismo. |
| **Deportivo** | Fomento de hábitos saludables, uso de instalaciones existentes. |

Según **UNWTO (2021)**, el turismo deportivo puede contribuir hasta un 10% al PIB turístico de regiones que lo desarrollan adecuadamente.

## 3.6. Ejemplos de turismo deportivo estructurado en la Comunitat Valenciana.

**Costa Blanca Bike Race (Benidorm-Calpe).**

Competición internacional de bicicleta de montaña que atrae a más de 1.000 deportistas de élite y amateur de 40 países.

**Maratón de Valencia Trinidad Alfonso EDP.**

Evento de categoría Platinum Label, con gran impacto turístico (alojamiento, restauración, transporte) y alta rentabilidad para la ciudad.

**Mediterráneo en Vivo - Turisme CV.**

Estrategia de marketing que agrupa y posiciona el turismo deportivo, activo y de naturaleza bajo una marca unificada.

**Campamentos deportivos de tecnificación en verano.**

Organizados por federaciones y empresas deportivas en municipios como L’Alfàs del Pi, Xàbia o Alcoi, combinan deporte, inmersión lingüística y turismo.

## 3.7. Retos actuales del turismo deportivo.

- Profesionalizar y acreditar a las empresas organizadoras (cumplir el Decreto 4/2024).

- Garantizar la seguridad de las actividades.

- Medir el impacto ambiental y aplicar criterios de sostenibilidad.

- Desarrollar productos “llave en mano” integrados: transporte + alojamiento + actividad.

- Potenciar la colaboración entre clubes deportivos y operadores turísticos.

La gestión deportiva debe asumir una perspectiva turística cuando opera en este sector, adoptando estándares de calidad, marketing y atención al cliente propios del turismo profesional.

# 4. Turismo activo y ecoturismo: regulación y oportunidades.

## 4.1. ¿Qué es el turismo activo y el ecoturismo?

**Turismo activo.**

Es el conjunto de actividades recreativas y deportivas realizadas en el medio natural, con un componente físico, de aventura o de descubrimiento del entorno. Suele implicar dinamismo, experiencia y contacto con el territorio.

Según la **Organización Mundial del Turismo (OMT)**: “El turismo activo engloba actividades al aire libre que implican movimiento físico, desafío personal o interacción con el entorno natural.”

**Ecoturismo.**

Es una forma de turismo responsable en áreas naturales que contribuye a la conservación del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales. Tiene un fuerte componente educativo y de bajo impacto.

En palabras de **Blanco (2017)**: “El ecoturismo prioriza la sostenibilidad ambiental, la interpretación del entorno y el respeto sociocultural como base de la experiencia turística.”

## 4.2. Marco normativo en la Comunitat Valenciana: Decreto 4/2024.

El **Decreto 4/2024**, aprobado por la Generalitat Valenciana, regula por primera vez de forma específica las actividades de **turismo activo y ecoturismo**. Su aplicación es obligatoria para todas las empresas que ofrezcan este tipo de actividades a cambio de contraprestación económica.

**Objetivos del decreto:**

**- Proteger a los usuarios** mediante estándares de calidad y seguridad.

**- Ordenar el mercado** y evitar el intrusismo profesional.

**- Conservar los espacios naturales** mediante criterios de sostenibilidad.

**- Fomentar el desarrollo rural** con base en el turismo activo responsable.

## 4.3. Requisitos para las empresas de turismo activo y ecoturismo.

| **Requisito** | **Detalle** |
| --- | --- |
| **Inscripción en el Registro de Turismo CV** | Obligatoria para ofrecer servicios regulados (RTAE). |
| **Autorización ambiental y municipal** | En caso de usar espacios protegidos o naturales sensibles. |
| **Personal técnico cualificado** | Técnicos deportivos, guías titulados, socorristas según actividad. |
| **Seguros obligatorios** | RC mínima de 600.000 € y seguro de accidentes para participantes. |
| **Protocolo de seguridad y emergencia** | Según la naturaleza y el riesgo de la actividad. |
| **Código ético y compromiso sostenible** | Deben disponer de un plan básico de buenas prácticas medioambientales. |

Estas condiciones son extensibles a las **actividades deportivas comercializadas por clubes o asociaciones** cuando actúan como oferentes turísticos (si hay cobro y servicio estructurado, deben cumplir este marco).

## 4.4. Actividades más frecuentes en turismo activo/ecoturismo en la CV.

| **Actividad** | **Territorio destacado** |
| --- | --- |
| Senderismo | Parques Naturales: Sierra de Espadán, Mariola |
| Rutas BTT y cicloturismo | Vías verdes de Ojos Negros, Maigmó, Alcoi |
| Kayak y paddle surf | Costa de Altea, Jávea, embalses de Anna |
| Barranquismo | Anna, Millares, Vall d’Ebo |
| Escalada | Chulilla, Sella, Penyal d’Ifac |
| Observación de aves | Marjal de Pego-Oliva, l’Albufera, La Mata-Torrevieja |

Turisme CV ofrece un **catálogo de experiencias activas** georreferenciadas en su web oficial, integrando estos recursos.

## 4.5. Oportunidades de desarrollo para entidades deportivas y gestores.

**A) Profesionalización de servicios turísticos por parte de clubes y técnicos deportivos.**

* Creación de cooperativas o SLs para ofertar rutas, experiencias guiadas, talleres de naturaleza activa, etc.
* Conversión de monitores deportivos en **guías titulados y registrados**, ampliando salidas profesionales.

**B) Integración en paquetes turísticos.**

* Colaboración con agencias receptivas, hoteles rurales o casas de turismo para incluir experiencias activas.
* Paquetes combinados: alojamiento + ruta + actividad + interpretación + gastronomía.

**C) Desarrollo rural y promoción del interior.**

* Reactivación de municipios de interior mediante el uso turístico-deportivo de sus recursos naturales y culturales.
* Creación de itinerarios señalizados, centros de interpretación, áreas deportivas integradas.

Proyectos como el **Camí de la Sèquia de Algemesí**, el **GR-330** o la **red de rutas de Turisme Comunitat Valenciana** son ejemplos de integración de deporte, ocio activo y desarrollo territorial.

## 4.6. Sostenibilidad y gestión del impacto.

Para que el turismo activo y el ecoturismo sean viables a largo plazo, deben gestionarse con **criterios de sostenibilidad**:

| **Criterio** | **Ejemplo de aplicación en turismo deportivo** |
| --- | --- |
| **Carga de uso limitada** | Control de aforo en barrancos o zonas protegidas. |
| **Minimización del impacto** | Actividades sin residuos, señalización respetuosa, rutas no invasivas. |
| **Educación ambiental** | Guías que interpretan el entorno y fomentan el respeto por la biodiversidad. |
| **Participación local** | Involucrar a vecinos y empresas en la oferta turística activa. |

El decreto 4/2024 contempla sanciones para las empresas que incumplan estos principios, así como la retirada de la licencia turística.

# 5. Eventos deportivos como dinamizadores turísticos.

## 5.1. Introducción: ¿por qué un evento deportivo puede ser una herramienta turística?

Un evento deportivo bien planificado y gestionado es **mucho más que una competición**: es un **motor económico**, un **foco de atracción turística**, una **herramienta de marketing territorial** y un **instrumento de cohesión comunitaria**.

Según la **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, los eventos deportivos son “uno de los vectores más eficaces para el desarrollo de productos turísticos competitivos, desestacionalizados e integradores”.

En la Comunitat Valenciana, esta relación ha sido especialmente aprovechada gracias al impulso institucional, la riqueza paisajística y la tradición deportiva de muchos municipios.

## 5.2. Beneficios del turismo vinculado a eventos deportivos.

| **Tipo de beneficio** | **Descripción** |
| --- | --- |
| **Económico** | Genera gasto directo (alojamiento, restauración, transporte, comercio). |
| **Promocional** | Aumenta la visibilidad de la ciudad o comarca (TV, prensa, redes). |
| **Territorial** | Revaloriza espacios públicos, activa zonas rurales, mejora infraestructuras. |
| **Social** | Impulsa el orgullo de pertenencia, la participación ciudadana y el voluntariado. |
| **Deportivo** | Fomenta la práctica, atrae a nuevos usuarios y mejora la cultura deportiva. |

Un estudio del **Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)** estima que eventos como el Maratón de Valencia generan un **impacto económico directo superior a los 22 millones de euros** en un solo fin de semana.

## 5.3. Tipos de eventos deportivos con impacto turístico.

**Eventos de participación masiva (turismo activo).**

* Ej: carreras populares, triatlones, travesías a nado, trails.
* Atraen tanto a deportistas como a sus acompañantes.
* Generan estancias de 2-4 días y gasto medio-alto.

**Eventos de élite o competición oficial.**

* Ej: Copa Davis, Mundiales de gimnasia, campeonatos europeos.
* Tienen alto impacto mediático y profesional.
* Atraen a aficionados, técnicos, equipos y prensa especializada.

**Eventos recreativos o festivales deportivos.**

* Ej: jornadas de multideporte, fiestas náuticas, beach games.
* Dirigidos a familias y público general.
* Refuerzan la imagen del destino como lugar activo y saludable.

## 5.4. Casos de éxito en la Comunitat Valenciana.

**Maratón de Valencia Trinidad Alfonso.**

* Evento internacional de primer nivel (World Athletics Platinum Label).
* Más de 30.000 participantes y 80 nacionalidades.
* Alta ocupación hotelera, promoción mediática global.
* Gestión público-privada ejemplar (Fundación Trinidad Alfonso + Ayuntamiento).

**Mediterranean Epic (Oropesa–Castellón).**

* Prueba de BTT por etapas con categoría UCI.
* Atrae a ciclistas élite y amateurs de todo el mundo.
* Alta implicación institucional y del sector turístico rural.

**Alicante Ocean Race – The Legends Trophy.**

* Regata histórica en aguas del Mediterráneo.
* Activación del puerto y la oferta cultural/de ocio.
* Miles de visitantes locales e internacionales.

## 5.5. Fases de planificación estratégica de un evento deportivo con enfoque turístico.

| **Fase** | **Acciones clave** |
| --- | --- |
| **Diagnóstico previo** | Estudio de viabilidad, demanda, impacto esperado, apoyo institucional. |
| **Diseño y planificación** | Objetivos, público objetivo, trazado o sede, servicios complementarios. |
| **Coordinación institucional** | Contacto con áreas de deportes, turismo, medio ambiente, policía, cultura… |
| **Gestión de patrocinios y alianzas** | Financiación mixta, implicación de marcas locales y nacionales. |
| **Promoción y marketing** | Campañas cruzadas: deporte + destino. Web, RRSS, redes de clubes, ferias. |
| **Evaluación e informe** | Memoria técnica y económica. Encuestas. Propuestas de mejora. |

La **Ley 15/2018, de Turismo de la Comunitat Valenciana**, articula la posibilidad de que **los eventos deportivos sean considerados productos turísticos estructurantes**, con acceso a ayudas específicas.

## 5.6. Requisitos legales y organizativos en la Comunitat Valenciana.

Organizar un evento deportivo con componente turístico requiere cumplir con **varias normativas y autorizaciones**, entre ellas:

- Permisos municipales de ocupación de vía pública y cortes de tráfico.

- Autorizaciones medioambientales (si afecta a entornos protegidos).

- Comunicación previa o licencia de actividad.

- Seguro de responsabilidad civil y de accidentes.

- Plan de autoprotección o emergencia (obligatorio en pruebas con gran afluencia).

- Registro en el portal de actividades turísticas si el evento se comercializa como producto.

Las **subvenciones de Turisme Comunitat Valenciana** para eventos turísticos deportivos exigen criterios de sostenibilidad, repercusión mediática y generación de pernoctaciones.

## 5.7. Indicadores para medir el impacto turístico de un evento deportivo.

| **Indicador** | **Método de medición** |
| --- | --- |
| Nº de participantes y procedencias | Inscripciones, análisis de datos de origen. |
| Nº de pernoctaciones | Encuestas, datos hoteleros, convenios con alojamientos. |
| Gasto medio por visitante | Encuestas a participantes y acompañantes. |
| Impacto en medios | Repercusión en prensa, TV, redes, web. |
| Retorno de la inversión (ROI) | Ingresos generados vs. costes asumidos. |
| Nivel de satisfacción | Cuestionarios post-evento a todos los perfiles implicados. |

# 6. Sostenibilidad y desestacionalización en la oferta turística.

## 6.1. Introducción: el reto del turismo tradicional.

El modelo turístico tradicional basado en el “sol y playa” ha generado importantes beneficios para la Comunitat Valenciana, pero también ha provocado **desajustes estacionales, concentración territorial y presión sobre recursos** en determinados periodos del año.

**Problemas derivados:**

- Saturación estival de destinos costeros.

- Infrautilización de recursos en temporada baja.

- Empleo precario y estacional.

- Desigualdad entre costa e interior.

- Riesgos ambientales por sobrecarga de visitantes.

Según **Turisme Comunitat Valenciana (2023)**, el 75% de las pernoctaciones se concentran entre mayo y septiembre, y en menos del 20% del territorio.

## 6.2. La sostenibilidad como principio rector.

La sostenibilidad, según la definición de la **OMT**, es el equilibrio entre el desarrollo económico, el respeto medioambiental y la equidad social. Aplicada al turismo y al deporte, implica:

- Uso racional de los recursos naturales.

- Protección del patrimonio cultural y ambiental.

- Reducción del impacto ecológico de las actividades.

- Inclusión de comunidades locales en los beneficios del turismo.

- Planificación a largo plazo y con visión territorial.

La **Ley 15/2018 de Turismo, Ocio y Hospitalidad** incluye la sostenibilidad como principio transversal obligatorio en todas las políticas turísticas de la Generalitat Valenciana.

## 6.3. Ocio deportivo como motor de sostenibilidad turística.

El ocio activo y el turismo deportivo ofrecen una **alternativa sostenible** al modelo turístico de masas. Entre sus ventajas:

| **Ventaja** | **Explicación** |
| --- | --- |
| Baja concentración | Actividades más repartidas geográficamente y temporalmente. |
| Bajo impacto | Modalidades no motorizadas, en pequeños grupos y guiadas. |
| Educación ambiental | Fomento del respeto por la naturaleza y el entorno. |
| Participación local | Integración de empresas, guías, alojamientos y asociaciones del territorio. |

Ejemplo: rutas de senderismo interpretativo guiadas por técnicos deportivos locales que explican valores paisajísticos, tradiciones y flora.

## 6.4. La desestacionalización como objetivo estratégico.

Desestacionalizar es **ampliar la demanda turística más allá de la temporada alta**, lo cual permite:

- Mantener el empleo más tiempo y de forma estable.

- Rentabilizar infraestructuras deportivas y turísticas todo el año.

- Repartir mejor la afluencia de visitantes y reducir tensiones ambientales.

- Dinamizar la economía de zonas de interior y no saturadas.

**Acciones concretas para lograrlo:**

| **Estrategia** | **Ejemplo de aplicación práctica en la CV** |
| --- | --- |
| Programas fuera de temporada | Viaja+65, circuitos de senderismo para jubilados en octubre-marzo. |
| Eventos deportivos en invierno | Trail de Castell de Castells en febrero, media maratón de Santa Pola en enero. |
| Escapadas activas de fin de semana | Oferta de BTT y running para turistas nacionales de octubre a abril. |
| Paquetes deportivos integrados | Alojamiento rural + ruta guiada + taller de cocina local. |

El **Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana (2020–2026)** marca como eje prioritario la “creación de productos desestacionalizadores de base experiencial y sostenible”.

## 6.5. Indicadores de sostenibilidad y equilibrio estacional.

Para comprobar el impacto positivo del ocio deportivo en estos ámbitos, se pueden usar los siguientes indicadores:

| **Indicador** | **Método de medición** |
| --- | --- |
| Tasa de ocupación en temporada baja | Datos hoteleros y extrahoteleros de octubre a abril. |
| Distribución geográfica del gasto | Comparativa entre costa-interior en facturación turística. |
| Índice de presión ambiental | Número de usuarios vs. capacidad de carga de los entornos. |
| Huella de carbono del evento | Emisiones generadas vs. compensaciones aplicadas. |
| Diversificación de la oferta | Nº de actividades activas vs. tradicionales en catálogos. |

Turisme CV y la Conselleria de Transición Ecológica promueven el uso de estos indicadores en las memorias técnicas de los eventos subvencionados.

## 6.6. Ejemplos de buenas prácticas en la Comunitat Valenciana.

**Red de Centros BTT.**

Conjunto de puntos base en entornos rurales (Alto Palancia, Vall de Pop, Alto Turia) que ofrecen servicios cicloturistas durante todo el año.

**Turismo Activo en Espacios Naturales.**

Actividades guiadas en parques naturales como Serra Gelada o la Albufera, accesibles a visitantes incluso en temporada baja.

**Eventos de primavera y otoño.**

**- Costa Blanca Trails (noviembre)**: turismo deportivo de montaña fuera del verano.

**- Valencia Boat Show (octubre)**: náutica y deporte al margen del turismo estival.

# 7. Conclusiones.

La relación entre **ocio, deporte y turismo** constituye un **eje de desarrollo clave** en la gestión territorial moderna. Ya no se trata de ámbitos separados, sino de elementos profundamente interconectados que, gestionados con visión, pueden generar beneficios económicos, sociales, culturales y medioambientales de largo alcance.

En la **Comunitat Valenciana**, este enfoque integrador ha sido **reconocido y regulado** desde las instituciones autonómicas a través de leyes, decretos y planes estratégicos que **fomentan el turismo deportivo, el ocio activo y el ecoturismo** como herramientas para:

- Desestacionalizar el turismo.

- Dinamizar zonas rurales e interiores.

- Fomentar el emprendimiento deportivo-turístico.

- Proteger el entorno natural a través de un uso racional y sostenible.

## 8.1. Principales ideas clave.

1. **El turismo deportivo no es una moda, sino una tendencia estructural**, con alta capacidad de gasto, baja estacionalidad y fuerte impacto territorial.
2. **El ocio activo** (senderismo, cicloturismo, deportes acuáticos, rutas de aventura) se está posicionando como alternativa sostenible al turismo masivo, y genera un modelo de consumo más consciente y diversificado.
3. La **normativa valenciana (Ley 15/2018, Ley 2/2011, Decreto 4/2024)** establece un marco legal sólido para regular, profesionalizar y desarrollar este tipo de actividades, equilibrando libertad de empresa y protección del entorno.
4. **Los eventos deportivos** (populares o de élite) son auténticos dinamizadores turísticos y vectores de imagen de marca para ciudades y comarcas, generando pernoctaciones, gasto turístico y visibilidad mediática.
5. La **sostenibilidad** y la **desestacionalización** no son valores añadidos, sino **condiciones imprescindibles** para un modelo turístico viable en el tiempo. El deporte y el ocio activo ayudan a redistribuir la demanda y a poner en valor territorios menos explotados.

## 8.2. Implicaciones para la gestión deportiva.

El profesional de la gestión deportiva del siglo XXI ya no puede limitarse al diseño de actividades físicas: debe ser también **promotor de experiencias, planificador turístico, gestor ambiental y dinamizador territorial.**

El reto está en:

- Integrar la perspectiva turística en clubes, entidades y servicios deportivos.

- Generar **alianzas con operadores turísticos, empresas de alojamiento y ayuntamientos**.

- Diseñar productos deportivos con valor añadido, sostenibles y adaptados a diferentes públicos.

- Evaluar el impacto económico, ambiental y social de cada acción.

- Cumplir con la normativa vigente en turismo activo y garantizar la seguridad de los participantes.

## 8.3. Reflexión final.

La fusión entre ocio, deporte y turismo representa una **vía innovadora y transformadora** para el desarrollo de comunidades más saludables, resilientes y económicamente dinámicas.

La Comunitat Valenciana tiene el potencial, el entorno, la legislación y los recursos para convertirse —y mantenerse— como un **referente europeo en turismo deportivo sostenible**, siempre que se combine:

- Visión estratégica.

- Gestión profesional.

- Participación ciudadana.

- Compromiso institucional.

- Respeto al territorio.